

ODESA ВІСНИК
NATIONAL UNIVERSITY ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
HERALD УНІВЕРСИТЕТУ
Volume 19. Issue 2/3. 2014 Том 19. Випуск 2/3. 2014
SERIES СЕРІЯ
ECONOMY ЕКОНОМІКА

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
Odesa I. I. Mechnikov National University

ISSN 2304-0920

ODESA NATIONAL UNIVERSITY HERALD

Series: Economy

Scientific journal

Published six times per year

Series founded in July, 2006

Volume 19. Issue 2/3. 2014

Odesa

Publishing House

«Helvetica»

2014

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ISSN 2304-0920

ВІСНИК ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія: Економіка

Науковий журнал
Виходить шість разів на рік
Серія заснована у липні 2006 р.

Том 19. Випуск 2/3. 2014

Одеса
Видавничий дім
«Гельветика»
2014

Засновник: Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Редакційна колегія журналу:

І. М. Коваль (*головний редактор*), **О. В. Запорожченко** (*заступник головного редактора*),
В. О. Іваниця (*заступник головного редактора*), **Є. Л. Стрельцов** (*заступник головного редактора*),
С. М. Андрієвський, **Ю. Ф. Ваксман**, **В. В. Глебов**, **Л. М. Голубенко**, **Л. М. Дунаєва**, **В. В. Заморов**,
В. Є. Круглов, **В. Г. Кушнір**, **В. В. Менчук**, **О. В. Сминтина**, **В. І. Труба**, **О. В. Тюрин**, **Є. А. Черкез**,
Є. М. Черноіваненко

Редакційна колегія випуску:

О. В. Горняк, д-р екон. наук (*науковий редактор*), **А. Г. Ахламов**, д-р екон. наук, **Л. М. Алексеєнко**,
д-р екон. наук, **В. Д. Базилевич**, д-р екон. наук, **Б. І. Валуєв**, д-р екон. наук, **Л. Х. Доленко**, канд. екон.
наук, **В. І. Захарченко**, д-р екон. наук, **Г. М. Давидов**, д-р екон. наук, **А. П. Наливайко**, д-р екон. наук,
О. В. Садченко, д-р екон. наук, **З. М. Соколовська**, д-р екон. наук, **А. О. Старостіна**, д-р екон. наук,
В. М. Степанов, д-р екон. наук, **С. А. Циганов**, д-р екон. наук, **В. М. Мельник**, д-р екон. наук, професор,
С. О. Якубовський, д-р екон. наук, **Олег Курбатов**, д-р менеджменту (Університет Париж-Північ XIII),
Ян Чемпас, д-р економіки (Економічний університет в Катовіцах), **Л. А. Родионова**, канд. екон. наук,
доцент кафедри статистичних методів Національного дослідницького університету «Высшая школа
экономики» (Россия, г. Москва), **І. А. Ломачинська**, канд. екон. наук (*відповідальний редактор*)

Editorial board of the journal:

I. M. Koval (*Editor-in-Chief*), **O. V. Zaporozhchenko** (*Deputy Editor*), **V. O. Ivanytsia** (*Deputy Editor*),
E. L. Streltsov (*Deputy Editor*), **S. M. Andrievsky**, **Yu. F. Vaksman**, **V. V. Glebov**,
L. M. Golubenko, **L. M. Dunaeva**, **V. V. Zamorov**, **V. E. Kruglov**, **V. G. Kushnir**, **V. V. Menchuk**,
O. V. Smyntyna, **V. I. Truba**, **O. V. Tyurin**, **E. A. Cherkez**, **E. M. Chernoiivanenko**

Editorial board of the series:

O. V. Gornyak, **A. G. Ahlamov**, **L. M. Alekseienco**, **V. D. Bazylevich**, **B. I. Valuev**, **L. H. Dolenko**,
V. I. Zaharchenko, **G. M. Davydov**, **A. P. Nalyvaiko**, **O. V. Sadchenko**, **Z. M. Sokolovska**, **A. O. Starostina**,
V. M. Stepanov, **S. A. Tsyganov**, **V. M. Melnyk**, **S. O. Yakybovskiy**, **Oleg Curbatov**, **Jan Czempas**,
L. A. Rodionova, **I. A. Lomachynska**

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 4

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

АСТАФ'ЄВА К. О. КЛАСИФІКАЦІЯ РИЗИКІВ АУТСОРСИНГУ ДЛЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	8
БЕГЛАРАШВІЛІ О. П. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	11
БЕЗКРОВНА Н. Г. ОПТИМІЗАЦІЯ РІВНЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ З УРАХУВАННЯМ ВПЛИВУ ВИРОБНИЧИХ І ПОЗАВИРОБНИЧИХ ФАКТОРІВ.....	15
БОЗУЛЕНКО О. Ю. ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ РИЗИКІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	20
БОНДАРЧУК М. Ю. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА ЛИТОВСЬКІЙ РЕСПУБЛІЦІ.....	24
БРАГИНЕЦЬ А. Н. ВОСПРИЯТИЕ КАК ФУНКЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА.....	29
БАВДІЙЧИК І. М. УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА ЗАСАДАХ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ.....	34
ВАСЮРЕНКО Л. В. ОСНОВНИЙ КАПІТАЛ, ЙОГО СТРУКТУРА ТА РОЛЬ В ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	38
ВЕЦЕПУРА Н. В. ГАРМОНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ РОЗВИТКУ ІНТЕГРОВАНИХ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР.....	41
ВОЙТЕНКО Г. В., КОНДРАТЮК М. Ф. ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ РОЛЬ У СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ.....	46
ВОЛЬСЬКА О. М. УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	51
ВЯТКІНА Т. Г. ОЦІНКА ВЕЛИЧИНИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ІТТАХІВНИЧОЇ ГАЛУЗІ.....	54
ГАНУЩАК Т. В. ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА ТА УМОВИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	59
ГОРНЯК О. В. СТРУКТУРНІ ЗРУШЕННЯ В ЕКОНОМІЦІ ТА РОЗВИТОК СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	63
ГРИБ С. В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ У РОСЛИННИЦТВІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	67
ГУЛАЙ І. О. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	72
НЕКРАСОВА Л. А., ДАВИДЕНКО М. В. ВПРОВАДЖЕННЯ КРАУДФАНДИНГУ ДЛЯ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В ІТ-СФЕРІ.....	76
ДАНИЛЕЙЧУК Р. Б. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДУ В СФЕРІ ЗБУТУ.....	81
ДАНИЛЮК М. О., САВКО О. Я. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ГАЗОРОЗПОДІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ.....	86

ДЕГТЯРЬОВА С. А. РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	90
ДОРОЖЕНКО А. І. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ.....	94
ЖИГАЛКЕВИЧ Ж. М. КЛАСТЕРИ ВЗАЄМОДІЮЧИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ.....	98
ЖУКОВ А. В. ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ПОКАЗНИКАМИ ДІАГНОСТИКИ ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ.....	102
ЖУРАВЛІОВА Т. О., ЯЦКЕВИЧ І. В., ЖАДАНОВА Ю. О. ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ УКРАЇНИ.....	106
ЗАДНЄПРОВСЬКА Г. І. ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ.....	110
ЗАРІЧНА О. В. ІННОВАЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЇХ РОЗВИТКУ.....	114
ЗАРОВНА К. М. СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ СУТНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	119
ЗУБРИКІНА М. В. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ВУГЛЕДОБУВНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ СИСТЕМИ КЛЮЧОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ.....	123
ІВАНКІВ О. Я. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	128
ІЛЬЧЕНКО Н. Б. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВАЇ В УКРАЇНІ.....	132
КАВУН О. О. ТОРГОВЕЛЬНІ ЦЕНТРИ: СУТНІСТЬ ТА КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ	136
КАМ'ЯНСЬКА О. В., ТРЕЙТЯК М. В. ПРОЦЕС КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОІВ ВИЩИМИ НАВЧАЛЬНИМИ ЗАКЛАДАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	140
КИРИЧЕНКО В. В., ФИЛИПЮК А. О. РИЗИКИ ПРОЕКТУ ОБ'ЄДНАНОЇ ЛОГІСТИКИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ З ВИКОРИСТАННЯМ WEB-ТЕХНОЛОГІЙ.....	144
КОМАНДРОВСЬКА В. Є., КРИВИЦЬКА Н. Ю., ДОМАШЕВСЬКА К. І. ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА РОЗВИТОК ЙОГО СКЛАДОВИХ У ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД.....	148
КОНДРИЧ В. І. ОСОБЛИВОСТІ ТЕОРЕТИЧНИХ ТА МЕТОДИЧНИХ ОСНОВ АНАЛІЗУ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА НА ВИНОРОБНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	152
КОРЕВА О. О. КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ.....	158
КОРОБКА С. В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ ЗАХІДНО-ПОЛІСЬКОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ.....	164
КРАВЧЕНКО М. О. ПІДВИЩЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ТВОРЧОЇ АКТИВНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ В ІННОВАЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ.....	168
КРАВЧЕНКО М. В. УМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ БДЖІЛЬНИЦТВА.....	172
КРИВОКОНЬ М. О. РЕІНЖИНІРИНГ ВИРОБНИЦТВА ЯК АНТИКРИЗОВА СТРАТЕГІЯ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІРНИЧОГО МАШИНОБУДУВАННЯ.....	175

КРИВОХАТЬКО Н. Д. СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	179
КРУПСЬКИЙ О. П. КУЛЬТУРА В ОРГАНІЗАЦІЇ: РОЛЬ МЕНЕДЖЕРА В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЗБАЛАНСОВАНОГО ПІДХОДУ.....	183
ЛАВРИК У. В. КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТА МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ЇЇ ВИЗНАЧЕННЯ.....	187
ЛАЗАРЕВА М. Г. УМОВИ ДИНАМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ХОЛДИНГОВИХ КОМПАНІЙ.....	193
ЛАНОВСЬКА Г. І. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	199
ЛОЗОВСЬКА Г. М. ОЦІНКА СОЦІАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ ПОСЛУГ НАЦІОНАЛЬНОГО ЦИФРОВОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ).....	203
МАЛЮК С. О., РОСИНЕЦЬ В. Ю. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ.....	209
МАРКОВСЬКА О. К. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ФАКТОР УСПІШНОГО РОЗВИТКУ ВИДАВНИЧОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	213
МАЦЬКЕВИЧ О. Ю. КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ НАФТОГАЗОВОГО КОМПЛЕКСУ.....	217
ОЛІЙНИК О. В., СКОРОМНА О. Ю., БАДАЛОВ Х. М. МОДЕЛЮВАННЯ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ І СОБІВАРТОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗА УМОВИ ДІЇ ЗАКОНУ СПАДНОЇ ВІДДАЧІ	221
ОЛІЙНИК Л. В. КРИТЕРІАЛЬНІ ЗАСАДИ МОДЕРНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВ.....	225
НАШІ АВТОРИ.....	232

РОЗДІЛ 4

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 65.012.8

Астаф'єва К. О.

Криворізький національний університет

КЛАСИФІКАЦІЯ РИЗИКІВ АУТСОРСИНГУ ДЛЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

У статті розглянуто теоретичні підходи щодо визначення сутності аутсорсингу. Було досліджено загальноприйняті визначення терміну та виявлено пріоритетні напрямки його характеристики як поняття. Акцентовано увагу на ризиках, які супроводжують процес використання аутсорсингу як інструменту оптимізації витрат. Запропоновано класифікацію ризиків відповідно до видів аутсорсингу.

Ключові слова: аутсорсинг, класифікація ризиків, аутсорсинг бізнес-процесів, IT-аутсорсинг, аутсорсинг у сфері послуг, виробничий аутсорсинг.

Постановка проблеми. Проблема виникнення ризиків, пов'язаних з використанням аутсорсингу на українських підприємствах, обумовлена нестійким фінансово-економічним та політичним середовищем країни. Поступове перетворення підрозділів підприємств в окремі, незалежні організації може спонукати до виникнення низки ризиків впливу зовнішніх факторів на фінансову, економічну та виробничу незалежність підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній економічній літературі дискусійним залишається питання визначення сутності терміну «аутсорсинг», тому що українська економіка довгий час розвивалася незалежно від світового економічного суспільства. Питання роз'яснення суті поняття «аутсорсинг» представлені в роботах іноземних економістів, таких як Чапмен Р., Ендрейд К., Бравар Ж.-Л., Р. Морган. Кассіді Г., Клеменс С., Кросс Дж., Доннеллан М., П'ячо П., Фрідман Т., Хейвуд Дж та ін., а також в роботах російських економістів Белкіна Т., Севастьянова Є., Давидкіна Є., Фиміної Л., Зінченко С., Кленчіва Є., Попова М. та українських економістів Заводовської І., Зозульова О., Микало О., Родніна Т., Дубінського С., Партена Г., Дідух О. та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Здійснивши аналіз останніх досліджень і публікацій, було виявлено, що недостатньо приділено увагу питання ризиків, які можуть мати місце на підприємстві за умови використання процесу аутсорсингу.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є обумовлення видів аутсорсингу на українських підприємствах, а також виявлення видів ризиків, які виникають у підприємства, яке використовує аутсорсинг.

Виклад основного матеріалу. Історія розвитку аутсорсингу у світовій практиці нараховує не один десяток років, але масово його починають використовувати у 60-х роках XIX століття. Передумовою виникнення такого інструменту управління був період стрімкого розвитку промисловості багатьох підприємств та організацій, які працювали у одній сфері діяльності, мали однакову організаційну структуру та схожі форми управління. З одного боку, це надавало можливість залучати висококваліфіковані кадри з досвідом роботи, відповідними вміннями та навичками. З іншого боку, така ситуація не давала можливість окремому підприємству досягнути високих показників діяльності. Конкуренція збільшувалася, тотальне запровадження

комп'ютерних технологій у сферу виробництва та бізнес-процесів вимагало розробки нових методів управління, які дозволять підвищити конкурентоздатність та зменшити витрати. На сьогоднішній день аутсорсинг є одним із найефективніших заходів вирішення вищезазначених проблем.

Дослідник Календжян О. розглядає аутсорсинг як «передавання на тривалий термін управлінських функцій і при необхідності наявних ресурсів зовнішнім виконавцям, які можуть виконати ці функції ефективніше» [1, с. 112].

Економіст Хейвуд Дж. доповнює це визначення: «аутсорсинг передбачає передавання виконавцю не лише повноважень, але і відповідальності за виробництво певних товарів і надання певних видів послуг компаніям партнерам по бізнесу. Аутсорсинг – це відмова від власного бізнес-процесу протягом обумовленого в договорі терміну та придбання послуг з реалізації цього бізнес-процесу в іншій компанії» [5, с. 46].

Белкіна Т. вважає, що аутсорсинг (англ. outsourcing) – це «передача традиційних не ключевих функцій організації зовнішнім исполнителям – аутсорсерам, субподрядчикам, висококваліфікованим спеціалістам сторонньої фірми» [6, с. 365].

Як було зауважено вище, поняття «аутсорсинг» має закордонне походження та при його визначенні треба орієнтуватися на наступні підходи [1]:

- 1) функціонально-організаційний;
- 2) коопераційний;
- 3) управлінський.

Економіст Микало О. зазначає, що для більш точного та вичерпного розуміння терміну «аутсорсинг» необхідно враховувати елементи кожного із підходів та визначає його як «інструмент досягнення конкурентних переваг, пов'язаних не лише із зниженням собівартості продукції, а в першу чергу з необхідністю концентрувати увагу на основній діяльності – ядрі бізнесу» [1, с. 114]. На наш погляд, запропоноване визначення є доволі ґрунтовне та обумовлює головні положення поняття «аутсорсингу» та мету його використання.

Отже, нами було визначено, що являє собою аутсорсинг для вітчизняних підприємств. Разом з тим наголосимо, що це є доволі дорогий та кропіткий метод управління. Його здійснення потребує не тільки коштів та часу, а й кадрового забезпечення, тому дуже важливо обґрунтувати необхідність його здійснення, а також виявити ризики, які виникають при реалізації аутсорсингових операцій.

Для вирішення цього завдання пропонуємо більш детально розглянути види аутсорсинга. Економіст Заводовська І. виокремлює наступні його види: ІТ-аутсорсинг, аутсорсинг бізнес-процесів, виробничий аутсорсинг та аутсорсинг у сфері послуг [2]. Розглянемо їх більш детально.

ІТ-аутсорсинг передбачає перенесення на сторонні організації повністю або частково функцій забезпечення підприємства якісним програмним забезпеченням, обслуговування комп'ютерів та іншої офісної техніки з метою знизити затрати. Використання зазначеного виду аутсорсингу дозволить скоротити витрати, залучати висококваліфіковані кадри та вивільнити капітал, який необхідно інвестувати у комп'ютерне та програмне забезпечення підприємства, зменшити рівень інформаційних загроз та підвищити рівень інформаційної безпеки [3].

Аутсорсинг бізнес-процесів – це процес передачі зовнішній організації функції здійснення бізнес-процесів, які не пов'язані з виробничою діяльністю. Це дозволяє знизити витрати на їх здійснення та диверсифікувати ризик [4]. Підкреслимо, що під бізнес-процесами на промисловому підприємстві слід розуміти: маркетинг, логістику, рекламу, управління персоналом та інші [2].

Аутсорсинг у сфері послуг передбачає перенесення на сторонні організації функції обслуговування підприємства у галузі поштового зв'язку, транспорту, охорони, торговельні, готельні послуги, громадське харчування та ін. [2].

Виробничий аутсорсинг на сьогоднішній день є найбільш складним його видом у зв'язку з великим обсягом промислових робіт, які виконуються на підприємстві. Окремо треба підкреслити складність його проведення з юридичної та організаційної точки зору. До виробничо-технічного аутсорсингу запропоновано віднести аутсорсинг основного виробництва та аутсорсинг допоміжного виробництва [2].

Вищезазначені складові аутсорсингу є загальноприйнятими. Разом з тим важливою складовою великих виробничих підприємств України є науково-дослідний напрямок їх роботи. Тому, на нашу думку, доцільно окремо розглянути науково-дослідний аутсорсинг як виокремлення із структури підприємства відділів, які займаються науковою роботою. А саме розробкою ідей для створення нової продукції, науково-дослідні та конструкторські роботи у галузі розробки нових ідей, збір та обробка інформації та інші роботи наукового характеру. Разом з тим необхідно визначити ризики, які супроводжують здійснення цієї операції сторонніми організаціями.

Також окремо пропонуємо розглядати аутсорсинг об'єктів соціального значення. За радянських часів великі виробничі підприємства виконували значну соціальну функцію, на балансі кожного знаходилися будинки відпочинку,

культурні об'єкти, дитячі сади та табори. Тому важливо пам'ятати значущість соціальних об'єктів у виробничому процесі, а також необхідність забезпечити соціальну безпеку підприємства.

Отже, нами було визначено, які види аутсорсингу можуть бути застосовані підприємством. На основі цієї класифікації пропонуємо виявити ризики, які виникають у підприємства при використанні цього методу.

На рисунку 1 наведено класифікацію видів аутсорсинга та ризиків, які супроводжують їх. Пропонуємо розглянути їх більш детально.

При здійсненні ІТ-аутсорсинга велике значення набуває характеристика інформаційних ризиків, а саме ризиків: компрометації, розкриття конфіденційної інформації, помилкового використання інформаційних ресурсів, несанкціонованого обміну інформацією, відмови від обслуговування, несанкціонованого використання локальної інформації та ін. За умови реалізації цих ризиків керівництвом можуть бути прийняті неправильні рішення, які призведуть до значних фінансових втрат.

За умови виведення у аутсорсинг підрозділів, які забезпечують бізнес-процеси підприємства, ризики доцільно поділити на кадрові та інтелектуальні, маркетингові та транспортні.

Розглядаючи кадрові та інтелектуальні ризики, доцільно виокремити наступні: ризики втрати висококваліфікованих кадрів, послаблення інтелектуального потенціалу підприємства, зниження освітнього рівня працівників. Також можуть виникати помилки у плануванні ресурсів персоналу,

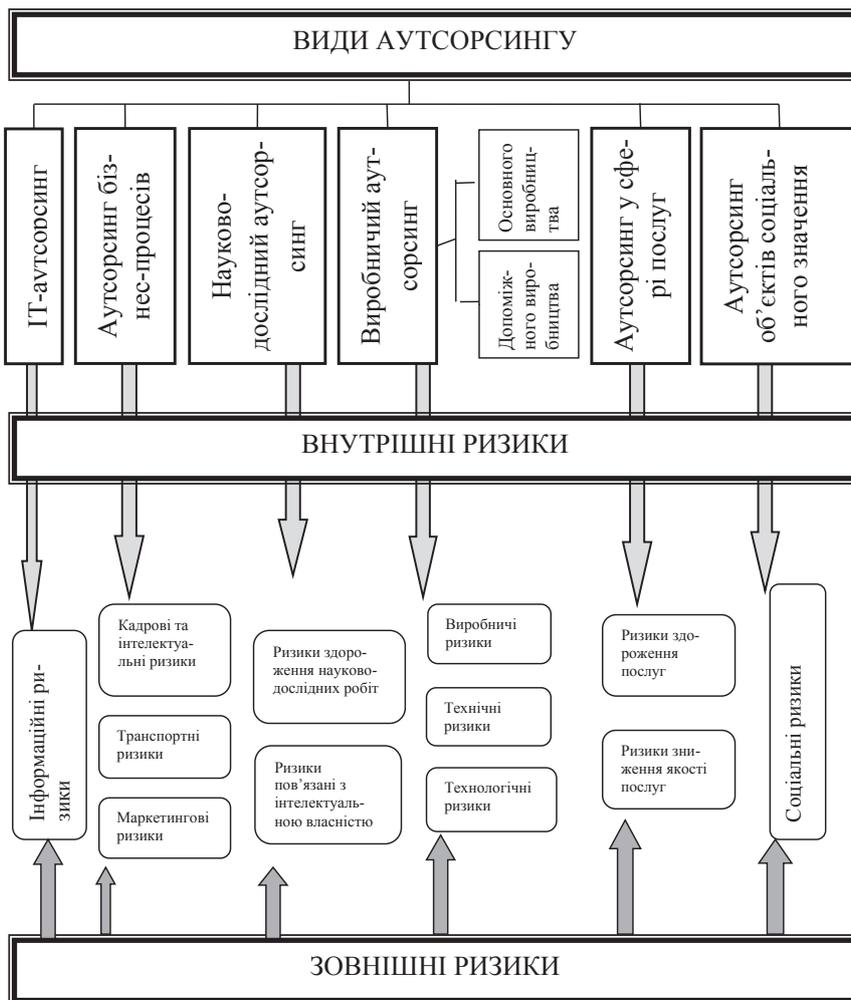


Рис. 1. Класифікація ризиків відповідно до видів аутсорсингу

зниження кількості раціоналізаторських пропозицій, неякісна перевірка кандидатів для прийняття на роботу та ін.

До маркетингових ризиків необхідно віднести послаблення адаптивних можливостей підприємства до змін ситуацій на ринку, відставання від його вимог, неефективна маркетингова стратегія та подорожчання вартості маркетингових послуг. Та як наслідок – втрати ринкових позицій та зниження прибутковості. Під транспортними ризиками мається на увазі неефективна логістика, збільшення вартості перевезень.

Окремо необхідно розглянути виробничий аутсорсинг. За умови аутсорсингу основного виробництва або (та) допоміжного виробництва виникають ризики технічного та технологічного характеру у розрізі зниження якості виконаних робіт та їх вартості. При здійсненні аутсорсингу у сфері послуг виникає ймовірність зниження їх якості та збільшення вартості.

Ризики, які виникають за умови виведення у аутсорсинг об'єктів соціального значення, пов'язані із зниженням рівня мотивації працівників, корпоративної культури, соціальної вагомості та статусу підприємства на світових ринках.

За умови ведення у аутсорсинг науково-дослідних підрозділів у підприємства виникає низка ризиків, пов'язаних із подорожчання наукових робіт. Вартість проведення науково-дослідної роботи розраховується виходячи із її тривалості, середньорічної чисельності персоналу, що виконує роботу, а також середньорічного виробітку кожного робітника. За умови залучення сторонніх організацій до зазначених показників додається прибуток організації виконавця. За умови ринкового середовища вартість надання зазначених послуг може збільшуватися у зв'язку із її трудомісткістю та використання сучасних інструментів обробки інформації. Формула вартості науково-технічних робіт буде мати вигляд:

$$V_{н/д} = (T_{н/д} \times Ч_{н/д} \times ВИР_{н/д}) + П_{орг} \quad (1)$$

де $T_{н/д}$ – тривалість науково-дослідної роботи, (років, кварталів, місяців);

$Ч_{н/д}$ – середньорічна чисельність персоналу, що виконують роботу, осіб;

$ВИР_{н/д}$ – середньорічний виробіток на одного працівника, грн.

$П_{орг}$ – прибуток сторонньої організації, що виконує науково-дослідну роботу, грн.

Формула (1) представляє собою суму собівартості виконаної роботи та нормативного прибутку. Для того щоб проаналізувати зміну вартості науково-дослідних робіт, пропонуємо розглянути динаміку обсягу наукових та науково-дослідних робіт та кількості наукових організацій.

Відповідно до таблиці 1, кількість наукових організацій зменшується протягом всього періоду дослідження. За результатами 2012 року їх обсяг зменшився на 170 одиниць по відношенню до 2008 року. Разом з тим можемо спостерігати зростання обсягу виконаних наукових робіт, по відношенню до 2008 року на 31,7% у 2012 році.

На основі проведеного аналізу показників ринку послуг науково-дослідних робіт можна стверджувати про зменшення конкуренції, що призвело до зростання вартості послуг. Якщо звернути увагу на стабільний приріст обсягу виконаних робіт, можна припустити збільшення собівартості виконання робіт.

Для підтвердження припущення щодо зростання вартості виконаних робіт пропонуємо проаналізувати стан виробничої собівартості на прикладі ПАТ «Інститут Дніпродіпротранс» на протязі 2010-2012 років.

Згідно з таблицею 2, виробнича собівартість виконаних науково-дослідних робіт на протязі 2010-2013 років збільшується. У 2011 році показник виробничої собівартості збільшився на 43,33% по відношенню до попереднього року, а у 2012 на 14,49% по відношенню до 2011 року. Збільшення відбувається за рахунок зростання матеріальних витрат та витрат на оплату праці.

Отже, за умови збільшення виробничої собівартості виникає вірогідність зростання вартості послуг виконання науково-дослідних робіт.

Висновки і пропозиції. У даній статті розглянуті види аутсорсингу, які може використовувати підприємство для оптимізації своєї діяльності. Було виявлено необхідність доповнити існуючу класифікацію двома видами аутсорсингу, а саме науково-дослідним та аутсорсингом об'єктів соціального значення. Виокремлення цих видів надає можливість більш повно виявити ризики, які виникають на підприємстві у зв'язку із застосуванням цього інструменту. У подальших дослідженнях потрібно більш детально розглянути методи оцінювання рівня ризику кожного з видів аутсорсингу для підприємства.

Таблиця 1

Динаміка показників наукових та науково-дослідних робіт в Україні у 2008-2012 рр. [8]

Показник	Од. вим.	2008	2009	2010	2011	2012
Обсяг наукових та науково-дослідних робіт, виконаних власними силами організацій (підприємств)	млн. грн	8538,9	8653,7	9867,1	10349,9	11252,7
у т. ч. технічні науки		4894,1	5181,4	6019,9	5960,5	6413,9
Кількість наукових організацій	один	1378	1340	1303	1255	1208
у т. ч. технічні науки		666	631	576	540	509

Таблиця 2

Розрахунок виробничої собівартості на ПАТ «Інститут Дніпродіпротранс» [7]

Показник, тис грн.	2010	2011	2012	Абсолютне відхилення, 2011/2010	Абсолютне відхилення, 2012/2011
Матеріальні затрати	1792	4485	9946	+2693	+5461
Витрати на оплату праці	13313	18031	20916	+4988	+2885
Відрахування на соціальні заходи	4054	5240	7613	+1186	+2373
Амортизація	402	357	358	-45	+1
Інші операційні витрати	4650	6585	894	+1935	-5691
Виробнича собівартість	24211	34698	39727	+10487	+5029

Список літератури:

1. Микало О. І. Підходи до визначення терміну «Аутсорсинг» / О. І. Микало // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2010. – С. 111-114.
2. Заводовська І. І. Основи та передумова розвитку сучасного бізнесу за умови аутсорсингу [Текст] / І. І. Заводовська // Культура народів Причорномор'я. – 2006. – № 80. – С. 43-45.
3. Лисенко Ю. Б. Модель ефективності аутсорсингу в контексті розвитку інформаційних систем економічних об'єктів / Ю. Б. Лисенко, Є. Є. Бізянов // Проблеми економіки. – 2013. – № 2. – С. 190-195.
4. Климчук М. М. Адаптивна модель протидії ризикам бізне-процесів підприємств альтернативної енергетики / М. М. Климчук // Бізнес Інформ. – 2013. – № 2. – С. 124-128.
5. Календжян С.О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний / С.О. Календжян; Академия народного хозяйства при Правительстве РФ. – М. : Дело, 2003. – 270 с.
6. Белкина Т.Ю. Проблемы внедрения аутсорсинга на промышленных предприятиях РФ / Т.Ю. Белкина // Научные сообщения, – 2012. – № 15. – С. 365-367.
7. Публічне акціонерне товариство «Інститут Дніпродіпротранс» / 01388420 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.smida.gov.ua>.
8. Наука та інновація [Електронний ресурс] : за даними Державної служби статистики ; ред. О. Г. Осауленко. – К. : CD-вид-во «ІнфоДиск», 2013. Систем. вимоги: Pentium-266 ; 32 Mb RAM; CD-ROM Windows 98/2000/NT/XP. – Назва з титул. екрану.
9. Дідух О. В. Сутність аутсорсингу та перспективи його застосування в Україні / О. В. Дідух // Економічний простір. – 2011. – № 54. – С. 173-182.

Астафьева Е. А.

Криворожский национальный университет

**КЛАССИФИКАЦИЯ РИСКОВ АУТСОРСИНГА
ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ**

Резюме

В статье рассмотрены теоретические подходы к определению сущности аутсорсинга. Были рассмотрены общепринятые определения термина «аутсорсинг» и выказаны приоритетные направления его характеристики как понятия. Акцентировано внимание на рисках, сопровождающих процесс использования аутсорсинга как инструмента оптимизации затрат. Предложена классификация рисков в соответствии с видами аутсорсинга.

Ключевые слова: аутсорсинг, классификация рисков, аутсорсинг бизнес-процессов, ИТ-аутсорсинг, аутсорсинг в сфере услуг, производственный аутсорсинг.

Astaf'eva K. A.

Kryviy Rih National University

CLASSIFICATION OF RISKS OF OUTSOURCING INDUSTRY UKRAINE

Summary

The article discussed theoretical approaches to determine the nature of outsourcing. It was generally considered the definition of priority areas identified and its characteristics as a concept. Attention is focused on the risks that accompany the process of using autvorsinh as a tool to optimize costs. Classification of risks according to the types of outsourcing.

Key words: outsourcing, risk classification, autvorsinh business processes, IT outsourcing, outsourcing in services, manufacturing outsourcing.

УДК 339.176(477.54)

Бегларашвілі О. П.

Київський національний торговельно-економічний університет

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

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

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

Постановка проблеми. Важливим фактором ста-лого та ефективного розвитку торгівлі виступає її структурна організація, від якої значною мірою залежить виконання функцій і здатність торгівлі реалізувати свою місію у сфері товарного обігу, відповідати належним чином на соціально-економічні виклики.

Останнім часом великого розвитку отримали сучасні типи магазинів. Проте якість торгового обслуговування залежить не тільки від кількості торговельних об'єктів, але й від правильного їх розміщення на території міста з урахуванням соціально-економічних ознак і демографічних

особливостей адміністративного центру. Актуальність дослідження зумовлена диспропорцією регіонального розвитку магазинів в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем розвитку роздрібно-торгівельної мережі займаються зарубіжні і вітчизняні науковці, а саме: Б. Берман визначає стратегічні підходи до роздрібно-торгівлі, О. Голошубова досліджує проблеми структурної перебудови споживчими товарами [1], О. Кавун працює над вивченням особливостей функціонування торговельних мереж в Україні, Е. Локтев та Л. Саркісян досліджують питання підвищення ефективності розвитку роздрібно-торгівельної мережі [4]. Однак залишається низка проблем розвитку роздрібно-торгівельної мережі на регіональному рівні, які потребують більш детального розгляду.

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

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

«Постійне збільшення форматів торгівлі, роздрібно-товарообігу та конкуренції на ринку вимагають відповідного кількісного і якісного аналізу роздрібно-торгівельної мережі та її вдосконалення. На якість торговельного обслуговування впливає кількість магазинів масштаби їхньої діяльності, відповідне розміщення на території міста та забезпеченість населення магазинами.

Сьогодні існують різні підходи до визначення ефективності формування та використання торговельної мережі. Загальноосвітні процеси глобалізації, трансформації соціально-економічних відносин довели, що важливою особливістю щодо підвищення ефективності роздрібно-торгівельної мережі є необхідність її територіального розміщення з урахуванням соціально-економічних особливостей міст і сіл» [4, с. 110].

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

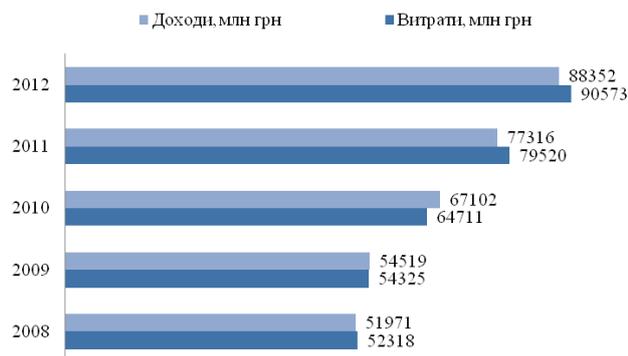


Рис. 1. Доходи і витрати населення у Харківській області у 2008-2012 рр. [2, с. 17, 29]

Аналізуючи дані діаграми, можна дійти висновку, що протягом досліджуваного періоду доходи населення у Харківській області зросли із 51971 млн грн. до 88352 млн грн., тобто в 1,7 рази.

Слід зауважити, що витати населення відповідно зросли з 52318 млн грн. до 90573 млн грн. Проте, якщо у 2008 р. обсяг витрат перевищував обсяг доходів населення на 1%, то у вже у 2012 р. аналогічні показники різнилися майже на 3%. Перевищення витрат над доходами населення у досліджуваному регіоні пояснюється зростанням кількості споживчих кредитів, які пропонуються роздрібно-торгівельною мережею та банківськими установами з метою прискорення обороту запасів та стимулювання продажу товарів попереднього вибору.

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

Таблиця 1
Індекси споживчих цін у Харківській області у 2008-2012 рр. [3, с. 69] (до попереднього року, %)

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.
Україна	125,2	115,9	109,4	108,0	100,6
Харківська обл.	128,2	118,6	109,5	107,3	100,3

Показники таблиці 1 свідчать про те, що індекс споживчих цін у Харківській області протягом 2008-2010 рр. був вищий, ніж у середньому по Україні за цей період. Проте з 2011 р. можна спостерігати протилежну ситуацію. Так, якщо в Україні індекси споживчих цін у 2012 р. становив 100,6% до попереднього року, то в Харківській області даний показник відповідає 100,3% до попереднього року, тобто на 0,3% менше.

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

Роздрібний товарообіг підприємств-юридичних осіб у Харківській області у 2008-2012 рр. представлений у таблиці 2.

Показники таблиці 2 демонструють зростання роздрібно-товарообігу підприємств роздрібно-торгівлі, (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним) у Харківській області у 2009-2012 рр. на 56%. Товарообіг в магазинах, що торгують переважно продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах зріс на 52% – з 5941 млн грн. у 2009 р. до 9031 млн грн. у 2012 р. Значно зріс товарообіг у магазинах, що торгують переважно продовольчими товарами у спеціалізованих магазинах у 3,1 рази – з 226 млн грн. у 2009 р. до 711 млн грн. у 2012 р. Аналогічна тенденція спостерігається і з показником товарообігу в магазинах, що торгують переважно непродовольчими товарами у спеціалізованих магазинах – цей показник зріс на 89%, проте у неспеціалізованих магазинах він знизився на 37%.

Зазначимо, що товарообіг поза магазинами протягом аналізованого періоду знизився майже у 5 разів. Дану ситуацію можна пояснити тим, що продаж споживчих товарів через нецивілізовані

Таблиця 2

Роздрібний товарообіг роздрібною торгівлі (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та паливом) у Харківській області у 2009-2012 рр. [5, с. 24-25] (млн грн.)

Товарообіг	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до 2009 р., %
Товарообіг усього у тому числі, що торгують переважно	10234	11557	14825	15941	156
продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	5941	6200	8159	9031	152
продовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	226	513	589	711	315
непродовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	810	499	542	507	63
непродовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	2985	4039	5227	5640	189
поза магазинами	272	306	308	51	19

Таблиця 3

Магазини підприємств – юридичних осіб у Харківській області у 2009-2012 рр. [5, с. 46-55; 7, с. 104-148]

Показники	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до 2008 р., %
Кількість магазинів, од.	2110	2213	2297	2301	109
у міських поселеннях, од.	1816	1947	2063	2104	116
їх частка, %	86	88	90	91	106
у сільській місцевості, од.	294	266	234	197	67
Торговельна площа магазинів, тис. м ²	522	545	589	587	112
у міських поселеннях, тис. м ²	492	517	563	563	114
їх частка, %	94	95	96	96	102
у сільській місцевості, тис. м ²	31	28	26	24	77
Забезпеченість населення торговельною площею магазинів, м ² на 10000 осіб	1886	1977	2149	2140	113
у міських поселеннях	2220	2342	2561	2553	115
у сільській місцевості	555	511	488	450	81
Торговельна площа на 1 магазин, м ²	247	246	256	255	103
у міських поселеннях	271	266	273	268	99
у сільській місцевості	105	105	111	122	116

канали продажу із року в рік скорочується. Разом з тим, хоча метод продажу товарів населенню на замовлення (через інтернет-магазини) все більше набирає популярності, він ще є недостатньо розвинутий в даному регіоні, щоб можна було свідчити про значне зростання товарообігу.

Основним видом роздрібною торговельною мережі залишається магазин. Магазини роздрібною торговельною мережі підприємств-юридичних осіб у Харківській області у 2008-2012 рр. характеризують показники таблиці 3.

Аналізуючи дані таблиці 3, можна зробити висновок, що протягом досліджуваного періоду у Харківській області збільшилася кількість магазинів з 2110 од. у 2009 р. до 2301 од. у 2012 р., що становить 9%. Про це свідчить збільшення кількості магазинів у міських поселеннях з 1816 од. у 2009 р. до 2104 од. у 2012 р., що становить 16%.

«Важливу роль у розвитку міської торговельною мережі відіграє розширення містобудівної структури і створення нових житлових масивів. У теперішній час у великих обласних центрах України збільшуються обсяги житлового будівництва і в нових житлових утвореннях передбачається будівництво магазинів» [4, с. 112]. Так, за даними Державного управління статистики України, у досліджуваному періоді у Харківській області прийняття в експлуатацію житла у міських поселеннях скоротилося з 406 тис. м² загальної площі у 2009 р. до 299 тис. м² у 2012 р. як наслідок фінансово-економічної кризи [7, с. 115]. Однак, незважаючи на суттєве зниження даного показника, Харківська область посідає за ним сьоме місце у 2012 р. в Україні.

Проте, у сільській місцевості даний показник знизився на 33%. До причин виникнення даної

ситуації можна віднести зниження кількості наявного населення у сільській місцевості Харківської області із 555,0 тис. осіб у 2009 р. до 539,5 тис. осіб у 2012 р. [6, с. 19; 7, с. 20]. Разом з тим можна спостерігати збільшення торговельною площі магазинів на 12% за досліджуваний період.

Варто зауважити, що за рахунок зростання забезпеченості населення торговельною площею магазинів у міських поселеннях на 15% та зменшення у сільській місцевості на 19%, забезпеченість населення торговельною площею магазинів на 10000 осіб зросла з 1886 м² у 2009 р. до 2140 м² у 2012 р., що відповідає 13%. Протягом досліджуваного періоду значно зріс показник торговельною площі на 1 магазин у сільській місцевості. Так, у 2009 р. торгова площа одного магазину у становила 105 м², то у 2012 р. – 122 м², тобто збільшилася на 16%. Проте дещо інша ситуація складається у міських поселеннях Харківської області – торговельна площа на один магазин протягом аналізованих чотирьох років зменшилася на 1% (з 271 м² у 2009 р. до 268 м² у 2012 р.).

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

Виходячи з даних таблиці 4, можна стверджувати про зменшення загальної кількості магазинів, що реалізують продовольчі товари протягом 2009-2012 рр. з 959 од. у 2009 р. до 836 од. у 2012 р. на 13%. Разом з тим можна стверджувати про збільшення їхньої торговельною площі на 8%. Очевидним є зростання кількості супермаркетів та гіпермаркетів на 21% та їхньої торговельною площі протягом досліджуваного

періоду. Можна спостерігати зменшення кількості неспеціалізованих магазинів, що реалізують продовольчі товари, з 482 од. у 2009 р. до 389 од. у 2012 р., що становить 29%, а також кількості спеціалізованих продовольчих магазинів із 382 од. у 2009 р. до 332 од. у 2012 р., що становить 13%. Це свідчить про те, що населення Харківської області при купівлі продовольчих товарів все більше віддає перевагу супермаркетам і гіпермаркетам.

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

Аналізуючи показники таблиці 5, можна зробити висновок про збільшення кількості неспеціалізованих магазинів, що реалізують переважно непродовольчі товари, з 23 од. у 2009 р. до 30 од. у 2012 р., що відповідає 30%, хоча їхня торговельна площа не зазнала змін. Разом з тим можна спостерігати тенденцію до зменшення кількості та торговельної площі універмагів і будинків торгівлі відповідно на 25% і 31% протягом досліджуваного періоду. Дані таблиці свідчать про те, що населення Харківської області при купівлі непродовольчих товарів все більше віддає перевагу спеціалізованим і неспеціалізованим магазинам, але не універмагам і будинкам торгівлі.

На думку науковців Ю. Шпильової та І. Шпильового, основними завданнями сталого розвитку торгівлі, зокрема магазинів, є:

- «формування інфраструктури спеціалізованих підприємств торгівлі та сфери послуг за рахунок розширення мережі з урахуванням перспективних потреб та екологічних обмежень;
- залучення інвестицій у розвиток підприємств торгівлі, побутового обслуговування;
- поступове перетворення ринків із продажу продовольчих і непродовольчих товарів у сучасні торговельно-сервісні комплекси» [8, с. 118].

Разом з тим Н. Голошубова вважає, що для удосконалення роздрібною торговельною мережі, зокрема магазинів, необхідно вирішити такі проблеми:

- створити ефективну систему державного регулювання структурно-територіальної організації роздрібною торгівлі;
- розширити права та обов'язки й підвищити відповідальність місцевих органів державної влади за структурно-територіальну організацію роздрібною торгівлі;
- розробити нормативи забезпеченості роздрібними торговельними об'єктами та удосконалити нормативний метод визначення потреби у всіх видах торговельних об'єктів, у тому числі магазинах;
- стимулювати розвиток сучасних типів магазинів і досягти оптимального співвідношення між ними та іншими видами торговельних об'єктів» [1, с. 24].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, можна зробити висновок, що роздрібна торговельна мережа магазинів Харківської області у 2009-2012 рр. мала певні структурні зрушення. Так, можна стверджувати про незначне збільшення кількості магазинів у міських поселеннях і скорочення їх чисельності у сільській місцевості, збільшення кількості продовольчих супермаркетів та гіпермаркетів, їхньої торгової площі.

Однак забезпеченість населення торговою площею магазинів, м² на 10000 осіб, у міських поселеннях значно вища за аналогічний показник у сільській місцевості.

Співвідношення між продовольчими і непродовольчими магазинами відображає рівень соціально-економічного розвитку країни, перш за все піділ суспільства за доходами населення, його структуру споживання, відсутність належного регулювання розвитку роздрібною торговельною мережі з боку державних органів влади. У розвинених

Таблиця 4

Мережа магазинів з торгівлі продовольчими товарами підприємств – юридичних осіб у Харківській області у 2009-2012 рр. [5, с. 132; 138-141]

Магазини	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до 2009 р., %
Неспеціалізовані магазини, од.	482	418	434	389	81
їхня торговельна площа, тис. м ²	65	46	53	52	80
Супермаркети і гіпермаркети, од.	95	109	115	115	121
їхня торговельна площа, тис. м ²	158	172	208	198	125
Спеціалізовані продовольчі магазини, од.	382	403	362	332	87
їхня торговельна площа, тис. м ²	34	37	30	27	79
Разом продовольчі магазини, од.	959	930	911	836	87
їхня торговельна площа, тис. м ²	257	254	291	277	108

Таблиця 5

Мережа магазинів з торгівлі непродовольчими товарами підприємств – юридичних осіб у Харківській області у 2009-2012 рр. [5, с. 133, 142-145]

Магазини	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до 2009 р., %
Неспеціалізовані магазини, од.	23	22	30	30	130
їхня торговельна площа, тис. м ²	4	4	5	4	100
Універмаги і будинки торгівлі, од.	8	6	6	6	75
їхня торговельна площа, тис. м ²	26	18	18	18	69
Спеціалізовані непродовольчі магазини, од.	1120	1255	1350	1429	128
їхня торговельна площа, тис. м ²	235	268	276	288	123
Разом непродовольчі магазини, од.	1151	1283	1386	1465	127
їхня торговельна площа, тис. м ²	265	290	299	310	117

країнах переважають непродовольчі магазини як по товарообігу, так і торговельній площі усіх магазинів: середній розмір одного непродовольчого магазину значно більше продовольчого [1, с. 22].

Як показали результати дослідження, у Харківській області склалась інша ситуація. Що зумовлює необхідність подальших досліджень тенденцій розвитку магазинів у регіонах України.

Список літератури:

1. Голошубова Н.О. Структурна перебудова торгівлі споживчими товарами / Н.О. Голошубова // Товари і ринки. – 2013. – № 1. – С. 16-28.
2. Доходи і витрати населення за 2012 рік за регіонами України. Статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К. – 2014. – 106 с.
3. Індeksi споживчих цін. 2012 рік. Статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К. – 2013. – 175 с.
4. Локтев Е.М. До питання підвищення ефективності розвитку роздрібно-торгівельної мережі / Е.М. Локтев, Л.Г. Саркісян, В.В. Смазної // Вісник ДонНУЕТ. Сер. : Економічні науки. – 2013. – № 4(60). – С. 109-115.
5. Роздрібно-торгівля України у 2012 році. Статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К. – 2013. – 173 с.
6. Україна у цифрах у 2009 році. Статистичний збірник / Державне підприємство «Інформаційно-аналітичне агентство». – К. – 2010. – 257 с.
7. Україна у цифрах у 2012 році. Статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К. – 2013. – 248 с.
8. Шпильова Ю.Б. Сталий розвиток роздрібно-торгівлі України / Ю.Б. Шпильова, І.М. Шпильовий // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. – 2012. – № 1. – С. 108-120.

Бегларашвили О. П.

Киевский национальный торгово-экономический университет

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ХАРЬКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Резюме

Освещены региональные аспекты основных показателей развития магазинов розничной торговли Харьковской области. Проанализирована динамика показателей количества предприятий, торговой площади магазинов розничной торговли, товарооборота розничной торговли предприятий – юридических лиц, обеспеченности населения торговой площадью, доходы и издержки населения, индексы потребительских цен. **Ключевые слова:** розничная торговая сеть, магазин, розничный товароборот.

Beglarashvili O. P.

Kyiv National University of Trade and Economics

KHARKIV REGION COMMERCIAL ESTABLISHMENT DEVELOPMENT TRENDS

Summary

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

Key words: retail network, shop, retail turnover.

УДК 331.2

Безкровна Н. Г.

Українська інженерно-педагогічна академія

ОПТИМІЗАЦІЯ РІВНЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ З УРАХУВАННЯМ ВПЛИВУ ВИРОБНИЧИХ І ПОЗАВИРОБНИЧИХ ФАКТОРІВ

Досліджено фактори, що впливають на рівень оплати праці, визначений ступінь та характер їх впливу. Викладено положення методики оціночного розрахунку рівня заробітної плати. Наведено та проаналізовано результати експериментальної перевірки даної методики.

Ключові слова: заробітна плата, рівень, оцінка, методика, вплив, інфляція, прибуток.

Постановка проблеми. За теперішнього часу Україна як держава переживає дуже складний період політичної і як наслідок економічної кризи. Проблеми внутрішньої та зовнішньої політики не можуть не відбиватися на економічному стані всього суспільства. Особливості та напруження кризових викликів потребують невідкладних рішучих дій стосовно стабілізації та забезпечення нормального, ефективного розвитку економічної

системи. Проблема оптимізації рівня заробітної плати завжди є актуальною, такою, що потребує змін та удосконалення у відповідності до конкретних умов поточного періоду. Економіка країни знаходиться у стані постійного руху та розвитку, безперервно змінюються як об'єктивні, так і суб'єктивні фактори впливу. В результаті цього система регулювання, збалансування економічних процесів повинна відповідно і своєчасно реагувати

на зміни з метою недопущення порушень і занепаду, а також з метою досягнення оптимального та ефективного розвитку за будь-яких умов.

Відомо, що економічні системи навіть за достатньо сприятливих умов переживають закономірні циклічні фази розвитку, тобто кризи, стабілізацію, підйом та розвиток. Кожна з цих фаз невідворотна і має свої особливості, з урахуванням яких потрібно вибудовувати економічну політику держави та формувати економічний механізм регулювання господарських та суспільних процесів.

Одним з найважливіших факторів розвитку економіки є правильно організована оплата праці. Рівень заробітної плати забезпечує певний рівень життя населення, гарантує відтворення робочої сили, характеризує соціальну політику держави, формує платоспроможний попит, виступає серйозним мотиваційним фактором до праці. Оптимізація рівня заробітної плати, приведення розміру оплати праці у відповідність з іншими основними процесами економічного розвитку здатні забезпечити гармонійне, збалансоване та ефективно поєднання різноманітних напрямків та впливів у економіці.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Методологічні, методичні та прикладні питання багатопланової проблеми регулювання заробітної плати завжди були предметом наукових досліджень. Різні аспекти цієї проблеми за умов реформування економіки досліджували вчені України – Андрієнко В.Ф., Базилук А.В., Богиня Д.П., Бондар І.К., Бугуцький О.А., Гальчинський А.С., Данюк В.М., Дем'яненко С.І., Єщенко П.С., Завіновська Г.Т., Калина А.В., Колот А.М., Кир'ян Т.М., Куліков Г.Т., Лагутін В.Д., Лібанова Е.М., Ломанов І.Ф., Лук'яненко Н.Д., Мандибуря В.О., Махненко М.М., Малік М.Й., Новіков В.М., Онищенко В.П., Онікієнко В.В., Павловська Н.О., Палкін Ю.І., Петюх В.М., Плаксов В.А., Покропивний С.Ф., Ревенко А.Ф., Тимофеев В.О., Турецький О.А., Уманський О.М., Фільштейн Л.М., Чухно А.А. та інші. Проблеми регулювання заробітної плати присвячені роботи вчених країн СНД – Волгіна Н.А., Головачова А.С., Жукова А.Л., Капустіна Є.І., Карпуніна Д.М., Кокіна Ю.П., Колосової Р.П., Костіна Л.А., Кунельського Л.Е., Ракитського Б.В., Слезінгера Г.Е., Шкурко С.І., Яковлева Р.А. та інших.

У працях цих вчених досліджуються зміни в системі розподільних відносин, констатуються негативні процеси в соціально-трудовій сфері, розглядаються окремі аспекти вдосконалення чинного механізму регулювання заробітної плати. Проте висновки та рекомендації щодо удосконалення сфери оплати праці та напрямків подолання проблем бувають достатньо неоднорідні, напрацьовані для визначених конкретних умов того чи іншого випадку і не завжди ефективні для використання у реаліях сьогодення.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У сучасний період в Україні питання оплати праці регулюються численними законодавчими актами: кодексом законів про працю України, Законом України «Про колективні договори і угоди», Законом України «Про підприємства», та ін. Економічні, правові та організаційні засади оплати праці працівників підприємств визначаються Законом України «Про оплату праці». Він спрямований на забезпечення відтворювальної та стимулюючої функції заробітної плати. Згідно із зазначеним законом сутність заробітної плати визначається як "винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку власник або упо-

вноважений ним орган виплачує працівникові за виконану роботу. Розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства» [1, с. 143].

У наведеному формулюванні сутності заробітної плати закон не розкриває її економічної природи, а замість цього при оцінці її рівня відсилає до трудової угоди та результатів господарської діяльності підприємства.

Заробітна плата не повинна визначатися як сума, яку власник підприємства або держава в змозі чи згодні заплатити. Її рівень повинен бути науково обґрунтованим. Необхідно, щоб розмір оплати праці міг забезпечувати відтворювання робочої сили та виконував стимулюючу функцію мотивації до праці. Заробітна плата повинна збільшуватися у результаті зростання споживчих цін на товари та послуги загального вжитку, необхідно корегувати її величину в залежності від продуктивності праці на підприємстві, від того, яку частину прибутку у підприємстві направляють на матеріальне заохочення. Розмір заробітної плати є важливою макроекономічною категорією, тому його потрібно розраховувати у відповідності з величиною валового внутрішнього продукту. Якщо в економічній системі рівень заробітної плати буде надто високим, це призведе до необґрунтованого зростання цін на товари та послуги, тобто до небажаної інфляції; якщо, навпаки, рівень заробітної плати буде заниженим, в економіці може настати криза неплатоспроможного попиту. Звісно, економічна система має важелі, за допомогою яких можна знівелювати наслідки таких порушень, але у цьому навіть не буде потреби, якщо рівень заробітної плати буде розраховуватися обґрунтовано у відповідності з названими важливими факторами.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є визначення методів і напрямів оптимізації системи заробітної плати. Розкриття сутності нової методики визначення рівня оплати праці з урахуванням зміни продуктивності праці, а також коливань цін на споживчі товари, питомої ваги заробітної плати в сукупному суспільному продукті, питомої ваги чистого прибутку підприємства у балансовому прибутку. Наведення та аналіз результатів експериментальної перевірки вказаної методики.

Виклад основного матеріалу. За даними Держстату України середньомісячна заробітна плата штатних працівників за січень-березень 2014 року становила 3244 грн., що на 5,3% більше ніж у відповідному періоді 2013 року.

У промисловості середньомісячна заробітна плата за січень-березень 2014 року у порівнянні з відповідним періодом 2013 року зросла на 4,5% і склала 3766 гривень.

За січень-березень 2014 року індекс реальної заробітної плати по відношенню до відповідного періоду попереднього року становив 103,5 відсотка.

Індекс реальної заробітної плати у березні 2014 року по відношенню до лютого становив 104,1%, а в порівнянні з березнем 2013 року – 102,4%.

Разом з тим Індекс споживчих цін за даними Держстату України у квітні 2014 року по відношенню до попереднього місяця склав 103,3%, а порівняно з груднем 2013 року – 106,4 відсотка [2].

На основі наведених даних можна зробити висновок, що зростання заробітної плати проходить у достатній відповідності до підвищення цін, але останнім часом ціни на споживчі товари збільшуються надто стрімко.

Проведення політики соціального захисту на підприємстві сприяє підвищенню заробітної плати працюючих відповідно до інфляційного зростання цін на споживчі товари. Результати проведених досліджень показують, що при визначенні оптимального рівня заробітної плати необхідно враховувати також зміну частки заробітної плати у сукупному валовому продукті; в якості умови, що обмежує, виступає зміна частки прибутку, яка залишається в розпорядженні підприємства на матеріальне заохочення у балансовому прибутку, а також індекс зміни продуктивності праці [4, с. 178]. Таким чином, формула розрахунку нового рівня заробітної плати (Зн) має вигляд:

$$Z_n = ((Z_b \times I_{rc}) / I_{zp}) \times (1 \pm (I_{cp} \pm I_{pt}) / 100) \quad (2)$$

де Z_b – базовий рівень заробітної плати, грн.;

I_{rc} – індекс зростання цін на споживчі товари;

I_{zp} – індекс, що виражає питома вага заробітної плати в сукупному валовому продукті;

I_{cp} – індекс питомої ваги чистого прибутку підприємства на матеріальне заохочення у балансовому прибутку;

I_{pt} – індекс зміни продуктивності праці.

У ході експериментальної перевірки даного методу для підтвердження теоретичної достовірності та практичної доцільності формули, що перевіряється, були проведені розрахунки по зміні абсолютного рівня заробітної плати залежно від зміни значень факторів за варіантами. При цьому враховувалися наступні умови:

діапазон змін значень факторів від 0,1 до 0,6 пункту при кроці пункту 0,1;

значення факторів відповідають позначенням, що виражають формулу розрахунку нового рівня заробітної плати;

базовий рівень заробітної плати змінюється від 1000 до 10 000 грн. при кроці 100 грн.

Щоб встановити залежність між зміною рівня заробітної плати і значеннями його чинників, що його визначають, для кожного з десяти значень базового рівня заробітної плати були зроблені розрахунки за наступними восьми варіантами:

1. Зростання індексу цін на споживчі товари та послуги від 0,1 до 0,6 при кроці 0,1 і незмінності інших факторів (при їх значенні +0,1).

2. Зростання індексу питомої ваги зарплати у валовому продукті від 0,1 до 0,6 при кроці 0,1 і незмінності інших факторів (при їх значенні +0,1).

3. Зростання індексу частки чистого прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства на матеріальне заохочення, в балансовому прибутку від 0,1 до 0,6 при кроці 0,1 і незмінності інших факторів (при їх значенні +0,1).

4. Те ж, при зростанні індексу продуктивності праці.

5. Зниження індексу частки чистого прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства на матеріальне заохочення від (-0,1) до (-0,6) при кроці (-0,1) і незмінності інших факторів (при їх значенні +0,1).

6. Одночасне зниження індексу чистого прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства на матеріальне заохочення, а також індексу продуктивності праці від (-0,1) до (-0,6) при кроці (-0,1) і незмінності інших факторів (при їх значенні +0,1).

7. Одночасне збільшення індексу чистого прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства на матеріальне заохочення, а також індексу продуктивності праці від (0,1) до (0,6) при кроці (0,1) і незмінності інших факторів (при їх значенні +0,1).

8. Одночасне збільшення індексів цін на споживчі товари і питомої ваги заробітної плати у валовому продукті від 0,1 до 0,6 при кроці +0,1, а також одночасне зниження індексів частки чистого прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства на матеріальне заохочення та індексу продуктивності праці від (-0,1) до (-0,6) при кроці (-0,1)

Як приклад в табл. 1 наведені значення нового рівня заробітної плати при зростанні базової ставки заробітної плати від 1000 до 10 000 грн. і індексу зростання цін на споживчі товари від 0,1 до 0,6 (варіант 1).

На підставі даних табл. 1 можна встановити коефіцієнти абсолютного і відносного зміни рівня нової заробітної плати залежно від зміни базового її рівня і індексу зростання цін на споживчі товари (табл. 2)

При базовому рівні зарплати, наприклад, в 6000 грн. і індексі зростання цін 0,6

$$Z_n = 6000 \cdot 7,2 = 43200 \text{ грн.}$$

З таблиці 2 видно, що відносні індекси характеризують зростання нової заробітної плати залежно від зростання цін по кривій, що затухає.

Аналогічним чином були зроблені розрахунки та висновки по решті семи варіантам. При цьому значний інтерес представляє показник перевищення рівня нової заробітної плати (Зн) над базовим її рівнем (Зб) (табл. 3)

З таблиці 3 видно, що рівень перевищення не залежить від базового рівня зарплати. Найбільш високий рівень аналізованого показника досягається у варіанті 1 (при зростанні цін на споживчі товари і незмінності значень інших факторів). При варіанті 7 встановлюється більш реальне і

Таблиця 1

Систематизація значень нового рівня заробітної плати при зростанні базової заробітної плати від 1000 до 10 000 грн та індекса зростання цін на споживчі товари від 0,1 до 0,6 (варіант 1)

Базовий рівень зарплати, грн	Значення індекса зростання цін на споживчі товари					
	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6
1 000	1200	2400	3600	4800	6000	7200
2 000	2400	4800	7200	9600	12000	14400
3 000	3600	7200	10800	14400	18000	21600
4 000	4800	9600	14400	19200	24000	38800
5 000	6000	12000	18000	24000	30000	36000
6 000	7200	14400	21600	28800	36000	43200
7 000	8400	16800	25200	33600	42000	50400
8 000	9600	19200	28800	38400	48000	57600
9 000	10800	21600	32400	43200	54000	64800
10 000	12000	24000	36000	48000	60000	72000

Таблиця 2
Зміна абсолютних і відносних коефіцієнтів
рівня нової заробітної плати залежно від індексу
цін на споживчі товари (за варіантом 1)

Базовий рівень зарплати, грн	Абсолютні і відносні зміни зарплати при індексі цін:					
	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6
Індекс абсолютної зміни						
	1,200	2,400	3,600	4,800	6,000	7,200
Індекс відносної зміни						
1 000	1,200	2,000	1,500	1,333	1,250	1,200
2 000	1,200	*	*	*	*	*
3 000	1,200	*	*	*	*	*
4 000	1,200	*	*	*	*	*
5 000	1,200	*	*	*	*	*
6 000	1,200	*	*	*	*	*
7 000	1,200	*	*	*	*	*
8 000	1,200	*	*	*	*	*
9 000	1,200	*	*	*	*	*
10 000	1,200	*	*	*	*	*

стійке зростання заробітної плати (при одночасному зростанні значень двох факторів, незважаючи на зниження двох інших) Варіанти 3 і 4 дають однакові темпи приросту аналізованого показника, що свідчить про однаковий ступінь впливу на рівень зарплати індексів підприємства і продуктивності праці.

Варіанти 6 і 8 однаковою мірою знижують рівень зарплати вже при значенні індексу всіх факторів 0,1. При цьому три індекси: зростання питомої ваги зарплати у валовому продукті, зниження прибутку підприємства та продуктивності праці

впливають на зарплату в одному напрямку: знижують її рівень.

У табл. 4 представлені індекси абсолютної зміни зарплати по відношенню до її базового рівня для всіх варіантів розрахунку.

Індекси відносної зміни зарплати наводяться в табл. 5.

Дані таблиць 4 і 5 підтверджують результати аналізу і, зокрема, виявляють, що за варіантами 2; 5; 6; і 8 фактори росту індексу «питоме зростання зарплати у валовому продукті», а також зниження індексу «прибуток підприємства на матеріальне заохочення» та індексу «продуктивність праці» однозначно впливають понижувально на рівень заробітної плати. Фактори зростання індексу цін і індексу питомої ваги зарплати у валовому продукті впливають на рівень зарплати визначальним чином: перший на її зростання, другий – на зниження.

Висновки і пропозиції. Встановлені залежності підтверджують два важливих положення: сукупність чинників, що враховуються, є повною; запропонована формула розрахунку заробітної плати з урахуванням фактичних значень факторів теоретично обґрунтована.

Застосування запропонованої формули забезпечуватиме науково – обґрунтоване встановлення рівня заробітної плати. При цьому не буде крайньої необхідності підвищувати цей рівень за рахунок доплат, надбавок і премій. Між зарплатою та її питомою вагою у валовому внутрішньому продукті існує зворотна залежність. Тому, якщо питома вага буде менше 10%, рівень заробітної плати необґрунтовано зросте.

Зростання продуктивності праці і частки прибутку на матеріальне заохочення у балансовому

Таблиця 3
Перевищення рівня заробітної плати над базовим її рівнем при різних варіантах розрахунків

Базовий рівень зарплати, грн	Діапазон зміни перевищення (Зн) над (Зб) при різних варіантах розрахунків, %							
	1	2	3	4	5	6	7	8
100	120-720	120-20	120-170	120-170	100-50	80-0	120-220	80-0
200	120-720	120-20	120-170	120-170	100-50	80-0	120-220	80-0
300	120-720	120-20	120-170	120-170	100-50	80-0	120-220	80-0
400	120-720	120-20	120-170	120-170	100-50	80-0	120-220	80-0
і т. д.								

Таблиця 4
Систематизація індексів абсолютної зміни зарплати в порівнянні з її базовим рівнем

Індекс значень факторів	Індекси абсолютної зміни (Зн) порівняно з (Зб) при різних варіантах розрахунку							
	1	2	3	4	5	6	7	8
0,1	1,2	1,20	1,20	1,20	1,0	0,8	1,2	0,8
0,2	2,4	0,60	1,30	1,30	0,9	0,6	1,4	0,6
0,3	3,6	0,40	1,40	1,40	0,8	0,4	1,6	0,4
0,4	4,8	0,30	1,50	0,7	0,2	1,8	0,2	0,2
0,5	6,0	0,24	1,60	1,60	0,6	0,0	2,0	0,0
0,6	7,2	0,20	1,70	1,70	0,5	0,0	2,2	0,0

Таблиця 5
Систематизація індексів відносної зміни зарплати

Індекс значень факторів	Індекси відносної зміни (Зн) порівняно з (Зб) при різних варіантах розрахунку							
	1	2	3	4	5	6	7	8
0,1	1,200	1,200	1,200	1,200	1,000	0,800	1,200	0,800
0,2	2,000	0,500	1,083	1,083	0,900	0,750	1,107	0,750
0,3	1,500	0,667	1,077	1,077	0,889	0,667	1,143	0,667
0,4	1,333	0,750	1,071	0,875	0,500	1,125	0,500	0,500
0,5	1,250	0,800	1,067	1,067	0,857	0,000	1,111	0,000
0,6	1,200	0,833	1,063	1,063	1,063	0,833	0,000	1,100

прибутку підприємства повинні однаковою мірою призводити до підвищення зарплати і висловлювати прогресивність і реальність економічного процесу регулювання заробітної плати у зв'язку з господарськими можливостями виробництва.

Таким чином, за результатами розрахунків можна зробити висновок про залежність рівня заробітної плати від результатів виробничої діяльності підприємств, що визначаються показниками продуктивності праці, обсягу виробництва, якості продукції, собівартості і т. д., а також від невиробничих факторів (наприклад, від зміни цін на споживчі товари і інших умов). Оскільки рівень зарплати виробничих,

комерційних підприємств залежить від розмірів одержуваного прибутку і від самого факту її отримання, показник частки прибутку на матеріальне заохочення непрямым чином враховує результати роботи загалом підприємства. Наприклад, результати роботи служби маркетингових досліджень, від якої залежить успішність просування товару на ринку.

Розроблена методика сприяє стимулюванню інтересів колективів у виявленні і використанні резервів для створення оптимальної моделі розвитку виробництва, а також дозволяє більш точно і повно враховувати вплив не залежних від підприємства факторів на рівень заробітної плати.

Список літератури:

1. Калина А. В. Методологічні підходи до формування організаційно – економічного механізму стимулювання праці персоналу/А. В. Калина. – Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. – Спец. вип.: 3 т. Соціально – трудові відносини: теорія і практика. – К.: КНЕУ, 2010. – с. 140-147.
2. <http://www.mlsp.gov.ua> (http://www.mlsp.gov.ua/labour/control/uk/publish/category;jsessionid=46DB420D55976AA8BC60DE065808A5CE.app1?cat_id=141688)
3. Безкровная Н. Г. Методы определения уровня оплаты труда в соответствии с экономическими реалиями современного периода. Проблемы і перспективи стійкого розвитку підприємств малого та середнього бізнесу України: колективна монографія в двох томах. Т2/ під заг. ред. К.Ф. Ковальчука. – Дніпропетровськ: ІМА – прес, 2012. – 172 с.; с. 50 – 60.
4. Ковалев В. Н., Безкровная Н. Г. Методы оценки зависимости уровня заработной платы от производственных и непроизводственных факторов. Социально – экономические аспекты промышленной политики: Сб. науч. тр./ НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти; редкол.:А. И. Амоша(отв. ред.) и др.- Донецк, 1998. – 352 с.; с. 176-180

Безкровная Н. Г.

Украинская инженерно-педагогическая академия

ОПТИМИЗАЦИЯ УРОВНЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ С УЧЕТОМ ВЛИЯНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ И НЕПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФАКТОРОВ

Резюме

Исследованы факторы, влияющие на уровень оплаты труда, определена степень и характер их влияния. Изложены положения методики оценочного расчета уровня заработной платы. Приведены и проанализированы результаты экспериментальной проверки данной методики.

Ключевые слова: заработная плата, уровень, оценка, методика, влияние, инфляция, прибыль.

Bezkravnaya N. G.

Ukrainian Engineering Pedagogics Academy

OPTIMIZATION OF WAGE LEVEL WITH THE INFLUENCE OF INDUSTRIAL AND NON-FACTORS

Summary

Factors affecting the wages determined the extent and nature of their impact. The above methods of estimating the position of wages. Presented and analyzed the results of experimental verification of this technique.

Key words: wage level, evaluation, methodology, impact, inflation and income.

УДК 339.13:339.137.22

Бозуленко О. Ю.Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету**ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ РИЗИКІВ
У ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Визначено сутність поняття «ризик» для торговельних підприємств. Досліджено проблеми впливу ризиків на стабільність функціонування підприємства. Обґрунтовано, що ризики є багатфакторним явищем, і комплексне застосування різних способів їх мінімізації дозволить підприємству досягти найефективнішого результату його функціонування.

Ключові слова: торговельне підприємство, зовнішні та внутрішні ризики, стабільність функціонування, вплив ризиків, управління ризиками, ризик-менеджмент.

Постановка проблеми. Сучасні умови ведення бізнесу визначаються посиленням конкурентної боротьби між усіма учасниками ринку. У цих умовах торговельні підприємства перебувають у стані постійного ризику, який потребує систематичного контролю та вивчення механізмів його мінімізації.

Торговельне підприємство – це невід’ємною складовою економіки країни, що безпосередньо контактує із своїми клієнтами, забезпечуючи ринок товарами та послугами у відповідності до потреб споживачів. У процесі здійснення своєї діяльності торговельне підприємство повсякденно стикається з можливістю виникнення різноманітних ризикових ситуацій, що пов’язані з існуванням великої кількості ризиків. Функціонування підприємства в умовах жорсткої конкуренції потребує постійної уваги керівництва до змін у зовнішньому середовищі, поведінці конкурентів та пошуку шляхів до адаптації у ньому.

Ризики у сфері торгівлі мають свої особливості, які позначаються на втратах прибутку, товарообороту, майнового капіталу; на збільшенні запасів нереалізованих товарів і, як наслідок, на зниженні ефективності роботи самого підприємства [1, с. 53].

Саме це надзвичайно актуалізує вирішення питань розуміння сутності ризиків торговельних підприємств, управління ними з метою подолання невизначеності в післякризовий період та переходу до стадії зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості ризиків на торговельних підприємствах, їх природу, чинники виникнення та методи регулювання, концептуальні підходи до стратегічного управління ризиками досліджувалися у працях багатьох провідних вітчизняних і зарубіжних учених, таких як В. Абчук, А. Альгін, В. Апопій, С. Алексєєв, Г. Башнянин, Д. Бернуллі, І. Бланк, Є. Бойко, Ф. Бруні, П. Верченко, В. Вітлінський, Н. Внукова, О. Вовчак, Ю. Гермейер, М. Грінберг, Ю. Єрмольєв, В. Загорський, О. Іляш, В. Іваницький, В. Лук’янова, Р. Кіні, М. Клапків, К. Ковальчук, А. Мазаракі, В. Марцин, Р. Мертона, В. Михалевич, Б. Мізюк, Є. Мних, М. Моїсєєв, Ф. Найт, М. Олексюк, А. Садеков, М. Скоулс, Є. Уткіна, Н. Ушакова, А. Фрідман, В. Шапіро, О. Шепеленко, А. Шеремет, П. Шумейкер, О. Ястремський, О. Яценко, М. Яцків та ін. Між тим деякі проблеми, пов’язані з ризиками торговельних підприємств в умовах низького рівня фінансово-економічної безпеки підприємницького сектора в торгівлі, потребують подальшого аналізу.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не дивлячись вагомих доробок науковців-економістів, швидка зміна оточуючого

середовища вимагає постійного коригування розвитку торговельних підприємств.

Зокрема, на думку М. Олексюка, дослідження діяльності торговельних підприємств зумовлює необхідність поглибленої оцінки економічних ризиків, вивчення інструментів мінімізації їх негативного впливу, розроблення науково-обґрунтованої політики управління економічними ризиками, яка враховує посткризові особливості та пріоритети розвитку економіки [2].

Дискусія навколо створення системи управління ризиками на торговельних підприємствах носить перманентний характер. Тому найближчим часом перед науковцями постає задача зосередити дослідницькі інтереси на теоретичних, методичних і прикладних засадах дослідження природи ризиків та вирішення проблем управління ними на торговельних підприємствах.

Мета статті. Загострення проблеми управління ризиками торговельних підприємств, яке спостерігається останнім часом і підтверджується ліквідацією та закриттям таких підприємств, визначило мету статті, яка полягає в обґрунтуванні сутності ризиків та вивченні їх впливу на діяльність торговельних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Діяльність торговельних підприємств в умовах сьогодення характеризується невизначеністю. Підприємства самостійно обирають той напрям дій з поміж великої кількості варіантів, який, на їхню думку, призведе до отримання оптимального результату у фінансово-економічній сфері діяльності. Правильно обрана концепція розвитку – це гарантія отримання прибутку. Однак не завжди очікувані результати приносять дивіденди. Винагородою за роботу може бути як прибуток, так і втрати. Тобто ризик у торговельній діяльності – це ризик зазнати втрат від того чи іншого рішення [3].

Практика ведення бізнесу показує, що керівники торговельних підприємств незалежно від того, яке положення вони займають на ринку, усвідомлюють значення ризиків як особливих складників стратегії управління підприємствами.

Не існує однозначного тлумачення поняття «ризик». Одні ототожнюють ризик з можливістю виникнення несприятливих ситуацій у ході реалізації планів і виконання бюджетів підприємства [4]. Інші розділяють поняття «ризик» і поняття «невизначеність», припускаючи, що всяка невизначеність може бути зведеною до ризику, який піддається ідентифікації, аналізу та мінімізації [5]. Існує думка, що ризик – це ймовірна небезпека потерпіти поразки на ринку (не зуміти продати товар, не отримати запланований прибуток або зазнати збитків, бути витісненим з ринку і збанкру-

тувати) або ризик – це небезпека втрат у процесі фінансово-господарської діяльності. Ще ризик розглядають як можливість втрати прибутку або виникнення збитків у ході здійснення торгових операцій, через неплатоспроможність покупця до моменту розрахунку за товар, відмови замовника від оплати товару, зміни цін на товари після укладення договору, зниження попиту на товари [6].

Очевидно, що єдиного підходу до визначення сутності ризику не існує, адже нараховується біля 40 різних критеріїв і понад 220 видів ризиків у підприємницькій діяльності [1, с. 54].

Сутність ризику, яка знайшла найбільшої підтримки серед економістів, розглядається в двох напрямках:

- ризик як можливість втрат у формі фактичних збитків або упущеної вигоди;
- ризик як ступінь нестабільності, непередбачуваності результатів [4].

Таким чином, ризик являє собою невизначеність, де можливий як позитивний, так і негативний результат. Фактор ризику зумовлений самою сутністю торговельної діяльності, яка характеризується як незалежна, ініціативна діяльність, що відбувається при повній самостійній відповідальності за отримані результати під свій майновий капітал.

Існує велика кількість різновидів ризиків, серед яких можна виділити [7]:

- операційний ризик, формування якого характерне для господарських операцій, які здійснюються в межах операційної діяльності суб'єкта господарювання;
- інвестиційний ризик, формування якого характерне для господарських операцій, які здійснюються в межах інвестиційної діяльності суб'єкта господарювання;
- фінансовий ризик, формування якого характерне для господарських операцій, які здійснюються в межах фінансової діяльності суб'єкта господарювання.

Торгівля як посередницька ланка між виробництвом і споживанням товарів та послуг в умовах фінансово-економічної нестабільності належить до однієї з найбільш ризикованих сфер економіки, оскільки здійснюється за умов інформаційної невизначеності поведінки широкого кола споживачів, постачальників, інших господарських суб'єктів; втрати фінансових ресурсів, товарних запасів та інших матеріальних і нематеріальних активів; неплатоспроможності контрагентів; суттєвих змін факторів зовнішнього середовища.

Ризики в торгівлі поділяються на дві групи:

- загальні ризики, що формуються на макrorівні під дією економічних, фінансових, інформаційних потоків в умовах конкретного соціально-політичного середовища;
- внутрішні ризики, які виникають в процесі фінансово-господарської діяльності.

Ризики загальні – це ризики, які може зазнати підприємство торгівлі на рівні країни. До них належать ризики економічні, політичні, техніко-технологічні, інформаційні, моральні [8, с. 39]. Ці ризики, безпосередньо не пов'язані з діяльністю підприємства, а залежать від соціально-політичної ситуації, нормативно-правової бази, рівня життя населення, демографічного середовища, стану споживчого ринку, купівельної спроможності гривні, наявності конкурентних підприємств [9, с. 115].

Загальний рівень ризику діяльності торговельного підприємства встановлює сукупність різних факторів і визначає загальну вірогідність досяг-

нення певних фінансових результатів, невизначеність функціонування підприємства як господарської системи.

Необхідно зазначити, що з кожним роком збільшується число зовнішніх факторів, які впливають на рівень ризику і вимагають урахування в діяльності підприємства. Розрізняють зовнішні ризики прямого та непрямого впливу. Ризики прямого впливу – це зміни у законодавстві, підприємства-конкуренти, стосунки з компаньйонами; податкова система, корупція. До ризиків непрямої дії можна віднести соціально-політичний стан, економічну кризу, стихійне лихо тощо [9, с. 115].

Зв'язок між зовнішніми та внутрішніми ризиками носить відносний характер. Внутрішні ризики поєднують, як правило, з господарською діяльністю підприємства, яка для торговельних підприємств отожднюється з комерційною, основою якої становлять процеси купівлі-продажу товарів [8, с. 52].

До внутрішніх ризиків підприємств торгівлі відносять ризики, що пов'язують з транспортуванням товарів, отриманням товару за кількістю та якістю, зберіганням товару, підготовкою товару до продажу, розміщенням та викладкою товару, внутрішньо-магазинним розміщенням товару, продажем товару [1, с. 55].

Діяльність торговельного підприємства відбувається у стані систематичного ризику. Це і керівництво самого підприємства, яке іноді не володіє достатніми знаннями, щоб передбачити, як буде здійснюватися діяльність при зміні певних умов; його власники (акціонери); інвестори; кредитори; партнери по бізнесу. Саме рівень систематичного ризику характеризує сталість його функціонування, вірогідність неплатоспроможності та банкрутства, неможливість виконання взятих зобов'язань тощо.

Причинами ризиків можуть бути:

- недостатність повної інформації;
- випадковість;
- протидія [4].

Виникнення ризиків тісно переплітається з умовами діяльності торговельного підприємства, до яких можна віднести:

- рівень конкуренції у тому сегменті, де працює підприємство (наявність торговельних підприємств подібного профілю діяльності);
- наявність структурних підрозділів, що розташовані за межами підприємства (наприклад, наявність дрібно-роздрібної мережі, торгових автоматів, інтернет-торгівля тощо);
- організація системи бухгалтерського обліку (наявність автоматизованих систем обліку, кваліфікація головного бухгалтера та ін.);
- ступінь мінливості товарного асортименту, що реалізується підприємством, наявність у складі асортименту товарних груп нестійкого попиту та їх питома вага в загальному товарообігу;
- форма продажу, що використовується підприємством;
- оптимальне розташування торгово-технологічного обладнання;
- вік та стан обладнання підприємства (холодильного, транспортного, вагового, пакувального);
- форми та системи оплати праці, що використовуються підприємством, наявність і спрямованість заохочувальних заходів для працівників підприємства;
- залучення працівників підприємства до розподілу прибутку;
- кваліфікація працівників, питома вага спеціалістів з вищою освітою та стажем роботи;

- форма власності підприємства, дієвість органів внутрішнього контролю за діяльністю підприємства та його керівництва;

- форми розрахунків, що застосовуються на підприємстві;

- залежність від конкретних покупців (питома вага в товарообігу товарів, що відпускаються одному покупцю);

- залежність від постачальників (насиченість товарної пропозиції, питома вага в обсязі закупівлі товарів одного постачальника);

- характер товарів, що реалізуються підприємством з точки зору вірогідності та можливості їх крадіжки;

- стан охорони торговельних приміщень;

- обсяги та характер утворення товарних запасів підприємством (наявність понаднормативних запасів, запасів тривалого зберігання, питома вага в запасах товарів, що прийняті під реалізацію, середній період реалізації товарів);

- стан дебіторської заборгованості (причини та обсяги утворення, термін інкасації, наявність сумнівної та непогашеної заборгованості, її термін);

- використання банківських кредитів та позик (обсяги та умови залучення, наявність заборгованості по кредитах та сплаті відсотків);

- наявність заборгованості перед бюджетом, працівниками, іншими кредиторами (обсяги та причини виникнення, можливість та терміни погашення);

- отримання збитків по окремих господарських операціях або по результатах діяльності підприємства в цілому в окремі періоди.

Ефективне управління підприємствами полягає у постійному відстеженні змін у ринковому середовищі та пошуку адаптаційних механізмів до перемін у ньому. Вдосконалення цієї роботи, пошуки шляхів своєчасного виявлення та мінімізації ризиків є постійною проблемою менеджменту підприємства [10, с. 114]. Споживчий ринок характеризується як один із найбільш динамічних ринків, і саме його кон'юнктура розкриває резерви підприємства з отримання прибутків, розширення масштабів діяльності.

Прояви ризиків у торгівлі є багатограними, що ускладнює процес управління ними, і тому сьогодні перед вітчизняними торговельними підприємствами все більшого значення набуває можливість використання ефективних методів управління ризиками, які впливають на процес господарської діяльності. Управління таким процесом отримало назву «ризик-менеджмент», який являє собою поєднання етапів побудови процесу управління ризиком, виходячи зі специфіки діяльності, обраної маркетингової, цінової, продуктової, фінансової та інших функціональних стратегій, та можливих варіантів управлінських рішень.

Сутність ризик-менеджменту полягає в тому, що підприємства, здійснюючи свою діяльність, повинні мати переваги над конкурентами, які знаходяться під впливом такого ж ризику. Існує п'ять вірогідних джерел такої переваги:

1. Доступ до більш точної і вчасної інформації про події на ринку та їх наслідки, що робить можливим розробити найбільш результативну програму дій.

2. Миттєве реагування на ризик, адже не всі підприємства, навіть при наявності однакової інформації, нарівно оперативні у стрімких і адекватних діях. Це дозволить трансформувати загрозу в сприятливий для підприємства шанс.

3. Наявність досвіду подолання подібних криз у минулому й знання того, який вплив мали на ри-

нок ці кризові стани. Це дозволить реагувати на них ефективніше, ніж конкуренти.

4. Наявність фінансового та кадрового потенціалу, оскільки підприємства, що мають доступ до ринків капіталу або більші кошти, більш продуктивні технології й більш кваліфікований колектив, спроможні справитися з ризиками більш успішно, ніж їхні конкуренти.

5. Фінансова й виробнича гнучкість, змога оперативно замінити технологічну базу, виробничі процеси або фінансову структуру у відповідності до змін, що відбуваються на ринку, забезпечить підприємству суттєві прерогативи в оточенні, що характеризується високим ступенем невизначеності [11, с. 452-453].

Ризик-менеджмент і маркетингова стратегія підприємства тісно пов'язані між собою інтегрованим, безперервним процесом ідентифікації, аналізу, оцінювання і контролем стратегічних маркетингових ризиків підприємства та розробленням тактичних заходів щодо попередження та скорочення збитків негативних наслідків, що супроводжують несприятливі події [12, с. 72].

Мінімізації ризиків у торговельних підприємствах сприятиме впровадження у практику розробленої схеми процесу управління ризиками, яка передбачає наступну послідовність етапів (рис. 1).



Рис. 1. Схема процесу управління ризиками

Оцінка рівня ризику діяльності торговельного підприємства може проводитися на основі розробки фактор-картки ризику та її експертної оцінки. Фактор-картка ризику повинна охоплювати:

- фактори, що визначають умови здійснення торговельної діяльності;

- аналітичні показники, що характеризують вірогідність виникнення ризикових подій;

- аналітичні показники, що оцінюють чутливість наслідків виникнення ризикових подій для життєдіяльності підприємства.

Сучасні умови ведення бізнесу потребують переосмислення відношення до ризику. Мається на увазі такий підхід, який би дозволив однаково зважати як на можливість втрат, так і ймовірність отримання прибутку або конкурентних переваг в результаті прояву ризику. Тобто найкращий підсумковий результат діяльності торговельного підприємства значною мірою визначається результативним управлінням ризиком, а не тільки його мінімізацією [1, с. 56].

Висновки. Ризик, який є невід'ємною ознакою комерційної діяльності, істотно впливає на фінансово-економічні результати торговельного підприємства, адже об'єктом ризику виступають активи, персонал, інформація. Всі стадії торгово-технологічного процесу на підприємствах торгівлі супроводжуються ризиком, тому він постійно потребує моніторингу, прогнозування, системного врахування факторів впливу і джерел походження.

Нами досліджено, що ризик відноситься до економічної категорії і визначає ступінь невизначеності результатів діяльності торговельного підприємства та пов'язаних з нею відношень з інши-

ми підприємствами в процесі просування, обміну та реалізації товарів.

Таким чином, очевидно, розв'язання проблем управління ризиками торговельних підприємств та забезпечення ефективності їх функціо-

нування вимагає кропіткої праці, спрямованої на розв'язання ряду теоретичних, методичних і прикладних проблем, що потребує об'єднання зусиль вчених, управлінців, фахівців і, безумовно, практиків-господарників.

Список літератури:

1. Юсипович О.І. Особливості класифікації економічних ризиків торговельних підприємств / О.І. Юсипович // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України : Серія : Економічні науки. – 2009. – № 1(32). – С. 53-56.
2. Кулієв І.Р. Страхування ризиків торговельних підприємств / І.Р. Кулієв, В.І Невмержицький. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/13.DNI_2007/Economics/21073.doc.ht.
3. Хачатрян В.В. Управління ризиком підприємницької діяльності в торгівлі / Хачатрян В.В., Кожем'яко М.К. – Режим доступу : <http://intkonf.org/ken-hachatryan-vv-kozhemyako-mk-upravlinnya-rizikom-pidpriemnitskoyi-diyalnosti-v-torgivli/>.
4. Яковлев Ю.П. Економіка торгівлі з використанням інформаційних технологій : навчальний посібник / Ю.П. Яковлев. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 376 с.
5. Юсипович О.І. Поняття ризику в господарській діяльності // Вісник Львівської комерційної академії. – Серія економічна, випуск 13. – Львів : вид-во Львівської комерційної академії, 2002. – С. 206-210.
6. Саркисова Е. Ризики в торговле. Управление рисками / Е. Саркисова. – М. : Дашков и К°, 2009. – 244 с.
7. Мазаракі А.А. та ін. Економіка торговельного підприємства : підручник / А.А. Мазаракі. – К. : «Хрещатик», 1999. – 800 с.
8. Боровкова В. А. Управление рисками в торговле / В. А. Боровкова. – СПб. : Питер, 2004. – 288 с.
9. Кабешева К.С. Особливості управління фінансовими ризиками торговельного підприємства / К.С. Кабешева, В.М. Попов // Наукові записки. – Вип. 11. – Частина II. – Кіровоград : КНТУ, 2011. – С. 170-175.
10. Петруня В.Ю. Ризики маркетингової діяльності: вплив глобалізації / В.Ю. Петруня // Маркетинг і менеджмент інновацій – 2012. – № 1. – С. 114-122.
11. Дамодаран А. Стратегический риск-менеджмент: принципы и методики / А. Дамодаран. – М. : Диалектика-Вильямс, 2010. – 496 с.
12. Гуржій Н.М. Ризик-менеджмент стратегічного маркетингу / Н.М. Гуржій // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – Вип. 1(48). – С. 70-76.

Бозуленко А. Ю.

Черновицкий торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического университета

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ РИСКОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

Определена сущность понятия «риск» для торговых предприятий. Исследованы проблемы влияния рисков на стабильность функционирования предприятия. Обосновано, что риски являются многофакторным явлением, и комплексное применение разных способов их минимизации позволит предприятию достичь самого эффективного результата его функционирования.

Ключевые слова: торговое предприятие, внешние и внутренние риски, стабильность функционирования, влияние рисков, управление рисками, риск-менеджмент.

Bozulenko O. J.

Chernivtsi Trade and Economics Institute
Kyiv National Trade and Economic University

APPROACHES TO ESSENCE OF RISKS IN THE TRADING BUSINESS

Summary

The essence of the concept of «risk» is defined for commercial enterprises. The impact of risks on the stability of the company is researched. It is substantiated that the risk is a multifactorial phenomenon and complex applying of different methods to minimize them will enable the enterprise to achieve the most effective results of its operation.

Key words: commercial enterprise, internal and external risks, stability of operation, impact of risks, risk-management.

УДК 334.012.61-02251(477+474.5)

Бондарчук М. Ю.

Київський національний торговельно-економічний університет

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА ЛИТОВСЬКІЙ РЕСПУБЛІЦІ

Розглянуто умови розвитку малого підприємництва в Україні і Литовській Республіці. Шляхом порівняння основоположних позицій у веденні бізнесу виявлені вразливі місця і проблеми підприємництва України. Грунтуючись на досвіді Литви, запропоновано шляхи покращення ситуації, що склалася в українському малому підприємстві.

Ключові слова: бізнес, мале підприємництво, суб'єкти підприємництва, постсоціалістичні країни, податкові процедури, конкуренція, корупція.

Постановка проблеми. Останні кілька років ознаменувалися для суб'єктів підприємництва України великими зрушеннями в бік лібералізації. У рейтингу Світового банку і Банку реконструкції та розвитку «Ведення бізнесу» Україна за 2013 рік піднялася з 140 на 112-те місце серед 189 країн [1, с. 3] і була визнана країною, що досягла найвищих результатів щодо покращення регуляторного середовища серед усіх країн світу у 2012-2013 роках.

Проте останні соціологічні опитування українських підприємців показали, що значних поліпшень ділового клімату вони не помітили. Причини цього послужили як наявність деяких негативних положень у нових законодавчих актах, так і світова фінансова криза. Також українські підприємці воліють вести себе обережно, тому що їх ступінь довіри законодавцю досить низька. Тому для того, щоб ефект від нововведень останніх років проявив себе, потрібен певний час.

Світова фінансова криза є серйозним випробуванням для української економіки (зокрема для розвитку малого підприємництва), оскільки багато в чому підриває ті джерела, які були для неї основою зростання. У цих умовах особливої актуальності набуває пошук інших шляхів відновлення макроекономічної рівноваги і майбутнього економічного зростання, що обумовлює необхідність вивчення досвіду постсоціалістичних країн, що досягли в даний час найбільших успіхів у розвитку своєї економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед вітчизняних дослідників, що займаються науково-теоретичним обґрунтуванням суті й об'єктивної необхідності розвитку малого підприємництва в Україні варто назвати О. Барановського, З. Варналія, І. Жилияєва, А. Кисельова, Ю. Ключко, В. Корнеєва, С. Реверчука, С. Соболя й ін. Окремі питання зі створення умов розвитку малого підприємництва розглядалися у наукових працях вітчизняних учених-економістів: Л. Безчасного, В. Бородюка, В. Гейца, В. Голікова, І. Лукінова, В. Новікова та ін.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є оцінка сучасного стану та визначення шляхів покращення умов розвитку малого підприємництва України.

Матеріали та методи. При дослідженні використано матеріали Державної служби статистики України, Департаменту статистики при управлінні Литовської Республіки, Міжнародної фінансової корпорації (IFC) Paying Taxes, звіти Державної служби України з питань регуляторної політики та розвитку підприємства, дані Світового банку і Банку реконструкції та розвитку «Ведення бізнесу», науковий доробок вітчизняних і зарубіжних

науковців. Застосовано методи аналізу та синтезу, групування та порівняння.

Виклад основного матеріалу. У рейтингу «Ведення бізнесу 2014» з країн колишнього СРСР перед Україною (112 місце) в рейтингу розташувалися Грузія (8), Литва (17), Естонія (22), Латвія (24), Вірменія (37), Киргизстан (68) і Азербайджан (70) [1, с. 3].

Як свідчать ці дані, найбільш високий рейтинг у Грузії та Литовській Республіці. Вивчення їх досвіду щодо умов ведення малого бізнесу, передусім в Литовській Республіці, доцільно з наступних причин:

- перехід до ринкової економіки почав здійснюватися практично одночасно з нашою країною, що дає можливість проводити досить коректне порівняння;

- наша географічна близькість обумовлює соціокультурну близькість, що дозволяє зробити висновок про те, що виявлені механізми, які забезпечують позитивний результат формування ринкової економіки, можливі для застосування і в Україні.

Литва є порівняно невеликою державою, в якій суспільні процеси відбуваються швидше, ніж в Україні, тож ми маємо можливість у реальному часі вчитись як на її досягненнях, так і на помилках. Досвід Литви є дуже корисним «кейсом» у справі реалізації цього проекту, в трансформації українського суспільства від посттоталітарного до вільного, відкритого та розвинутого.

Передусім слід відмітити, що важливу роль у розвитку Литовської Республіки відіграла значна фінансова допомога з боку ЄС. Особливо відчутною вона була у перехід настання фінансово-економічної кризи. У 2011 р. порівняно з 2004 р. вона збільшилася у 5 разів, а внески Литви до бюджету ЄС – лише у 2,7 рази (рис. 1).

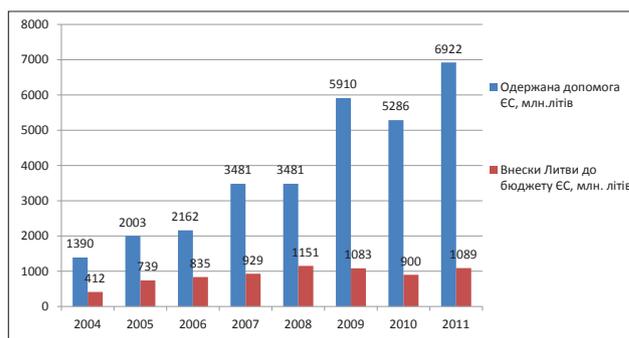


Рис. 1. Фінансова допомога ЄС та внески Литви до бюджету Євросоюзу [2]

Хоча за останні два роки Україна покращила свої показники в рейтингу «Ведення бізнесу»

[1], слід звернути увагу на показники, за якими Литовська Республіка досягла успіху більшою мірою. Порівняння показників двох країн у рейтингу 183 країн наведені в табл. 1.

Литовська Республіка порівняно з Україною має перевагу за такими показниками, як: ліквідація неплатоспроможності, міжнародна торгівля, оподаткування, підключення до електропостачання, реєстрація прав власності та захист інвесторів.

Незважаючи на це, за оцінками дослідження «Ведення бізнесу» [1], у 2012-2013 роках Україна спростила процедуру створення підприємства, скасувавши окрему процедуру реєстрації в статистичному бюро і плату за реєстрацію податку на додану вартість. Процедура видачі дозволів на будівництво була спрощена шляхом введення дозвоільної системи з урахуванням рівня ризиків, яка удосконалила процедури видачі дозволів для будівництва простих

будівель з меншою кількістю факторів ризику. Також в результаті внесення поправки до Закону про власність, що спрощує процедуру реєстрації прав власності на нерухоме майно, була зменшена складність як отримання дозволів на будівництво, так і реєстрації права на власність [3].

Податкова система України є однією з найбільш складних не тільки серед країн європейського регіону, а й у глобальному порівнянні. Це регулярно підтверджують міжнародні рейтинги та звіти. Українське підприємство за рік у середньому сплачує 28 платежів проти 12 [1], що сплачуються підприємствами Литви, витрачаючи при цьому 390 годин на рік. Загальний податковий тягар складає майже 60% прибутку підприємства. У табл. 2 наведено показники, які характеризують позиції України і Литви у міжнародному рейтингу ведення бізнесу.

Таблиця 1

Порівняння позицій України та Литовської Республіки у міжнародному рейтингу «Ведення бізнесу 2014» [1]

№	Показник	Україна			↔	Литва		
		Ведення бізнесу 2013	Ведення бізнесу 2014			Ведення бізнесу 2013	Ведення бізнесу 2014	
	Загальне місце у Рейтингу серед 189 країн	140	112	↑28	95	25	17	↑8
1	Реєстрація підприємств	50	47	↑3	36	105	11	↑94
2	Отримання дозволів на будівництво	186	41	↑145	2	39	39	=
3	Підключення до електропостачання	170	172	↓2	97	80	75	↑5
4	Реєстрація прав власності	158	97	↑61	91	5	6	↓1
5	Кредитування	24	13	↑11	15	52	28	↑24
6	Захист інвесторів	127	128	↓1	60	67	68	↓1
7	Оподаткування	168	164	↑4	108	59	56	↑3
8	Міжнародна торгівля	148	148	=	133	15	15	=
9	Забезпечення виконання контрактів	45	45	=	28	16	17	↓1
10	Ліквідація неплатоспроможності	157	162	↓5	118	43	44	↓1

Таблиця 2

Детальне порівняння позицій України та Литовської Республіки у міжнародному рейтингу «Ведення бізнесу 2014» [1]

№	Показник	Україна		Литва
		Ведення бізнесу 2013	Ведення бізнесу 2014	Ведення бізнесу 2014
	Загальне місце у Рейтингу серед 189 країн	140	112	17
1	Реєстрація підприємств (місце)	50	47	11
	Процедури (кількість)	7	6	4
	Строк (дні)	22	21	6,5
	Вартість (% доходу на душу населення)	1.5	1.3	0.9
	Мінімальний сплачений капітал (% валового доходу на душу населення)	0,0	0,0	0,0
2	Отримання дозволів на будівництво	186	4	39
	Процедури (кількість)	20	10	16
	Строк (дні)	375	73	105
	Вартість (% величини середньодушового доходу)	1262.6	607.1	18.0
3	Підключення до електропостачання	170	172	75
	Процедури (кількість)	11	10	5
	Строк (дні)	284	277	148
	Вартість (% доходу на душу населення)	192.3	178.0	48.1
4	Реєстрація власності	158	97	6
	Процедури (кількість)	10	8	3
	Строк (дні)	70	45	2.5
	Вартість (% від вартості власності)	3.7	1.9	0.8
5	Кредитування	24	13	28
	Індекс юридичних прав	9	9	7
	Індекс кредитної інформації	4	5	6
	Кількість осіб на обліку у державному реєстрі (% дорослого населення)	0.0	0.0	28.3
	Кількість осіб на обліку у приватних бюро (% дорослого населення)	23.3	28.3	89.4

Продовження таблиці 2

6	Захист інвесторів	127	128	68
	Індекс відкритості	5	5	7
	Індекс відповідальності директора	2	2	4
	Індекс можливості подання позову акціонерами	6	6	6
	Індекс захисту інтересів інвесторів	4.3	4.3	5.7
7	Оподаткування	168	164	56
	Виплати (кількість)	28	28	11
	Строк (години)	491	390	175
	Загальна ставка податку (% прибутку)	55.4	54.9	43.1
8	Міжнародна торгівля	148	148	15
	Документи для експорту (кількість)	6	6	4
	Строк на експорт (в днях)	30	29	10
	Вартість експорту (\$ за контейнер)	1865	1930	750
	Документи для імпорту (кількість)	8	8	5
	Строк на імпорт (в днях)	33	28	9
	Вартість імпорту (\$ за контейнер)	2455	2505	800
9	Забезпечення виконання контрактів (ефективність судової системи при вирішенні комерційних спорів)	45	45	17
	Строк (дні)	378	378	32
	Судові витрати (% від вартості позову)	43.8	43.8	300
	Процедури (кількість)	30	30	23.6
10	Ліквідація неплатоспроможності	157	162	44
	Строк (в роках)	2,9	2,9	1,9
	Вартість (% величини середньодушового доходу)	42	42	7
	Коефіцієнт стягнення (центи та долар)	8.7	8.2	48.4

За даними рейтингу Світового банку та Міжнародної фінансової корпорації (IFC) Paying Taxes 2013, Україна займає 164 місце з 189 країн світу за умовами сплати податків [4, с. 166].

До 2011 р. до складу податкової системи України входили 42 види податкових платежів: 28 загальнодержавних та 14 місцевих податків і зборів. Така кількість податкових платежів вимагала значних матеріальних і часових витрат. На виконання обов'язкових податкових процедур підприємці протягом року витрачали 736 робочих годин.

Після введення в дію Податкового кодексу України в 2011 р. було зроблено важливий позитивний крок у напрямку вдосконалення національної податкової системи, а саме: суттєво скорочено кількість податків і зборів, а затрати часу на виконання податкового законодавства були знижені майже вдвічі. На даний час податкову систему України складають 17 загальнодержавних та 5 місцевих податків і зборів.

Дані табл. 3 демонструють позиції України загалом і вибірково (по категорії «оподаткування») рейтингах, а також критерій «затрати часу на виконання обов'язкових податкових процедур».

Затрати часу на виконання обов'язкових податкових процедур є одним з ключових індикаторів, що характеризують податкову систему країни. За даними Світового банку та Міжнародної фінансової корпорації (IFC), у 2014 р. тимчасові затрати малого українського підприємства на виконання податкового законодавства складають 390 годину на рік. На рис. 2 наведено дані про розподіл тимчасових затрат часу малого українського підприємства на виконання податкових процедур.

Очевидно, що витрати на дотримання податкового законодавства залежать від розміру підприємства за рівнем доходу (чим більше підприємство, тим більше витрати), проте малі підприємства мають найбільші витрати, якщо порівняти ці витрати з доходом підприємства. За даними дослідження Світового банку і Міжнародної фінансової корпорації (IFC) «Вартість дотримання податково-

Таблиця 3
Україна у рейтингу Paying Taxes 2014
[10, 4, с. 165-175]

Країна	Місце у загальному рейтингу	У тому числі вибірково рейтинг за критерієм «оподаткування»	
		Місце у вибірково рейтингу	У тому числі критерій «затрати часу на виконання обов'язкових податкових процедур» (годин)
Грузія	8	29	280
Естонія	22	32	81
Латвія	24	49	264
Литва	17	56	175
Вірменія	37	103	380
Словаччина	49	102	207
Казахстан	50	18	188
Угорщина	54	124	277
Польща	45	113	286
Білорусь	63	133	319
Чехія	75	122	413
Болгарія	58	81	454
Киргизія	68	127	210
Румунія	73	134	200
Молдова	78	95	181
Росія	92	56	177
Україна	112	164	390
Таджикистан	143	178	224
Узбекистан	146	168	205

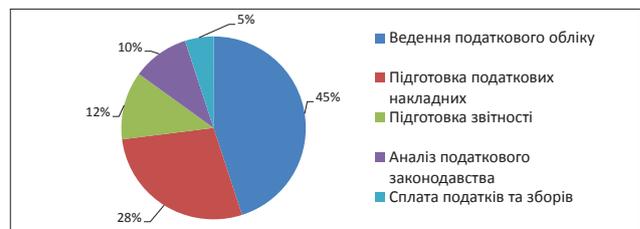


Рис. 2. Розподіл затрат часу на виконання обов'язкових податкових процедур в Україні [10]

го законодавства в Україні», витрати досягають 8% річного доходу. Ці витрати можна порівняти з додатковим податком, що шкодить конкурентоспроможності малих підприємств навіть на внутрішньому ринку країни, оскільки вони виявляються в не вигідному становищі порівняно з великими підприємствами, аналогічні витрати яких складають лише 0,03% їх доходів (рис. 3). Така ситуація не сприяє стимулюванню підприємницької ініціативи, самостійної зайнятості, залученню інвестицій і може бути певною перешкодою для створення нових малих підприємств.

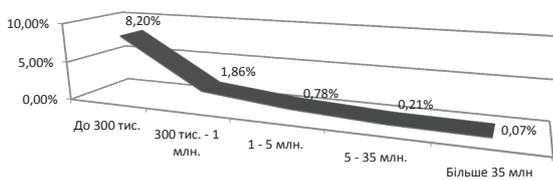


Рис. 3. Середня відносна вартість виконання обов'язкових податкових процедур для підприємств з різним рівнем річного доходу в Україні [4, 10]

Податкова система України передбачає два податкових режими: загальний і спеціальний. Суб'єкти малого підприємництва самостійно приймають рішення про вибір податкового режиму. Спеціальний податковий режим у вигляді «спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності» передбачений у податковій системі України для зниження податкового навантаження та стимулювання малого підприємництва.

За даними Міністерства податків і зборів України [5], у 2013 р. спеціальний податковий режим «спрощена система оподаткування, обліку та звітності» вибрали 1,3 млн фізичних осіб-підприємців та 148,7 тис. юридичних осіб [9].

Спрощена система оподаткування передбачає тільки один вид податку: єдиний податок, який сплачується до місцевого бюджету. Незалежно від цього підприємці сплачують єдиний соціальний внесок, що зараховується на рахунки органів Пенсійного фонду України.

Щодо Литовської Республіки, то підприємство, загальний дохід якого протягом податкового року не перевищує 1 млн ЛТ (близько 289 620 євро) з середнім числом працівників не більше 10 осіб, має право застосовувати ставку податку на прибуток у розмірі 5% (стандартна ставка становить 15%). Підприємство, що не прагне до прибутку, доходи якого від господарсько-комерційної діяльності не перевищують 1 млн ЛТ (близько 289 620 євро) за податковий рік, має право застосовувати щодо частини оподаткованого прибутку, відповідної 25 000 ЛТ (близько 7240 євро), ставку податку на прибуток у розмірі 0%, а до іншої частини прибутку – ставку податку на прибуток у розмірі 15% [6].

За показником «Міжнародна торгівля» Україна відстає від Литви на 133 позиції [1, с. 232]. Відставання нашої країни обумовлено більш витратним за часом і дорогим оформленням документів здійснення як імпортих, так і експортних операцій.

Але все ж таки реалізація нового Митного кодексу скоротила час оформлення документів на експорт та імпорт товарів [7]. Україна спростила міжнародну торгівлю завдяки прискоренню подачі митних декларацій та скороченню числа фізич-

них перевірок відзначають фахівці. За їх даними, час, необхідний для оформлення документів по імпорту товарів в Україну, скоротився з 33 до 28 днів, експорту – з 30 до 29 днів. Разом з тим зросли витрати на оформлення операцій по експорту та імпорту товарів, в т. ч. через підвищення вартості послуг у портах.

Після вступу Литви до ЄС загальні правила і процедури щодо ввезених на територію Співтовариства і вивезених з неї товарів встановлює Митний кодекс Співтовариства. Це обмежує можливість застосування Литвою в односторонньому порядку митних зборів, імпортих та експортних кількісних обмежень (квот), дискримінаційних внутрішніх податків, ліцензування і відкриває для підприємців нові можливості. У Литві здійснити поставки товарів на експорт та імпорт швидше і дешевше. Дешевизна в основному пов'язана з меншими витратами на транспортування всередині країни і вантажо-розвантажувальні роботи, а менша кількість витраченого часу серед іншого пов'язана з меншою кількістю документів, необхідних для оформлення.

З табл. 2 також видно, що Україна за показником «Захист інвесторів» посідає одно із останніх місць. Пов'язано це, в першу чергу, з низьким індексом відповідальності керівника підприємства, який для нашої країни оцінений в 1 з 10, таким чином, на думку укладачів рейтингу, акціонери практично не мають ніякого захисту від недобросовісних дій управлінського персоналу компанії.

Згідно із законодавством Литви, інвестор вправі керувати, користуватися і розпоряджатися об'єктом інвестування, а належний йому прибуток після сплати у встановленому законодавством порядку податків конвертувати в іноземну валюту і без обмежень перевести за кордон.

Загальне 112-те місце, займане в рейтингу «Ведення бізнесу 2014» Україною [1], а також поліпшення за 2 роки по багатьох позиціях свідчить про позитивну динаміку зміни ділового клімату країни. Водночас рейтинг не враховує багатьох релативних ведення бізнесу в нашій країні.

Конкуренція в країні далека від вільної. З одного боку, держава не заохочує розвиток нових підприємств в галузях, в яких вже працюють державні підприємства, тому підприємцям, зокрема малим, доводиться розраховувати переважно на вільні ніші або орієнтуватися на зовнішні ринки, що заохочується державою. Уряд активно використовує широкий арсенал інструментів грошово-кредитної та бюджетно-податкової політики для підтримки обраних підприємств і галузей. З іншого боку, самі державні підприємства не конкурують один з одним з причини жорстких протекціоністських заходів на рівні окремих регіонів України. Наявність жорстких планів щодо зростання продажів для адміністрацій регіонів змушує їх обмежувати доступ на свій ринок конкурентів з сусідніх областей чи районів, що негативно позначається на конкурентоспроможності галузі в цілому. Приватний сектор дискримінується податковими, орендними та іншими пільгами для держсектора.

Ще однією важливою умовою можливості ефективного ведення бізнесу є відсутність корупції. В Україні значно погіршилися умови для ведення довгострокового бізнесу – внаслідок «корумпованого протекціонізму та злиття політичних і бізнес-інтересів». Про це йдеться у підсумках до щорічного Індексу сприйняття корупції від Transparency International [8]. Індекс сприйняття

корупції показує, як та чи інша країна виглядає в порівнянні з іншими країнами, включеними в рейтинг. Цей показник відображає, як жителі тієї чи іншої країни сприймають рівень корупції в своїй країні. Розрахунок індексу базується на 13 незалежних обстеженнях.

У рейтингу цієї організації Україна посіла 144-те місце серед 177 держав, представлених у дослідженні. У підсумках індексу наголошується, що основними проблемами підприємництва в Україні лишаються, зокрема, монополізація бізнесу окремими бізнес-групами; неможливість довгострокового планування бізнесу; окупація бізнесу корупціонерами на державному рівні. Порівняно з минулорічним рейтингом Україна опустилася на 10 пунктів за параметром політичної та фінансової корупції. Фахівці з Transparency International вказують на те, що державні установи й чиновники дедалі частіше вимагають від бізнесу хабарів [8].

Литовська Республіка знаходиться на 43 місці, що говорить про менші масштаби корупції в країні.

Висновки і пропозиції. Таким чином, керуючись тим, що наша країна піднялася за останні 2 роки у світовому рейтингу «Ведення бізнесу» на 28 позицій і наблизилася до Литовської Республіки на 95 позицій, можна зробити висновок, що урядом України взято курс на поліпшення ділового клімату країни. Однак у діловому середовищі України зберігається безліч проблем, що перешкоджають нормальному розвитку малого бізнесу, відображених в рейтингу, а також багато з яких не потрапили в поле зору даного рейтингу. Серед них такі, як складна і обтяжлива система оподаткування, складність ведення зовнішньої торгівлі, труднощі з отриманням кредитів, закриттям бізнесу, забезпеченням гарантій для інвесторів, обмеженням конкуренції, корупція. За всіма згаданими позиціями Литовська Республіка домоглася кращих результатів, у зв'язку з чим доцільним і актуальним є питання використання досвіду сусідньої республіки у вирішенні цих проблем в Україні.

Список літератури:

1. World Bank. 2013. Doing Business 2014: Understanding Regulations for Small and Medium-Size Enterprises. Washington, DC: World Bank Group. – Way of access : <http://www.doingbusiness.org/-/media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-reports/English/DB14-Full-Report.pdf>.
2. Міністерство фінансів Литовської Республіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.finmin.lt>.
3. Аналітичний звіт про стан і перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Україні / Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва. – Київ, 2014.
4. Paying Taxes 2014: The Global Picture. The Comparison of tax systems in 189 economies worldwide. Washington, DC: The World Bank and International Finance Corporation – Way of access : <http://www.pwc.com/gx/en/paying-taxes/assets/pwc-paying-taxes-2014.pdf>.
5. Міністерство податків і зборів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minrd.gov.ua/>
6. Податкова служба Литовської Республіки. – Режим доступу : www.vmi.lt/index.jsp?lang=en.
7. Митний кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>.
8. Індекс сприйняття корупції від Transparency International [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cpi.transparency.org/cpi2013/>.
9. Діяльність суб'єктів малого підприємництва за 2012 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ9_u.htm.
10. Музыченко О. Налогообложение малого бизнеса в Украине / О. Музыченко // III Европейский Конгресс малых и средних предприятий Польша, Катовице, 2013. – 9 с.
11. Офіційний сайт Державного комітету статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Бондарчук М. Ю.

Київський національний торговельно-економічний університет

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ И ЛИТОВСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Резюме

Рассмотрены условия развития малого предпринимательства в Украине и Литовской Республике. Путем сравнения основных позиций в ведении бизнеса выявлены уязвимые места и проблемы предпринимательства Украины. Основываясь на опыте Литвы, предложены пути улучшения ситуации, сложившейся в украинском малом предпринимательстве.

Ключевые слова: бизнес, малое предпринимательство, субъекты предпринимательства, постсоциалистические страны, налоговые процедуры, конкуренция, коррупция.

Bondarchuk M. Y.

Kyiv National University of Trade and Economics

COMPARATIVE ANALYSIS OF SMALL BUSINESS IN UKRAINE AND LITHUANIA

Summary

Were considered the conditions small business development in Ukraine and Lithuania. By comparing the main positions in doing business are revealed weak spots and problems of entrepreneurship in Ukraine. Based on the experience of Lithuania were suggested ways to improve the situation in the Ukrainian small business.

Key words: business, small business, business entity, post-socialist countries, tax procedures, competition and corruption.

УДК 658:005.584

Брагинец А. Н.

Луганський національний аграрний університет

ВОСПРИЯТИЕ КАК ФУНКЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА

Цель статьи состоит в обосновании функции управления «восприятие» посредством построения взаимосвязей между функциями управления: «бухгалтерский учет», «мониторинг», «экономический анализ», «оценка (обобщение)». Анализируя, систематизируя и обобщая научные труды, были рассмотрены трактовки предмета современных функций «учет», «анализ» и «мониторинг» в интерпретации различных авторов. В результате исследования обнаружено частое совпадение предмета экономического анализа и мониторинга. На основании работ одного из основоположников науки управления А. Гамильтона Черча, а также отдельных положений психологии доказано существование функции управления – «восприятие», которая включает в себя функции «учет», «мониторинг», «анализ», «оценка» (обобщение).

Ключевые слова: функции управления, экономический анализ, мониторинг, учет, обобщение (оценка).

Постановка проблемы. Развитие общества не стоит на месте. В прошлом столетии произошло становление множества наук изучающих те или иные аспекты производственных отношений: управление, бухгалтерский учет, анализ хозяйственной деятельности, эконометрика и т. д. Многие вышперечисленные науки развились из соответствующих методов рассмотрения экономических явлений. Постоянное развитие науки обуславливает появление новых функций, а также появление методов исследования, которые претендуют на отнесение к функциям управления.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию мониторинга как неотъемлемой части менеджмента предпринятия посвятили свои труды И.А. Воловик, В.К. Галицкий, С. Еилов, Н.М. Жикина, М.И. Каблак, Р. Каплан, Г.Б. Клейнер, Д. Нортон, А.А. Случинский, Г.Н. Черкашин, А. Черч, И.А. Шкрапкина, А.Ю. Шевяков и др.

М.И. Баканов, Н.Р. Вейцман, Н.В. Дембинский, А.И. Муравьев, Г.В. Савицкая, Н.Г. Чумаченко, А.Д. Шеремет и др. развивали экономический анализ как функцию управления.

Мониторинг как функцию управления в своих публикациях рассматривали М.К. Купова, В.И. Хоружий [1], Э.Н. Рычихина [2] и др.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Отсутствие исследований, посвященных месту функции управления «мониторинг» среди других функций управления («учет», «анализ», «контроль»). Наличие дублирование функций друг друга в теоретических представлениях ученых. Отсутствие публикаций, рассматривающих «учет», «анализ», «контроль», «мониторинг» в неотрывном единстве.

Цель статьи. Обосновать функцию управления «восприятие» посредством построения взаимосвязей между функциями управления: «бухгалтерский учет», «мониторинг», «экономический анализ», «оценка (обобщение)».

Изложение основного материала исследования.

Гипотеза. «Восприятие» является общей, универсальной функцией управления предприятием, обеспечивательными функциями, которой являются: «мониторинг», «бухгалтерский учет», «экономический анализ» и «обобщение (оценка)».

Традиционно считается, что первым функции менеджмента обосновал А. Файол в 1916 г., выделив пять функций: «предвидение», «организация», «распорядительство», «координация», «контроль». Однако последние открытия показывают, что первым функции менеджмента обосновал Александр Гамильтон Черч (А. Hamilton Church).

Данный автор в книге «Наука и практика менеджмента» [3] в 1918 г. на основании авторских статей 1913 года, опубликованных в журнале «Engineering magazine» под названием «Практические принципы рационального менеджмента», раскрывает пять принципов или пять органических функций, на которых «основывается промышленное администрирование». Это оборудование (equipment), проект (design), эксплуатация, работа (operation), контроль (control), сравнение (comparison). Безусловно, эти функции в чем-то отличны от тех, которые выделяются теорией менеджмента сейчас. И порой данная книга, как и большинство ранних книг по менеджменту, имеет отпечаток авторов – инженеров по специальности. Но в рамках нашего исследования считаем важным проанализировать идею автора в выделении отдельной функции «сравнение».

В основе сравнения, по мнению А. Черч, лежит измерение (вычисления) «современный менеджмент все больше и больше основывается на измерении» [3, с. 347]. Однако измерение само по себе ничего не значит без наличия эталона (стандарта по А. Черчу): «Измерение без стандарта это пустая трата времени...» [3, с. 81]. По мнению А. Черч, функция сравнения действует только тогда, когда какая-либо сторона жизни предприятия измерена и сравнена со стандартом. При этом одной из основных функций сравнения является установление стандартов: «функция сравнения – та, которая сосредоточена в установлении стандартов и сравнении со стандартом» [3, с. 81]. Источником стандарта, по Черчу, является передовой опыт других предприятий: «стандарты не должны появляться из жизни завода. Эти стандарты должны быть собраны из опыта других заводов в первую очередь» [3, с. 81], хотя ранее «производитель фактически сравнивал результаты своих усилий с прошлым месяцем» [3, с. 79].

Таким образом, А. Черч обосновывает тезис о постоянном развитии данной функции: «сравнение – это функция, которая будет развиваться вместе с развитием промышленности» [3, с. 79]. Более полно функцию сравнения А. Черч раскрывает при описании ее с функцией контроль: «контроль и сравнение – это пара функций. Вместе они формируют мозг и нервную систему завода. Сравнение – является рецептивной частью, она наблюдает, записывает, сравнивает и передает свои наблюдения контролю. Контроль это центральный мозг, который получает информацию со сравнения... и трансформирует свои впечатления в действие [3, с. 89]. Таким образом, можно сказать, что для исполнения функции сравнения необходимо организовать на предприятии четыре

три процесса: наблюдение, запись, сравнение и передача полученного далее. По мнению А. Черча, исполнение функции сравнение подразумевает использование: «бухгалтерского учета, учета затрат и анализа» [3, с. 83-89].

Следует задать несколько вопросов:

- следует ли выделять указанную функцию или она уже представлена в современных функциях управления?

- где проходит граница предмета этой функции и других функций управления?

- в случае необходимости выделения функции какое название следует ей придать?

Если исходить из описания А. Черча, то наибольшее пересечение выделенная им функция имеет с учетом и анализом, а также с мониторингом. Поэтому проанализируем предметы функциональной направленности учета и анализа, а также мониторинга с помощью таблицы 1.

Проверим по методу А.И. Муравьева [15, с. 21] пересечение предмета функции управления. Если заглавия второго и третьего столбца поменять местами, то для многих определений предмета мониторинга и экономического анализа будут звучать идентично. Кроме определения Г. В. Савицкой, которая однозначно считает предметом экономического анализа причины образования и изменения результатов хозяйственной деятельности [6, с. 14].

Предметом анализа чаще всего выступает хозяйственная деятельность и ее процессы, а также показатели, отклонения от плана.

Предметом мониторинга выступают показатели (данные), тенденции развития, состояние объекта, отклонения от плана (отклонения траектории развития).

Что же получается? Ученые, которые обосновывают развитие мониторинга, фактически говорят об экономическом анализе? Следует обстоятельно разобраться с проблемой разделения экономического анализа и мониторинга.

Мы уже обосновали, что основой описания предприятия являются понятие свойства [20]. Тогда целью управления является формирование таких свойств предприятия, какие видят заинтересованные стороны производственных отношений. Вся проблема в том, чтобы наблюдать свойства. Если бы менеджер мог без использования каких-либо вспомогательных средств осуществлять управление в контексте формирования нужных свойств, то проблема отсутствовала бы.

В реальности все намного сложнее, и если бы не существовал, например, бухгалтерский учет, экономический анализ, мониторинг, то менеджер просто не видел бы свойств, не смог бы измерить: экономическую эффективность, финансовую устойчивость, конкурентоспособность, ликвидность и т. д.

Сформулируем предмет анализируемых нами функций управления с точки зрения концепции управления свойствами предприятия.

Предметом бухгалтерского учета является кругооборот капитала в процессе хозяйственной деятельности. Он документально отслеживает возникновение и изменение стоимостных свойств предприятия.

Мы согласны с Г.В. Савицкой [6, с. 14], что предметом экономического анализа должны быть причины образования и изменения... Вот только не результатов предприятия, как утверждает Г.В. Савицкая, а свойств. Лишь отдельные учебники по экономическому анализу, кроме экономической эффективности, осуществляют анализ других свойств предприятия: конкурентоспособности, инвестиционной привлекательности и т. д. В то же время в рамки современного экономического анализа не входит анализ организационной культуры, деловой репутации, экономической устойчивости, гибкости и других нестоимостных свойств. Таким образом, следует сказать о недостаточной развитости экономического анализа, поскольку он по-

Таблица 1

Предмет анализа, учета и мониторинга как функций и методов управления

Учет	Анализ	Мониторинг
... кругооборот капитала в процессе хозяйственной деятельности [4, с. 17; 5, с. 13]	Причины образования и изменения результатов хозяйственной деятельности [6, с. 14]	Факторы и тенденции развития предприятия [7, с. 4]
Имущество организации, источники его формирования, обязательства и хозяйственные операции, осуществляемые в процессе хозяйственной деятельности [8, с. 8]	Хозяйственная деятельность предприятий, ее процессы и показатели составляют предмет анализа [9, с. 10]	Экономический объект [10, с. 4]
... упорядоченная система сбора, регистрации и обобщения информации в стоимостном выражении об активах, обязательствах, доходах и расходах организации и их изменении, выражающихся в сплошном, непрерывном, документальном отражении всех хозяйственных операций [11, с. 11].	Хозяйственные процессы организаций, социально-экономическая эффективность и конечные финансовые результаты их деятельности, складывающиеся под воздействием объективных и субъективных факторов, получающие отражение через систему экономической информации [12, с. 21]	Состояние объекта, результаты деятельности, изменение состояния [13, с. 313]
...оборотные и необоротные активы и хозяйственные процессы и их результаты [14, с. 10]	Отклонения показателей хозяйственной деятельности любого звена экономики от базового значения, рассматриваемые в статике и в динамике [15, с. 23]	Отклонения от целевой траектории развития предприятия [16, с. 9]
	Исследование информационного потока о планомерной хозяйственной деятельности предприятия для обоснования управленческих решений [17, с. 101]	Данные о системе управления, которые отслеживаются, обрабатываются, распространяются для использования в управлении [2, с. 19]
	Процессы выполнения плана и достигнутые результаты, отражаемые в количественных и качественных показателях учета и отчетности [18, с. 4]	Процесс развития любого объекта с целью изучения динамики и сравнения с ожидаемыми результатами или первоначальными предположениями, которые дальше используются для оценки контроля и прогноза развития объект [19, с. 21-22]

крывает лишь стоимостные и смешанные свойства (экономическую эффективность). Следовательно, следует либо расширять предмет экономического анализа за пределы стоимостных и смешанных свойств, либо предусмотреть создание отдельной науки изучающей механизмы и причины образования и изменения всей совокупности свойств. Значит, предметом экономического анализа (анализа хозяйственной деятельности предприятий) можно считать причины образования и изменения всей совокупности свойств предприятия, которые являются важными для собственника предприятия или менеджера.

Что касается мониторинга, то его надо рассматривать как функцию управления, направленную на отслеживание изменения, динамики свойств предприятия. Предметом мониторинга является наблюдение за изменением (динамикой) свойств, которые являются важными для собственника предприятия или менеджера.

Ученые кроме учета, мониторинга и анализа выделяют еще одну функцию управления – обобщение (оценку). «Оценка – качественное суждение лица, группы лиц, по поводу уровня и динамики одного или совокупности показателей, выражающее степень достижения цели, задания, плана, желаемого (намеченного) состояния» [15, с. 62].

«...оценки не являются достижением последних лет, они существовали столько, сколько существует управление, производство и необходимость принимать хозяйственные и социальные решения. Новой и современной является попытка перейти от субъективного и интуитивного к количественно определенным и логически выдержанным этапам оценки» [15, с. 63].

Таким образом, существуют четыре функции управления: мониторинг, учет, анализ, оценка, которые имеют под собой общее – они обеспечивают управляющую систему предприятия информацией. По нашему мнению, обобщенно, над всеми этими функциями управления стоит комплексная функция управления – «восприятие».

Этой функцией на быденном уровне владеет каждый человек. Благодаря восприятию человек способен осуществлять жизнедеятельность. «Восприятие – это сложная система процессов приёма и преобразования информации, обеспечивающая организму отражение объективной реальности и ориентировку в окружающем мире» [21].

Таким образом, по аналогии, функцию управления «восприятие» можно определить как сложную, организованную систему процессов получения и обработки информации, обеспечивающую менеджменту предприятия отражение объективных свойств предприятия и ориентировку в конкурентной среде.

Психологи еще с середины XIX века осуществляют исследование восприятия человека. Структурными элементами восприятия являются: сенсорный сигнал, анализ, интерпретация. «... Восприятие представляет собой задачу сосредоточения на сенсорном сигнале, анализе и интерпретации для создания осмысленного представления об окружающем мире» [22, с. 100; 23, с. 44.].

Человек имеет сенсорный сигнал, потому как он обладает зрением, обонянием, осязанием и другими сенсорными системами. Сенсорные системы – системы получения информационного сигнала о свойствах объектов окружающего мира. То есть в большинстве случаев восприятие свойств предметов окружающего мира не создает трудностей, поскольку сенсоры уже есть (см. рис. 1).

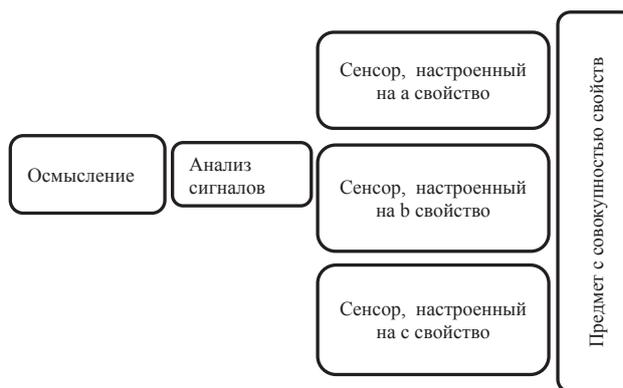


Рис. 1. Структурные элементы восприятия человека

В случае с предприятием как таковых сенсоров оно не имеет, но менеджеру необходимо как-то управлять им. Поэтому отдельные элементы предприятия (должностные лица или отдела) занимаются сбором информации с помощью специальных методик измерения свойств предприятия. Проблема усложняется тем, что человек должен осуществлять разработку данных методик, для того чтобы поддерживать релевантность системы восприятия.

По нашему мнению, эти структурные элементы восприятия нашли свое отображение в четырёх функциях управления. Так, С.Б. Барнгольд относит данные функции к экономическому анализу, который проходит через ряд этапов: «Этап познания (изучения), этап детализации факторов, этап обобщения результата анализа» [24, с. 59]. Вышеприведенные, обоснованные нами определения предметов функций управления приписывают данные этапы, соответственно, учету и мониторингу, экономическому анализу, оценке (обобщению). Таблица 2 показывает соотношение между структурными элементами восприятия человека и своеобразной мега-функцией управления – «восприятием».

Таблица 2
Соотношение между структурными элементами восприятия и системой управления «восприятие»

	Функции управления	Структурные элементы восприятия		
		Сосредоточение на сенсорном сигнале	Анализ	Интерпретация
Мегафункция управления «восприятие»	Бухгалтерский учет			
	Мониторинг			
	Анализ			
	Обобщение			

Если сопоставить появление вышеприведенных функций управления во временном масштабе, то получается следующая картина, см. таблицу 3.

Таким образом, можно сказать, что вышеприведенные функции управления на протяжении столетий развивались и продолжают развиваться для увеличения адекватности функции восприятия, как и прогнозировал А. Черч.

Таблица 3
Временные рамки начала научных и систематических разработок функций управления

Функции управления	Временные рамки начала научных и систематических разработок функции управления
Бухгалтерский учет	XV столетие-начало XX столетия
Мониторинг	середина XX столетия
Анализ	30-40 годы XX столетия
Обобщение	30-40 годы XX столетия



Рис. 2. Взаимосвязь функций управления в единой функции «восприятие»

Возвращаясь к функциям А. Черча, следует признать, что он первым обосновал выделение «рецептивной части» системы управления – в нашем понимании – «восприятие». Хотя в эту «рецептивную часть» он включал и частично функции контроля – сравнение со стандартом (планом).

Может показаться дискуссионным необходимость выделения этой особой функции управления, но без комплексного видения свойств предприятия («восприятия»), а также окружающей среды предприятия невозможно осуществлять управление им, см. рис. 2.

Как видно из рисунка 2, бухгалтерский учет направлен на измерение стоимостных свойств, главным функционально-образующим звеном, которого является капитал. Мониторинг – направлен на измерение прочих свойств. Анализ – на выяснение факторов и механизма изменения свойств. Оценка (обобщение) – на построение целостной картины предприятия.

Что касается функции контроля, то в предыдущей публикации мы осуществили разделение мо-

нитинга и контроллинга [25]. По своей сути и мониторинг и контроллинг схожи, в основе лежит измерение. Мониторинг основывается на измерениях в более научном смысле, когда для измерения используют научно утвержденный эталон-стандарт. Например, при измерении ликвидности пользуются научно обоснованными нормативными значениями коэффициентов ликвидности. На основании данного сравнения выносится решение о свойстве предприятия – «ликвидность».

В случае с контроллингом для измерения используются контрольные значения – стандарт, утвержденный на предприятии, им чаще всего выступает план, а также утвержденные допустимые диапазоны отклонений от плана. На основании данной величины отклонения от плана выносятся решения об корректирующих решениях. Служба контроллинга разрабатывает величину планового значения свойства, диапазон отклонений от плана, а также конкретные действия в случае отклонения от плана и т. д. Мониторинг лишь измеряет свойства предприятия относительно научно разработанных и утвержденных этало-

нов. И здесь уместно вспомнить А. Черч: «стандарты не должны появляться из жизни завода. Эти стандарты должны быть собраны из опыта других заводов в первую очередь» [3, с. 81]. Следовательно, научно обоснованные эталоны для измерения свойств должны браться из обобщения опыта совокупности предприятий отрасли.

Выводы. Таким образом, вместе с А. Гамильтоном Черч мы находим очень похожими систему восприятия человека и систему «восприятия», существующую в современном менеджменте. Именно восприятие большего количества свойств управляемого предприятия делает работу управляющих более успешной. Поскольку незнание свойств предприятия не освобождает от последствий.

Осуществлению функции «восприятие» способствуют функции: «учет», «мониторинг», «анализ», «оценка» (обобщение).

Функция контроля лежит за пределами функции «восприятие», поскольку использует полученную от нее информацию для осуществления корректирующих действий.

Список литературы:

1. Купова М.К., Хоружий В.И. Мониторинг в системе менеджмента экономической безопасности региона [Электронный ресурс] / Купова М.К., Хоружий В.И. // УЭРС. – 2011. – № 11. – Режим доступа : www.uecs.ru/uecs-35-352011/item/828-2011-12-05-11-17-32.
2. Рычихина Э. Н. Мониторинг в системе социального управления муниципальным образованием : диссертация ... доктора социологических наук : 22.00.08 / Рычихина Элина Николаевна. – М., – 2001. – 392 с.
3. Eilon S. Management control / Samuel Eilon. – Boston : Harvard Business School Press, 1971. – 207 с.
4. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности : учеб. / Г. В. Савицкая. 2-е изд., испр. и доп. – Минск : РИГТО, 2012. – 367 с.
5. Максимова В. Ф. Бухгалтерський облік : [підручник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 6.050100 «Облік і аудит»] – Одеса : ОНЕУ, 2012. – 670 с.
6. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Савицкая Г. В. . – Минск : ООО «Новое знание», 2000. – 688 с.
7. Воловик І. А. Моніторинг економічного розвитку сільськогосподарських підприємств в умовах ринкових перетворень [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / Воловик Ірина Анатоліївна ; Харківський національний аграрний ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Х., 2005. – 20 с.
8. Кибиткин А.И. Учет и анализ в коммерческой организации: учебное пособие / А.И. Кибиткин, А.И. Дрождинина, Е.В. Мухомедзянова, О.В. Скотаренко. – М. : Издательский дом Академии Естествознания, 2012. – 368 с.
9. Бахтин И. А. Экономический анализ в промышленности и его использование для предупреждения и выявления хищений : [учебное пособие] / И. А. Бахтин, С. П. Голубятников, В. А. Дубровин ; под общ. ред. И. А. Бахтина. – Горький : Горьковская высшая школа МВД СССР, 1974. – 150 с.
10. Галіцин В.К. Моделі та технології моніторингу в економіці [Текст] : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : спец. 08.03.02 / Галіцин Володимир Костянтинович. – К.: Київ. нац. екон. Ун-т, 2001. – 31 с.
11. Бабаев Ю. А. Бухгалтерский учет [Текст] : учеб. для студентов вузов, обучающихся по экономическим спец. / Ю. А. Бабаев, И. П. Комиссарова, В. А. Бородин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юнити-Дана : Юнити, 2005. – 527 с.

13. Баканов М.И. Теория экономического анализа / Баканов М.И., Мельник М.В., Шеремет А.Д. 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 536 с.
14. Шапіро І.А. Моніторинг в системі управління витратами промислових підприємств економічний простір / І.А. Шапіро. – 2001. – № 48/2. – С. 311-316.
15. Садовська І. Б. Бухгалтерський облік : [навч. посіб.] / І. Б. Садовська, Т. В. Божидарнік, К. Є. Нагірська. – К. : ЦУЛ, 2013. – Книга. – 688 с.
16. Муравьев А. И. Теория экономического анализа: проблемы и решения [Текст] / А. И. Муравьев. – М. : Финансы и статистика, 1988. – 142 с.
17. Набока А. А. Мониторинг деятельности аграрного предприятия (по материалам Краснодарского края) [Текст] : автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. экон. наук : 08.00.05 / А. А. Набока. – Краснодар, 2005. – 24 с.
18. Чумаченко Н.Г. Экономический анализ и управление производством. / Н.Г. Чумаченко. – К.: КИНХ, 1969. – 234 с.
19. Баканов М. Анализ хозяйственной деятельности предприятий / М. Баканов, И. Шоломович. – М. : Госфиниздат. – 1952. – 339 с.
20. Емельянов А. В. Совершенствование экономических процессов хозяйствующего субъекта: (Мониторинг расходов, анализ, оценка) [Текст] : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / А. В. Емельянов. – Волгоград. – 2001. – 216 с.
21. Брагінець А.Н. Підприємство як об'єкт з сукупністю властивостей [Електронний ресурс] / А.Н. Брагінець // Ефективна економіка – 2014. – № 3. – Режим доступу : www.economy.nayka.com.ua.
22. Большая советская энциклопедия [Текст] : в 30 т. / Ред. А. М. Прохоров. – Изд. 3-е. – М. : Сов. энцикл., 1969 – 1978. – Т. 5 : Вешин-Газли. – 1971. – 640 с.
23. Шиффман Х.Р. Ощущение и восприятие: Пер. с англ. Шиффман Х.Р. – 5-е изд. – М. : Питер. – 2003. – 924 с.
24. Кузнецов Н. А. Моделирование интеллектуальной деятельности: сенсорный вход в когнитивную систему / Н.А. Кузнецов, О. Е. Баксанский, Н. А. Гречишкина // Информационные процессы. – Том 7. – № 4. – С. 432-474.
25. Барнгольд С. Б. Экономический анализ хозяйственной деятельности на современном этапе развития [Текст] / С.Б. Барнгольд. – М. : Финансы и статистика, 1984. – 214 с.
26. Брагінець А. Н. Уточнение функций мониторинга экономической деятельности предприятий / Брагінець А. Н. // Проблемы экономики. – 2013. – № 4. – С. 268-273 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.problecon.com>.

Брагінець А. М.

Луганський національний аграрний університет

СПРИЙНЯТТЯ ЯК ФУНКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ

Резюме

Мета статті полягає в обґрунтуванні функції управління «сприйняття» за допомогою побудови взаємозв'язків між функціями управління: «бухгалтерський облік», «моніторинг», «економічний аналіз», «оцінка (узагальнення)». Аналізуючи, систематизуючи і узагальнюючи наукові праці, були розглянуті трактування предмета сучасних функцій «облік», «аналіз» та «моніторинг» в інтерпретації різних авторів. В результаті дослідження виявлено частий збіг предмета економічного аналізу та моніторингу. На підставі робіт одного з основоположників науки управління А. Гамільтона Черча та окремих положень психології доведено існування функції управління – «сприйняття», яка включає в себе функції «облік», «моніторинг», «аналіз», «оцінка» (узагальнення).

Ключові слова: функції управління, економічний аналіз, моніторинг, облік, узагальнення (оцінка).

Braginets A. N.

Lugansk National Agrarian University

PERCEPTION AS A FUNCTION OF MANAGEMENT

Summary

The purpose of the article is to justify the management function «perception», by building relationships between management functions, «accounting», «monitoring», «economic analysis», «estimate (generalization).» Analyzing, systematizing and generalizing scientific works were considered modern interpretation of the object functions of «accounting», «analysis» and «monitoring» in the interpretation of the various authors. The study found frequent coincidence of a subject of economic analysis and monitoring. Based on the works of one of the founders of the science of management A. Hamilton Church, as well as certain provisions of psychology, proved the existence of control functions – «perception», which includes the functions of «accounting», «monitoring», «analysis», «evaluation» (generalization).

Key words: management functions, economic analysis, monitoring, accounting, compilation (estimate).

УДК 658.14: 339.37

Вавдійчик І. М.

Київський національний торговельно-економічний університет

УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА ЗАСАДАХ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ

Визначено місце та роль системи управління товарними ресурсами у складі торговельного менеджменту підприємства роздрібною торгівлі. Запропоновано поелементний склад цієї системи з детальним описом її елементів. Визначено послідовність етапів управління товарними ресурсами.

Ключові слова: система, завдання, функції, принципи, процес управління.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку ринкових відносин у сфері торговельного бізнесу характеризується збільшенням пропозиції споживчих товарів, посиленням ролі споживача, мінливістю зовнішніх умов функціонування, посиленням конкурентної боротьби, що вимагає застосування науково обґрунтованих підходів до управління підприємством. Ефективна діяльність підприємства роздрібною торгівлі, забезпечення його життєздатності та конкурентоспроможності значною мірою визначаються якістю управління товарними ресурсами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Підхід до розгляду підприємства, в тому числі і підприємства торгівлі, як складної, відкритої, динамічної соціально-економічної системи знаходить своє відображення у працях сучасних вітчизняних та зарубіжних дослідників, зокрема: І.О. Бланка, І.В. Височин, М.В. Володькиної, А.Т. Зуба, В.В. Ісаєва, В.О. Коюди, Н.Ю. Круглової, А.Н. Соломатіна та ін. Незважаючи на численність наукових праць, окремі аспекти управління товарними ресурсами, його місця в системі управління підприємством роздрібною торгівлі, не знайшли достатнього висвітлення.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз останніх досліджень і публікацій дозволив виявити відсутність чітко обґрунтованих теоретико-методичних підходів до існування на підприємствах роздрібною торгівлі системи управління товарними ресурсами та її місця в системі торговельного менеджменту, ефективних науково обґрунтованих підходів до управління товарними ресурсами.

Мета статті. Метою статті є дослідження системи управління товарними ресурсами та розкриття змісту її основних складових.

Виклад основного матеріалу. Розгляд підприємства роздрібною торгівлі як складної системи, що складається з ряду функціональних підсистем викладено у працях таких вітчизняних науковців, як Бланк І.О., Височин І.В. Так, зокрема, Височин І.В., виділяє в складі виокремлених підсистем наступні: вибір найбільш ефективних організаційних форм, управління торговельно-технологічними процесами, управління персоналом, управління комерційним доходом, управління витратами обігу, управління прибутком, управління активами, управління капіталом, управління інвестиціями, управління грошовими потоками, управління ризиками, управління фінансовою стабілізацією [1, с. 77]. Проте у складі запропонованих підсистем відсутній такий елемент, як управління товарними ресурсами, що на нашу думку істотно звужує функціональну спрямованість запропонованої системи торговельного менеджменту. Застосування системного підходу до управління підприємством передбачає виокремлення у його складі

підсистем, кожна з яких може бути розглянута як окрема система [2, с. 26]. Враховуючи вищевикладене, підсистема управління товарними ресурсами представляє собою елемент системи управління підприємством роздрібною торгівлі, що має власний теоретичний інструментарій та складається з певних елементів, що надають їй ознак системи. Система управління товарними ресурсами є функціональною підсистемою системи більш високого порядку – системи торговельного менеджменту. Виходячи з цього положення головна мета управління товарними ресурсами підприємства роздрібною торгівлі є підпорядкованою до головної мети торговельного менеджменту в цілому і забезпечує умови для її реалізації. У сучасних економічних дослідженнях [3, с. 31-45; 4, с. 124] виділяють наступні основні складові, що властиві будь-якій системі управління: об'єкт та суб'єкт управління, цілі та завдання управління; функції, методи, способи впливу на елементи системи; принципи; алгоритми управління.

Таким чином, з точки зору системного підходу, управління товарними ресурсами можна представити як управлінську підсистему у складі системи управління діяльністю підприємства роздрібною торгівлі, яка представляє собою комплексне поєднання цілей та завдань, функцій та принципів управління, методів і засобів управлінського впливу, з одночасним забезпечення безперервності циклу управління, для досягнення відповідності основних параметрів стану та ефективності управління товарними ресурсами з цілями та завданнями торговельного менеджменту. У якості складових системи управління товарними ресурсами виступають: суб'єкти та об'єкт управління; цілі та завдання; принципи управління; функції управління; методи, форми і засоби управління; техніка і технологія управління.

Сучасними вітчизняними дослідниками [5, с. 17; 6, с. 234] пропонується низка завдань, які стоять перед підприємствами роздрібною торгівлі в царині управління товарними ресурсами, а саме: забезпечення безперервного, стабільного та ритмічного надходження товарів до підприємства торгівлі; забезпечення відповідності обсягу та структури закупівлі товарів обсягу та структурі споживчого попиту; забезпечення конкурентних переваг підприємства торгівлі щодо асортименту, якості та цін товарної продукції; мінімізація сукупних витрат на формування, транспортування, зберігання товарних ресурсів; пошук поставальників та розвиток відносин з ними; досягнення гармонічних відносин з іншими функціональними підрозділами; забезпечення необхідної ефективності комерційних угод щодо закупівлі товарів. Абсолютно погоджуючись з наведеним переліком завдань, доцільним, на нашу думку, є доповнення запропонованого переліку наступними завдан-

нями: забезпечення оптимального використання наявних ресурсів (фінансових ресурсів; виробничих потужностей та їх технічного оснащення; складських площ та ємкостей, що забезпечують зберігання певної кількості товарів, їх технічного оснащення); забезпечення оптимальних розмірів товарних запасів з врахуванням таких критеріїв оптимальності, як час обігу товарів при максимальній надійності постачання, частка неходових та залежалих запасів в загальному обсязі тощо; забезпечення необхідної ефективності власного виробництва, виробництва товарів під власною торговою маркою; забезпечення наявності товарів різних цінних сегментів, в тому числі забезпечення наявності соціально важливих груп товарів та встановлення мінімально-допустимих обґрунтованих цін на них; забезпечення збереження навколишнього середовища шляхом застосування екологічної упаковки, підтримці товаровиробників, які пропонують екологічно чисті продукти. Суб'єктами управління надходженням товарів до торговельного підприємства є особа (певне коло осіб), на яких покладено реалізацію його завдань. Виходячи із запропонованих завдань управління товарними ресурсами, об'єктом управління є процес формування підприємством торгівлі пропозиції товарів, призначених для подальшого перепродажу. Важливою компонентою концептуальних основ управління товарними ресурсами підприємств роздрібно торгівлі є визначення принципів, за якими має здійснюватись це управління в практичних умовах його реалізації. Принципи управління товарними ресурсами виступають інструментом, який дозволяє узагальнювати й координувати діяльність окремих складових системи управління. Загальні принципи управління були викладені в працях основоположників менеджменту Ф. Тейлора, Г. Емерсона, А. Файоля.

Принципи управління – це основні правила, яких мають дотримуватися суб'єкти управління під час ухвалення управлінських рішень. Принципи є основною формою цілеспрямованого використання об'єктивних законів у практиці управління [9]. Враховуючи вищевикладене визначення, під принципами управління товарними ресурсами підприємства роздрібно торгівлі слід розуміти загальні закономірності, на яких базуються взаємозв'язки як між внутрішніми елементами даної підсистеми, так і між даною підсистемою та іншими функціональними підсистемами торговельного менеджменту. Принципи управління товарними ресурсами повинні визначати, що необхідно зробити для досягнення поставлених цілей і виконання завдань. Чим більш обґрунтованими є принципи управління, тим вищий рівень прийняття управлінських рішень, ймовірність досягнення поставлених цілей та завдань. Враховуючи економічні особливості діяльності підприємств роздрібно торгівлі в умовах ринкового середовища, пропонується виділити наступні загальнонаукові принципи управління товарними ресурсами.

Принцип системності. Вимагає дослідження існуючої підсистеми управління товарними ресурсами як складної системи, яка в свою чергу складається з певних взаємопов'язаних елементів (підсистем), та одночасно є складовою більш великої системи – системи торговельного менеджменту.

Принцип комплексності. Полягає у врахуванні особливостей функціонування всіх елементів (складових підсистем) та їхнього взаємозв'язку при прийнятті управлінських рішень.

Принцип цілеспрямованості. Передбачає, що система цілей управління товарними ресурсами, ґрунтується на цілях торговельного менеджменту в цілому, що забезпечує найбільшу вірогідність їх досягнення.

Принцип інтегрованості із загальною системою торговельного менеджменту. Управління товарними ресурсами тісно пов'язане з основними функціональними підсистемами торговельного менеджменту та обумовлює розмір та рівень основних ключових показників господарсько-фінансової діяльності підприємства: обсягу товарообороту, комерційного доходу, чистого прибутку тощо. Тому, прийняті рішення щодо управління товарними ресурсами повинні враховувати інтереси інших пов'язаних функціональних підсистем, узгоджуватися з усіма зацікавленими підрозділами.

Принцип науковості. Дотримання цього принципу вимагає застосування науково-методичних підходів в процесі аналізу та планування товарних ресурсів, контролю, оцінки ефективності та результативності управління товарними ресурсами на підприємствах роздрібно торгівлі.

Принцип ситуаційності. Означає, що при прийнятті управлінських рішень по управлінню товарними ресурсами доцільно обирати прийоми та методи їх реалізації з врахуванням переваг, недоліків та можливостей конкретної ситуації, що склалася.

Принцип оптимізації. Оптимізація представляє собою вибір найкращого варіанту надходження товарів із множини можливих, тобто це процес прийняття оптимальних рішень по приведенню системи управління надходженням товарів до оптимального стану.

Принцип адаптивності. Необхідність застосування даного принципу обумовлена безперервними змінами, які відбуваються як всередині самої системи управління товарними ресурсами, так і у зовнішньому середовищі підприємства торгівлі. Дотримання цього принципу забезпечує здатність функціонування системи управління товарними ресурсами товарів при зміні параметрів зовнішнього середовища, можливість врахування та вчасного реагування на зміни, що відбуваються в ресурсному потенціалі підприємства торгівлі, у відносинах з постачальниками товарних ресурсів, на ринку споживчих товарів та інших параметрах функціонування підприємства торгівлі та оточуючого його середовища.

Принцип безперервності. Управління товарними ресурсами – це складний процес, який представляє собою в тому числі процес прийняття та реалізації управлінських рішень, що циклічно повторюється.

Принцип економічності. Передбачає забезпечення підприємства роздрібно торгівлі товарними ресурсами, за яким витрати, що пов'язані з цим процесом, не повинні перевищувати результат.

Принцип ефективності. Означає раціональне співвідношення між витратами на забезпечення підприємства роздрібно торгівлі товарним ресурсами та цільовим ефектом від їх реалізації.

Принцип багатоваріантності. Реалізація цього принципу припускає, що підготовка кожного управлінського рішення повинна здійснюватись після оцінювання певної множини альтернативних варіантів. Тобто управління товарними ресурсами можна розглядати як процес прийняття альтернативних рішень у конкретних ринкових умовах: для розробки управлінського рішення необхідно дослідити різні варіанти (альтернативи) на основі прогнозування різних ситуацій. Виходячи із сучасних тенденцій розвитку підприємництва у сфері роздрібно торгівлі ми вважаємо за доцільне доповнити існуючі принципи наступними.

Принцип соціальної відповідальності. Передбачає пріоритетну орієнтацію на задоволення потреб споживачів, головними з яких є забезпечення якості товарів, що надходять на підприємство. Практична реалізація цього принципу забезпечується через посилення контролю за безпекою харчових продуктів; проведення експертиз товарної документації; дотримання встановлених термінів реалізації харчових продуктів; своєчасне інформування покупців, надання консультаційних послуг тощо. Також вагомою складовою в реалізації цього принципу є обґрунтованість ціноутворення на окремі соціально-значимі групи товарів.

Принцип партнерських відносин. Впровадження цього принципу у практику діяльності підприємств роздрібною торгівлі вимагає суворого дотримання умов укладених з постачальниками та іншими партнерами угод (особливо стосовно розрахунків за поставлені товари), врахування інтересів своїх ділових партнерів, підтримання за можливості, стабільних відносин тощо. Дотримання цього принципу сприяє встановленню довгострокових відносин з основними постачальниками товарів, підвищує репутацію підприємства у діловій сфері, сприяє поліпшенню відносин з діловими партнерами. Застосування вказаних принципів управління товарними ресурсами дозволить управляючій системі більш чітко регулювати та координувати діяльність окремих елементів, регламентувати процес прийняття та реалізації управлінських рішень, забезпечувати вибір адекватних конкретній ситуації методів управління тощо.

Управління товарними ресурсами вимагає здійснення численних видів робіт, що забезпечують реалізацію поставлених завдань. Ці види робіт виконуються в рамках управління, але вони різноспрямовані і називаються функціями менеджменту. Відомі зарубіжні дослідники М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі визначають управління як процес планування, організації, мотивації та контролю, необхідний для досягнення цілей ор-

ганізації [7]. Виходячи із запропонованого визначення управління представляє собою процес, який полягає у здійсненні функцій планування, організації, мотивації та контролю. Сучасна парадигма управління пропонує значно ширший перелік основних управлінських функцій, зокрема: планування, прогнозування, організація, координування, стимулювання, контроль, регулювання. Російська дослідниця О.Д. Каверина визначає управління як сукупність процесів, які представляють собою безперервну послідовність взаємопов'язаних дій менеджерів з реалізації функцій менеджменту, спрямованих на досягнення поставлених цілей [8]. Враховуючи специфічні особливості управління товарними ресурсами підприємства роздрібною торгівлі, доцільно виокремити такі загальні функції управління, як визначення та обґрунтування цілей, аналіз, планування, організація, координація, мотивація, облік, контроль та регулювання. Перелік та зміст загальних функцій управління товарними ресурсами наведено в таблиці 1.

Необхідним компонентом системи управління є процес управління, який, за твердженням В.С. Сухарського, являє собою сукупність та послідовність цілеспрямованих дій керівника й апарату управління для налагодження спільної діяльності людей [10]. Базуючись на сучасних економічних дослідженнях процесу управління, нами пропонується перелік етапів управління товарними ресурсами, який містить шість етапів.

1 етап – аналіз, який здійснюється у двох основних напрямках: аналіз надходження товарів до підприємства торгівлі в передплановий період та аналіз стану та кон'юнктури ринку необхідних підприємству торгівлі товарних ресурсів (обсяги пропозиції товарів, можливі організаційно-економічні форми надходження товарів, ціни та умови їх постачання, перелік основних постачальників, місце їх розташування, статус, цінова та кредитна політика).

2 етап – планування обсягу та структури надходження товарів до підприємства торгівлі. План

Таблиця 1

Зміст загальних функцій управління товарними ресурсами

Функція управління	Зміст функції управління
Визначення та обґрунтування цілей	Встановлення системи цілей управління товарними ресурсами підприємства, забезпечення їх відповідності цілям системи торговельного менеджменту підприємства в цілому; розробка критеріїв реалізації цілей; розробка завдань управління товарними ресурсами; визначення пріоритетних напрямів в управлінні товарними ресурсами
Аналіз	Дослідження стану системи управління товарними ресурсами та оцінка внутрішніх факторів, що впливають на управління товарними ресурсами
	Дослідження змін у зовнішньому середовищі та оцінка зовнішніх факторів, що впливають на управління товарними ресурсами
Планування	Визначення планового обсягу товарних ресурсів
	Визначення планового обсягу фінансових ресурсів для забезпечення підприємства товарними ресурсами
Організація	Створення підрозділу (відповідальної особи) щодо здійснення закупівлі товарів, власного виробництва товарів, виробництва товарів під власною торговою маркою тощо
Координація	Визначення способів та форм взаємодії між окремими функціональними підрозділами по забезпеченню підприємства товарними ресурсами
Мотивація	Розробка системи стимулювання, спрямованої на досягнення задач управління товарними ресурсами
Облік	Облік господарських операцій щодо закупівлі, власного виробництва, виробництва під власною торговою маркою тощо; облік запасів складання звітності
Контроль	Формування системи підконтрольних показників управління товарними ресурсами, розробка форм звітів, встановлення періодичності здійснення контролю
	Порівняння фактичних значень встановлених показників з нормативними (оптимальними)
	Встановлення можливих відхилень фактичного значення окремих підконтрольних показників від передбаченого
Регулювання	Розроблення системи заходів щодо усунення виявлених відхилень
Регулювання	Розподілення фінансових ресурсів між основними організаційно-економічними формами надходження товарів (закупівля, власне виробництво, виробництво під власною торговою маркою тощо)

обсягу та асортиментної структури надходжень товарів повинен відповідати наступним вимогам: узгодженість плану з параметрами зовнішнього середовища; варіантність плану надходження товарів; економічна обґрунтованість плану; збалансованість плану надходжень товарів.

3 етап – формування та вибір можливих варіантів надходження товарів. На цьому етапі створюється множина попередніх варіантів надходження товарів та на основі проведеної оцінки альтернативних варіантів здійснюється вибір оптимального варіанту надходження товарів до підприємства торгівлі, тобто варіанту, який приводить до максимальної ефективності даної системи.

4 етап – оцінка ефективності та результативності управління товарними ресурсами.

5 етап – контроль за надходженням товарів до підприємства торгівлі. На цій стадії управлінського циклу здійснюється перевірка відповідності усіх параметрів надходження товарів (обсяги, асортимент, ціни, графік поставки тощо) встановленим критеріям. Вагоме значення має розробка

об'єктів та стандартів контролю, його методичне забезпечення.

6 етап – регулювання окремих параметрів системи для приведення у відповідність із встановленими критеріями. За результатами проведення контролю у випадку виявлення відхилень від заданих параметрів процесу управління суб'єктами управління товарними ресурсами здійснюється управлінський вплив для їх усунення. Як справедливо зазначає А.В. Пешко [11, с. 226], процес контролю складається з встановлення стандартів, зміни фактично досягнутих результатів і проведення коригувань у тому випадку, коли досягнуті результати істотно відрізняються від встановлених стандартів.

Висновки і пропозиції. Таким чином, ефективне функціонування системи управління товарними ресурсами залежить, зокрема від того, наскільки логічно є побудова і як пов'язані між собою досягнення цілей та виконання завдань, як узгоджені окремі функції всередині системи, а також з іншими підсистемами торговельного менеджменту, наскільки раціонально організований процес управління.

Список літератури:

1. Височин І.В. Управління товарооборотом підприємств роздрібної торгівлі [Текст] : монографія / І.В. Височин. – К. : Київ. нац. торг.-екоп. ун-т, 2012. – 544 с.
2. Концептуальні засади управління підприємством як економічною системою [Текст] : монографія / за ред. В.О. Коюди. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2007. – 416 с.
3. Агафонова Н.В. К вопросу о предмете философии и методологии управления [Текст] / Н.В. Агафонова // Ученые труды. – М. : Ун-тский гуманитарный лицей, 2005. – С. 31-45.
4. Егоров И.В. Управление товарными системами [Текст] : учебное пособие / И.В. Егоров. – М. : Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2001. – 644 с.
5. Власова Н.О. Формування ефективної закупівельної політики підприємств роздрібної торгівлі [Текст] : навч. посіб. / Н.О. Власова, Ю.В. Пономарьова. – Харків, 2003. – 144 с.
6. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства : підручник для вузів [Текст] / за ред. Н.М. Ушакової. – К. : «Хрещатик», 1999. – 800 с.
7. Мескон М.Х. Основы менеджмента [Текст] / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. М.А. Маерова, Э. В. Шустер, А.А. Быковский и др.; под общ. ред. Л.И. Евенко. – М. : Дело, 2002. – 704 с.
8. Каверина О.Д. Управленческий учет: системы, методы, процедуры [Текст] / О.Д. Каверина. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 352 с.
9. Основы социального управления [Текст] : учеб. пособие / А.Г. Гладышев, В.Н. Иванов, В.И. Патрушев др.; под. ред. В.Н. Иванова. – М. : Высш. Шк., 2001. – 271 с.
10. Сухарський В.С. Менеджмент: теорія, методологія, практика [Текст] : монографія / В.С. Сухарський. – Тернопіль : Астон, 2002. – 416 с.
11. Пешко А.В. Збалансована система показників у формуванні стратегії розвитку організації і підприємств [Текст] : монографія / А.В. Пешко. – К. : КВЦ, 2007. – 272 с.

Вавдійчик І. Н.

Київський національний торговельно-економічний університет

УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА ОСНОВЕ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА

Резюме

Определено место и роль системы управления товарными ресурсами в составе торгового менеджмента предприятия розничной торговли. Предложен поэлементный состав этой системы с детальной характеристикой ее элементов. Определена последовательность этапов управления товарными ресурсами.

Ключевые слова: система, задачи, функции, принципы, процесс управления.

Vavdiichyk I. M.

Kyiv National University of Trade and Economics

A MANAGEMENT COMMODITY RESOURCES BASED ON THE PRINCIPLES OF THE SYSTEM APPROACHES

Summary

The location and role of the management commodity resources are determined in composition of the trade management of enterprise in the retail business. Membership composition of this system is offered with the detailed description of its elements. The sequence of the management commodity resources stages are define.

Key words: system, task, functions, principles, management process.

УДК 631.16.658

Васюренко Л. В.

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

ОСНОВНИЙ КАПІТАЛ, ЙОГО СТРУКТУРА ТА РОЛЬ В ЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена узагальненню теоретичних підходів до визначення поняття основного капіталу та його місця у сільськогосподарській діяльності. В результаті аналізу наукових джерел з'ясовано, що основний капітал, який є основою економічного зростання та стабільності сільськогосподарського виробництва, має неоднозначне визначення сутності з боку науковців. З'ясовано відмінності в поняттях «основний капітал», «основні засоби», «основні фонди» згідно з існуючою законодавчою базою, уточнено власне визначення поняття «основний капітал» в сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: основний капітал, основні засоби, основні фонди.

Актуальність проблеми. Природно-ресурсний потенціал України обґрунтовано визначає її як аграрну країну. Але трансформаційні процеси в сучасній економіці країни, які ведуть до радикальної перебудови всього сільськогосподарського виробництва вимагають організації нового раціонального механізму господарювання, визначальною складовою частиною якого є основний капітал. Основний капітал – це елементи власних активів підприємства, які призначені для використання на протязі тривалого періоду. Як найважливіша та суттєва частка національного багатства країни основний капітал характеризує матеріально-технічну базу виробництва, тому необхідні подальші дослідження та формалізація поняття основного капіталу в сільському господарстві з урахуванням сучасного розвитку відносин власності, досягнень науково-технічного прогресу, наявної законодавчої бази.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні та методичні засади поняття основного капіталу в історичному контексті знайшли своє відображення в працях, починаючи з класиків політичної економії, таких як К. Маркс, К. Вексель, С. Фішер, Є. Бем-Баверк, П. Самуельсон, А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Кларк, Дж. Міль та ін. Науково-практичні засади підвищення ефективності функціонування основного капіталу в сільськогосподарських підприємствах як фундаментальної бази виробництва взагалі, шляхом вивчення та обґрунтування висвітлені в роботах вітчизняних вчених, таких як В.Г. Андрійчук, В.Я. Амбросов, В.Я. Месель-Веселяк, П.Т. Саблук.

У той же час, незважаючи на численні дослідження вчених та актуальність питання на протязі вже кількох століть, зміна внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування сільськогосподарських підприємств, трансформаційні ринкові умови та створення нових механізмів господарювання на теперішній час вимагає продовження вивчення, поглибленого дослідження та наукового доопрацювання чинників, тенденцій та закономірностей формування основного капіталу аграрними підприємствами країни, вдосконалення комплексу науково-методичних заходів щодо підвищення ефективності використання основного капіталу та зростання результативності діяльності сільськогосподарських підприємств взагалі.

Формування цілей статті. Метою даної публікації є дослідження та формалізація теоретичних засад поняття основного капіталу в сільськогосподарському виробництві з урахуванням сучасних умов господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «основні фонди» було введено в науковий

і господарський оборот в часи централізованої планової системи господарювання, що було викликано необхідністю підкреслити відмінності господарювання при капіталізмі та соціалізмі. У радянській період історії нашої країни домінуючим положенням серед інших економічних теорій займала трудова теорія вартості К. Маркса, згідно з якою, капітал – це історична категорія, нерозривно пов'язана з експлуатацією, існує тільки там, де є приватна власність. В умовах централізованої планової системи господарювання кожному підприємству централізовано виділялися необхідні кошти для функціонування, вся власність була державна, тому поняття «капітал» було неприйнятно [1, с. 258].

Поняття капіталу в історичному плані, починаючи з класиків політичної економії, ототожнювалося з засобами і факторами виробництва. До капіталу відносять накопичену працю, втілену в знаряддях виробництва капітал ототожнюють із засобами виробництва.

Економісти рівняють капітал із засобами виробництва, визначаючи його як фактор виробництва. Подібний підхід йде від класиків політичної економії: А. Сміт [2, с. 480] розглядав капітал як накопичену працю, Д. Рікардо вважав, що капітал – це засоби виробництва [3, с. 152]. Капітал складається з благ тривалого використання, створених економічною системою для виробництва інших товарів. Дж. Кларк особливо підкреслює, що капітал складається із засобів виробництва, які завжди конкретні і матеріальні. Тим самим він протиставляє своє поняття капіталу поглядам багатьох класиків-економістів, які вважають професійні здібності працівників частиною фонду продуктивного багатства. Дж. Кларк зазначає: «Капітал світу є (як і був) одне велике знаряддя в руках працюючого людства, за допомогою якого людство підпорядковує і перетворює опорні елементи природи» [4, с.260]. Погляди Д. Рікардо на сутність капіталу можна відобразити наступним його висловом: «Якщо кожен може вживати свій капітал, як йому завгодно, то він, звичайно, буде шукати для нього найбільш вигідне застосування, він, природно, не буде задоволений прибутком в 10%, якщо, вклавши свій капітал в іншу справу, він може отримати прибуток в 15%». Дж.С. Мілл визначає капітал, як такий, що існує в будь-якій з довговічних форм і дохід, від якого надходить протягом відповідно тривалого періоду, називається основним капіталом [5, с. 287].

Поряд із категорією «основні фонди» економісти використовують і термін «основний капітал». Проте К. Маркс зазначав, що між основними фондами і основним капіталом є принципові

відмінності, оскільки в їх основі лежить різна форма власності на засоби виробництва. Різний і речовий склад розглянутих категорій. До складу основного капіталу входять засоби праці, які не є результатом праці людини (ліс на корені, вугілля в забоях і т. д.), а також нематеріальні цінності (ліцензії, патенти і т. д.) [1, с. 189]. У сучасних концепціях також немає однозначного визначення поняття «капітал». Найбільш загальне з них – капітал як відношення. Капітал у широкому сенсі – акумульована (сукупна) сума товарів, майна, активів, що використовуються для отримання прибутку, багатства [6, с. 95]. Ряд таких сучасних економістів як Зайцев Н.Л. і Волков М.І. дають поняття основного капіталу рівнозначне поняттю основні фонди. У їх трактуванні це звучить так: «Основний капітал включає в себе засоби праці, які багаторазово беруть участь у процесі виробництва, виконуючи якісно різні функції. Поступово зношуючись, вони переносять свою вартість на створений продукт частинами протягом кількох років у вигляді амортизаційних відрахувань» [9, с. 123, 10 с. 140]. Щодо основних фондів, великий економічний словник дає наступне визначення: «Основними фондами є виробничі активи, що використовуються неодноразово або постійно протягом тривалого періоду, але не менше одного року, для виробництва товарів, надання ринкових і неринкових послуг. Основні фонди складаються з матеріальних і нематеріальних основних фондів. До матеріальних основних фондів відносяться основні засоби, а до нематеріальних основних фондів – нематеріальні активи.

На думку професора Шеремета А.Д. [11, с. 197], основний капітал, який включає основні засоби, нематеріальні активи, а також незавершені довгострокові інвестиції і нові довгострокові фінансові інвестиції.

Серед більш конкретних визначень виділяють фінансове і економічне. Згідно з фінансовим визначенням, капіталом називаються всі активи фірми. В економіці капітал – один з чотирьох основних факторів виробництва, представлений усіма засобами виробництва, які створені людьми для того, щоб з їх допомогою робити інші товари та послуги.

Аналіз історичного аспекту, діючої нормативної бази і науково-технічної літератури дозволяє нам розмежувати категорії «основні засоби», «основний капітал» і «основні фонди». Основний капітал підприємства складають основні засоби, нематеріальні активи, капітальні вкладення і довгострокові фінансові вкладення.

Виникнення категорії «основні засоби» здійснювалось на взаємозв'язку категорій засоби праці, основні виробничі фонди, прівнювалось між собою деякими економістами, на рівні законодавства визначені як матеріальні активи. Основні засоби складаються з засобів виробничого призначення (використовуються як засоби праці в сфері матеріального виробництва) і невиробничого призначення (використовуються в соціально – культурній сфері).

Окремі види виробничих основних засобів не в однаковій мірі беруть участь у сільськогосподарському виробництві, одні з них прямо пов'язані з основним виробництвом і виступають певним фактором збільшення обсягу виробленої продукції рослинництва і тваринництва, інші виробничі основні засоби спрямовані на виробництво продукції промислового характеру, а також пов'язані з будівництвом, торгівлею і громадським харчу-

ванням. У зв'язку з цим виробничі основні засоби поділяються на засоби сільськогосподарського призначення та несільськогосподарського. Основою функціонування сільськогосподарського підприємства є основні засоби сільськогосподарського призначення.

До прийняття у 2011 році Податкового кодексу України (ПКУ) [7, с. 15], сучасне вітчизняне законодавство допускало паралельне використання категорій «основні фонди» та «основні засоби». У Законі України «Про оподаткування прибутку підприємств» термін «основні фонди» трактувався як матеріальні цінності, що використовуються в господарській діяльності платника податків протягом періоду, що перевищує 365 календарних днів з дати введення їх в експлуатацію і вартість яких поступово зменшується в зв'язку з фізичним або моральним зносом [18, с. 5].

У Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» (П(С)БО7) застосовується наступне визначення: «основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх в процесі виробництва або постачання товарів та послуг, надання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних функцій, з очікуваним строком корисного використання (експлуатації) більше одного року або операційного циклу, якщо він довший за рік» [8, с. 28]. На нашу думку, визначення поняття «основні засоби» як активи, згідно П(С)БО7, тобто мають за мету надходження економічних вигід у майбутньому, більш суттєво відображає зміст категорії, як складової основного капіталу, ніж поняття «основні фонди» як цінності, тобто сукупність об'єктів, які мають певну вартість.

Після набрання чинності ПКУ поняття «основні засоби» на теперішній час використовується і в податковому, і в бухгалтерському обліку та має одне визначення «матеріальні активи», що, на нашу думку, визначає економічну суть цієї категорії в отриманні доходу від авансованих ресурсів в основні засоби.

Ми вважаємо, що визиває плутанину узагальнення поняття «основні засоби», які, згідно с П(С) БО, включають «інші необоротні матеріальні активи», а при класифікації в п.5 даного положення відокремлюють ці поняття в різні групи. Також залишається окремо група «довгострокові біологічні активи», яка має сутність матеріального активу, але не входить до складу цих понять. Податковий кодекс України, згідно зі статтею 145, більш чітко класифікує поняття активів на дві групи: основні засоби та інші необоротні активи [7, с. 21]. Також ми вважаємо необгрунтованим питання віднесення групи «земельні ділянки» та «природні ресурси» до складу об'єктів основних засобів та пропонуємо виділити окрему складову необоротних активів, тому що:

1. На основні засоби даних груп амортизація не нараховується (п.145.1.7 ПКУ).

2. Відсутність механізму визначення «достовірної» вартості об'єктів основних засобів цих груп.

3. Відсутність механізму визначення корисного строку використання для об'єктів основних засобів цих груп.

Узагальнюючи викладені підходи і точки зору з приводу визначення сутності основного капіталу, дозволило сформулювати власне визначення поняття основного капіталу підприємства. Під основним капіталом ми розуміємо суму вартостей, одержаних з різних джерел та інвестованих в необоротні активи з певною метою отримання еконо-

мічної вигоди, або додаткової вартості. На нашу думку, ознака інвестування найбільш якісне відміння сутності категорії «основний капітал» від категорії «основні засоби», яка відображає форму існування вартості основного капіталу на даний час. Тому вважаємо допустимим рівнозначне використання категорії «основний капітал» при дослідженнях та аналізі окремо основних засобів підприємств, як складової основного капіталу. Провівши дослідження існуючих понять в законодавчій базі та нормативних документах, ми пропонуємо доопрацьовану схему складових основного капіталу підприємства (рис. 1).

Структура основного капіталу – це питома вага кожної з груп в їх загальній вартості. Структура основного капіталу не може бути однаковою для промислових підприємств різних галузей. Це пояснюється, насамперед, різною специфікацією самих галузей, технічною оснащеністю підприємства, рівнем спеціалізації, концентрації і кооперації, географічним розміщенням та іншими особливостями. Не всі групи основного капіталу відіграють у процесі виробництва однакову роль. Якщо будівлі або споруди забезпечують умови для виробництва, то машини і обладнання безпосередньо беруть участь у створенні продукції. На цій основі основний капітал підрозділяється на активну і пасивну частини. Активна частина основного капіталу є провідною і служить базою в оцінці технічного рівня і виробничих потужностей.



Рис. 1. Структура основного капіталу підприємства за джерелами виникнення та об'єктом інвестування
*Джерело: систематизовано та складено автором

Пасивна частина є допоміжною і забезпечує процес роботи активних елементів. Основний капітал бере участь у кількох виробничих циклах і переносить свою вартість на вироблений продукт поступово. Основні засоби є одним з основних елементів процесу відтворення, який в сільському господарстві має життєво важливе для суспільства значення і є частиною «основного капіталу» підприємства. Категорія «основні фонди» на даний час не використовується в податковому та бухгалтерському обліку. У сільському господарстві основні засоби мають специфічні особливості, до складу основних засобів крім традиційних знарядь і засобів праці входять живі організми (продуктивна худоба, багаторічні насадження), капітальні вкладення на підвищення родючості земель.

При цьому характерними особливостями основних засобів є:

- використання в натуральному вигляді впродовж тривалого часу (не менше року);
- схильність до зносу, який виявляється у поступовій втраті можливої подальшої експлуатації у зв'язку з старінням, закінченням резерву

потужності (матеріальний знос) або з втратою доцільності подальшої експлуатації у зв'язку з виникненням основних фондів, що мають якісніші характеристики (моральний знос);

– специфічний характер кругообігу та відшкодування вартості – через механізм поступової амортизації з віднесенням амортизаційних відрахувань на поточні витрати підприємства, і відповідно, вартість продукції (робіт, послуг).

Особливості сільського господарства та його виробничих відносин істотно впливають на формування та ефективність використання матеріально-технічних ресурсів. Першою особливістю є використання землі як засобу виробництва. В інших галузях народного господарства земля є тільки просторовою базою для розміщення виробничих об'єктів і не відіграє такої активної і вирішальної ролі. Якість землі, її фізико-хімічні властивості та навколишнє кліматичне середовище істотно відрізняються в різних сільськогосподарських зонах і навіть усередині них.

Відмінною рисою основного капіталу сільського господарства є те, що поряд із засобами виробництва, які відтворюються в інших галузях народного господарства, до його складу входять такі засоби виробництва, які відтворюються у біологічний спосіб в процесі ведення сільського господарства. До них відносяться робочі і продуктивні тварини, багаторічні насадження. Особливість цих засобів праці полягає в тому, що вони є результатом природного відтворення. Біологічні закони розвитку живих організмів і багаторічних насаджень ускладнюють вплив людини на процес прискорення отримання готової продукції.

У сільськогосподарському виробництві основні засоби мають сезонний характер використання. Це істотно впливає на їх формування та структуру. Певні терміни проведення агротехнічних робіт регулюють час використання технічних засобів і трудових ресурсів, які не можуть використовуватися безперервно.

Сільськогосподарські засоби виробництва, на відміну від промислових, не можуть бути зосереджені в якомусь одному місці. Це викликає знос не тільки робочих органів, а й силових і інших агрегатів, пов'язаних з рухом машин.

Висновки. Узагальнюючи викладені підходи і точки зору з приводу визначення сутності основного капіталу, можна зробити висновок, що основний капітал підприємства – це рухома самозростаюча вартість, авансована для отримання додаткової вартості. Основний капітал є одним з основних елементів процесу відтворення, який в сільському господарстві має життєво важливе для суспільства значення.

У сільському господарстві основний капітал має специфічні особливості. Так, до його складу крім традиційних знарядь і засобів праці входять живі організми (продуктивна худоба, багаторічні насадження), капітальні вкладення на підвищення родючості земель.

Якісні зміни основного капіталу – це найважливіша складова економічного зростання в новій економіці. Його стан і зміна, виражене в русі та розвитку, визначає як рівень розвитку економіки, так і рівень конкурентоспроможності вітчизняного виробництва. Зміни основного капіталу в результаті становлення інформаційного суспільства в Україні призводить до необхідності вивчення розвитку основного капіталу в умовах, що складаються, визначення ролі в еволюції системи економічних відносин і в формуванні нової якості економічного зростання в цілому.

Список літератури:

1. Маркс К. Капитал / Маркс К., Энгельс Ф. // Сочинения: в 29 т. – 2-е изд. – М. : Гос. издательство политлитературы, 1960. – Т. 23. – 641 с.
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М. : Соцэкгиз, 1962. – 684 с.
3. Рикардо Д. Сочинения. Т. 1: Начало политической экономии и налогообложения. – М. : Госполитиздат, 1991. – 288 с.
4. Кларк Д. Б. Распределение богатства / Дж. Б. Кларк. – М. : Гелиос АРВ, 2000. – 368 с.
5. Милль Дж. С. Основы политической экономии. – М. : Соцэкгиз, 1980. – 358 с.
6. Политическая экономия / Гл. ред. Румянцев А.М. – М. : Советская энциклопедия. – Т. 3. – 1979. – 624 с.
7. Податковий кодекс України, зі змінами і доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <www.rada.gov.ua.>
8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <www.rada.gov.ua.>
9. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия / Н.Л. Зайцев. – М. : Инфра – М, 1998. – 335 с.
10. Экономика предприятия /Под ред. проф. О.И. Волкова.– М. : ИНФРА–М, 1999. – 416 с.
11. Шеремет А.Д. Финансы предприятий / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин. – М. : ИНФРА–МД, 2007. – 343 с.

Васюренко Л. В.

Харьковский национальный технический университет сельского хозяйства имени Петра Василенко

ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ, ЕГО СТРУКТУРА И РОЛЬ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме

Статья посвящена обобщению теоретических подходов к определению понятия основного капитала и его места в сельскохозяйственной деятельности. В результате анализа научных источников установлено, что основной капитал, который является основой экономического роста и стабильности сельскохозяйственного производства, имеет неоднозначность в определениях ученых-экономистов. Определены различия в понятиях «основной капитал», «основные средства», «основные фонды» согласно существующей законодательной базе, уточнено собственное определение понятия «основной капитал» в современных экономических условиях.

Ключевые слова: основной капитал, основные средства, основные фонды.

Vasurenko L. V.

Kharkov National Technical University of Agriculture named after Peter Vasilenko

FIXED ASSETS, ITS STRUCTURE AND ROLE IN AGRICULTURAL ECONOMIC ACTIVITY GROUP

Summary

Article is devoted to the generalization of theoretical approaches to the definition of capital and its place in agricultural activities. An analysis of the scientific literature found that the fixed capital, which is the basis for economic growth and stability of agricultural production is the ambiguity in the definition of academic economists. The differences in terms of «fixed funds», «fixed capital», «fixed assets» according to the existing legal framework, clarified own definition of «fixed assets» in the current economic environment.

Key words: fixed assets, fixed capital, fixed funds.

УДК 330.16:330.87

Вецепура Н. В.

Донецкий державний університет управління

ГАРМОНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ РОЗВИТКУ ІНТЕГРОВАНІХ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР

У статті зазначено про необхідність розробки концептуального підходу, який відображав прагнення гармонії як базового принципу розвитку інтегрованих корпоративних структур. Досліджено теоретичні питання щодо гармонізації процесу розвитку інтегрованих корпоративних структур. Гармонізацію розглянуто у взаємодії елементів організаційно-економічних систем.

Ключові слова: інтеграція, підприємство, корпоративна структура, гармонізація.

Постановка проблеми. Досвід розвинених країн свідчить, що формування корпоративної ланки сприяє підвищенню стійкості і створенню умов для ефективного розвитку економіки в цілому. На думку В. Гейця, саме використання переваг великого конкурентоспроможного бізнесу, створеного на основі консолідації капіталу через капіталізацію прибутку і нагородження власності, у тому числі і шляхом її придбання за кордоном, дасть змогу українським компаніям витримувати кон-

курентцію на світових ринках [1, с. 407]. Тому в сучасних умовах господарювання велика кількість суб'єктів економічної діяльності в Україні організовані за принципами великих корпоративних структур, але умови сучасної турбулентності бізнес-середовища засвідчують значимість концепції гармонійного розвитку інтегрованих корпоративних структур в забезпеченні конкурентоспроможності. Актуалізація проблематики гармонійного розвитку інтегрованих корпоративних структур

для бізнес-середовища пов'язана з необхідністю максимізації позитивного впливу на суспільство, забезпечення гідної якості життя.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Специфіка гармонії і гармонійного розвитку розкривається на основі аналізу великого історико-філософського і наукового матеріалу. Проведене зіставлення поглядів на гармонію, що належать мислителям домарксистської епохи, дозволяє відзначити, що при всій відмінності розуміння ними гармонії і того, якими шляхами вона входить в дійсність, вироблене тоді положення зберігає і в сучасних умовах наукову цінність. Сучасні вчені по-різному трактують гармонію. Великий вплив на них мали ідеї Геракліта, Піфагора, Платона, Аристотеля, Гегеля [2] та ін. За визнанням багатьох авторів, ключова ідея про гармонію як про розмірну єдність протилежностей міститься у піфагорійців. Згідно з вченням Піфагора, гармонія грає роль внутрішньо властивого субстанції (числам) атрибута, своєрідного організуючого фактора. Геракліт, розвиваючи своє розуміння гармонії, висунув ідею про приховану і явну гармонію. Аристотель звертає увагу на єдність і суперечливість в гармонії, поширює гармонію на всі сторони дійсності. Для Гегеля гармонія – це цілісність і узгодженість, єдність протилежного, абсолютне становлення, співвідношення якісних відмінностей і, до того ж, сукупність таких відмінностей, які знаходять свою основу в сутності самої речі [3]. Матеріалістична діалектика, відкидаючи концепцію предвстановленого характеру гармонії, ставить на її місце науково обґрунтоване положення: в об'єктивному світі гармонія не передуює дійсності як зразок або ідеал, а є результатом дії матеріальних закономірностей. Гармонія є такий стан конкретних систем, яке досягається лише в процесі гармонійного розвитку, коли просторово-часова цілісність і високий динамізм як його найважливіші характеристики забезпечуються взаємозв'язком симетрії і ритму. У свою чергу, найважливішою особливістю гармонійного розвитку є такий рух до досконалішого нового, коли навіть по закінченні системою свого існування накопичені нею досягнення не пропадають, а стають надбанням системи, що йде на зміну першому. Серед радянських вчених проблемами гармонії займалися В.Т. Мещеряков [3], В.П. Шестаков [4], проблемами гармонійного розвитку особистості займалися А. Ф. Поліс [5], А. А. Мілєт [6]. Представник російської теоретичної думки А.А. Богданов [7] розглядав «гармонізацію» у взаємодії елементів організаційно-економічних систем. Серед вітчизняних вчених цим питанням гармонії займалися: В.Я. Шевчук, Г.О. Білявський [8] та ін. Щодо дослідження природи та особливостей формування корпоративних структур вагомих внесок зробили А. Маршалл [9], Й. Шумпетер [10], В. Гесць [1], Л. Федуллова [11], Ф.С. Дерментли [12] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим існуючі на сьогоднішній день теоретичні та прикладні дослідження розглядають процес гармонізації в розрізі окремо взятих рівнів економічної системи, внаслідок чого вивчення проблеми гармонізації в економіці залишається маловивченим та фрагментарно дослідженим і потребує подальшого наукового обґрунтування. Сьогодні в економічній літературі не існує єдиного підходу до забезпечення умов гармонійного розвитку інтегрованих корпоративних структур.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є теоретичне узагальнення питань щодо гармонізації процесу розвитку інтегрованих корпоративних структур.

Виклад основного матеріалу. Дані факти свідчать про те, що створення і функціонування інтегрованих корпоративних структур пов'язане з вирішенням ряду проблем, які часто залишаються без уваги. Можна виділити кілька основних причин, які часто призводять до зниження ефективності інтеграції підприємств до корпоративної структури: відсутність стратегічної відповідності бізнес-одиниць інтегрованої корпоративної структури (ІКС); розбіжність корпоративних культур; втрата ключових співробітників і компетенцій; низька ефективність комунікацій між підприємствами в ІКС, що перешкоджає обміну знаннями та навичками, а також координації діяльності в рамках різних структур управління; неповнота інформації про діяльність підприємства, що купується і помилковість висновків щодо перспектив ринку, на якому воно функціонує та ін.

Внаслідок впливу зазначених факторів ІКС часто не досягають додаткового ефекту від об'єднання двох або більше підприємств, який виражається в створенні синергії. У той же час, залежно від того, наскільки виражений ефект синергії, можна судити про ефективність самої інтеграції.

У світлі вищевикладеного назрілою необхідністю стає розробка концептуального підходу, який відображає прагнення до гармонії як базового принципу розвитку інтегрованих корпоративних структур.

Для створення концепції гармонійного розвитку інтегрованих корпоративних структур розглянемо процес розвитку організаційно-економічних систем. Перші постановки «гармонізації» у взаємодії елементів організаційно-економічних системи прийнято відносити до ХХ в. і пов'язувати з ім'ям А.А. Богданова, представником російської теоретичної думки. Він створив «загальну організаційну науку (тектологію) як науку про організаційне будівництво» [7]. Вихідним пунктом тектології є визнання необхідності наукового підходу до вивчення будь-якого явища з точки зору його організації. Прийняти організаційну точку зору за А.А. Богдановим означає вивчати будь-яку систему з позиції як відносин її частин, так і відносин її як цілого із середовищем, тобто з усіма зовнішніми системами. Відповідно до зазначеного наукового підходу, функціонування і розвиток будь-яких організаційних систем визначається двома законами.

Перший закон має назву «закон відносних опорів» та полягає у тому, що будь-яка система складається з частин вищої і нижчої організованості, а її ставлення до середовища визначається, лімітується міцністю найслабшої ланки тобто нижчою організованістю. Адже оскільки відповідно до закону «відносних опорів» галузі, що є найбільш підірвані, найбільш відстаючі, неминуче затримують розвиток інших ланок економіки, такі слабкі галузі та підприємства підлягають найбільш енергійній підтримці, вони є ударними. Саме їм треба направляти робочу силу і засоби праці з галузей найменш відстаючих, до досягнення «норми рівноваги» [7, с. 26].

Так, даний закон передбачає, що розвиток підприємства інтегрованого у корпоративну структуру залежить від найменш розвинутого елемента структури. Саме міцність найслабшої ланки ланцюга є ключовою для рівноваги та стійкості будь-яких організаційних форм.

Назва другого закону – «закон розбіжності». Закон розбіжності наголошує, що комплекси (системи) розходяться, різняться між собою через первинну неоднорідність (початкової різниці), наявність різниць у середовищі та під впливом вихідних змін. З розглянутого можна зробити такі висновки:

- наявність взаємопов'язаності елементів системи в основному веде до наявності протиріч між ними;

- будь-яке різноманіття має на увазі порівняльну однорідність, яка його породила, в складному міститься просте;

- поява елементів буде прагнути сформувати додаткові зв'язки, порушення яких призведе до руйнування системи.

Слід зазначити, що закон розбіжності незворотній, він має на увазі, що з'єднання елементів розділеної системи призведе до утворення нової структури, але не відновить колишню. Дія першого та другого законів чітко простежується відносно інтегрованої корпоративної структури. З метою усвідомлення дії закону відносних опорів та закону розбіжності розглянемо визначення «інтегрована корпоративна структура».

У спеціальній економічній літературі питання термінології позначення інтегрованих утворень залишається достатньою мірою відкритим. Термін «компанія (партнерство)» широко поширена в країнах з ринковою економікою форма організації підприємницької діяльності, що передбачає добровільну юридичну асоціацію двох і більше осіб, мета якої – заняття бізнесом [13, с. 134]. Не менш поширеним є термін «корпорація», яка розглядається як конкретний тип юридичної особи; сукупність осіб, об'єднаних для досягнення будь-якої мети, здійснення спільної діяльності та утворення самостійного суб'єкта права – юридичної особи. Найчастіше корпорації створюються у формі акціонерного товариства. У приватній корпорації більшість акцій належить одному власнику, сім'ї або невеликій групі акціонерів [13, с.153]. Визначення свідчать про об'єднання економічних суб'єктів, що є основною метою інтеграційних процесів. Інтеграція характеризується тісним співробітництвом і кооперацією об'єднаних економічних суб'єктів, поглибленням їх взаємодії і розвитком зв'язків між ними. Загальновідомо, що інтеграційний процес може мати місце на рівні регіонів, галузей, міжгалузевих об'єднань, в національних масштабах і за їх межами. Взаємодія господарюючих суб'єктів – є інтеграційною, якщо:

- відбувається між двома і більше суб'єктами у певних інституційних рамках, які задають засоби, механізми і структури економічної взаємодії;

- заснована на єдності цілей, інтересів та економічної політики суб'єктів;

- передбачає узгодженість дій і відсутність суперництва;

- формує стійкі зв'язки, засновані на ієрархії (підпорядкуванні) або рівноправності суб'єктів;

- призводить до формування нового суб'єкта, який функціонує як єдиний комплекс, інтегрованої структури.

Отже, інтегрована бізнес-структура є сукупністю неоднорідних за складом економічних агентів, кожен з яких має властиві тільки йому характеристики, між якими виникають істотні й регулярні взаємозв'язки, що спричинюють взаємообумовлений вплив один на одного [14, с. 86].

У зв'язку з цим найбільш точним визначенням щодо інтегрованих утворень є термін «інтегрова-

на корпоративна структура». З одного боку, він об'єднує структури, в діяльності яких використання інтеграційних механізмів відіграє визначальну роль, а з іншого, доповнення «корпоративні» відрізняє об'єднання як економічно цілісне утворення з централізованою стратегією і системою управління від інших різновидів інтегрованих комплексів.

Усі підприємства, які інтегровані до корпоративної структури володіють різним потенціалом свого розвитку, різною фінансовою стійкістю, реалізують різні бізнес-процеси і при цьому вони взаємопов'язані. Процес розвитку пов'язаний із зменшенням стабільності, отже, необхідно підтримувати менш стійкі підприємства, розподіляти ресурси таким чином, щоб реалізовувати і збільшувати потенціал підприємств ІКС відповідно до закону відносних опорів. У процесі розвитку необхідно підтримувати основні та розвивати забезпечуючі виробництва. Покращувати їх взаємодію, домагатися позитивного синергитичного ефекту системи. Наявність синергії (синергитичного ефекту) означає, що результат роботи інтегрованої структури вище, ніж сума результатів окремо функціонуючих підприємств, об'єднаних у процесі інтеграції. Під синергією традиційно розуміють виникнення додаткових переваг від спільної діяльності компаній (інтегрований ріст) або за рахунок виходу на нові ринки (диверсифікований ріст). Водночас дослідження показують, що виникнення стійкого синергитичного ефекту при інтеграції можливо лише у випадку, якщо відмітні здібності і стратегічні активи використовуються максимально ефективно. Коли наявний потенціал або відмітні здібності компаній використані повністю, а новостворена компанія не стимулює консолідацію ринкових позицій, інтеграція приречена на невдачу. При цьому джерелом синергії є взаємозв'язки бізнес-єдиниць ІКС. Традиційно вважається, що для менеджменту підприємств інтегрованих у корпоративні структури основною одиницею аналізу та управління є дискретний, відокремлений бізнес. Але подібний підхід є обґрунтованим тільки в тому випадку, якщо між різними видами бізнесу в корпоративній структурі відсутні будь-які взаємозв'язки або з точки зору стратегічного менеджменту ними можна знехтувати, а така ситуація все менш імовірна в сучасній глобальній економіці.

Тому, згідно з другим законом, – законом розбіжності за А.А. Богдановим, для зменшення внутрішніх протиріч ІКС необхідно проводити узгодження етапів розвитку по цілям і завданням для керованих і керуючих елементів системи. Тому економічні інтереси всіх учасників економічних відносин мають бути узгоджені й таким чином набувати форми та змісту інтересів, які об'єднують усіх учасників, а не конкурують між собою і тим більше не конфліктують. Не останнє місце серед проблем, які постають сьогодні на шляху еволюційного та динамічного розвитку займає проблема гармонізації відносин між контролюючими органами у сфері оподаткування та інтегрованими корпоративними структурами (великими платниками податків), суть якої полягає не лише у відсутності партнерських відносин між суб'єктами правовідносин, а й в існуванні між ними постійних і численних протистоянь та конфліктів. Інтегровані корпоративні структури в економіці України, особливо ті, що є дуже значними за розміром та виступають великими платниками податків повинні нести особливу соціальну відповідальність, а дер-

жава має знайти засоби побудови відносин з ними, засоби регулювання їх діяльності, які б забезпечили узгодження інтересів власників та учасників інтегрованих структур та держави.

У вирішенні проблем гармонійного розвитку інтегрованих корпоративних структур заслуговує на увагу й точка зору А.А. Богданова щодо цілісності політичної, економічної та інших суспільних систем. Так, ініціювати формування корпоративних інтересів суб'єктів господарювання повинна держава. Від їхньої ефективної діяльності в кінцевому рахунку залежать темпи розвитку економіки, динаміки макроекономічних показників, міра задоволення суспільних потреб і потреб кожного громадянина [15, с. 9-10]. Безумовно, корпоративний інтерес суб'єктів бізнес-середовища повинен сприяти реалізації суспільного економічного інтересу, який виконує інтегральну роль в узгодженні інтересів нижчих рівнів. Тобто економічні інтереси гармоніюватимуться тоді, коли особистий інтерес підпорядковуватиметься суспільному.

Гармонізація спонукає нас звернутися до поняття «гармонія», від якого походить це слово. Загальновідомо, що під поняттям «гармонія» розуміють струнку узгодженість частин єдиного цілого. Одним із найбільш важливих аргументів на користь необхідності створення концепції гармонійного розвитку інтегрованих корпоративних структур є те, що гармонійний розвиток інтегрованої корпоративної структури передбачає пропорційність розвитку частин (підприємств) інтегрованої структури, створення умов для збалансованого планування діяльності та забезпечення рівноважного стану і стійкості ІКС в період розвитку.

Підприємство як частина інтегрованої корпоративної структури, розвивається як відкрита соціально – економічна та кібернетична система. Кібернетична модель представляє її як комплексну систему, в якій елементи процесу утворюють підсистеми, що знаходяться між собою у постійному зв'язку, у взаємодії, а система володіє множинними зворотними зв'язками. Причина розвитку будь-якої системи визначається порушенням її рівноваги.

Під рівновагою розуміється стан системи, при якому її параметри, переважно макро, залишаються незмінними, тобто зберігається усталена структура, функціонування, параметри її входів і виходів. Виходячи з даного підходу, рівновага або гармонійність системи є прямим антагоністом процесу розвитку. Тобто мається на увазі, що в рівноважному стані всі параметри системи та її структура залишаються незмінними, у той час як процес розвитку має на увазі постійну зміну, адаптацію до мінливих умов середовища.

Зважаючи на зазначене, виходить, що розвиток не може бути гармонійним або рівноважним, і дані поняття входять в пряме протиріччя, є протилежними. Насправді дана закономірність знаходиться в повній відповідності з класичною філософією розвитку. Один з її основоположників Г. Гегель роз-

крив загальний механізм розвитку як виникнення, боротьбу і подолання протилежностей.

Для відкритої соціально-економічної системи, якою є будь-яке підприємство, процес розвитку протікає постійно, так як система змушена постійно пристосовуватися до мінливих умов ринку. Проте в процесі розвитку система постійно прагне досягти рівноважного стану, найбільш стійкого стану системи в даний момент за сукупністю зовнішніх і внутрішніх факторів.

Узагальнюючи теорію взаємодії економічних систем, можливо зазначити, що тільки гармонізація взаємодії всіх чотирьох елементів (об'єкти, процеси, проекти, середа) в рамках корпоративної структури забезпечить найбільш ефективне функціонування системи.

Для успішної роботи інтегрованого підприємства необхідний проект (план) випуску тієї чи іншої продукції; об'єкт – інтегроване підприємство як юридична особа і майновий комплекс; середовище, куди будуть поставлятися результати виробництва; процеси – виробництво продукції, її реалізація, відновлення витрачених ресурсів. Об'єкти обмінюються результатами діяльності із зовнішнім середовищем, яке, в свою чергу, є природним місцем протікання процесів, в той час як реалізація проектів призводить до дискретного оновлення існуючих і утворення нових об'єктів, процесів або середовищ.

Оскільки процес розвитку передбачає необхідність нововведень і відповідно вносить елементи невизначеності і веде до порушення стабільності, необхідним є постійне проходження підприємством проміжних етапів рівноваги, тобто гармонійності. Це дозволить підприємству зберегти необхідний рівень фінансової стійкості і створить сприятливі умови для виникнення синергитичного ефекту від взаємодії підприємств у інтегрованій корпоративній структурі.

Висновки і пропозиції. Таким чином, гармонійність є необхідним доповненням до процесу розвитку, для мінімізації його негативного впливу. Це положення дуже важливо, так як процес розвитку може вести не тільки до прогресу в діяльності підприємства, але і до регресу і деградації. Підводячи підсумок, можна зробити висновок про те, що процес розвитку підприємства повинен бути гармонізований, тобто паралельно з спрямованими змінами параметрів підприємства відповідно до вимог ринку, необхідно дотримуватися балансу між відповідністю вимогам зовнішнього середовища і стійкістю інтегрованої корпоративної структури.

На практиці господарювання це означає, що в процесі розвитку підприємства, яке інтегроване до корпоративної структури та спирається, насамперед на інноваційну програму, необхідно прагнути не тільки до максимальної ефективності інвестицій за економічними критеріями, а й до максимізації віддачі вкладень з точки зору взаємопов'язаності підприємств інтегрованої корпоративної структури, дотримання оптимальних пропорцій розвитку всіх частин структури.

Список літератури:

1. Геєць В. М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку / В. М. Геєць. – НАН України; Ін-т екон. та прогноз. НАН України. – К., 2009. – 864 с.
2. Семененко В.М. Економічна теорія. Політекономія [Текст] : навч. посібник / В.М. Семененко, Д.І. Коваленко. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 360 с.
3. Мещеряков В. Т. Развитие представлений о гармонии в домарксистской и марксистско-ленинской философии / В.Т. Мещеряков. – М. : Наука, 1981. – 204 с.
4. Шестаков В. П. Гармония как эстетическая категория. Учение о гармонии в истории эстетической мысли / В.П. Шестаков. – М. : Наука, 1973. – 248 с.

5. Полис А. Ф. Единство социального и биологического в гармоническом развитии личности / А.Ф. Полис. – Р. : Зинатне, 1981. – 227 с.
6. Милтс А. А. Гармония и дисгармония личности: философско-этический очерк / А.А. Милтс // пер. с латыш. – М. : Политиздат, 1990. – 222 с.
7. Богданов А. А. Тектология. Всеобщая организационная наука / под ред. акад. Л. И. Абалкина [и др. акад. А. Г. Аганбегяна, акад. Д. М. Гвишиани, акад. А. Л. Тахтаджяна, докт. биол. наук А. А. Малиновского]. – М. : Экономика, 1989. – Кн. 1 – 304 с., Кн. 2 – 351 с.
8. Ноосферогенез і гармонійний розвиток / В.Я. Шевчук, Г.О. Білявський та ін. // за ред. В.Я. Шевчука. – К. : Геопринт, 2002. – 127 с.
9. Маршалл А. Основы экономической науки / А. Маршалл // [предисл. Дж. М. Кейнс; пер. с англ. В. И. Бомкина, В. Т. Рысина, Р. И. Столпера]. – М. : Эксмо, 2007. – 1039 с.
10. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й. А. Шумпетер // предисл. В. С. Автономова. – М. : Эксмо, 2007. – 864 с.
11. Федулова Л. І. Корпоративні структури в інноваційній діяльності: світовий досвід та можливості для України / Л. І. Федулова // Економіка та прогнозування. – 2004. – № 4. – С. 9-27.
12. Дерментли Ф. С. Моделирование интегрированных корпоративных структур в трансформационной экономике // Матеріали VIII Всеукраїнської наук.-метод. конф. «Проблеми економічної кібернетики», присвяченої 35-річчю кафедри економічної кібернетики Донецького національного університету (Алушта, 6-8 жовтень 2003 р.). – Донецьк : Юго-Восток, 2003. – С. 117-119.
13. Завадський Й. С. Економічний словник [Електронний ресурс] : словник / Й. С. Завадський, Т. В. Осовська, О. О. Юшкевич. – К. : Кондор, 2006. – 356 с. Режим доступу : <ftp://lib.sumdu.edu.ua/ebooks>.
14. Пилипенко А. А. Конкурентна стратегія й формування системи стратегічного управління розвитком інтегрованої структури бізнесу [Текст] / А. А. Пилипенко // Коммунальное хозяйство городов : научно-технический сборник. – 2008. – № 82. – С. 84-91.
15. Ковальчук С. С. Підприємницькі інтереси та механізми їх узгодження: питання теорії і методології / С. С. Ковальчук // Економіка Крима. – 2004. – № 12. – С. 9-10.

Вецепура Н. В.

Донецкий государственный университет управления

ГАРМОНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА РАЗВИТИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ СТРУКТУР

Резюме

В статье отмечена необходимость разработки концептуального подхода, который отражал стремление к гармонии как базовый принцип развития интегрированных корпоративных структур. Исследованы теоретические вопросы относительно гармонизации процесса развития интегрированных корпоративных структур. Гармонизация рассмотрена во взаимодействии элементов организационно-экономических систем.

Ключевые слова: интеграция, предприятие, корпоративная структура, гармонизация.

Vetsepura N. V.

Donetsk State University of Management

HARMONIZATION OF DEVELOPMENT OF THE INTEGRATED CORPORATE STRUCTURES

Summary

The article highlighted the need to develop a conceptual approach that reflects the desire for harmony as a basic principle of the development of integrated corporate structures. The theoretical issues on the harmonization of the development of the integrated corporate structures have been studied. Harmonization considered the interaction of elements of organizational and economic systems.

Key words: integration, enterprise, corporate structure, harmonization.

УДК 336.125

**Войтенко Г. В.
Кондратюк М. Ф.**Карпатський інститут підприємництва
Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»**ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ РОЛЬ
У СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ**

Узагальнено питання економічної сутності фінансової безпеки підприємства в системі антикризового управління.

Ключові слова: підприємство, економічна безпека, фінансова безпека, антикризове управління, показники оцінки фінансової безпеки.

Постановка проблеми. Економічні реформи, які відбуваються в Україні, є вагомими чинниками у становленні та розвитку підприємств, а економічна безпека підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки є важливою складовою національної безпеки та конкурентоспроможності країни. Відтак, існує потреба у включенні економічної безпеки до планової роботи на кожному підприємстві з огляду на надзвичайно ускладнені умови вітчизняного економіко-правового середовища підприємницької діяльності; неусунені наслідки фінансово-економічної кризи; інфляційні процеси та зниження купівельної спроможності населення. Фінансова безпека засвідчує забезпеченість, захищеність та ефективність політики формування, використання і розвитку другого за важливістю (після праці) чинника виробництва – капіталу, виступаючи, таким чином, найбільш важливою функціональною складовою економічної безпеки. Забезпечення фінансової безпеки є одним з основних принципів нормального функціонування підприємства, реалізація якого передбачає використання комплексного науково-практичного системного підходу. Головний його зміст – це виявлення й усунення зовнішніх і внутрішніх загроз. Тому кожне підприємство має розробляти власну комплексну систему забезпечення фінансової безпеки. Діяльність щодо забезпечення безпеки на підприємстві спрямована на конкретні об'єкти і провадиться за допомогою особливих засобів і методів відповідно до визначених принципів. З цих позицій першочерговим завданням дослідження фінансової безпеки є конструктивний фінансовий аналіз і узагальнення підходів щодо її сутності, що дасть можливість дослідити і розвинути методичний апарат кількісної оцінки рівнів фінансової безпеки підприємств, а потім – і методів її зміцнення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагома теоретико-методологічна база дослідження фінансової безпеки підприємства дозволяє констатувати, що фінансова безпека повинна відображати стабільність функціонування та можливості поліпшення фінансового забезпечення суб'єкта, відсутність чи наявність загроз його функціонуванню та здатність до їх передбачення, що стало можливим як результат узагальнення думок вчених із зазначеної проблеми.

Так, Р.С. Папехін вважає, що стан фінансової безпеки характеризується критеріями та параметрами [5], тобто критерії розглядаються автором як кількісні і якісні показники фінансової безпеки, а параметри як порогові (граничні) значення показників, вихід за межі яких порушує стабільність та розвиток фінансової системи через зростання впливу внутрішніх і зовнішніх загроз та небезпек.

У Концепції економічної безпеки України зазначається, що основним критерієм фінансової безпеки є стабільний розвиток фінансової системи країни та усіх її ланок [5], тобто визначення критеріїв дано з позиції забезпечення фінансової безпеки держави.

В.І. Мунтіян вважає, що критерії безпеки передбачають набір певних показників об'єкта дослідження, які його характеризують [5], чим демонструє прихильність до підходу, відповідно до якого критеріями фінансової безпеки вчені вважають систему показників (індикаторів), використаних для її оцінки.

Ю.В. Квятківський зауважує, що «...єдиним критерієм безпеки є сам факт наявності чи відсутності стану захищеності економічних інтересів» суб'єкта, а критерієм фінансової безпеки – «спроможність суб'єктів... протистояти окремим видам небезпеки» [5]. Тим самим автор ототожнює протистояння видам небезпеки з поняттями стійкості, стабільності та невразливості процесу економічного розвитку суб'єкта, проте констатація такого стану суб'єкта фінансової безпеки неможлива без системи показників, значення яких дозволяє зробити відповідні висновки.

В.А. Предборський вважає, що критеріями фінансової безпеки є «відсутність штрафів, санкцій з боку державних органів за порушення законодавства (наприклад, податкового, антимонопольного), відсутність втрат від операцій з несумлінними контрагентами» [5], тобто до показників, що визначають фінансову безпеку, відносить власний капітал, обсяг річного обороту, прибуток, рентабельність, які мають тенденцію до зростання, тобто розкриває сутність фінансової безпеки на рівні підприємств і з'ясовує, що її загрозами слід вважати «потенційні або реальні дії фізичних або юридичних осіб, що порушують стан захищеності суб'єкта підприємницької діяльності» і спричиняють інші негативні наслідки.

Таким чином, наведені наукові підходи щодо визначення критеріїв фінансової безпеки представлені двома групами: автори-науковці, що ввійшли до першої групи, за критерії фінансової безпеки беруть кількісний та якісний стан суб'єкта безпеки; представники другої – його реакцію на можливі загрози чи небезпеки як можливість протистояння.

Зазначені критерії знаходять своє відображення в системі показників фінансової безпеки, які доцільно розглядати у розрізі абсолютних та відносних. Проте для фінансової безпеки значення мають не самі показники, а порогові їх значення – граничні величини (індикатори), недотримання яких призводить до порушення фінансової стійкості, перешкоджає нормальному розвитку

різноманітних елементів відтворення, формує негативні, нищівні тенденції в галузі економічної безпеки, важливою складовою якої є фінансова безпека.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. При всій актуальності дослідження фінансової безпеки, визначення її сутності в системі антикризового управління вимагає додаткового вивчення.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є узагальнення питань економічної сутності фінансової безпеки підприємства та наукових підходів щодо кількісного оцінювання рівня фінансової безпеки підприємств в системі антикризового управління.

Виклад основного матеріалу. Висока ймовірність виникнення і розвитку кризи в процесі діяльності будь-якого підприємства зумовлює необхідність здійснення спеціалізованого антикризового управління. Особливістю антикризового управління є не тільки спрямування, а й структурно-логічна побудова, спеціальний інструментарій, окремий суб'єкт проведення, що в комплексі й дає змогу розглядати антикризове управління як виокремлений напрям управлінської діяльності. У результаті неефективного управління економікою та незбалансованості основних макроекономічних показників особливо відчутними для суб'єктів господарювання стали нестача фінансових ресурсів, постійний пошук джерел фінансування, форм і методів раціонального використання обмежених за обсягом ресурсів. Натомість досягнення та підтримка бажаного рівня економічної безпеки в заданих межах дає змогу підприємству не тільки зберегти свою частку ринку або досягти зростання вартості підприємства, але й отримати перевагу над конкурентами, підвищити конкурентоспроможність своєї продукції. Наявність надійної системи безпеки на підприємстві дає можливість швидко виявити і локалізувати будь-які загрози його діяльності [1, с. 24-25].

Проаналізувавши наведені визначення, бачимо, що, незважаючи на різницю у формулюванні, в основному суть фінансової безпеки підприємства вчені розуміють або як фінансову стійкість, або як захищеність від загроз, або як і те, і інше.

Фінансова безпека є обов'язковим і основним складником економічної безпеки підприємства, оскільки фінанси є вимірником ефективності функціонування підприємства. У той же час фінансову безпеку підприємства потрібно розглядати як самостійний об'єкт дослідження через призму результатів діяльності підприємства. Свідченням цього є те, що фінансова безпека посідає особливе місце в системі економічної безпеки, об'єднуючи характеристики як економічної безпеки, так і фінансів підприємства, впливаючи абсолютно на всі сфери діяльності підприємства.

Під фінансовою безпекою підприємства розуміють такий фінансовий стан, що характеризується, по-перше, збалансованістю та якістю сукупності фінансових інструментів, технологій і послуг, які використовуються підприємством, по-друге, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх загроз, по-третє, здатністю фінансової системи підприємства забезпечувати реалізацію його фінансових ресурсів, по-четверте, забезпечувати розвиток цієї фінансової системи.

З іншого боку, фінансова безпека підприємства може визначатися, як стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів підприємства, що виражається у високих значеннях фінансових показників прибутковості й рентабельності

бізнесу, структури його капіталу, норми дивідендних виплат за цінними паперами, а також курсової вартості його цінних паперів як синтетичного індикатора поточного фінансово-господарського стану підприємства і перспектив його розвитку [2, с. 56-59].

Враховуючи наведені вище визначення фінансової безпеки, можна виділити такі умови забезпечення фінансової безпеки підприємства:

- високий ступінь гармонізації, узгодження фінансових інтересів підприємства з інтересами навколишнього середовища;

- наявність на підприємстві стійкої до загроз фінансової системи, яка спроможна забезпечувати реалізацію фінансових інтересів, місії та завдань;

- збалансованість і комплексність фінансових інструментів, що використовуються на підприємстві;

- постійний розвиток фінансової системи підприємства.

Важливою умовою забезпечення фінансової безпеки підприємства є диверсифікація його активів, гармонійний розвиток усіх сфер його діяльності. У кожен момент часу рівень фінансової безпеки підприємства визначається впливом зовнішніх та внутрішніх чинників, якими є: неефективне управління оборотними засобами і структурою капіталу (неякісний управлінський та бухгалтерський облік); відсутність або неефективний контроль за співвідношенням основних та оборотних засобів, власного й залученого капіталу; застосування конкурентами недобросовісних методів і способів у конкурентній боротьбі; відсутність або недостатній контроль за структурою вкладів, співвідношенням часток фінансового портфеля за ризиковістю та прибутковістю; неефективне управління портфелем цінних паперів та зовнішній вплив на ринок цінних паперів; неефективне управління кадрами, технологічними, інвестиційними процесами і роботами, затратами, виробництвом тощо; негативний вплив форс-мажорних або близьких до них чинників [3, с. 123, 129].

Загрози відображають зовнішні та внутрішні умови, в яких здійснює свою діяльність підприємство, а також взаємозв'язки підприємства з навколишнім середовищем. Загроза фінансовій безпеці підприємства кількісно може визначатися як величина збитку або інший інтегральний показник, що характеризує ступінь зниження економічного потенціалу підприємства.

У сучасних умовах господарювання значна частина підприємств стає банкрутами в результаті прорахунків у фінансовому управлінні, невірному розподілі ресурсів та зусиль по їх використанню, прорахунків в планах та прогнозах. Тобто потенційно прибуткові підприємства стають банкрутами лише тому, що не можуть вчасно визначити настання кризи, а також не мають чіткого плану дій у випадку кризової ситуації. Динаміка кількості порушених справ про банкрутство підприємств та організацій України за 1999-2012 рр. наведена на рис. 1.

Можна зазначити, що у 2011-2012 рр. спостерігалось значне зменшення кількості розглянутих господарськими судами справ про банкрутство. Проте з іншого боку – їх значущість постійно зростала, адже суттєво збільшився розмір майнових вимог, заявлених та присуджених до стягнення. Так, у 2012 р. було подано понад 11,3 тис. заяв про порушення провадження у справі про банкрутство, що на 25% менше порівняно з 2011-м (близько 14,3 тис.) [6].

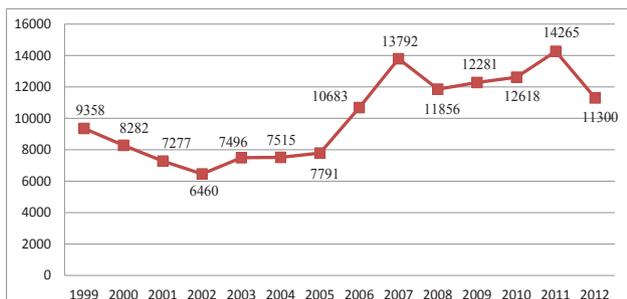


Рис. 1. Динаміка кількості порушених справ про банкрутство підприємств та організацій України за 1999-2012 рр. [7]

Дослідження фінансової безпеки суб'єктів господарювання на сьогодні є доволі проблемним. Необхідність постійного дотримання фінансової безпеки зумовлюється об'єктивно наявними для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей своєї діяльності. Рівень фінансової безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно його керівництво і буде спроможним уникнути можливих загроз та ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього і внутрішнього середовища.

Тому важливо зауважити, що джерелами негативних впливів на фінансову безпеку суб'єктів господарювання можуть бути причини, подані на рис. 2.

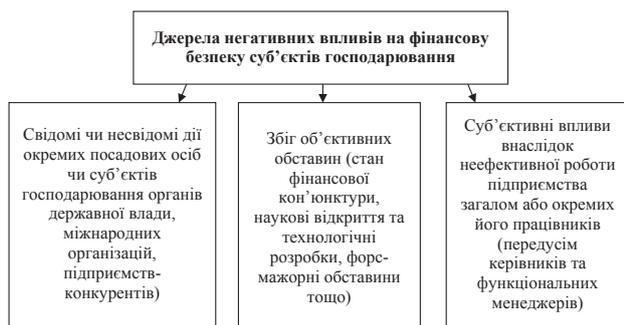


Рис. 2. Джерела негативних впливів на фінансову безпеку суб'єктів господарювання [2, с. 39]

Головна мета фінансової безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективне функціонування сьогодні та достатній потенціал розвитку в майбутньому. Щоб попередити виникнення кризових явищ на підприємстві потрібно систематично здійснювати моніторинг фінансової безпеки підприємства.

Основним критерієм оцінки рівня забезпечення фінансової безпеки підприємства слід вважати чистий прибуток. На основі цього критерію можна будувати всю систему показників, які характеризують стан фінансової безпеки. Ефективне використання ресурсів підприємства знаходить вираження в кращих значеннях фінансових показників, таких як рентабельність, показники використання основних і оборотних коштів, показники ліквідності. Ці показники належать до групи показників оцінки фінансового стану підприємства, а також показників рівня фінансової безпеки [1, с. 138-141]:

- Показники прибутковості (рентабельності). Рентабельність є відносним показником прибутковості виробництва. Економічна сутність рентабельності розкривається через систему показ-

ників, зростання яких оцінюється як позитивна тенденція.

- Показники ділової активності. Оцінка ділової активності – це та основа, на якій ґрунтуються раціональні й розумні рішення про обсяги та об'єкти витрачання ресурсів.

- Показники фінансової стійкості. Фінансова стійкість підприємства характеризується структурою джерел коштів підприємства, залежністю від зовнішніх інвесторів та кредиторів. До джерел коштів підприємства відносять власний та запозичений капітал, співвідношення між якими дозволяє оцінити довгострокову платоспроможність підприємства.

- Показники платоспроможності (ліквідності). Платоспроможність (ліквідність) – це можливість наявними грошовими ресурсами вчасно погашати свої платіжні зобов'язання. Платоспроможність є зовнішнім проявом фінансового стану підприємства, його стійкості. Ліквідність підприємства – це більш загальне поняття, чим ліквідність балансу. Але підприємство може залучити позикові кошти зі сторони, якщо в нього є відповідний імідж у діловому світі та досить високий рівень інвестиційної привабливості.

- Показники майнового стану підприємства, до яких належать робочий капітал підприємства (власні оборотні кошти) і питома вага власних оборотних коштів. Наявність робочого капіталу свідчить про те, що підприємство може не тільки розраховуватись по своїх боргах, але й здійснювати розширене відтворення.

- Ступінь фінансової безпеки. Ступінь фінансової безпеки характеризують такі показники [4, с. 135]:

$\pm E_c$ – нестача або надлишок власних оборотних коштів, необхідних для формування запасів і покриття витрат, пов'язаних з господарською діяльністю підприємства, розраховують за формулою:

$$\pm E_c = E_c - Z(\text{ф. №1(стр.100 + 120 + 130)}), (1)$$

де E_c – власні оборотні кошти підприємства, тис. грн.;

Z – запаси (виробничі запаси + незавершене виробництво + готова продукція), тис. грн.;

$\pm E_m$ – нестача або надлишок власних оборотних коштів, а також середньо- та довгострокових кредитів, що розраховують за формулою:

$$\pm E_m = (E_c + K_m(\text{ф. №1(стр.480)}) - Z, (2)$$

де K_m – величина середньо- та довгострокових кредитів, тис. грн.;

$\pm E_n$ – нестача або надлишок загального обсягу оборотних коштів (враховуючи й короткострокові кредити), що розраховують за формулою:

$$\pm E_n = (E_c + K_m(\text{ф. №1(стр.480)}) + K_t(\text{ф. №1(стр.620)})) - Z, (3)$$

де K_t – короткострокові кредити, тис. грн.

Залежно від величини оцінюваних показників розрізняють 5 областей фінансової стійкості:

1) абсолютна фінансова стійкість і абсолютна безпека, коли підприємству достатньо власних коштів (джерел) для формування запасів і покриття витрат: $\pm E_c \geq 0$; $\pm E_m \geq 0$; $\pm E_n \geq 0$;

2) нормальна фінансова стійкість і нормальний рівень безпеки, коли підприємство обходиться власними джерелами формування запасів і покриття витрат: $\pm E_c \approx 0$; $\pm E_m \approx 0$; $\pm E_n \approx 0$;

3) нестабільна фінансова стійкість і нестабільний рівень фінансової безпеки, коли підприємству недостатньо власних оборотних коштів, нестача яких компенсується середньо- та короткостроковими кредитами: $\pm E_c < 0$; $\pm E_m \geq 0$; $\pm E_n \geq 0$;

Перелік найважливіших показників оцінки фінансової безпеки підприємства [2, 370]

Показник	Формула розрахунку	Розрахунок за даними балансу (ф. № 1) та звіту про фінансові результати (ф. № 2)	Рекомендоване значення або динаміка
Показники платоспроможності			
1. Коефіцієнт загальної платоспроможності (ліквідності)	Оборотні кошти / поточні зобов'язання	р. 260 ф. №1 / р. 620 ф. № 1	1ч2
2. Коефіцієнт поточної платоспроможності (ліквідності)	(дебіторська заборгованість + грошові кошти + поточні фінансові інвестиції)/поточні зобов'язання	сума р.150ч250 / р. 620 ф. № 1	> 1
3. Коефіцієнт абсолютної (негайної) платоспроможності (ліквідності)	(грошові кошти + поточні фінансові інвестиції)/поточні зобов'язання	сума р. 220ч 240 ф. № 1 / р. 620 ф. № 1	> 0,2
Показники структури капіталу			
1. Коефіцієнт автономії (фінансової незалежності)	Власний капітал / загальна сума капіталу підприємства	р. 380 ф. №1 / р. 640 ф. № 1	> 0,5
2. Коефіцієнт маневреності власного капіталу	Власний капітал- необоротні активи / власний капітал підприємства	(р. 380 ф. №1 - р. 080 ф. №1) / р. 380 ф. №1	≥ 0,5
3. Коефіцієнт довгострокової фінансової незалежності	Власний капітал + довгострокові зобов'язання / загальна сума капіталу підприємства	Р. 380 ф. №1+ р. 480 ф. № 1 / р. 640 ф. №1	-
4. Коефіцієнт фінансового лівериджу	Залучений капітал / Власний капітал	р. 640 ф. №1 - р. 380 ф. №1 / р. 380 ф. №1	< 1
5. Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами	Власні оборотні кошти / оборотні кошти	(р. 380 ф. №1- р. 080 ф. №1) / р. 260 ф. №1	> 0,1
6. Коефіцієнт структури залученого капіталу	Довгострокові зобов'язання / поточні зобов'язання	р. 480 ф. № 1 / р. 620 ф. № 1	-
Показники оборотності			
1. Коефіцієнт оборотності оборотних коштів	Виручка від реалізації продукції / середньорічний обсяг оборотних коштів	р. 035 ф. № 2/ (стовп. 3, р. 260 ф. № 1 + стовп. 4., р. 260 ф. № 1)	зростання
2. Тривалість обороту оборотних коштів	Кількість календарних днів періоду / коефіцієнт оборотності оборотних коштів	360/показник 1.	зменшення
3. Коефіцієнт оборотності запасів	Виручка від реалізації продукції / середній обсяг товарно-матеріальних запасів	р. 035 ф. № 2/ (стовп.3, р. 100 . 140 ф. №1 + стовп. 4., р. 100 - 140 ф. № 1)	зростання
4. Тривалість обороту запасів	Кількість календарних днів періоду / коефіцієнт оборотності запасів	360 / показник 3.	зменшення
5. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	Виручка від реалізації продукції / середньорічний обсяг оборотних коштів	р. 035 ф. № 2/ . (стовп.3, р. 150 .210 ф. № 1 + стовп. 4., р. 150 . 210 ф. № 1)	зростання
6. Тривалість обороту дебіторської заборгованості	Кількість календарних днів періоду / коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	360 / показник 5.	зменшення
7. Тривалість операційного циклу	Середній період обороту запасів + середній період обороту дебіторської заборгованості	360/показник 3.3.+360/ показник 5.	зменшення
Показники рентабельності			
1. Коефіцієнт рентабельності активів	Прибуток / середньорічний обсяг активів підприємства	р. 220 (225) ф. №2 / S (стовп. 3, р. 280 ф. №1+ стовп. 4, р. 280 ф. № 1)	зростання
2. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	Прибуток / середньорічний обсяг власного капіталу підприємства	р. 220 (225) ф. № 2 / . (стовп. 3, р. 380 ф. №1+ стовп. 4, р. 380 ф. № 1)	зростання
3. Коефіцієнт рентабельності продукції	Прибуток від продажу / витрати на виробництво продукції	р. 050 ф. № 2 / 040 ф. № 2	зростання
4. Коефіцієнт рентабельності продажу	Прибуток від продажу / обсяг продажу	р. 050 ф. №2 / р. 035 ф. № 2	зростання
Рівень фінансової безпеки			
±Ес – нестача або надлишок власних оборотних коштів, необхідних для формування запасів і покриття витрат, пов'язаних з господарською діяльністю підприємства; ±Ем – нестача або надлишок власних оборотних коштів, а також середньо- та довгострокових кредитів; ±Еп – нестача або надлишок загального обсягу оборотних коштів (враховуючи й короткострокові кредити).	абсолютна фінансова стійкість і абсолютна безпека, коли підприємству достатньо власних коштів (джерел) для формування запасів і покриття витрат: ±Ес ≥ 0; ±Ем ≥ 0; ±Еп ≥ 0		

4) критичний фінансовий стан та критичний рівень фінансової безпеки, коли підприємству недостатньо власних обігових коштів і воно залучає короткострокові кредити (крім середньо- та довгострокових): $\pm E_c < 0$; $\pm E_m < 0$; $\pm E_n \geq 0$;

5) кризове фінансове становище та кризовий рівень фінансової безпеки, підприємству не вистачає ні власних, ні позикових коштів, і воно перебуває на стадії банкрутства: $\pm E_c < 0$; $\pm E_m < 0$; $\pm E_n < 0$.

Наведені групи показників доцільно подати в табл. 1.

Крім зазначеного, для посилення фінансової безпеки підприємству потрібно:

- поліпшити правову захищеність усіх сфер діяльності підприємства;
- забезпечувати надійність персоналу;
- надійно захищати інформацію, що використовується підприємством;
- раціонально управляти фінансами;
- підвищити фінансову стійкість та незалежність.

Висновки і пропозиції. Дослідження сутності фінансової безпеки підприємства показало, що в економічній теорії і практиці не існує однозначної термінології щодо її визначення.

Фінансова безпека підприємства відображає захищеність його діяльності від негативних впливів зовнішнього середовища, а також спроможність швидко усунути різноманітні загрози або пристосуватися до існуючих умов, що не позначаються негативно на його діяльності. Зміст цього поняття містить у собі систему засобів, які забезпечують конкурентоспроможність і фінансову стабільність підприємства, а також сприяють підвищенню рівня добробуту працівників.

До шляхів посилення фінансової безпеки підприємства слід віднести:

- поліпшення правової захищеності усіх сфер діяльності підприємства;
- забезпечення надійності персоналу;
- захист інформації, що використовується підприємством;
- ефективне управління фінансами;
- підвищення фінансової стійкості та незалежності.

Тема забезпечення фінансової безпеки настільки актуальна в сучасних умовах, що потребує подальшого опрацювання.

Список літератури:

1. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства [Текст] : навч. посіб. / І. П. Мойсеєнко, О. М. Марченко ; Львів. держ. ун-т внутр. справ. – Львів : ЛДУВС, 2011. – 380 с.
2. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення : монографія / Васильців Т. Г., Волошин В. І., Бойкевич О. Р., Каркавчук В. В., [за ред. Т.Г. Васильціва]. – Львів: Ліга-Прес, 2012. – 386 с.
3. Фінансова безпека підприємства [Текст] : навч. посіб. / Т. Б. Кузенко [та ін.] ; Харк. нац. екон. ун-т. – Х. : ХНЕУ, 2010. – 298 с. – Бібліогр. : с. 277-286.
4. Кудрицька Ж.В. Система управління фінансовою безпекою підприємства [Електронний ресурс] / Ж.В.Кудрицька // Ефективна економіка. – 2012. – № 1. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua>.
5. Гривківська С.М. Наукові підходи до визначення критеріїв фінансової безпеки [Електронний ресурс] / С.М. Гривківська. – Режим доступу : <http://www.rusnauka.com>.
6. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tpe.econom.univ.kiev.ua>.
7. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.

Войтенко Г. В.

Кондратиук М. Ф.

Карпатский институт предпринимательства
Открытого международного университета развития человека «Украина»

ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕЕ РОЛЬ В СИСТЕМЕ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Резюме

Обобщены вопросы экономической сущности финансовой безопасности предприятия в системе антикризисного управления.

Ключевые слова: предприятие, экономическая безопасность, финансовая безопасность, антикризисное управление, показатели оценки финансовой безопасности.

Voytenko G. V.

Kondratiuk M. F.

Carpathian Institute of Entrepreneurship
International University of Human Development «Ukraine»

FINANCIAL SECURITY ENTERPRISE AND ITS ROLE IN THE CRISIS MANAGEMENT

Summary

Summarizes the economic substance of the issue of financial security company in crisis management system.

Key words: enterprise, economic security, financial security systems, crisis management, Indicators of financial security.

УДК 338.43

Вольська О. М.

Херсонський національний технічний університет

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Визначено основні передумови формування сучасного ринку молочних продуктів. Висвітлено сутність поняття економічна ефективність молокопереробних підприємств. Розглянуто фактори успіху в становленні стратегічного підходу до управління розвитком молокопереробних підприємств.

Ключові слова: ефективність, витрати, результат, молокопереробне підприємство, контролінг.

Постановка проблеми. Поглиблення ринкових відносин в Україні призвело до проблеми переходу від виживання до сталого розвитку підприємств та підвищення ефективності їх діяльності. Ця проблема стосується як харчової промисловості України у цілому, так і молокопереробних підприємств зокрема.

Молочна галузь на сучасному етапі є однією з провідних галузей України. Висока затребуваність молочної продукції визначила її певний розвиток. Але, незважаючи на те, що в період 1990-2012 рр. діяльність молокопереробних підприємств визначається рядом кризових тенденцій, пов'язаних, насамперед, із наростаючим дефіцитом сировини, зростанням цін на молочну продукцію при одночасному зниженні платоспроможного попиту населення тощо, питання розвитку і підвищення ефективності молокопереробного виробництва в Україні набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальним питанням підвищення ефективності агропромислового комплексу України в ринкових умовах присвячували свої праці провідні вітчизняні вчені-економісти: Андрійчук В.Г., Гайдучський П.І., Єрмакова Т.Л., Куліш М.Ю., Саблук П., Попова О.Л. та ін.

Однак недостатній рівень споживання населенням молока та молокопродуктів, розбалансованість економічних інтересів виробників молока-сировини і переробників вимагають глибшого дослідження сучасного стану і тенденцій розвитку молокопереробних підприємств, визначення і порівняння рівня його ефективності, виявлення проблем у функціонуванні молокопереробних підприємств.

Мета статті. Виявлення проблем у функціонуванні та розповсюдженні заходів щодо підвищення ефективності молокопереробного виробництва.

Виклад основного матеріалу. В сучасних ринкових умовах виникає гостра необхідність створення дієвого механізму управління ефективністю господарської діяльності підприємств. Механізм підвищення ефективності виробництва взагалі представляє собою систему взаємопов'язаних форм, заходів і методів управління, яка спрямована на забезпечення його прибутковості та конкурентоспроможності.

Аналіз розвитку ринку молока та молочної продукції дозволяє виділити наступні основні тенденції у сфері виробництва, постачання молока для його переробки молокопереробними підприємствами та експорту і імпорту молочної продукції: дефіцит сировини на вітчизняному молочному ринку; стійка динаміка скорочення поголів'я корів; сезонний та дрібнотоварний характер виробництва молока; брак високоякісного молока; відсутність ефективних зв'язків між виробниками сировини і переробниками тощо.

За оцінками експертів, український ринок молочної продукції достатньо розвинутий, насиче-

ний і не відрізняється від європейських ринків. Однак, за даними Держкомстату, споживання молочної продукції на душу населення в Україні все ж в декілька разів нижче, ніж в європейських країнах. Так, наприклад, в центральних областях України зниження споживання для працездатного населення України становить від 30% до 40% відносно норми [1].

Сучасний ринок молочних продуктів в Україні динамічно розвивається та є висококонкурентним сектором ринку продуктів харчування, відкритим для виробництва нових продуктів. Тільки крупних гравців на ньому складає близько 15-20, не говорячи вже про дрібних виробників, кількість яких не перевищує декілька сотень. Найбільш крупними є такі компанії – Danone, Галичина, Lactalis тощо.

Для виявлення шляхів підвищення ефективності молокопереробних підприємств необхідно проаналізувати сутність категорій ефективності, яка є складною, багатогранною проблемою, яка викликає багато дискусій.

Загальноприйнято, що економічна ефективність – це показник, який співвідносить отриманий ефект із поточними витратами, що обумовили цей ефект, чи економічними ресурсами, використаними для його отримання. В першому випадку результат (ефект) зіставляється із споживаними ресурсами (витратами цих ресурсів за визначений період часу), а у другому – з застосовуваними ресурсами (сукупністю живої та уречевленої праці), які брали участь у виробництві товарів і послуг за цей період часу. Відповідно розрізняють затратний і ресурсний підходи до визначення ефективності. Визначення економічної ефективності на підставі затратного підходу є найпоширенішим. Наприклад, у відомій праці Т. Хачатурова відзначено, що «... економічна ефективність є відносна величина – відношення ефекту до необхідних для його отримання затрат» [4].

Узагальнюючим показником економічної ефективності є норма прибутку. Для підприємств у розвинутих країнах основною метою стає не максимізація прибутку, а максимізація чистого прибутку на одного зайнятого, що не виключає необхідності використання показника норми прибутку [3].

Більш конкретними показниками економічної ефективності є продуктивність і фондомісткість праці, фондівдача і фондомісткість продукції, економічна ефективність капітальних вкладень, нової техніки, енергомісткість продукції тощо.

Основні напрямки зростання економічної ефективності в Україні є суттєве зниження енергомісткості, матеріаломісткості (витрати матеріалів та ресурсів в Україні на одиницю продукції в 2-2,5 рази перевищують аналогічні показники у країнах Заходу), зростання фондівдачі тощо. Досягнення таких цілей передбачає, у свою чергу, демократичне трансформування всієї економічної

Таблиця 1

Фактори, які впливають на ефективність діяльності молокопереробних підприємств Херсонської області

Зовнішні фактори	Дії зі сторони держави	
		Міжнародні стандарти якості
Внутрішні фактори	Дотримання технології виробництва	
	Якість продукції (% продукції вищої якості)	
	Технічний стан основних виробничих фондів (коефіцієнт зносу)	
	Комплексне використання сировини	
	Ефективність використання обладнання (коефіцієнт завантаження обладнання)	

системи, в т. ч. її елементів продуктивних сил, техніко-економічних відносин, виробничих відносин (або відносин економічної власності), організаційно-економічних відносин та господарського механізму.

На сьогоднішній день існує багато різних підходів щодо проблеми оцінки і аналізу ефективності діяльності підприємств. До них відносяться використання показника прибутку як узагальнюючого показника результатів діяльності підприємств; темпів росту обсягів виробництва продукції, темпів росту продуктивності праці; показника витрат на гривню продукції; показників рентабельності як узагальнюючих показників ефективності тощо.

Кожен з наведених підходів має свої переваги, але більшість з них, які використовуються в Україні для оцінки і аналізу ефективності діяльності підприємств, має ряд недоліків: вони дозволяють визначити і проаналізувати ефективність діяльності «ізованих» від ринкових умов підприємств; дозволяють повною мірою визначити і проаналізувати вплив внутрішніх факторів на ефективність, але практично не враховують вплив зовнішніх факторів; не дають змоги оцінити ефективність функціонування капіталу підприємства, втіленого у знаннях і кваліфікації співробітників, здатність підприємства утримувати й залучати нових клієнтів[4].

Так, молокопереробні підприємства Херсонської області у 2011 р. порівняно з 2012 р. збільшила обсяги промислового виробництва на 59,9%. Відповідно до статистичних даних, протягом досліджуваного періоду обсяги закупівель молока мали тенденцію до збільшення як в цілому по Україні, так і по Херсонській області за рахунок зростання обсягів закупівель в особистих селянських господарствах. Поряд з цим закупка молока (сировини) у сільськогосподарських підприємств зменшилася на 29,5%. Неабияке значення має регулювання закупівельних цін на молоко та готову молочну продукцію на рівні держави. Оскільки, за даними підприємств з переробки молока, витрати молока-сировини в її собівартості становлять в середньому 60%, а за деякими видами молочної продукції досягають 83%. В літні місяці і в найкращі роки виробничі потужності молокопереробних підприємств завантажені у кращому випадку на 80%, взимку ще менше. На Заході такої сезонності немає. Звичайно в цих умовах, ціна на молоко різко зростає (в 2011 році вона склала 1,6-1,7 грн./л), підприємства працюють собі в збиток, а влітку намагаються отримати хоча б якісь прибутки. Тобто, можна зробити такий висновок, що в нашій державі фактично немає чіткої політики ціноутворення. Вона складається стихійно під впливом багатьох факторів. Молочна промисловість не може розвиватись відокремлено від сільськогосподарського виробництва, тому актуальними є питання щодо зменшення цін на молочну сировину, що дозволить підвищити конкурентоздатність готової продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках. Отже, пріоритетним напрямком підвищення конкурентоспроможності є удосконалення фінансово-економічних умов господарювання сільгосп-підприємств, зокрема формування доступу до фінансових ресурсів, системи державної підтримки та удосконалення умов оподаткування.

Тому для того, щоб визначити якісні і кількісні чинники впливу факторів на підвищення ефективності молокопереробного виробництва регіону, необхідно виокремити внутрішні та зовнішні їх складові (табл. 1). Ви

Таким чином, в умовах постійної невизначеності та мінливості політичних, економічних і соціальних факторів одне з головних місць в управлінні ефективності молокопереробного підприємства є аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів. Причому для забезпечення ефективної діяльності молокопереробного підприємства необхідно не пристосовуватися, а прогнозувати отриманні бажані результати. Для цього аналіз повинен бути направлений на встановлення і оцінку чинників факторів, що представляють загрозу або сприяють розвитку підприємства.

Підприємства переробної галузі є відкритими системами, які залежать від зовнішнього світу у відношенні постачання ресурсів, енергії, кадрів, а також споживачів [5]. Оскільки для забезпечення виживання підприємства необхідно мати інструмент по виявленню факторів, які вплинуть на діяльність підприємства.

В той же час потрібно зазначити, що на сьогоднішній день швидкість, з якою відбуваються зміни у зовнішньому середовищі, постійно зростає. Ситуація ускладнюється тим фактом, що зовнішнє середовище сьогодні характеризується невизначеністю, тобто відносно невеликою кількістю інформації та невпевненістю в її достовірності. А отже, сучасні підходи до аналізу зовнішнього середовища не в змозі забезпечити єдину обґрунтовану комплексну оцінку стану економіки, регіону чи певної галузі та їх впливу на розвиток підприємства.

Можна припустити, що достатньо невисокий рівень інвестиційної привабливості даної галузі пов'язаний перш за все з невизначеністю стану зовнішнього середовища молокопереробних підприємств, з відсутністю точної інформації про загрози тощо.

Серед факторів, що негативно впливають на здійснення інвестиційної діяльності молокопереробних підприємств, можна виділити такі:

- відсутність підтримки інвестиційної діяльності не лише з боку держави, а й з боку місцевих органів самоврядування;
- відсутність чіткого механізму встановлення закупівельних цін на сировину;
- відсутність досконалої інфраструктури інвестиційного ринку;
- відсутність повної інформаційної бази про інвестиційний ринок та інвесторів, які згодні реалізувати інвестиційні проекти;
- відсутність ефективної організації інвестиційного процесу на більшості молокопереробних підприємств;
- непристосованість страхових послуг щодо інвестиційного процесу;
- нестача власних коштів молокопереробних підприємств;

- великі витрати використання кредитних ресурсів;

- здорожчання енергетичних ресурсів.

Все це обґрунтовує необхідність введення економічної безпеки галузі, і розробки комплексу взаємопов'язаних моделей її оцінки, аналізу та прогнозування з метою створення надійної основи для процесу прийняття управлінських рішень.

В сучасних економічних умовах України, що характеризуються зростаючою конкуренцією, постійним зниженням норм прибутковості тощо, головним завданням для молокопереробних підприємств є прийняття ефективних управлінських рішень. Неякісні управлінські рішення призводять до значних втрат, внаслідок чого фінансова результативність суб'єктів господарювання знижується.

Однією із технологій управління, яка може забезпечити підвищення результативності на молокопереробних підприємствах, є контролінг. Слід зазначити, що закордонними фахівцями система контролінгу використовується досить тривалий час, а практика діяльності підприємств багатьох

розвинених країн підтверджує ефективність її застосування. В Україні процес впровадження методів контролінгу тільки розпочинається.

Висновки і пропозиції. Складність молокопереробного виробництва, велика кількість діючих у ньому чинників справляють неабиякий вплив на економічну ефективність підприємства. Тому її слід оцінювати за допомогою системи узагальнених і часткових показників. А враховуючи сучасні ринкові відносини, які характеризуються зростаючою конкуренцією, постійним зниженням прибутковості, невизначеністю та мінливістю політичних, економічних і соціальних факторів, головним завданням для підприємств харчової промисловості стає прийняття ефективних управлінських рішень, якого можна досягти за допомогою використання нових технологій управління, до числа яких можна віднести контролінг.

Тому підвищення ефективності і якості роботи молокопереробного підприємства в умовах ринкової економіки можна досягти лише шляхом поєднання прогресивної техніки і технології з раціональною організацією виробництва і праці.

Список літератури:

1. Державний комітет статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Міністерство аграрної політики України Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minagro.gov.ua/>.
3. Гришова І. Ю. Оборотні засоби молокопереробних підприємств / І. Ю. Гришова ; за ред. академіка УААН М. Я. Дем'яненка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2005. – 188 с.
4. Економіка виробництва молока і молочної продукції в Україні : монографія / за ред. П. Т. Саблука, В. І. Бойка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2005. – 340 с.
5. Контролінг – від теорії до реалізації на практиці : монографія / [В. В. Прохорова, Л. С. Мартюшева, Н. Ю. Петрусевич, Ю. В. Прохорова] – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 200 с.
6. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство : монографія / В. М. Геєць, М. О. Кизим, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк [та ін.] ; за ред. В. М. Геєця. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 240 с.
7. Рухтурак М. В. Підвищувати ефективність виробництва та рівень споживання молока / М. В. Рухтурак // Економіка АПК. – 2005. – № 10. – С. 80-83.

Вольская О. Н.

Херсонский национальный технический университет

УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

Определены основные предпосылки формирования современного рынка молочных продуктов. Освещено понятие экономической эффективности молокоперерабатывающих предприятий. Рассмотрены факторы успеха в становлении стратегического подхода к управлению развитием молокоперерабатывающих предприятий.

Ключевые слова: эффективность, затраты, результат, молочная промышленность, контролинг.

Volska O. N.

Kherson National University of Ukraine

PERFORMANCE MANAGEMENT MILK PROCESSING PLANTS

Summary

The basic prerequisites for the formation of the modern dairy market. Deals with the concept of economic efficiency of dairy enterprises. The factors of success in the formation of a strategic approach to managing the development of milk processing plants.

Key words: efficiency, expenses, the outcome, dairy industry, controlling.

УДК 332

Вяткіна Т. Г.

Луганський національний аграрний університет

ОЦІНКА ВЕЛИЧИНИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ПТАХІВНИЧОЇ ГАЛУЗІ

У статті узагальнено характеристики ресурсного потенціалу підприємства. Розкрито економічний зміст ресурсного потенціалу, що опирається на внутрішні, зовнішні чинники, взаємодію елементів матеріальної та нематеріальної сфери. Запропоновано методику оцінки величини ресурсного потенціалу підприємств птахівничої галузі.

Ключові слова: ресурсний потенціал, внутрішнє середовище, зовнішнє середовище, показники оцінки ресурсного потенціалу.

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання характеризуються ускладненням дії чинників зовнішнього середовища. У зв'язку з цим проблема стійкого розвитку підприємства не тільки не втратила своєї значущості, а й набула особливих якостей в своєму розвитку. Одним із ключових моментів на шляху завоювання конкурентних позицій на ринку є забезпечення необхідного рівня ресурсного потенціалу, структура та виробничі можливості якого б давали адекватну відповідь на зміну ринкової кон'юнктури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В сьогоденні умовах особливої актуальності набувають питання, пов'язані з підвищенням ефективності сільськогосподарських ресурсів, включаючи земельні, матеріальні, трудові. В сільському господарстві кожен із вказаних елементів є специфічним, а в сукупності складають ресурсний потенціал галузі. Ефективне використання кожного окремо взятого ресурсу визначає рівень використання ресурсного потенціалу в цілому. Проблеми, які виникають хоча б з одного ресурсу, здійснюють негативний вплив на інші. Тому забезпеченість ресурсами, їх збалансованість є необхідною умовою нормального функціонування підприємства.

Вивченню питань формування та ефективного використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств присвячено низку наукових робіт. Розкриття зазначених проблем знайшли відображення в наукових доробках таких відомих учених, як Андруйчук В.Г., Богучий О.А., Богачов В.І., Гайдуцький П.І., Гончаров В.М., Лукинов І.І., Месель-Веселяк В.Я., Нелеп В.Н., Пасхавер Б.Й., Рябоконт В.П., Саблук П.Т., Стельмащук А.М., Ткаченко В.Г., Трегобчук В.М. та інші. Разом з тим в економічній літературі не знайшли свого відображення питання методики та методології використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств, що негативно відбивається на формуванні його структури та стратегічному управлінні.

Метою статті є розроблення методики оцінки величини ресурсного потенціалу підприємств птахівничої галузі.

Виклад основного матеріалу. Питання формування ресурсного потенціалу та визначення оптимальних базових ресурсних пропорцій мікроекономічних систем є компетенцією завдань стратегічного управління та можуть бути успішно вирішені лише в комплексі заходів, що забезпечують стійкий та ефективний розвиток аграрного сектору в умовах нестабільного середовища його функціонування.

Як зазначає В.М. Трегобчук, стабільні темпи розвитку вітчизняного агропромислового виробництва та значне підвищення конкурентоспроможності його продукції можуть бути забезпечені

лише за таких умов. По-перше, на основі подальшого удосконалення аграрних і земельних відносин, розробки та реалізації науково обґрунтованої національної довгострокової агропродовольчої політики. По-друге, раціонального формування оптимальних за структурою, екологічнобезпечних і високотехнологічних ресурсних потенціалів в усіх галузях і сферах АПК. По-третє, створення необхідних економічних, соціальних і природно-екологічних умов для забезпечення нормальних відтворювальних процесів в усіх складових ресурсного потенціалу агропромислового виробництва. Нарешті, по-четверте, шляхом раціонального, високо ефективного та екологічнобезпечного використання всіх виробничих ресурсів, які беруть участь у відтворювальних процесах в АПК [1, с. 24].

Трансформаційні процеси, що відбувалися в країні протягом останніх десятиліть, зумовили зростання нестабільності функціонування підприємств АПК, руйнування ефективної системи формування та використання ресурсного потенціалу аграрних підприємств.

Підприємства птахівничої галузі належать до однієї з небагатьох вузькоспеціалізованих підгалузей АПК, яка є повністю інтегрованою системою, що забезпечує всі процеси – від відтворення поголів'я птахів до виробництва готової продукції та її реалізації. Останнім часом продукція цієї галузі нарощує обсяги виробництва про, що свідчать дані підприємств різних форм власності (табл. 1).

Слід погодитися з думкою Б.А. Мельника: щоб забезпечити потреби населення у продуктах птахівництва на рівні нормативів збалансованого харчування та розширити їх експорт, галузь має розвиватися на індустріальній основі. У сільському господарстві їй відведено особливе місце у зв'язку зі специфікою виробничої технології. На відміну від інших галузей тваринництва і дрібного птахівництва (домогосподарств населення) промислове птахівництво має істотні відмінності. Виробництво продукції тут організовується на невеликих земельних територіях і розвивається на основі прогресивних технологій, спеціалізації та концентрації виробництва, використання високопродуктивної птиці та збалансованого корму, комплексної механізації та автоматизації виробничих процесів, широкого проведення селекції. Селянським господарствам, дрібним і навіть середнім, така технологія практично не під силу. Ось чому галузь птахівництва, якщо її вести на промисловій основі, об'єктивно вимагає вдосконалення організаційно-економічних перетворень – глибокої спеціалізації, кооперації, концентрації та інтеграції технологічних та управлінських процесів [2, с. 46].

Діяльність підприємств птахівничої галузі базується на формуванні та управлінні ресурсним потенціалом, який водночас є основою його стійкого

розвитку на всіх рівнях господарювання. Особливої актуальності набуває необхідність забезпечення гнучкості ресурсного потенціалу, спрямованого на використання інноваційних технологій, модернізацію матеріально-технічної бази.

В умовах глобальної трансформації економічних відносин аналіз потенційних можливостей підприємств сільського господарства набуває особливого значення. Напрацьовані методики аналізу та накопичений досвід підприємств із зазначеного питання не дозволяють в повній мірі оцінити власний ресурсний потенціал з урахуванням сучасних змін. Наявна інформаційна база про виробничо-господарську діяльність не завжди використовується підприємствами для прийняття стратегічних рішень в процесі розвитку бізнесу. У зв'язку з цим виникає необхідність удосконалення методичних інструментів оцінки перспектив розвитку ресурсного потенціалу вітчизняних сільгосппідприємств стає першочерговим завданням для вітчизняної економічної науки.

Розробити стратегію підприємства можливо лише за умови повного володіння інформацією про наявний ресурсний потенціал підприємства. Для цього необхідно чітко розмежовувати поняття «ресурсний потенціал», «ресурси підприємства», «можливості підприємства». Слід зазначити, що до теперішнього часу науковці не дійшли одностайної думки щодо визначення цих понять.

Відомо, що слово «потенціал» латинського походження означає силу і міць, можливість, здатність об'єкта. В загальному вигляді поняття «потенціал» характеризує певні засоби, ресурси, резерви, джерела, запаси та можливості підприємства по їх використанню для отримання намічених результатів діяльності. Підприємство, будучи по суті соціально-економічною системою, відповідає певним ознакам. В економічній літературі існує характеристика соціально-економічної системи як сукупності ресурсів за участю людського чинника, об'єднаних для досягнення певної мети економічного характеру, які організовані належним чином та діють як єдине ціле. Соціально-економічні системи відрізняються від інших систем (природних, технічних, біологічних, когнітивних, символічних та ін.) в першу чергу тим, що невід'ємною частиною процесу їх функціонування є діяльність людей. Другою відмінністю є наявність встановлених кордонів, що дозволяє говорити про внутрішній і зовнішній простір системи, про інсайдерів і аутсайдерів. До внутрішньодержавної соціально-економічної системи належать об'єкти мікроекономічного рівня – організації, підприємства, домашні господарства; мезоекономічного рівня – галузі, комплекси, регіони, великі бізнес-групи; і макроекономічного рівня – економіка і суспільство країни в цілому. Кожна з таких систем характеризується наявністю вну-

Таблиця 1

Виробництво основних видів продукції підприємств птахівничої галузі

Показники	Роки			Відхилення, %	
	2011	2012	2013	2013/ 2011	2013/ 2012
Поголів'я птиці за категоріями господарств, тис. голів	Господарства усіх категорій				
	203839,8	200760,6	214070,6	5,01	6,63
	Сільськогосподарські підприємства:				
	110561,3	105725,3	117888,6	6,63	11,50
	у тому числі фермерські господарства				
	2878,3	2818,8	2887,7	0,32	2,44
	Господарства населення				
	93278,5	95035,3	96182,0	3,11	1,21
Виробництво м'яса птиці, тис. т	Господарства усіх категорій				
	995,2	1047,7	1168,3	17,39	11,51
	Сільськогосподарські підприємства:				
	811,0	868,1	966,6	19,19	11,35
	у тому числі фермерські господарства				
	28,5	31,7	36,0	26,31	13,56
	Господарства населення				
	184,2	206,6	201,7	0,59	-2,37
Виробництво яєць за категоріями господарств, млн. шт.	Господарства усіх категорій				
	18689,8	19110,5	19614,8	4,96	2,63
	Сільськогосподарські підприємства:				
	11738,2	11977,4	12234,2	4,22	2,14
	у тому числі фермерські господарства				
	108,4	77,6	68,0	-37,27	-12,37
	Господарства населення				
	6951,6	7133,1	7380,6	6,17	3,47
Реалізація на забій птиці всіх видів, у живій вазі, тис. т	Господарства усіх категорій				
	1297,4	1401,8	1534,1	18,24	9,44
	Сільськогосподарські підприємства:				
	1052,0	1128,9	1267,1	20,45	12,24
	у тому числі фермерські господарства				
	37,3	41,7	46,9	25,74	12,47
	Господарства населення				
	26,7	27,9	27,4	2,62	-1,79

Джерело: складено та розраховано автором за [3]

трішніх і зовнішніх стейкхолдерів – осіб або груп, так чи інакше зацікавлених у діяльності системи. Для одних стейкхолдерів ці інтереси носять суто економічний характер (акціонери, інвестори підприємств), для інших – соціальний (наприклад, менеджери, професійні здібності і статус яких визначається успіхами керованого ними підприємства) [4].

Потенціал соціально-економічної системи визначається як можливість досягнення намічених результатів діяльності. Величина потенціалу соціально-економічної системи прямо залежить від якості професійної підготовки кадрів, рівня виробничої потужності системи, рівня науково-технічного розвитку, кількості ресурсів. Здатність соціально-економічної системи розвиватися та нарощувати свій потенціал визначається включенням до складу потенціалу резервів, тобто тих ресурсів, що тимчасово не використовуються. Отже, розвиток соціально-економічної системи визначається наявністю різних видів ресурсів та здатністю використовувати наявні резерви.

Принциповою відмінністю в термінах «ресурси» та «потенціал» є те, що ресурси функціонують незалежно від суб'єктів економічної діяльності, а потенціал окремого підприємства не може бути відокремленим від суб'єктів діяльності. Іншими словами кажучи, «потенціал», крім матеріальної та нематеріальної складової включає здатність працівників, колективу, підприємства ефективно використовувати наявні засоби або ресурси.



Рис. 1. Економічний зміст та сутнісні характеристики ресурсного потенціалу

Джерело: розроблено автором

У вирішенні поставлених у дослідженні проблем заслуговує на особливу увагу підхід В.В. Ковальова [5, с. 38], який визначає сукупність ресурсів як матеріально-технічну базу (довгострокові ресурси, обумовлені сутністю технологічного процесу), оборотні активи (активи, що забезпечують виконання технологічного процесу), трудові і фінансові ресурси.

До ресурсів, якими володіє підприємство, І.Т. Балабанов [6, с. 29] відносить технічні, технологічні, трудові, просторові (територія, приміщення, комунікації), фінансові ресурси і можливості. Одночасно до складу підприємства включаються ресурси організаційної структури системи управління. Такий підхід правомірний, але різні за кількісно-якісними характеристиками складові елементи повинні бути інтегровані в єдине поняття стосовно рівня розвитку підприємства.

Аналіз існуючих підходів до визначення та структури ресурсного потенціалу підприємства створює підстави до узагальнення його характеристик (рис. 1).

Можливості будь-якого підприємства при формуванні та використанні ресурсного потенціалу обумовлюються різними чинниками, що формуються як у внутрішньому середовищі підприємства, так і в зовнішньому. Зовнішнє середовище здійснює вплив на цілі, завдання, умови та процес виробничої діяльності підприємства. Динамічні умови зовнішнього середовища позначаються на умовах використання ресурсів і, безпосередньо, на

результат формування та використання ресурсного потенціалу. Чинники зовнішнього середовища використовуються в ході розроблення стратегії підприємства, аналізу джерел формування ресурсного потенціалу.

При цьому слід враховувати вплив матеріальної та нематеріальної сфери ресурсного потенціалу. Матеріальна сфера охоплює ту частину ресурсного потенціалу, яка піддається кількісній оцінці і визначає кількість задіяних елементів ресурсного потенціалу. Нематеріальна сфера є якісною характеристикою, до складу якої включають технологічні прийоми, інструменти та методи управління, форми організації діяльності, імідж, традиції, корпоративну етику, інтелектуальні здібності, досвід працівників, тобто ті складові, які досить складно оцінити в кількісному виразі.

У ході взаємодії матеріальної та нематеріальної сфери необхідно досягати пропорційності у використанні задіяних елементних складових ресурсного потенціалу, що сприятиме більш раціональному його використанню.

До складових ресурсного потенціалу, які необхідно враховувати при його оцінці слід віднести: виробничу складову – як сукупність основних та оборотних засобів; трудову складову – його якісний, кількісний та професійний склад персоналу підприємства; ринкову складову – в якості ділової репутації

ції, бренду, клієнтської бази; інноваційну складову – сукупність наукових та власних напрацювань, ноу-хау; інформаційну складову – формування баз даних, використання професійних програм; фінансову складову – наявні та потенційно можливі фінансові ресурси; організаційну складову – систему організаційно-технологічних засобів та прийомів управління підприємством.

Головними чинниками, що впливають на величину ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства, є такі:

- природно-кліматичні умови використання ресурсного потенціалу;
- загальний обсяг виробничої діяльності підприємства;
- витрати, що формують собівартість виробленої та реалізованої продукції;
- структура та величина прибутку підприємства;
- величина власного основного та оборотного капіталу;
- обсяг залучених інвестиційних ресурсів.

Комплексна оцінка складових ресурсного потенціалу окремих підприємств та порівняння їх з відповідними встановленими стандартами дозволяє визначити рівень економічної стійкості підприємства та здатність стратегічно розвиватися в майбутньому.

Стратегія розвитку ресурсного потенціалу формується на підставі оціночних характеристик його складових. Саме оцінка наявного потенціалу в розрізі його складових дозволяє проаналізувати стан виробництва підприємства, виявити тенденції розвитку, розробити механізми активізації виробничої діяльності з урахуванням поточних ресурсів та зміни їх тенденцій в майбутньому.

Узагальнення характеристик та властивостей ресурсного потенціалу на підставі аналізу існуючих підходів дає можливість нам визначити його складові як матеріально-речові резерви, що утворюються з урахуванням виробничо-господарського плану діяльності підприємства з метою задоволення додаткових потреб суспільного виробництва під дією чинників внутрішнього та зовнішнього виробництва та невикористаних можливостей ефективності функціонування підприємства.

Дослідження ресурсного потенціалу підприємства доцільно проводити шляхом комплексного аналізу складових його елементів, оскільки така оцінка враховує всі чинники, що впливають на його стан та можливість використання.

Оцінювання ресурсного потенціалу підприємства проводиться декількома етапами, основними з яких є:

- визначення цілей дослідження ресурсного потенціалу;
- встановлення чинників, що впливають на рівень розвитку ресурсного потенціалу;
- формування системи оціночних показників, що характеризують певний чинник;
- розроблення бальної шкали значень, що визначають величину окремого чинника;
- розрахунок інтегрального значення рівня розвитку ресурсного потенціалу;
- визначення динаміки рівня ресурсного потенціалу за конкретний проміжок часу;
- прийняття рішень щодо підвищення рівня використання ресурсного потенціалу.

При оцінюванні рівня ресурсного потенціалу необхідно враховувати ступінь впливу кожної складової: виробничої, технічної, матеріальної, трудової, фінансової, інвестиційної, інноваційної. Підприємство в такому разі необхідно представити

ти у вигляді системи тісної взаємодії сукупності складових ресурсного потенціалу рівень використання яких можливо оцінити за допомогою шкали оцінювання (табл. 2).

Таблиця 2
Шкала рівня використання елементів ресурсного потенціалу підприємства

Інтервал оцінки станів складових ресурсного потенціалу	Рівень використання ресурсного потенціалу підприємства	Характеристика використання ресурсного потенціалу підприємства
85% -100%	Високий рівень	Підприємство знаходиться в стані наближеному до абсолютної рівноваги за всіма функціональними складовими у відповідності до обраних критеріїв оцінювання
50% -85%	Достатній рівень	Діяльність підприємства є достатньо ефективною. Можливі незначні ускладнення, які нівелюються дією адаптаційних механізмів
25% -50%	Незначний рівень	Наявність постійних порушень основних параметрів усіх функціональних складових ресурсного потенціалу
0-25%	Низький рівень	Значення діяльності складових елементів ресурсного потенціалу знаходиться в критичному стані.

Джерело: складено автором

Для ефективного управління ресурсним потенціалом необхідно визначити показники оцінювання складових його елементів та використати такі методи їх оцінки, на підставі яких можливо прийняти управлінське рішення для вибору стратегії розвитку діяльності підприємства.

Оскільки величина ресурсного потенціалу підприємства перш за все визначається внутрішніми чинниками розвитку підприємства, необхідно за допомогою критеріїв оцінювання визначити рівень їх використання в розрізі виробничої, фінансової, трудової, інноваційної, інвестиційної, техніко-технологічної виробничої, фінансової, трудової, інноваційної, інвестиційної, техніко-технологічної складової. З цією метою використовують значну кількість часткових показників. Спочатку розраховують значення кожного з обраних показників, що характеризують основні чинники розвитку ресурсного потенціалу (табл. 3).

Далі здійснюється розрахунок середньгеометричної величини узагальнюючого показника BH_i i -тої складової ресурсного потенціалу:

$$BH_i = \sqrt[n]{x_1 \times \dots \times x_n},$$

де n – кількість показників, що описують складову ресурсного потенціалу;

$x_{1..n}$ – відповідний показник складової ресурсного потенціалу.

На наступному етапі визначається інтегральне значення рівня розвитку кожної складової ресурсного потенціалу (BH_i) з урахуванням коефіцієнтів їх вагомості, встановлених експертним шляхом:

$$BH_i = w_1 BH_{i1} + w_2 BH_{i2} + \dots + w_n BH_{in},$$

де w_1, w_2, \dots, w_n – коефіцієнти вагомості окремих внутрішніх елементів, встановлені експертним шляхом, що визначають ресурсний потенціал підприємства, за умови, що $\sum_{i=1}^n w_i = 1$;

BH_1, BH_2, \dots, BH_n – узагальнюючі індекси впливу внутрішніх чинників величину ресурсного потенціалу.

Оцінювання зовнішніх чинників безпосередньо пов'язане з розробкою стратегії підприємства та обумовлюється тим, що:

а) розгляд основних характеристик стратегії, її проблематики та особливостей базується на економічній категорії «середовище функціонування підприємницької організації» як відкритої матеріально-речової системи;

б) зовнішнє середовище детермінує функціонування і навіть саме існування підприємства.

Враховання впливу зовнішніх чинників на рівень ресурсного потенціалу підприємства можливе при розрахунку загального інтегрального показника, який характеризує сукупний вплив таких чинників: економічне середовище (Е), ринкове середовище (Р), політичне середовище (П), географічне середовище (Г), соціально-культурне середовище (С), технологічне середовище (Т), міжнародне середовище (М). Інтегральний показник (ZB_1) в такому разі визначатиметься за допомогою часткових індексів складових чинників зовнішнього середовища з урахуванням вагового коефіцієнту часткового індексу:

$$ZB_1 = q_1 ZB_1 + q_2 ZB_2 + \dots + q_m ZB_m,$$

де q_1, q_2, \dots, q_m – встановлені експертним шляхом коефіцієнти вагомості окремих зовнішніх

елементів, що впливають на величину ресурсного потенціалу.

Значення вагового коефіцієнту визначається за допомогою методу факторного аналізу чи експертного опитування і обчислюється згідно з умовою:

$$\sum_{i=1}^m q_i = 1$$

ZB_1 – узагальнюючі індекси розвитку зовнішніх чинників (Е, Р, П, Г, С, Т, М), що впливають на величину ресурсного потенціалу.

Підсумкове значення величини ресурсного потенціалу підприємства визначається за формулою:

$$PP = \alpha_1 \sum_{i=1}^n BH_i + \alpha_2 \sum_{i=1}^m ZB_i,$$

де РП – величина ресурсного потенціалу підприємства;

α_1, α_2 – відповідно вагові коефіцієнти впливу внутрішніх та зовнішніх чинників на величину ресурсного потенціалу;

n, m – кількість внутрішніх та зовнішніх чинників відповідно, що впливають на величину ресурсного потенціалу.

Висновки і пропозиції. Запропонована методика дає змогу комплексно дослідити та системно оцінити величину ресурсного потенціалу підприємства. При цьому розрахунки здійснюються з урахуванням сформованої системи аналітичних показників та галузевої специфіки. Простота і доступність методики обчислення ве-

Таблиця 3

Оцінка ресурсного потенціалу підприємства за внутрішніми чинниками

Показники	Розрахунок узагальненого показника складової ресурсного потенціалу
Показники оцінки використання виробничої складової ресурсного потенціалу підприємства, BH_1	
Коефіцієнт оновлення – x_1 ; Коефіцієнт вибуття – x_2 ; Коефіцієнт використання виробничої потужності – x_3 ; Коефіцієнт приросту – x_4	$BH_1 = \sqrt[4]{x_1 \times x_2 \times x_3 \times x_4}$
Показники, що характеризують технічний стан основних засобів, BH_2	
Коефіцієнт придатності – x_5 ; Коефіцієнт зносу – x_6 ; Фондоозброєність, грн./особу – x_7 ; Технічна озброєність працівників, грн./особу – x_8 ; Фондовіддача, грн./грн. – x_9 ; Рентабельність основних засобів – x_{10}	$BH_2 = \sqrt[6]{x_5 \times x_6 \times x_7 \times x_8 \times x_9 \times x_{10}}$
Показники використання матеріальної складової ресурсного потенціалу підприємства, BH_3	
Матеріаловіддача, грн./грн. – x_{11} ; Матеріаломісткість, грн./грн. – x_{12} ; Частка матеріальних витрат у собівартості продукції – x_{13} ; Величина прибутку на гривню матеріальних витрат – x_{14} .	$BH_3 = \sqrt[4]{x_{11} \times x_{12} \times x_{13} \times x_{14}}$
Показники використання трудової складової ресурсного потенціалу підприємства, BH_4	
Коефіцієнт обороту з прийому – x_{15} ; Коефіцієнт обороту з вибуття – x_{16} ; Коефіцієнт постійності складу персоналу – x_{17} ; Виріток продукції на одного працівника – x_{18} ; Трудомісткість одиниці продукції – x_{19}	$BH_4 = \sqrt[5]{x_{15} \times x_{16} \times x_{17} \times x_{18} \times x_{19}}$
Показники використання фінансової складової ресурсного потенціалу підприємства, BH_5	
Коефіцієнт співвідношення власних та залучених засобів – x_{20} ; Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами – x_{21} ; Коефіцієнт абсолютної ліквідності – x_{22} ; Коефіцієнт поточної ліквідності – x_{23} ; Коефіцієнт автономії – x_{24} ; Коефіцієнт маневреності – x_{25} ; Коефіцієнт фінансової стійкості – x_{26}	$BH_5 = \sqrt[7]{x_{20} \times x_{21} \times x_{22} \times x_{23} \times x_{24} \times x_{25} \times x_{26}}$
Показники використання інвестиційної складової ресурсного потенціалу підприємства, BH_6	
Питома вага інвестицій в технологічну модернізацію – x_{27} ; Питома вага інвестицій в нову продукцію – x_{28} ; Питома вага інвестицій в навчання персоналу – x_{29} ; Питома вага інвестицій в сферу зв'язків та комунікацій – x_{30} .	$BH_6 = \sqrt[4]{x_{27} \times x_{28} \times x_{29} \times x_{30}}$
Показники використання інноваційної складової ресурсного потенціалу підприємства, BH_7	
Питома вага освоєних нових видів продукції – x_{31} ; Питома вага економії від впровадження нових технологій – x_{32}	$BH_7 = \sqrt[2]{x_{31} \times x_{32}}$

Джерело: складено автором

личини ресурсного потенціалу дає змогу швидко і об'єктивно оцінити динаміку та стан розвитку ресурсного потенціалу, проводити моніторинг

його за складовими елементами, дозволяє швидко та оперативно реагувати на проблеми діяльності підприємства.

Список літератури:

1. Трегобчук В. Відтворення та ефективне використання ресурсного потенціалу АПК (теоретичні та практичні аспекти) / В. Трегобчук [та ін.] – К. : Інститут економіки НАН України, 2003. – 259 с.
2. Мельник Б.А. Економіка, організація та стратегія розвитку промислового птахівництва в Україні / Б.А. Мельник – Київ : «ПоліграфІнко», 2006. – 270 с.
3. Статистичний збірник «Тваринництво України 2013» / За редакцією Н.С. Власенко [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://ukrstat.org/druk/publicat/kat_r/publ7_r.htm. Назва з екрану.
4. Клейнер Г.В. социально-экономические системы и сбалансированное управление [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kleiner.ru/skrepk/spb-2005.pdf> Назва з екрану.
5. Ковалева А.М. Финансы фирмы : учебник. 2-е изд. доп. и перераб. / А.М. Ковалева, М.Г. Лапуста, Л.Г. Скамай. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 384 с.
6. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом? / И.Т. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 384 с.

Вяткина Т. Г.

Луганский национальный аграрный университет

ОЦЕНКА ВЕЛИЧИНЫ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ПТИЦЕВОДЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Резюме

В статье обобщены характеристики ресурсного потенциала предприятия. Раскрыто экономическое содержание ресурсного потенциала, опирающегося на внутренние, внешние факторы, взаимодействие элементов материальной и нематериальной сферы. Предложена методика оценки величины ресурсного потенциала предприятий птицеводческой отрасли.

Ключевые слова: ресурсный потенциал, внутренняя среда, внешняя среда, показатели оценки ресурсного потенциала.

Viatkina T. G.

Lugansk National Agrarian University

EVALUATING THE CAPACITY OF RESOURCE POTENTIAL OF POULTRY INDUSTRY ENTERPRISES

Summary

This paper summarizes the characteristics of the resource potential of the company. The economic content of the resource potential, which is based on internal, external factors, interaction elements of material and non-material sphere is discovered. It proposed the method of estimation of resource potential businesses poultry industry.

Key words: resources, internal environment, external environment, index of evaluation of resource potential.

УДК 65.012.8:001.102

Ганущак Т. В.

Університет економіки та права «КРОК»

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА ТА УМОВИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

У статті досліджено інформаційну безпеку підприємства. Дано визначення поняттям «інформація», «інформаційна безпека підприємства», «ризик», «загроза». Визначено основні заходи у забезпеченні інформаційної безпеки підприємства. Систематизовано заходи попередження комп'ютерних злочинів.

Ключові слова: підприємство, інформація, інформаційна безпека підприємства, загроза, ризик, комп'ютерні злочини.

Постановка проблеми. В умовах фінансово-економічної кризи сьогодення вітчизняні підприємства функціонують при невизначеності зміни кон'юнктури ринку, недосконалості фінансово-економічного й організаційно-правового механізму забезпечення економічної безпеки підприємства, а зокрема і її інформаційної складової. Рівень загроз та ризиків інформаційній безпеці

підприємства постійно зростають. Особливо це пов'язано з розвитком сучасних технологій, численними інформаційними злочинами, шпигунством, промисловим шпіонажем. Господарюючі суб'єкти взаємодіють з великою кількістю контрагентів, які прагнуть реалізувати власні інтереси, і є великими загрозами зовнішнього середовища, які намагаються законним та незаконним

шляхом отримати інформацію про фінансовий стан підприємства, плани на перспективу розвитку, інформацію про процес виробництва та збуту товару, постачальників, партнерів. Часто, переманюючи персонал або влаштовуючи свого працівника, конкуренти намагаються незаконним шляхом отримати інформацію про суб'єкта господарювання. Тому заради забезпечення інформаційної безпеки підприємства необхідно застосовувати превентивні заходи як юридичного так і фінансового характеру. Механізм забезпечення інформаційної безпеки суб'єктів господарювання має формуватися й реалізовуватися на практиці шляхом комплексного розв'язання проблем, пов'язаних із багатофакторністю важко контролюваного й прогнозованого сучасного середовища функціонування системи інформаційної безпеки підприємств. Сучасні умови підприємницької діяльності вимагають створення інформаційно-забезпеченої системи управління. Саме тому питання інформаційної безпеки підприємства є досить актуальним питанням сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Забезпечення інформаційної безпеки суб'єкта господарювання як основи захисту його інтересів від екзогенних та ендогенних факторів впливу в сучасних умовах невизначеності є предметом вивчення, про що свідчить значна кількість наукових праць. Дослідженням інформації та інформаційної безпеки підприємства займалися наступні вчені, зокрема: Азрилиян А.М., Башняніна Г.І., Бобров С.А., Гевко В.Л., Гнилицька Л.В., Григорьев В.А., Дегтярьова Л.М., Живко З.Б., Живко М.О., Іфтемчук В.С., Качинська А.Б., Керницький І.С., Керницька М.І., Кіслов Б.А., Коваль А.П., Конончук О.В., Кудрицький В.Д., Кудря І.В., Кириченко О.А., Манич М.І., Мелесик С.В., Мельник С.І., Ніколаюк С.І., Ортинський В.Л., Сороковська О.А., Степанова О.М., Франчук В.І., Цуп М.Ю., Цюрюпа С.В., Шевченко С.Ю., Шутак Г.Д. та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Розвинуті країни світу витрачають близько 9-12% від свого прибутку на забезпечення безпеки бізнесу [1, с. 8]. В Україні на підприємствах нерідко забезпечення безпеки підприємства зводиться лише до наявності охоронця.

Незважаючи на значну кількість публікацій, і досі існують нерозв'язані проблеми, пов'язані з забезпеченням інформаційної безпеки суб'єктів господарювання, потребою модернізації існуючих методів і засобів розв'язання завдань у сучасних умовах розвитку фінансово-економічної системи країни. Розв'язання цього завдання ускладнюється через відсутність єдиного наукового системного підходу із врахуванням специфіки галузі досліджуваного суб'єкта виробничо-господарської діяльності та єдиного понятійно-категоріального апарату. Необхідно систематизувати заходи попередження комп'ютерних злочинів.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є:

- визначення поняття «інформація»;
- опрацювання підходів до дефініції «інформаційна безпека», «ризик»;
- дослідити процес оцінювання ризиків інформаційної безпеки на підприємстві;
- дати визначення поняттю «загроза»;
- визначити найбільш розповсюджені загрози інформаційній безпеці підприємств;
- систематизувати заходи попередження комп'ютерних злочинів.

Виклад основного матеріалу. В англійській мові слово «information» вперше з'явилося у 1387 р. Сучасного написання це слово набуло у XVI ст. У східнослов'янські мови слово «інформація» прийшло із Польщі у XVII ст. У середині XX ст. інформація стала загальнонауковим поняттям, але досі в науковій сфері воно залишається досить дискусійним. Загальноприйнятого визначення інформація не існує, і воно використовується переважно на інтуїтивному рівні [2, с. 449].

Правовою основою визначення терміну «інформація» є Закон України «Про інформацію» та Цивільний кодекс України.

Так, відповідно до Закону України «Про інформацію», під поняттям «інформація» розуміється будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді [3].

Враховуючи тлумачення терміну «інформація» Цивільним кодексом, під цим терміном розуміються документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що мали або мають

Таблиця 1

Підходи до дефініції «інформаційна безпека»

Автор	Зміст підходу
В.С. Іфтемчук, В.А. Григорьев, М.І. Маниліч, Г.Д. Шутак [7, с. 55]	забезпечення захисту інформації від випадкового чи навмисного доступу осіб, що не мають на це права; інтегральна властивість інформації, що характеризується конфіденційністю, цілісністю і доступністю; захищеність пристроїв, процесів, програм, середовища і даних, що забезпечує цілісність інформації, яка обробляється, зберігається і передається цими засобами; властивість середовища забезпечити захист інформації.
А.Н. Азрилиян [8, с. 56]	забезпечення захисту інформації від випадкового чи навмисного доступу осіб, які не мають на це право; інтегральна властивість інформації, яка характеризується конфіденційністю, цілісністю і доступністю; захист приладів, процесів, програм, даних, середовища, що забезпечує цілісність інформації, яка обробляється, зберігається і передається цими засобами; властивість середовища забезпечувати захист інформації.
С.І. Мельник, М.Ю. Цуп [9]	це стан захищеності інформаційного середовища організації від внутрішніх та зовнішніх загроз. Зміст інформаційної безпеки полягає у здійсненні ефективного інформаційно-аналітичного забезпечення господарської діяльності підприємства. Відповідні служби виконують при цьому певні функції, які в сукупності характеризують процес створення та захисту інформаційної складової економічної безпеки.
О.М. Степанова, Л.М. Дегтярьова [10]	захищеність інформації і підтримуючої інфраструктури від випадкових або навмисних дій природного або випадкового характеру, які можуть завдати збитку власникам інформаційного ресурсу або користувачам інформації і підтримуючої інфраструктури
О.А. Сороковська, В.Л. Гевко [11, с. 33-34]	суспільні відносини щодо створення і підтримання на належному рівні життєдіяльності інформаційної системи суб'єкта господарської діяльності.
Д.В. Кіслов [12, с. 40]	стан захищеності від впливу та використання інформації, що може гальмувати чи перешкоджати їй використанню та реалізації.

місце у суспільстві, державі та навколишньому середовищі [4, ст. 200].

Існує безліч тлумачень терміну «інформація» вченими, але дослідимо деякі з них.

Зокрема, Цюрюпа С.В. вважає, що інформація – це один з найважливіших ресурсів разом з матеріальними, енергетичними та людськими ресурсами [5, с. 231].

Кортіч Б.А. користується думкою, що інформація – це певні відомості, сукупність яких-небудь даних, знань [6, с. 41].

Обидва трактування мають право на існування, не заперечують один одного, а лише доповнюють.

В умовах постійного розвитку інформаційного середовища підприємства необхідним є забезпечення його інформаційної безпеки на всіх стадіях діяльності. Існують різні підходи вчених-економістів щодо терміну «інформаційна безпека» (таблиця 1).

Аналізуючи наведені погляди на дефініції «інформаційна безпека», слід відзначити, що вони ні в якому разі не суперечать один одному, а лише розглядають різні аспекти забезпечення інформаційної безпеки, та фактично доповнюють один одного.

Така кількість підходів тлумачення інформаційної безпеки свідчить про роль, яку вона виконує в процесі ефективного розвитку підприємства, тому що забезпечує захист інформації у всіх сферах діяльності підприємства.

Особливу роль у забезпеченні інформаційної безпеки суб'єкта господарювання є мінімізація ризиків щодо втрати інформаційних потоків на підприємстві. Тому доцільно розглянути економічну категорію «ризик» (таблиця 2).

Підвищені вимоги до інформаційної безпеки припускають відповідні заходи на всіх етапах життєвого циклу інформаційних технологій. Планують ці заходи після закінчення етапу аналізу ризиків і вибору контрзаходів. Обов'язковою складовою частиною цих планів є періодична перевірка відповідності існуючого режиму інформаційної безпеки політиці безпеки, сертифікації інформаційної системи (технології) на відповідність вимогам певного стандарту безпеки. Мета процесу оцінювання ризиків полягає у визначенні їх характеристик в інформаційній системі та її ресурсах. На основі таких даних обирають необхідні засоби управління інформаційною безпекою.

Процес оцінювання ризиків складається з кількох етапів: опис об'єкта і заходів захисту; ідентифікація ресурсу та оцінювання його кількісних показників (визначення потенційної негативної дії на бізнес); аналіз загроз інформаційній безпеці; оцінювання слабких місць; оцінювання існуючих і перспективних засобів гарантування інформаційної безпеки; оцінювання ризиків [18].

Ключовим фактором у забезпеченні інформаційної безпеки підприємства є його персонал. Основними заходами при роботі з яким є: проведення аналітичних процедур при прийомі і звільненні; навчання і інструктаж практичним діям по захисту інформації; контроль за виконанням вимог по захисту інформації, стимулювання відповідального відношення до збереження інформації та ін. [19].

Діяльність будь-якого підприємства підлягає впливу різних загроз. Чим більше підприємство, тим більше загроз як екзогенного, так і ендогенного характеру на діяльність цього суб'єкта господарювання.

На всіх рівнях безпеки необхідно виявити загрозу чи загрози, які негативно впливають чи вплинуть у майбутньому на діяльність об'єкта. Загроза – підтверджена доказами очевидна сутність збитку завданого державі, галузі економіки чи підприємству [20, с. 622].

Загроза – це дія дестабілізуючих природних і суб'єктивних чинників, пов'язаних з недобросовісною конкуренцією, порушенням законів, норм, які можуть спричинити потенційні або реальні втрати, що здатні викликати небезпеку для корпоративної системи [21, с. 149].

Найбільш розповсюдженими і небезпечними загрозами доступності є ненавмисні помилки постійних користувачів, операторів, системних адміністраторів та інших осіб, що обслуговують інформаційні системи. Саме такі помилки зазвичай і стають загрозами (неправильно введені дані чи помилка в програмі, що призвела до краху системи), іноді вони створюють слабкі місця, якими можуть скористатися зловмисники. Статистика свідчить, що близько 65% втрат – наслідок ненавмисних помилок. Виходячи з цього, найбільш радикальний спосіб боротьби з ненавмисними помилками – максимальна автоматизація і строгий контроль.

На другому місці за розмірами збитків – крадіжки та підробки. За даними, що обертаються серед фахівців, у 2006 році внаслідок подібних протиправних дій з використанням персональних комп'ютерів американським організаціям було завдано загальної шкоди у розмірі 1 млрд 882 млн дол. США. Можна припустити, що справжній розмір шкоди набагато більший, оскільки багато фірм зі зрозумілих причин приховують такі інциденти. У більшості розслідуваних випадків винуватцями виявлялися штатні співробітники фірм, добре обізнані з режимом роботи і заходами безпеки [22].

Головним завданням на підприємстві є вчасне виявлення загроз та запобігання їм. Одними із таких завдань керівництва є ряд заходів щодо попередження комп'ютерних злочинів. Їх розмежовують на технічні, організаційні та правові (таблиця 3).

Таблиця 2

Підходи до визначення економічної категорії «ризик»

Назва підходу	Зміст підходу
Фінансовий [13, с. 197; 14, с. 209]	ймовірність настання збитку в результаті проведення яких-небудь операцій у фінансово-кредитній і біржовій сферах, здійснення операцій з цінними паперами, тобто ризику, що випливає з природи цих операцій; значною мірою залежить від обраної ними політики взаємовідносин з боржником після того, як стало відомо, що він опинився у фінансовій кризі.
Медичний [15]	це комплекс дій для вивчення, аналізу та ідентифікації механізмів виникнення явищ, які мають великий вплив на спосіб життя та стан здоров'я людини, з метою запобігання згаданим явищам або протидії їх виникненню.
Виникнення надзвичайної ситуації [16, с. 324]	ймовірність або частота виникнення джерела надзвичайної ситуації, що визначається відповідними показниками
Інноваційний [17, с. 13]	можливість втрат, що виникають внаслідок вкладення підприємством коштів у виробництво нових товарів (послуг), які, можливо, не знайдуть попиту на ринку.

Заходи попередження комп'ютерних злочинів

Технічні	Організаційні	Правові
1. захист від несанкціонованого доступу до системи; 2. резервування особливих комп'ютерних підсистем; 3. організація обчислювальних мереж з можливістю перерозподілу ресурсів у разі порушення працездатності окремих ланок; 4. встановлення устаткування для виявлення і гасіння пожежі; 5. вживання конструктивних заходів захисту від крадіжок, саботажу, диверсій, вибухів; 6. встановлення сигналізації.	1. охорона обчислювальних центрів; 2. ретельний добір персоналу; 3. наявність плану відновлення працездатності обчислювального центру після виходу його з ладу; 4. універсальність засобів захисту від усіх користувачів (в тому числі вищих посадових осіб); 5. виключення випадків проведення особливо важливих робіт лише однією людиною; 6. організація обслуговування обчислювального центру сторонньою організацією або особами, що не зацікавлені у приховуванні фактів порушень засобів центру.	1. захист авторських прав програмістів; 2. контроль за контролем розробниками комп'ютерних систем; 3. удосконалення адміністративного, цивільного, законодавства в галузі комп'ютерного права.

Джерело: складено автором на основі [22, с. 193-194]

Висновки і пропозиції. Дослідивши підходи щодо таких дефініцій, як «інформація», «інформаційна безпека», «загроза», «ризик», можна зробити висновки, що на сьогоднішній день немає єдиної точки зору щодо визначення цих понять. Досліджені визначення доповнюють один одного, не суперечать, мають різне направлення, залежно від застосування в певній галузі. На думку автора, інформація – це письмові, усно передані або збережені на електронних носіях відомості про конкретний досліджуваний об'єкт; інформаційна безпека підприємства – це захищеність всіх видів інформації про діяльність підприємства від несанкціонованого доступу, викрадення, використання та розголошення; загроза – це економічна категорія, яка негативно

впливає на діяльність підприємства і є ймовірністю понесення збитку; ризик – це визначена економічна категорія, що носить ймовірнісний характер щодо настання негативної події, яка безпосередньо пов'язана з загрозою та величиною завданого збитку, залежить від зовнішніх та внутрішніх факторів впливу.

На підприємстві необхідно вживати заходи попередження комп'ютерних злочинів: технічні, організаційні, правові. На думку автора, головною загрозою в забезпеченні інформаційної безпеки підприємств є промисловий шпionаж, невідпущання договорів про нерозголошення комерційної таємниці. Необхідно збільшити відрахування з чистого прибутку підприємств на забезпечення інформаційної безпеки підприємств.

Список літератури:

- Гнилицька Л.В. Теоретико-методологічне і прикладне основи забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності : монографія / Л.В. Гнилицька; Університет економіки і права «КРОК»; Ученно-науковий інститут менеджмента безпеки. – К. : Дорадо-друк, 2011. – 289 с.
- Ортинський В.Л. Економічна безпека підприємств, організацій та установ / В.Л. Ортинський, І.С. Керницький, З.Б. Живко, М.І. Керницька, М.О. Живко. – К. : Правова єдність, 2009. – 541 с.
- Закон України «Про інформацію» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
- Цивільний кодекс України: чинне законодавство зі змінами та допов. на 1 січн. 2005 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. Паливода А.В. – К. : 2005. – 336 с. – (Кодекси України)
- Цюрюпа С.В. Класифікація інформації та способи її надбання для використання в діяльності підприємства / С.В. Цюрюпа // Вчені записки Університету «КРОК» / Вищий навчальний заклад «Університет економіки та права «КРОК». Вип. 1. (1997). – Вип. 33. – К., 2013. – С. 231-235.
- Генева ринкової економіки: словник-довідник [авт.-уклад. В.С. Іфтемчук, В.А. Григор'єв, М.І. Маниліч, Г.Д. Шутак] / Г.І. Башняніна В.С. Іфтемчук. – К. : «Магнолія плюс», 2004. – 688 с.
- Новый экономический словарь / [А.Н. Азрилян]. – М. : Институт новой экономики, 2006. – 1088 с.
- Мельник С.І. Інформаційна безпека як складова економічної безпеки підприємства / С.І. Мельник, М.Ю. Цуп [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/6_PNI_2013/Economics/9_130048.doc.htm.
- Степанова О.М. Інформаційна безпека в умовах розвитку інформаційної системи / О.М. Степанова, Л.М. Дегтярьова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dSPACE.snu.edu.ua:8080/jkovskaspui/bitstream/123456789/685/1/11.pdf>.
- Сороковська О. А. Інформаційна безпека підприємства: нові загрози та перспективи / О. А. Сороковська, В. Л. Гевко // Вісник Хмельницького національного університету. – Вип. 2, Т. 2. – 2010. – С. 33-34.
- Кіслов Д. В. Інформаційні війни : монографія / Д.В. Кіслов. – К. : Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2013. – 300 с.
- Кортич Б. А. Інформаційна безпека: організаційно-правові основи : навч. посібник. – К. : Кондор, 2004. – 384 с.
- Bobrov Yevgeniy. Finance./Yevgeniy Bobrov. – К. : «КРОК» University, 2008. – 220 р.
- Аналіз ризику – методологічна основа для розв'язання проблем безпеки людини та довкілля [Електронний ресурс] / Визначення та формалізація терміну «ризик» // Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/book/kachin/1-3.htm>.
- Качинський А.Б. Безпека, загрози і ризик: наукові концепції та математичні методи / А.Б. Качинський. – К., 2003. – 472 с.
- Концепція економічної безпеки антикризового управління економікою України. Науково-аналітична доповідь. – К. : «Дорадо-Друк», 2009. – 64 с.
- Конончук О.В. Економічна безпека суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України в умовах фінансової кризи. Науково-аналітична доповідь./ О.В. Конончук, В.Д. Кудрицький, І.В. Кудря, С.В. Мелесик / Науковий редактор д.е.н, професор О.А. Кириченко. – К. : Університет економіки та права «КРОК», 2009. – 76 с.
- Модель побудови системи інформаційної безпеки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.ws/1237070651274/ekonomika/model_pobudovi_sistemi_informatsiynoi_bezpeki.
- Шевченко С.Ю. Формування системи управління інформаційної безпеки підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : kneu.edu.ua/.../es.../ShevchenkoS.rtf.docx.
- Коваль А.П. Методичні підходи до оцінювання фінансової безпеки підприємства / А.П.Коваль // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – Вип. 7(22). – 2012 – С. 208-212.
- Франчук В.І. Загрози когнітивної безпеки як об'єкт дослідження // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 9. – С. 148-154.
- Поняття та класифікація загроз безпеки інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.ws/12631113/ekonomika/ponyattya_klasifikatsiya_zagroz_bezpeki_informatsiyi.
- Ніколаюк С.І. Безпека суб'єктів підприємницької діяльності / Серія бібліотека оперативного працівника / С.І. Ніколаюк, Д.Й. Никифорчук. – К. : КНТ, 2005. – 320 с.

Ганущак Т. В.

Університет економіки і права «КРОК»

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И УСЛОВИЯ ЕЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Резюме

В статье исследована информационная безопасность предприятия. Дано определение понятиям «информация», «информационная безопасность предприятия», «риск», «угроза». Определены основные мероприятия в обеспечении информационной безопасности предприятия. Систематизированы мероприятия по предупреждению компьютерных преступлений.

Ключевые слова: предприятие, информация, информационная безопасность предприятия, угроза, риск, компьютерные преступления.

Ganushchak T. V.

University of Economy and Law «KROK»

ENTERPRISE INFORMATION SECURITY AND CONDITIONS OF ITS SOFTWARE

Summary

The article tackles the topic about enterprise information safety. The following definitions of the «information», «information safety», «risk», «threat» have been given. There have been started the main tools in providing the information security at an enterprise, as well as systematized the means of computer crime warnings.

Key words: enterprise, information, information safety of an enterprise, threat, risk, computer crimes.

УДК 339.338.13

Горняк О. В.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

СТРУКТУРНІ ЗРУШЕННЯ В ЕКОНОМІЦІ ТА РОЗВИТОК СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті досліджується вплив структурних зрушень в економіці на діяльність сучасних підприємств. Виокремлено такі чинники, як глобалізація, інформаційні технології, Інтернет, що докорінно змінили традиційні підприємства і сприяли розвитку нової фірми, яка відрізняється від них якісно новими рисами.
Ключові слова: глобалізація, інформаційні технології, Інтернет, підприємство, нова фірма.

Протягом останніх десятиліть у національній та світовій економіці відбуваються кардинальні зрушення, що сформували глобальну економіку, яка визначає динаміку і нові риси економічних процесів на мікро-, макро-, мезо- та мегарівнях. В основі якісних змін знаходяться інформаційні технології, їх ресурси, сфери їх використання та можливості, які найбільш повною мірою реалізуються у всесвітній мережі Інтернет.

Глобалізація та інформаційні технології тісно пов'язані між собою, оскільки за допомогою інформаційних технологій значно скорочуються витрати, перш за все, комунікаційні та трансакційні, а також глобалізується промислове виробництво, сфера послуг, ризики. З іншого боку, глобалізація розширює рамки конкурентного середовища, стимулює нововведення та їх розповсюдження. Особливо суттєвий вплив структурних зрушень відчутний на мікрорівні економіки, оскільки впровадження новітніх технологій відбувається, перш за все, на підприємствах.

Дослідженням структурних зрушень на різних рівнях економіки займаються провідні економісти. Їх здобутки надали можливість розкрити наслідки структурних зрушень на різних рівнях економіки. Це такі економісти, як В. Ардисланов, О. Воробйова, В. Горбатов, Х. Клодт, Е. Кіріченко, О. Лебедева, Д. Лук'яненко, Т. Фролова, Ю. Уманців та інші.

У той же час потребує подальших досліджень вплив структурних зрушень економіки на підпри-

ємства, на їх цілі, функції, напрями діяльності, організаційні структури управління, форми. Тому метою даної статті є розкриття тих аспектів структурних зрушень економіки, які безпосередньо впливають на діяльність і розвиток підприємств, на зміну їх місця та ролі в економічній системі.

Формування нової економіки [1] відбувається завдяки широкій комп'ютеризації господарства, на основі використання засобів зв'язку і телекомунікацій в усіх сферах і на всіх рівнях. Починаючи з середини 90-х років у результаті розробки стандартів цифрових мереж і комерціалізації мережі Інтернет, значно знизилася різного роду витрати і були створені умови для інноваційного розвитку і підвищення ефективності компаній будь-якого розміру [2, с. 47].

Інтернет одночасно є найважливішим рушієм формування нової економіки і її реальним результатом. Створення світової телекомунікаційної мережі є результатом глибоких технологічних та економічних зрушень, і в той же час Інтернет та пов'язані з ним мережеві технології формують середовище для розвитку нової економіки, де змінюються традиційні уявлення про оптимальний розмір фірми, принципи організації виробництва і реалізації продукції на різних рівнях. В реальній економіці використовуються механізми досконалого ринку, а також розширюється простір діяльності природних монополій за рахунок мережевого ефекту. Широке використання інформаційних технологій змінює умови ведення бізнесу і формує

середовище конкурентної боротьби за глобальні ринки, що створює можливості для прискорення розвитку усім країнам світу та їх компаніям.

Навіть наслідки світової фінансово-економічної кризи 2008-2009 рр. швидко долають ті країни, економіка яких базується на інформаційних технологіях. При цьому лівову частину інвестицій у нові технології здійснюють компанії традиційного сектору з метою сформувати власну інформаційно-технологічну базу, що також є умовою розвитку нової економіки.

Мережа Інтернет з її відкритістю та низькою вартістю операцій надало можливість автоматизувати інформаційні процеси в фірмах будь-якого розміру. Багато компаній вбудовують мережеву технологію в різні етапи своєї діяльності, починаючи з розробки продукту і закінчуючи його реалізацією. Ефективність при цьому підвищується за рахунок досягнення більшої точності, більш швидкої реакції та більш високого рівня якості. Переваги телекомунікаційних систем в управлінні підприємства найбільш повно проявляються в діяльності великих підприємств, які діють у світовому масштабі. Так, наприклад, корпорація «Дженерал електрик» ще наприкінці 90-х років у всіх своїх підрозділах, дочірніх компаніях та філіях розпочала поетапно вбудовування технології Інтернет в організаційну структуру. При цьому вона не розраховувала на швидку віддачу і зростання прибутків. Головною її метою було досягнення більшої гнучкості та мобільності, адаптація до вимог ринку.

Інтернет сприяє динамічному розвитку всіх напрямів діяльності сучасних підприємств, але в першу чергу це стосується матеріально-технічного постачання та реалізації продукції. Це пояснюється тим, що в межах всесвітньої мережі формується єдиний ринковий простір з рівними правами для всіх його учасників, який не має галузевих, регіональних, навіть державних обмежень. Йдеться про своєрідний глобальний ринок досконалої конкуренції на електронній основі. Його формування є наслідком переведення бізнес-процесів у мережу Інтернет. Деякі ринки роздрібної торгівлі США діють виключно в електронній формі (ринки комплектуючих для комп'ютерів тощо) [3].

Інтернет не лише сприяє зниженню цін, але й значно збільшує попит за рахунок розширення ринків збуту, кращого задоволення заявок споживачів, зменшення прямих витрат від послуг багаточисленних посередників, скорочення витрат на післяпродажне обслуговування своєї продукції, економії за рахунок скорочення запасів тощо. Крім того, мережа Інтернет надає можливість більше дізнатися про товари та їх виробників. Розвиток електронної торгівлі перетворює комерційне середовище, створюючи нові торговельні площадки, дозволяючи використовувати різноманітні схеми ціноутворення, змінюючи роль традиційних посередників, сприяючи проведенню складних торговельних операцій, надаючи інформацію у великих обсягах за дуже низькою ціною, і, що найважливіше, змінюючи співвідношення сил учасників ринкового процесу, вирівнюючи їх конкурентні можливості [2, с. 51].

Новітні інформаційні технології здатні кардинально змінити організацію діяльності підприємств, але при цьому на зміну ієрархічним корпоративним структурам повинні прийти тимчасові гнучкі структури, що зможуть легко формувати глобальні зв'язки на електронній основі для виробництва і реалізації конкретних видів продук-

ції чи послуг. Така організація бізнесу характерна для мережі Інтернет, в якій формуються і розвиваються віртуальні підприємства для тимчасової роботи. Під впливом інформаційно-мережевих технологій фінанси також швидко розширюють свої межі, сприяючи вирівнюванню можливостей різних груп країн по залученню нових капіталів. Слід мати на увазі, що якраз фінансова сфера найбільш оперативно використала всі переваги, надані інтернет-технологіями. Перехід на нові технології сприяв реструктуризації фінансових ринків: посилюється роль їх фондових складових, пов'язаних з перерозподілом інвестицій в інновації.

Трансформація глобальної економіки на основі новітніх інформаційних технологій спирається на такі позитивні ефекти: 1) обмін інформацією, технологіями і придбання найновіших технологічних та управлінських знань; 2) тиск конкуренції з метою проникнення на нові ринки; 3) лібералізація фінансових потоків і прями іноземні інвестиції. Для реалізації названих ефектів необхідно створювати відповідні інституціональні структури з тим, щоб не почали реалізуватися зворотні ефекти. Криза 2008-2009 рр. свідчить, крім усього іншого, також про те, що такі інституціональні структури були або неефективні, або взагалі в багатьох країнах не були створені. В багатьох випадках обмін технологіями призвів до «відтоку мізків», посилення конкуренції – до створення величезних конгломератів і в кінцевому підсумку до затухання конкуренції особливо на національних ринках, а лібералізація фінансових потоків – до переважання спекулятивних фінансових операцій і іноземних інвестицій, що сприяло відтоку національного капіталу за кордон і створенню фінансових бульб.

У сучасній глобальній економіці змінюється взаємозв'язок технологічних і структурних зрушень з економічним зростанням. Знання перестають бути екзогенним чинником, перетворюючись на ендогенний і стаючи одним із продуктивних факторів економічного розвитку. Інформація і технологія, на відміну від звичайних товарів, можуть одночасно використовуватися різними агентами в різних країнах світу. Захист прав власності на знання, технологію, інформацію, хоча й існує, але не здатен повністю їх захистити, оскільки товари, що виробляються за тією чи іншою технологією, теж стають джерелами дифузії знань як всередині тієї чи іншої галузі, так і за її межами.

Технічний прогрес, який є головною рушійною силою економічного зростання, має в своїй основі три базових джерела: нагромадження людського капіталу, інвестиції в основний капітал, науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки (НДДКР) [4]. Їх ефективне використання теж вимагає відповідної інституціоналізації. Нагромадження людського капіталу потребує ефективної системи освіти, зорієнтованої на потреби ринку, інвестиції в основний капітал – відповідної системи корпоративного управління, НДДКР – наявності ринку венчурного капіталу та відповідних інституцій. Якщо такої інституціоналізації не відбувається, або існуючі інститути працюють неефективно, зростання неможливе навіть за наявності перерахованих джерел технічного прогресу. Економіка України на практиці постійно це підтверджує.

За таких умов діяльність підприємств значно ускладнюється, але корпоративна стратегія вибудовується у відповідності до цілей, що стоять перед компанією. Якщо їх проранжувати, можна по-

будувати такий ланцюжок цілей: прибутковість, зростання (розмір капіталізації, обсяги обороту і частка ринку), підтримка стабільних відносин з контрагентами, висока продуктивність праці, інновації, підвищення кваліфікації персоналу тощо.

Прибутковість в сучасних умовах передбачає диференційований підхід, тобто норма прибутку диференціюється за категоріями інвестиційних проектів. Так, існують вимушені інвестиції, пов'язані з забезпеченням надійності виробництва, техніки безпеки, екологічності тощо, які не відзначаються високою прибутковістю. Існують також капіталовкладення у збереження частки ринку. Їх прибутковість також невисока, мінімальна норма прибутку при цьому складає 6-7%. Більш прибутковими є інвестиції в оновлення основних виробничих фондів, норма прибутку – 12%. Інвестиції в економію витрат забезпечують норму прибутку на рівні 15%, а інвестиції, пов'язані зі збільшенням доходів, – 20%. Найбільш прибутковими є також звані «ризиковані» капіталовкладення. Норма прибутку нових інвестицій складає 25% [2, с. 148]. Практика діяльності реальних компаній свідчить про те, що в сучасних умовах конкурують між собою інвестиційні проекти не різних рівнів, а в рамках одного рівня. Крім того, слід враховувати, що керівництво компаній в залежності від фінансового стану може задавати різні норми прибутку в різні періоди, управляючи таким чином інвестиційним процесом.

Важливим напрямком формування нових корпоративних стратегій є включення у ланцюжок доданої вартості надання різних послуг з експлуатації та ремонту вироблених і реалізованих товарів. Ця стратегія отримала назву стратегії низхідних ланцюжків доданої вартості, яка включає виробництво, реалізацію та обслуговування товару в процесі його споживання. Використання її можливостей призвело до зміни традиційної корпоративної стратегії, яка починаючи з 20-х років ХХ ст., базувалася на трьох складових: вертикальна інтеграція виробництва і споживання для забезпечення контролю витрат; НДДКР для створення продуктивних інновацій; домінуючі позиції на ринку для забезпечення ефекту масштабу [5; 6]. Ця традиційна стратегія дозволяла корпораціям на протязі тривалого часу утримувати конкурентні переваги, забезпечувати стабільне зростання доходу і створювати суттєві бар'єри для конкуренції. Нова концепція низхідних ланцюжків доданої вартості передбачає оцінку цього ланцюжка споживачем, тому підприємства змушені досліджувати структуру витрат клієнта, пов'язаних з експлуатацією придбаних товарів на протязі всього життєвого циклу товару від продажу до утилізації [7; 8].

Для прикладу можна розглянути ринок цивільного літакобудування. Традиційний підхід виробника в даній галузі досить простий: будівництво літака, продаж і доставка споживачеві, постачання запасних частин, модернізація. В сучасних умовах цей підхід трансформується і на перший план виходять запити споживачів.

З точки зору споживача пакет послуг повинен включати фінансування, лізинг, ремонт, поставку продуктів харчування, оновлення салону літака та його перепродажу. В рамках транснаціональних компаній цей ланцюжок стає інтернаціональним. Корпорація «Boing», яка однією з перших почала застосовувати нові підходи, надає своїм клієнтам в усьому світі послуги з фінансування, наземних ремонтних робіт, управління логістикою і навчання пілотів.

Традиційний підхід до обробної промисловості передбачав, що поява нових товарів і масштаби їх виробництва забезпечують підприємствам конкурентні переваги. В сучасній економіці ці важелі вже не працюють. В багатьох галузях продуктивні інновації дуже легко копіюються, що значно знижує конкурентні переваги підприємств-новаторів і скорочує їх строк. Розвинений ринок венчурного капіталу надає можливість залучати значні обсяги інвестицій новими компаніями. Крім того, розвиток віртуального підприємництва і аутсорсингу означає, що капіталоемні активи можна придбати за допомогою багатосторонніх угод та альянсів. Слід також відзначити, що наявність капіталоемних активів дуже часто змушує виробника використовувати застарілі корпоративні стратегії, а не формувати конкурентні переваги.

У новій економіці конкурентною перевагою компаній обробної промисловості стає відданість клієнту, а метою корпоративної стратегії стає налагодження довгострокових і стійких відносин з найбільш доходними клієнтами, завоювання їх довіри в процесі поставки товару та надання послуг, що мінімізують сукупні витрати, зв'язані з його володінням та експлуатацією. У зв'язку з цим особлива увага надається каналам розповсюдження товару. Багато компаній – виробників вирішує дану проблему, заключаючи ексклюзивні контракти з відомими торгівельними компаніями. Інші компанії намагаються придбати дилерські мережі на регіональних ринках, або відкрити дочірні компанії, які займаються наданням відповідних послуг.

Розвиток нової економіки, структурні зрушення на мега- та макрорівнях викликали суттєві зміни в характері такого інституту як корпорація (підприємство, фірма). В економічній літературі з'являється таке поняття як «нова фірма», що приходить на зміну традиційній фірмі, яка знаходилася в основі теорій фірми та концепцій конкурентоспроможності [2, с. 152].

Інститут традиційної фірми характеризується такими основними рисами:

- активи мають високу капіталоемність, що забезпечує економію масштабу та переваги перед новими компаніями, що входять на даний ринок;
- активи компанії – це перш за все матеріальні активи;
- вертикальна інтеграція і прямий контроль над постачальниками і споживачами;
- залежність працівників від керівництва компанії внаслідок недостатньої конкуренції на вузькому ринку робочої сили, що не потребував навичок, отриманих на робочому місці в даній компанії;
- розміри компанії та капіталоемність її активів потребували значно більших інвестицій і генерували високі ризики, що перевищували внутрішні можливості фірми;
- залучення якомога більшої кількості інвесторів і розпорошення власності;
- головна проблема корпоративного контролю – проблема взаємовідносин менеджерів і акціонерів, а головна його мета – захист інвесторів – аутсайдерів;
- межі фірми чітко визначені її матеріальними активами.

Матеріальні активи в новій економіці стають менш важливими у забезпеченні доходу компаній. Розвиток міжнародних ринків капіталу фінансування таких активів значно полегшив. Посилення конкуренції на міжнародних ринках викликало

підвищення попиту на інновації і якісні зміни в структурі капіталу компаній, що підвищило значення, перш за все, людського капіталу. Відкритість ринків сприяла виникненню великої кількості незалежних постачальників товарів та послуг, що призвело до посилення конкуренції на ринку проміжних продуктів і в кінцевому підсумку сприяло процесу руйнації великих вертикально-інтегрованих компаній.

У результаті під впливом процесів глобалізації капіталу, людських ресурсів, інформації та комунікації почала формуватися нова фірма – фірма нової економіки, якій притаманні такі властивості: людський капітал стає головним активом; в структурі активів починають переважати нематеріальні; гнучка структура управління; розмиті межі фірми; відсутність жорсткого контролю за постачальниками і споживачами. При цьому слід мати на увазі і процес трансформації традиційної фірми в напрямку формування рис нової фірми, оскільки вказані властивості уже притаманні багатьом компаніям традиційних галузей.

Конкурентоспроможність сучасних підприємств тією чи іншою мірою відображає проаналізовані тенденції на макро- та мікрорівнях. На мікрорівні на конкурентоспроможність впливає як корпоративна стратегія, так і бізнес-середовище. Що стосується корпоративної стратегії, слід виділити такі чинники як технологія виробничих процесів, якість менеджерів вищої ланки, маркетинг. Бізнес-середовище впливає на конкурентоспроможність через рівень конкуренції на внутрішніх ринках, розвиток інформаційної інфраструктури, попит та його структуру. Зміни внутрішнього і зовнішнього середовища діяльності сучасних фірм кардинально змінює їх стратегію поведінки. Якщо до недавнього часу її визначала диверсифікація, на основі якої формувалися багатогалузеві

холдинги і конгломерати, то в сучасних умовах компанії відмовляються від непрофільних виробництв, продають активи і зосереджуються на основних перспективних видах діяльності, застосовуючи аутсорсинг.

Аналогічні процеси відбуваються і у фінансовій сфері. Особливо вони посилюються після кризи 2008-2009 рр. Фінансово-промислові групи у вигляді багатогалузевих і багатопрофільних втрачають своє значення. При цьому концентрація капіталу відбувається навколо профільного напрямку діяльності, а диверсифікація може відбуватися в межах самої компанії, коли дочірні фірми використовують технологію базової фірми. В сучасних умовах використовується так звана складна інтеграція, коли функції сегментуються, і окремі структурні підрозділи спеціалізуються, формуючи єдиний виробничий ланцюг компанії. В рамках такого єдиного ланцюга формуються партнерські відносини між його учасниками.

У сучасній глобалізованій економіці відбуваються кардинальні зрушення на всіх рівнях економічного розвитку. Вони взаємопов'язані та взаємовпливають один на одного. Кардинальні зміни на рівні підприємств свідчать про те, що формується новий сучасний тип підприємства, в якому змінюється структура капіталовкладень в напрямку нематеріальних активів і людського капіталу. Крім того, інвестиції вкладаються переважно в спеціалізацію компанії на найбільш ефективних для неї сферах діяльності. Корпоративна стратегія на внутрішніх і зовнішніх ринках уніфікується. Внутрішній ринок розглядається як складова глобального. Загалом, ефективне підприємницьке середовище, відповідні інститути, а також сучасна корпоративна стратегія забезпечують конкурентні переваги на світових ринках не лише окремим компаніям, але й країнам, які вони представляють.

Список літератури:

1. Клодт Х. та ін. Нова економіка: форми вияву, причини та наслідки : монографія. – К. : Вид-во «Таксон», 2006. – 306 с.
2. Социально-экономическая эффективность: опыт США. Ориентир на глобализацию / Э.В. Кириченко, Г.К. Никольская, Е.А. Лебедева и др. ; Отв. ред. Э.В. Кириченко. – М. : Наука, 2002. – 360 с.
3. Уманців Ю.М. Корпоративні структури у глобальному конкурентному просторі : монографія / Ю.М. Уманців. – К. : ННЦІАЕ, 2012. – 410 с.
4. Ардисламов В. Диверсифікація і горизонтальна інтеграція: вибір ефективного типу слияний и поглощений / В. Ардисламов, М. Кокорева // Экономическая политика. – 2010. – № 6. – С. 144-156.
5. Воробьева О. Реструктуризация интегрированных структур: стратегическое управление / О. Воробьева // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – № 8. – С. 33-42.
6. Горбатов В.М. Конкурентоспособность и циклы развития интегрированных структур бизнеса: монографія / В.М. Горбатов. – Х. : ИД «ИНЭКЕК», 2006. – 592 с.
7. Лук'яненко Д. Глобальна модифікація конкурентних механізмів ринку / Д. Лук'яненко, О. Тітова // Міжнародна економічна політика. – 2011. – № 12-13. – С. 5-21.
8. Фролова Т.О. Інвестиційні корпоративні стратегії в умовах глобалізації : монографія / Т.О. Фролова. – К. : КНЕУ, 2012. – 426 с.

Горняк О. В.

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

СТРУКТУРНЫЕ СДВИГИ В ЭКОНОМИКЕ И РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

В статье исследуется влияние структурных сдвигов в экономике на деятельность современных предприятий. Выделены такие факторы, как глобализация, информационные технологии, Интернет, которые коренным образом изменили традиционные предприятия и привели к появлению и развитию новой фирмы, которая отличается от них качественно новыми чертами.

Ключевые слова: глобализация, информационные технологии, Интернет, предприятие, новая фирма.

Gornyak O. V.

Odessa I. I. Mechnikov National University

STRUCTURAL SHIFTS IN THE ECONOMY AND THE MODERN ENTERPRISES DEVELOPMENT

Summary

This article examines the economy structural changes impact on the modern enterprises activity. Such factors as globalization, information technology, Internet, that radically changed the traditional enterprise and led to the appearance and new company development, that differs from them by qualitatively new features are highlighted.

Key words: globalization, information technology, the Internet, the company, the new firm.

УДК [631.15:338.58]:633/635

Гриб С. В.

Харківський національний аграрний університет імені В. В. Докучаєва

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ У РОСЛИННИЦТВІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У статті представлений аналіз стану та структури витрат рослинництва сільськогосподарських підприємств Харківської області. Досліджено тенденції зміни витрат за окремими сільськогосподарськими культурами. Визначено перспективні умови формування витрат.

Ключові слова: витрати, рослинництво, сільськогосподарські підприємства.

Постановка проблеми. Функціонування підприємств забезпечується безперервним споживанням різноманітних ресурсів, вартість яких акумулюється в єдиному понятті витрат. В умовах усталених технологій вирощування сільськогосподарських культур важливим чинником забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств є підвищення економічної ефективності витрат, яке досягається, з одного боку, за рахунок зростання результативних показників виробництва, з іншого, за рахунок скорочення витрат. Скорочення витрат а також формування оптимальної їх структури дозволяє за інших рівних умов отримувати більші прибутки у складі сформованої ринком ціни, і, відповідно, забезпечує більші фінансові можливості відносно інших підприємств для подальшого розвитку. Досягнення зазначених переваг ґрунтується на результатах аналізу витрат, що склалися в попередніх періодах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Протягом всього часу існування в суспільстві товарно-грошових відносин витрати привертають увагу науковців. Свого часу сутність категорії витрат досліджували А. Сміт [7], К. Маркс [5]. В сучасних умовах ця категорія стала об'єктом наукового інтересу таких вчених як Ю.С. Цал-Цалко [8], К.П. Янковский [11], В.Г. Андрійчук [2], І.В. Охріменко [6], Н.В. Ульяновченко [10], Д.В. Шиян [10], Ю.С. Герасименко [3] та інших. В більшості наукових досліджень пов'язаних з управлінням та обліком витрат складовим елементом є дослідження їх динаміки та структури.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Нестабільність умов функціонування сільськогосподарських підприємств, наявність значної кількості факторів, що впливають на сільськогосподарське виробництво різноспрямовано та непропорційно, зумовлюють актуальність подальших досліджень в рамках проблеми з урахуванням сучасного стану та перспектив розвитку економіки України.

Мета статті. Встановлення сучасних тенденцій змін розміру та структури витрат у рослин-

ництві сільськогосподарських підприємств Харківської області.

Виклад основного матеріалу. Одне з провідних місць в рішенні проблем ефективного розвитку рослинництва займає управління витратами. Від рівня витрат залежить як загальний результат діяльності підприємства, так і рівень рентабельності окремих видів продукції. Витрати показують в що обходиться виробництво рослинницької продукції конкретному підприємству, в показниках витрат знаходяться відображення різні складові господарської діяльності підприємств: ефективність використання виробничих ресурсів, стан технології й організації виробництва, впровадження досягнень науки й передового досвіду, рівень управління виробництвом.

В узагальненому вигляді аналіз витрат передбачає послідовне виконання таких завдань:

- 1) визначення мети аналізу;
- 2) визначення кола показників для аналізу;
- 3) формування інформаційної бази;
- 4) застосування методів економічного аналізу;
- 5) формулювання висновків.

Детальний аналіз динаміки та структури витрат на виробництво та реалізацію продукції є необхідним елементом забезпечення ефективності управління. Такий аналіз дозволяє визначити об'єкти управлінського впливу з метою підвищення ефективності. Виходячи з цього, мета аналізу витрат діяльності підприємств полягає в інформаційному забезпеченні та всебічній оцінці показників витрат і в оптимізації та обґрунтуванні управлінських рішень стосовно їх подальшої раціоналізації.

Економічна категорія витрат доволі різнопланова, є об'єктом дослідження різних наук, тому в її трактуванні є певні відмінності – від загальноекономічного розуміння витрат як використання живої та уречевленої праці на виробництво продукції [7, с. 95; 5, с. 207; 11, с. 66] до бухгалтерського підходу, який визначає витрати з позиції впливу на зміну вартості майна підприємства [1; 8, с. 17].

З точки зору економічного аналізу більш обґрунтованими є ті визначення витрат, що пов'язують їх з конкретним витрачанням ресурсів [4, с. 16].

Цей підхід зумовлює потребу в виокремленні конкретних показників витрат, що придатні для моніторингу та аналізу. До числа таких показників можна віднести собівартість продукції. Собівартість продукції – це грошова форма витрат на підготовку її виробництва, виготовлення і збут. [9, с. 455] Собівартість пов'язується з конкретно калькуляційною одиницею – одиницею або партією продукції, видом продукції, конкретним замовленням, обсягом виробництва.

У залежності від охоплення етапів процесу виробництва та реалізації продукції розрізняють показники виробничої та повної собівартості.

Витрати як загальна категорія можуть бути співвіднесені як з продукцією так і з певними процесами або з часовим періодом. Так, наприклад, витрати на основне виробництво включають прямі витрати в галузі рослинництва за календарний рік з 1 січня до 31 грудня звітного року.

Основними джерелами інформації для аналізу витрат на виробництво та реалізацію сільськогосподарської продукції є дані первинної облікової документації та форма статистичної звітності № 50 с.-г. «Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств за рік», яка узагальнює розрахунки по закриттю операційних рахунків, заключний Баланс та облікові регістри. Аналіз на базі первинної облікової документації є доцільним при роботі з окремими підприємствами. Виявлення загальних тенденцій розвитку підприємств галузі пов'язане з обробкою узагальнених показників, що представлені в формі статистичної звітності.

Таким чином, дослідження, результати якого представлені нижче, проводилось за даними статистичної звітності бази Міністерства аграрної політики та продовольства України без урахування спеціалізації підприємств. В дослідження включені витрати господарюючих суб'єктів всіх організаційно-правових форм.

Перед усе, необхідно відзначити, що загальна сума витрат збільшилась за період з 2010 до 2013 рр. на 78,06% (що видно з таблиці 1).

Безперечно, це збільшення відбувалось на фоні інфляційних процесів. Так, за даними державної

служби статистики України, індекси цін за 2011-2013 рр. в сукупності склали по продукції нафтопереробки 107,43%, по виробництву електроенергії 138,9%, по продукції хімічної промисловості (яку сільгоспідприємства споживають у вигляді мінеральних добрив) 113,52% [12].

Врахувати вплив цінового фактора на динаміку витрат можна за допомогою сукупного індексу витрат на виробництво сільськогосподарської продукції, який представляє собою середньозважену величину з індексів цін виробників промислової продукції та продукції сільськогосподарського походження, що використовуються в сільському господарстві, індексів тарифів на послуги, які надаються сільськогосподарським товаровиробникам, та оплати праці в сільському господарстві.

Рівень сукупного індексу витрат на виробництво сільськогосподарської продукції у грудні 2011 р. порівняно з 2010 р. становив 117,0%, у т. ч. індекс цін на матеріально-технічні ресурси промислового походження, що використовуються в сільському господарстві, склав 118,6%. У грудні 2012 р. рівень сукупного індексу витрат на виробництво сільськогосподарської продукції порівняно з 2011р. становив 106,8%, у т.ч. індекс цін на матеріально-технічні ресурси – 107,7%. У 2013 році ці показники склали 101,00% та 99,7% відповідно [12]. Таким чином, у 2013 році склалися найбільш сприятливі умови для сільськогосподарських виробників, оскільки зростання цін на ресурси були мінімальним.

Відповідно, з урахуванням індексу цін реального зростання витрат було не таким інтенсивним і склало близько 50%. Однак загальна тенденція до зростання все одно присутня.

Необхідно відзначити, що тенденція зростання витрат склалась в аграрних підприємствах давно. Так, тенденцію зростання виробничої собівартості в рослинництві в різні періоди в рамках своїх досліджень відзначали В.Г. Андрійчук [3], І.В. Охріменко [6], Н.В. Ульяновченко [10], Ю.С. Герасименко [3] та інші.

Витрати на виробництво продукції рослинництва можуть зростати або зменшуватися в за-

Таблиця 1

Динаміка собівартості виробництва продукції рослинництва в цілому та окремих сільськогосподарських культурах в підприємствах Харківської області у 2010-2013 рр.

Харківська область	2010*	2011*	2012*	2013**	Темпи росту, %		
					2011 р./ 2010 р	2012 р./ 2010 р	2013 р./ 2010 р
Виробнича собівартість виробленої продукції, млн. грн.	2863,55	3105,11	4973,91	5098,8	108,44	173,70	178,06
Виробнича собівартість окремих сільськогосподарських культур, млн. грн.:							
- пшениці	327,04	992,76	989,48	1754,6	303,56	302,56	536,51
- цукрових буряків	166,44	217,44	163,58	78,3	130,64	98,28	47,04
- сояшника	786,59	974,78	1318,36	1711,9	123,92	167,60	217,64
Вироблено продукції, тис. т							
- пшениці	289,7	1152,1	781,4	1674,2	397,69	269,73	577,91
- цукрових буряків	386,0	742,4	605,3	257,7	192,33	156,81	66,76
- сояшника	497,91	658,6	653,9	964,5	132,27	131,33	193,71
Виробнича собівартість 1 ц окремих сільськогосподарських культур, грн.:							
- пшениці	112,9	86,2	126,6	104,8	76,35	112,13	92,83
- цукрових буряків	43,1	29,3	27,0	30,4	67,98	62,65	70,53
- сояшника	158,0	148,0	201,6	177,5	93,67	127,59	112,34

*За даними статистичної бази Міністерства аграрної політики України [12]

**За даними Головного управління статистики у Харківській області [13]

лежності від об'єму спожитих трудових або матеріальних ресурсів, рівня техніки, організації виробництва та багатьох інших факторів. Однак динаміка витрат сама по собі не є показовою, вона не дає розуміння, наскільки доцільним було це зростання. Основною метою збільшення витрат має бути збільшення результату, тому доцільним є порівняння динаміки зміни витрат та виробництва окремих видів сільськогосподарських культур: пшениці, цукрового буряку та соняшника. Ці культури є найбільш значимі для регіону: посівні площі пшениці у 2012 році займали близько 22% (21,86%), соняшника близько 24% посівних площ Харківської області. Чисті доходи відповідно склали 21,3% та 40,9% в загальній сумі доходів сільськогосподарських підприємств досліджуваного регіону. Що стосується цукрового буряку, то незважаючи на те, що посівні площі під нього займають всього 1,4% від загальних посівних площ Харківської області, вони складають близько 30% посівних площ цукрового буряку України.

Результати аналізу такі:

– по пшениці темпи росту витрат підсумком за період були нижчими, ніж темпи росту виробленої продукції в центнерах, внаслідок чого витрати на 1 ц. зменшились з 112,9 грн. до 104,8 грн. З урахуванням індексу цін тенденція не змінюється. В окремі періоди дослідження зміни були різноспрямованими. У 2011 році спостерігаємо збільшення загальної суми виробничих витрат і зменшення виробничої собівартості 1 ц. продукції, а у 2012 році – зменшення витрат і збільшення виробничої собівартості 1 ц. продукції. При суттєвому зростанні витрат у 2013 році (на 77,3%) за рахунок збільшення посівних площ та високої урожайності було досягнуто суттєвого зменшення виробничої собівартості 1 ц. пшениці (-17,2%).

– по цукровому буряку за період витрати зменшились на 88,14 млн. грн., а обсяг виробленої продукції зменшився на 128,3 тис. тонн. Внаслідок переважаючих темпів зниження витрат відносно темпів зниження обсягів виробництва витрати на 1 ц. зменшились з 43,19 грн. до 30,4 грн. З урахуванням індексу цін тенденція не змінюється. При цьому варто відзначити зростання обсягів виробництва цукрових буряків у 2011-2012 роках. Це було наслідком збільшення посівних площ відносно 2010 року та високої урожайності культур в ці роки.

– по соняшнику темп росту витрат перевищував темп росту обсягу виробленої продукції (217,64% та 193,71% відповідно), що привело до збільшення витрат на 1 ц з 158 до 177,5 грн. З урахуванням індексу цін тенденція не змінюється. Вирощування урожаю 2013 року виявилось дорожчим за минулорічний, однак і результати виявились вищими.

Таким чином, ми бачимо, що по розглянутих культурах зміна витрат зумовила зростання результату, що можна розцінювати як позитивну тенденцію.

Витрати за своїм змістом є різнофункціональними, це зумовлює необхідність дослідження складу та структури витрат. Групування витрат за елементами витрат залежно від господарського призначення показує, з яких витрат складається собівартість окремих видів сільськогосподарської продукції, дає змогу проаналізувати структуру витрат на виробництво окремих продуктів і виявити резерви зниження витрат на одиницю продукції.

Витрати групують за такими елементами: матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація осно-

вних засобів та нематеріальних активів, інші витрати. Таке групування є нормативно прийнятим [1], що забезпечує порівнянність показників в процесі аналізу як окремих господарств однієї галузі, так і підприємств різних галузей.

За результатами аналізу структури витрат рослинництва сільськогосподарських підприємств Харківської області по роках можна відзначити, що структура витрат є достатньо сталою (рис. 1).

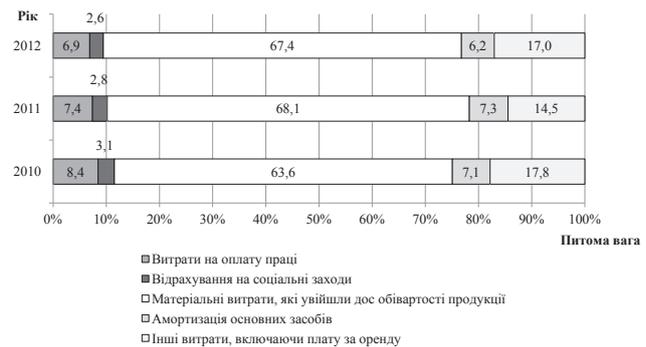


Рис. 1. Структура витрат продукції рослинництва підприємств Харківської області у 2010–2012 рр.

Чіткі тенденції також не простежуються, оскільки у 2011 та 2012 роках зміни за окремими елементами були різноспрямованими.

Так, сума витрат на оплату праці у 2011 році зменшилася, а у 2012 році збільшилася, а в структурі витрат відбувалося постійне зменшення цього елемента. Зміни були пов'язані з такими чинниками.

По-перше, зі зміною чисельності працівників. У 2011 році кількість працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві у рослинництві зменшилась на 2524 особи (це 14,6%). А у 2012 році чисельність працівників збільшилась не просто до рівня 2010 року, а перевищила цей рівень на 382 особи (приріст відносно 2010 року склав близько 2%).

Збільшення витрат на оплату праці у 2012 році пов'язане, також, з щорічним підвищенням мінімальних соціальних стандартів та гарантій, які є орієнтиром при встановленні заробітної плати. Так, за період з 2010 по 2012 рік витрати на оплату праці зросли на 41,5%, а мінімальна заробітна плата зросла на 30,5%.

Матеріальні витрати змінювались стабільно у бік збільшення, однак їх питома вага в загальній сумі витрат у 2011 році збільшилась на 4,8 процентні пункти, а у 2012 році зменшилась на 0,8 процентних пункти та склала 67,4%. Незважаючи на зазначені коливання, найбільша питома вага в структурі витрат припадає саме на матеріальні витрати.

У складі матеріальних витрат найбільш суттєвими були витрати на мінеральні добрива: 14,4% у 2010 році, 15% у 2012 році (13,4% з урахуванням інфляції), насіння та посадковий матеріал: 13,3% у 2010 році, 12,9% у 2012 році (12,18% з урахуванням інфляції) а також пальне й мастильні матеріали: 13,6% у 2010 році, 12,9% у 2012 році (близько 13% з урахуванням інфляції). Суми витрат за цими елементами постійно зростали, а ось питома вага витрат на мінеральні добрива та на пальне і мастильні матеріали у 2011 році збільшувалась до 18,8% та 15,5% відповідно, з подальшим зменшенням у 2012 році. Знов таки, ці коливання значною мірою зумовлені індексом цін на продукцію відповідних галузей. У порівня-

них цінах коливання питомої ваги цих елементів витрат були не такими суттєвими: питома вага витрат на мінеральні добрива складала 16,9%, витрат на пальне і мастильні матеріали 13,49%.

Значна питома вага зазначених елементів матеріальних витрат є виправданою, і зберігається на приблизно однаковому рівні протягом, як мінімум, п'яти років. Прийнято вважати добрива одним з найефективніших та швидкодіючих факторів підвищення урожайності сільськогосподарських культур та поліпшення якості продукції. Динаміка внесення добрив у сільськогосподарських підприємствах України порівняно з 1990 роком суттєво скоротилась [10, с. 57], що часто розглядається як негативна тенденція, однак, необхідно враховувати зміну якості добрив, рівень накопичення добрив у ґрунтах, зміну структури посівних площ, зміну технологій їх використання (спосіб внесення) тощо.

Традиційно високою є питома вага витрат на насіння та посадковий матеріал. За цією статтею витрат враховується вартість насіння та посадкового матеріалу незалежно від джерел придбання. Збільшення витрат було зумовлене збільшенням площ сільськогосподарських угідь на 3,3%. Індекс цін на сільськогосподарську продукцію за період склав 122,2%.

Необхідно відзначити, що структура витрат виробництва продукції рослинництва підприємств Харківської області суттєво не відрізняється від структури витрат по Україні в цілому та є приблизно схожою для підприємств різних організаційно-правових форм. Хоча спостерігаються й певні відмінності. Так, у фермерських господарствах є меншою питома вага оплати послуг і робіт виконаних сторонніми організаціями, а також питома вага витрат на оплату праці. А питома вага інших витрат, включаючи оренду, є більшою за середні показники по області та відносно акціонерних товариств. Також фермерські господарства витрачають більше на запасні частини, ремонтні та будівельні матеріали. Акціонерні товариства та ТОВ в структурі мають більшу питому вагу витрат на оплату праці.

Прогнози на 2014 рік базуються як на аналізі досягнутих результатів, так і спираються на експертні оцінки розвитку економіки на майбутній період. З одного боку, рекордні кількісні показники роботи агросектору не забезпечили настільки ж позитивну фінансову динаміку. Рентабельність виробництва зерна, яка в 2011 році становила понад 25%, в 2012-му – 15%, за підсумками 2013-го знаходиться в межах 0,5%. Рентабельність виробництва зерна в 2013 році скорочувалася через падіння цін на зерно в другому півріччі, яке, в свою чергу, сталося з причини збору рекордно великих врожаїв у всьому світі. Аналогічне падіння рентабельності відзначалось і по соняшнику (з 70,7% у 2011 році до 61,4% у 2012 році і до 35,5% у 2013 році) і по цукровому буряку (з 19,2% у 2011 році до 15,9% у 2012 році і до 2,0% у 2013 році). Таким чином, сільськогосподарські підприємства мають обмежені можливості фінансування робіт для забезпечення майбутніх урожаїв.

З іншого боку, можна очікувати зростання за більшістю статей витрат через невирішеність питань щодо вартості природного газу, мінливості валютних курсів в країні та інші чинники. За даними державної служби статистики України, у січні-квітні 2014 р. порівняно з відповідним періодом минулого року витрати на виробництво

сільськогосподарської продукції зросли на 1%, в т. ч. на матеріально-технічні ресурси промислового виробництва – на 2,6%. Разом з тим, у квітні 2014 р. в порівнянні з попереднім місяцем зростання витрат склало у середньому 12,6%, при цьому на виробництво рослинницької продукції + 12,8%, тваринницької + 12,2%.

Найбільше за квітень місяць зросли ціни і витрати сільгоспідприємств на нафтопродукти – на 17,2% та мінеральні добрива – на 16,6%. Також значно збільшилися витрати аграріїв на сільгоспмашини та обладнання – на 6,6%, запчастини до автомобілів і двигунів – на 10,1%. При цьому зростання витрат на оплату праці в галузі склало 5,2%.

Тобто спостерігаємо вже фактичні зміни за найбільш вагомими елементами витрат у виробництві рослинницької продукції. При цьому експертні очікування були більш оптимістичними. Якщо, наприклад, на початку року експерти сподівались на отримання хімічними підприємствами природного газу за цінами нижчими порівняно з минулим роком, що мало б вплинути на собівартість виробництва мінеральних добрив у бік зменшення, то на поточний момент часу, навпаки, спостерігаємо зростання цін на мінеральні добрива. Так, ціна на найбільш поширене добриво – аміачну селітру – з початку року зросла із 2800-2900 до 3280-3500 грн./т. Збільшення склало в середньому + 15%.

Відповідно, є два варіанти впливу цих тенденцій на витрати сільськогосподарських підприємств. Перший варіант передбачає, що при збереженні технологій витрати сільськогосподарських підприємств на мінеральні добрива будуть зростати. Другий варіант передбачає, що збільшення цін посилять фінансовий дефіцит, призведе до економії на технологіях і – як наслідок – до зменшення валу зерна. Відповідно, можливе відносне скорочення витрат сільськогосподарських підприємств на добрива.

Вартість посівного матеріалу в цілому може виявитись нижчою відносно попередніх років через великі врожаї 2013 року. Деякі господарства вимушені збувати зерно в несприятливих для них цінових умовах через те, що їм не вистачало обігових коштів, щоб закінчити збиральну кампанію та закупити нове насіння для посіву озимих.

У результаті дії зазначених факторів підприємства будуть економити на посівному матеріалі, добривах та засобах захисту рослин, внаслідок чого урожай 2014 може бути менший за очікування. Якщо минулого року сільськогосподарські підприємства здійснювали максимальні вкладення в підготовку ґрунту та посівного матеріалу, розраховуючи на високий врожай, то в новому році будуть економити на добривах та насінні. Відтак, будуть звертати увагу на дешевший вітчизняний посівний матеріал та відмовлятися від інтенсивних технологій.

У результаті істотного подорожчання усіх складових елементів собівартості, насамперед витрат на мінеральні добрива та паливно-мастильні матеріали, а також внаслідок диспаритету цін сільськогосподарські підприємства в перспективі будуть отримувати збитки.

Висновки і пропозиції. Підбиваючи підсумки, можна відзначити наступне. По-перше, протягом часу витрати сільськогосподарських підприємств збільшуються, що є передумовою збільшення результату діяльності. По-друге, на зміну витрат суттєвий вплив вчиняє індекс цін, який необхід-

но враховувати при виявленні дійсних тенденцій змін. По-третє, тенденції змін витрат та їх ефективності на майбутні періоди визначаються перспективами розвитку економіки в цілому та окремих галузей зокрема. Об'єктом особливої уваги

стають витрати на добрива, паливно-мастильні матеріали та насіння. З огляду на зазначене, перспективи подальших досліджень полягають у систематизації та виявленні сили впливу найбільш вагомих факторів на зміни витрат.

Список літератури:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затв. Наказом МФУ від 31.12.99 № 318 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>.
2. Андрійчук, В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств : теорія, методика, аналіз : монографія [Текст] / В.Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2005. – 292 с.
3. Герасименко Ю.С. Управління собівартістю продукції в сільськогосподарських підприємствах : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Ю.С. Охріменко / Харківський національний аграрний університет імені В.В. Докучаєва. – Харків, 2012.
4. Крушельницька О.В. Управління витратами : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей [Текст] / О.В. Крушельницька. – Житомир, ЖДТУ, 2005. – 196 с.
5. Маркс Карл. Капитал. Критика политической экономии. [пер. с нем., фр., англ.] / К. Маркс ; Под ред. Ф. Энгельса : в 3 т. – М. : Политиздат, 1983. – Т. 1. – 737 с.
6. Охріменко, І.В. Витратно-ціновий аналіз в рослинницьких галузях сільськогосподарських підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / І.В. Охріменко / Інститут аграрної економіки УААН. – Київ, 2002.
7. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов: пер. с англ. – М., 1962. Современная экономика : многоуровневое учебное пособие / Под ред. О. Ю. Мамедова. – М. : ЭКСМО, 2007.
8. Цал-Цалко, Ю.С. Витрати підприємства [Текст] / Ю.С. Цал-Цалко. – К. : Центр навч. літератури, 2002. – 656 с.
9. Чумаченко, М.Г. Економічний аналіз [Текст] : навч. посібник / М. А. Болух [та ін.]; ред. М. Г. Чумаченко ; Київський національний економічний ун-т. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2003. – 555 с.
10. Шиян, Д.В. Ефективність витрат у сільськогосподарських підприємствах : монографія / Д.В. Шиян, Н.В. Ульяновченко. – Х. : «Міськдрук», 2012. – 204 с.
11. Янковский, К. П. Управленческий учет [Текст] : учебное пособие. Стандарт третьего поколения. / К. П. Янковский, И. Ф. Мухарь. – СПб. : Питер, 2011. – 368 с.: ил. – (Серия «Учебное пособие»).
12. Матеріали офіційного сайту Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
13. Матеріали офіційного сайту Головного управління служби статистики в Харківській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kh.ukrstat.gov.ua>.

Гриб С. В.

Харьковский национальный аграрный университет имени В. В. Докучаева

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ ЗАТРАТ В РАСТЕНИЕВОДСТВЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ХАРЬКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Резюме

В статье представлен анализ состояния и структуры затрат растениеводства сельскохозяйственных предприятий Харьковской области. Исследованы тенденции изменения затрат по отдельным сельскохозяйственным культурам. Определены условия формирования затрат в перспективе.

Ключевые слова: затраты, растениеводство, сельскохозяйственные предприятия.

Gryb S. V.

Kharkiv National Agrarian University named after V. V. Dokuchaev

MODERN TRENDS IN THE FORMATION OF EXPENDITURES IN PLANT GROWING OF AGRARIAN ENTERPRISES KHARKIV REGION

Summary

The analysis of the state and structure of expenditures in plant growing of agrarian enterprises of the Kharkov region are analysed in the article. The trends in the changes of expenditures of individual crops are investigational. The conditions of formation of expenditures in the future are defined.

Key words: expenditures, plant-growing, agrarian enterprises.

УДК 338.2

Гулай І. О.

Львівський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові УкраїниУДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ
СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті розглянуто зміст поняття організаційної структури підприємства та місце системи фінансового контролю у загальній структурі. Показано необхідність удосконалення організаційної структури з метою ефективної адаптації підприємства до постійно змінюваних умов ринкового середовища. Запропоновано процес впровадження системи ключових показників ефективності, що забезпечить можливість максимального використання кадрового потенціалу підприємства та сприятиме процесу удосконалення організаційної структури системи фінансового контролю на підприємстві.

Ключові слова: підприємство, організаційна структура, контроль, система фінансового контролю, ключовий показник ефективності.

Постановка проблеми. Процес наближення економіки України до економік інших держав є незворотнім і саме цей процес створює необхідність удосконалення організаційних аспектів роботи системи фінансового контролю на підприємствах України. У наш час суб'єкти господарювання перебувають в умовах ринку, які постійно змінюються і для того щоб відповідати цим умовам підприємство повинно постійно змінювати своє внутрішнє наповнення. Ці процеси можливо забезпечити шляхом удосконалення організаційної структури системи фінансового контролю та впровадження системи ключових показників ефективності на підприємстві, які сприяють еквівалентній мотивації працівників та використанню кадрового потенціалу працівників системи фінансового контролю підприємства у повній мірі.

Мета статті. Основною метою дослідження є організаційна структура системи фінансового контролю та шляхи її удосконалення на підприємстві. У контексті зазначеної мети дослідження, основні завдання можна сформулювати наступним чином:

- підвищення ефективності організаційної структури системи фінансового контролю підприємства шляхом реструктуризації існуючої системи, зокрема за допомогою впровадження підрозділу фінансового контролю на підприємстві за умови його відсутності;

- застосування відповідних методів оцінки роботи працівників системи фінансового контролю.

Удосконалення організаційної структури системи фінансового контролю підприємства здійснюється за допомогою чіткого визначення сфери діяльності працівників системи фінансового контролю, визначення їх правового статусу та організації ними контрольних дій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Базою для нашого наукового дослідження стали напрацювання зарубіжних та вітчизняних вчених. Зокрема, проблемам фінансового контролю присвячені праці М.Т. Білухи, В.М. Опаріна, Е. Аткинсона та інших, водночас питаннями організаційної структури підприємства займалися А. Чандлер, Бондарчук Л.В., Стадник В.В., Шишкін В.О. та інші.

Виклад основного матеріалу. Незважаючи на це, на даний час місце системи фінансового контролю на підприємстві залишається не чітко ідентифікованим в організаційній структурі підприємства, а питання методичних підходів щодо оцінки ефективності роботи системи фінансового контролю не достатньо висвітлені. Організаційна структура підприємства – це впорядкована сукуп-

ність підрозділів підприємства, яка характеризує їх підпорядкованість та підзвітність, підтримує координаційні та інформаційні зв'язки між ними, що у своє чергу забезпечує функціонування і розвиток підприємства як єдиного цілого.

Дискусії щодо організаційної структури системи фінансового контролю зазвичай зводяться до питань розподілу повноважень між підрозділами підприємства та окремими контролерами, але, на нашу думку, глибокого дослідження та аналізу потребує питання невідповідності організаційної структури системи фінансового контролю підприємства вимогам сьогодення. Разом з тим вагомим питанням в даній сфері є чітка мотивація працівників системи фінансового контролю зокрема, та всього підприємства загалом, яка є результатом застосування відповідних методів оцінки роботи працівників.

Будь-яке підприємство перебуває в інформаційному середовищі, саме завдяки потокам інформації відбувається зв'язок не тільки підприємства із зовнішніми факторами, але між структурними підрозділами підприємства. Інформаційні потоки забезпечують передачу планової та фактичної управлінської інформації. Для прийняття оптимальних управлінських рішень менеджмент будь-якого підприємства повинен володіти достовірною, повною та своєчасною інформацією. Інформаційний потік проходить відповідно до організаційної структури підприємства. Обмін інформацією між елементами системи – підприємства може відбуватися за допомогою горизонтальних та вертикальних ліній. Вертикальна лінія є командною по ній переміщаються накази та рішення керівництва, горизонтальна лінія може забезпечувати як звичайну комунікацію між структурними підрозділами, працівниками, що знаходяться в одній площині управління так і виступати у ролі командної лінії. У своїй роботі Дмитренко Г.В. вказує на здійснення контрольних дій між суб'єктом і об'єктом контролю в горизонтальній площині, тобто визначає паритетні стосунки під час контрольного процесу [2]. Саме ці комунікаційні лінії забезпечують існування підприємства як цілісної системи та рух інформації між елементами цієї системи. Петренко С.М. констатує, що комунікаційний процес – це обмін інформацією між двома і більше суб'єктами [7]. Перегляд та модернізація комунікаційних ліній на підприємстві допоможе сприяти підвищенню рівня управлінської культури, покращити взаємодію на всіх рівнях підприємства, скоротити дистанцію влади. Організаційна структура забезпечує процес наповне-

ння функціональним змістом кожної первинної структурної одиниці на підприємстві та підвищує ефективність його діяльності. Ефективність роботи підприємства загалом та системи фінансового контролю на підприємстві зокрема забезпечується чітким розподілом обов'язків між суб'єктами та їх персональною відповідальністю.

Відповідно до зарубіжних джерел, зокрема відповідно до праць Р. Манна та Є. Майєра встановлено, що існує декілька видів внутрішнього контролю, це зокрема контроль повноважень, контроль документального оформлення та контроль збереження [6]. Цю класифікацію можна застосувати і у більш вузькому значенні, зокрема у контексті роботи системи фінансового контролю підприємства. Так, контроль повноважень в роботі системи фінансового контролю – це вид контролю, який запобігає зловживанню посадових осіб суб'єкта господарювання своїм службовим становищем та обмежує кількість неефективних операцій проведених ними. Реалізуємо цей вид контролю шляхом розробки посадових інструкцій, внутрішніх положень по підприємству тощо. Ці внутрішні нормативні документи забезпечують чітке функціональне наповнення кожної первинної структурної одиниці відповідними обов'язками та встановлюють ліміт повноважень, які є достатніми для виконання посадових обов'язків, разом з тим для кожної посадової особи визначають рівень відповідальності. Контроль повноважень займає особливе місце у процесі підвищення ефективності організаційної структури системи фінансового контролю. Зокрема він забезпечує: функціонування організаційної структури кожного підрозділу та підприємства в цілому із чітким описом обов'язків, повноважень та комунікацій; наявність незалежного фінансового контролера, який допомагає топ-менеджменту контролювати діяльність підприємства; наявність аудитора (аудиторського комітету), який підпорядковується безпосередньо власникам підприємства і допомагає здійснювати контроль, в тому числі і фінансовий, за діяльністю топ-менеджменту; періодичне проведення програм навчання персоналу, які допоможуть підвищити кваліфікацію персоналу та ефективне використання отриманих знань і навичок.

Такий вид контролю, як контроль облікових процедур, реалізується у роботі системи фінансового контролю через створення умов для повного, достовірного та своєчасного оформлення облікових записів дозволених та передбачених обліковою політикою підприємства. Що ж до контролю господарських засобів, то він як стосовно системи фінансового контролю, так і стосовно підприємства в цілому забезпечує збереження майна та запобігає зловживанням щодо матеріальних цінностей.

У переважній більшості українських підприємств функція фінансового контролю або одноосібно зосереджена в руках бухгалтерії, або розподілена між бухгалтерією, фінансовим та планово-економічним відділами. У першому випадку головному бухгалтеру підприємства надано право санкціонувати операції, відображати їх в облікових регістрах та здійснювати контроль за правильністю їх відображення. Така відсутність необхідного розподілу обов'язків може привести до виникнення збитків у результаті зловживань та помилок. З іншої сторони, як зазначає Король Г.А., наявність декількох відділів у складі системи фінансового контролю може спричинити нечітку комунікацію між ними, сприятиме розосередженню функцій між відділами, що заважа-

тиме існуванню комплексної системи фінансового контролю та заразом вплине на якість прийнятих управлінських рішень [4]. Враховуючи вищевказане, пропозиція щодо вдосконалення організаційної структури підприємства полягає у формуванні такої організаційної структури системи фінансового контролю, яка забезпечить виконання нею однієї із функцій фінансового менеджменту, зокрема функцію фінансового контролю. Створюється підрозділ фінансового контролю шляхом виведення контрольних функцій із переліку обов'язків працівників планово-економічного відділу та реорганізації фінансового відділу, шляхом чіткого поділу цього відділу на функціональні підрозділи перевірки, аналізу та контролю. В такому випадку працівники фінансового відділу будуть проводити перевірку функціонування системи реєстрації та обробки даних на підприємстві, дотримання внутрішніх та зовнішніх процедур, здійснювати характеристику виявлених відхилень від запланованих показників та надавати професійні всебічні рекомендації по їх уникненню. Враховуючи специфіку діяльності малих підприємств, де немає великої кількості працівників та в організаційній структурі не передбачені відділи: планово-економічний, фінансовий та бухгалтерський облік, а всі функції фінансового контролю зосереджені в межах бухгалтерії, доцільним буде виокремити із структури бухгалтерії посаду фінансового контролера, який буде здійснювати функції підрозділу фінансового контролю в масштабах малого підприємства. Тобто робота фінансового контролера полягатиме в аналізі, оцінці та розробленні відповідних рекомендацій за отриманими фактичними результатами у фінансовій площині діяльності підприємства.

Позиція Сало І.В. полягає у впровадженні системи економічного менеджменту на підприємстві, яка сприятиме підвищенню ефективності роботи системи внутрішнього контролю на підприємстві. За його словами, діяльність у галузі економічного менеджменту вже набула значного розвитку в промислово розвинутих країнах [8]. Проте, на нашу думку, запропонована вище зміна фінансового менеджменту теж дає можливість отримувати позитивні результати без додаткових витрат або із незначними додатковими витратами для підприємства.

Такі зміни у структурі підприємства повинні проводитись у організаційному та правовому полі, тобто кожен відділ системи фінансового контролю підприємства повинен функціонувати у відповідності до чинного законодавства України. Так, у статті 64 Господарського кодексу України регламентовано порядок створення та функціонування організаційної структури підприємства, зокрема п. 3, ст. 64 говорить про те, що «підприємство самостійно визначає свою організаційну структуру, встановлює чисельність працівників і штатний розпис», а в п. 2 цієї ж статті сказано, що «функції, права та обов'язки структурних підрозділів підприємства визначаються положеннями про них, які затверджуються в порядку, визначеному статутом підприємства або іншими установчими документами» [1]. Щодо правового забезпечення на рівні підприємства, то необхідно розробити положення про відповідний підрозділ із визначенням його компетенції (права, обов'язки, зв'язок з іншими підрозділами підприємства, підпорядкованість) та окресленням ліміту повноважень його працівників, визначити чітку кількість працівників системи фінансового контролю відповідно до закріплених за цією системою функцій, забезпе-

чити відповідну професійну підготовку фахівців враховуючи спеціалізацію.

Організаційна структура підприємства формується під впливом різних чинників, це зокрема можуть бути розмір підприємства, галузь діяльності, специфіка регіону де підприємство здійснює свою діяльність тощо. Проте головним принципом її формування у будь якому випадку повинен бути чіткий розподіл повноважень та відповідальності. Відповідно до дослідження Корінько М.Д. [3], на більшості підприємствах існує система управління, що включає три рівні:

- перший рівень – засновник та керівники підприємства;
- другий рівень – керівники структурних підрозділів;
- третій – керівники дільниць, майстри, бухгалтери;

На нашу думку, якщо засновник не приймає участі в операційній діяльності підприємства, то його варто викремити у окремий вищий рівень управління, нарівні з наглядовою радою, яка представляє інтереси власника та контролюю їх дотримання топ-менеджментом підприємства. Отже, система управління матиме наступний вигляд (рис. 1).

Розробка організаційної структури загалом є пріоритетом роботи вищого керівництва підприємства, проте наповнення організаційної структури функціональним змістом, на нашу думку, можливе лише за умови залучення працівників різних рівнів.

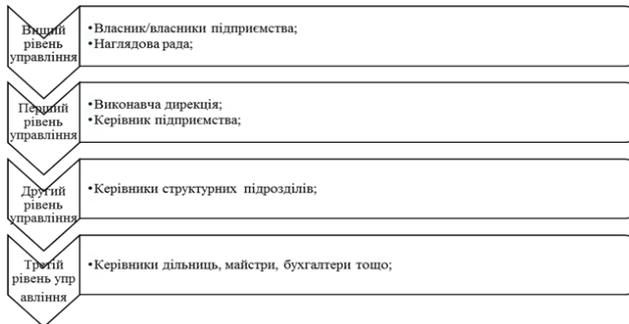


Рис. 1. Рівні системи управління підприємством

Оцінюючи ефективність організаційної структури, за базу для порівняння можемо використовувати еталонний варіант організаційної структури, саме таке порівняння дає можливість вносити відповідні ефективні корективи у функціональну організаційну структуру і підприємства, і його окре-

мого структурного підрозділу. Такий еталонний варіант розробляється на рівні із функціональним варіантом організаційної структури з використанням усіх наявних методів та засобів. В еталонному варіанті прописуємо всі процеси та процедури і саме цей варіант приймаємо за нормативний. Типи організаційних структур у функціональному та еталонному варіанті можуть відрізнятися.

Наступна пропозиція, яка позитивно вплине на ефективність роботи системи фінансового контролю, полягає у встановленні показників та критеріїв оцінки результатів роботи працівників цієї системи, що дасть можливість максимально використовувати кадровий ресурс даного підрозділу. Враховуючи вимоги сьогодення, багато підприємств намагаються розробити систему ключових показників ефективності (Key Performance Indicators, КРІ). КРІ – це система ключових показників, які використовують для оцінки ефективності роботи співробітників. КРІ дозволяє забезпечити контроль ділової активності співробітників та оцінити стан підприємства на шляху до реалізації своєї стратегії, оскільки однією із основних характеристик КРІ є прив'язка до стратегічних цілей підприємства. Зокрема, Лаврененко В.В. займається дослідженням концепції КРІ в управлінні підприємствами, відповідно до його робіт показано потенціал забезпечення через механізм КРІ довгострокової стабільності та удосконалення методик аналізу ефективності діяльності підприємства [5]. Впровадження цієї системи показників має на меті підвищення ефективності роботи кожного окремого працівника і ця ефективність буде полягати не тільки в збільшенні обсягу роботи виконаної за одиницю часу, а в першу чергу в корисності отриманій підприємством від діяльності конкретного працівника, оскільки кожен КРІ закріплений за конкретним працівником чи підрозділом. Розробка таких коефіцієнтів на підприємстві повинна проводитися спільними зусиллями керівництва та працівників.

Процес впровадження системи КРІ у діяльність будь-якого підприємства можна представити п'ятьма основними етапами:

- розробка стратегічних цілей діяльності підприємства;
- визначення фінансових показників, які відображатимуть динаміку досягнення стратегічних цілей підприємства;
- декомпозиція стратегічних цілей до рівня підрозділу та окремого працівника;
- формування матриці КРІ для працівника;
- зворотній зв'язок за функціонуванням КРІ, що включає в себе контроль за отриманими пра-

Таблиця 1

Матриця ключових показників ефективності роботи бухгалтера з обліку оплати праці

Ключові показники ефективності	Вага	Норма, %	План, %	Факт, %	Індекс КРІ, %	Підсумок, %
Вчасність та правильність формування документів із нарахування заробітної плати до 5 числа наступного місяця за звітним	0,30	100,0	100,0	120,0	120,0	40,0
Вчасність та правильність формування звітів про використання коштів, виданих на відрядження або під звіт до 5 числа наступного місяця за звітним	0,25	90,0	100,0	110,0	122,2	30,6
Вчасність подання звітності із обліку оплати праці та правильність її формування	0,20	100,0	100,0	100,0	100,0	20,0
Збір документів для відшкодування підприємству коштів з ФСЗ та підтверджуючих документів для формування авансових звітів	0,15	90,0	100,0	90,0	100,0	15,0
Претензії контролюючих органів	0,10	90,0	100,0	100,0	111,1	11,1
Коефіцієнт результативності	1,00					116,7

цівником результатами, внесення необхідних змін у КРІ працівника та мотивація працівника;

Формування матриць КРІ для працівників системи фінансового контролю, зокрема бухгалтерії, є досить проблематичним, оскільки зазвичай неможливо визначити кількісні ключові показники ефективності роботи. Проте, в таблиці 1 представлено визначення коефіцієнта результативності роботи бухгалтера із обліку оплати праці за один окремо взятий місяць.

Розрахунок індексу КРІ можна провести за наступною формулою:

$$\text{Індекс КРІ (\%)} = \text{Факт} / \text{Норма} \times 100 \%$$

Коефіцієнт результативності по кожному окремому ключовому показнику ефективності роботи бухгалтера із обліку оплати праці, у свою чергу можемо розрахувати за формулою:

$$\text{Коефіцієнт результативності (\%)} = \text{Індекс КРІ} \times \text{Вага}$$

А сума таких коефіцієнтів дасть нам значення загального коефіцієнта результативності роботи бухгалтера із обліку оплати праці. З даної таблиці видно, що при запланованому коефіцієнті результативності 100%, працівник досягнув результату у 116,7%. Під час розробки матриці КРІ для кожного окремого працівника необхідно враховувати індивідуальні та командні, кількісні та якісні показники діяльності працівника. На початку звітного періоду працівник повинен бути ознайомлений зі своєю матрицею КРІ, це дасть йому змогу чітко усвідомити його цілі та завдання, а по закінченні звітного періоду будуть отримані дані для заповнення стовпця «Факт», що і дасть можливість вирахувати сумарний коефіцієнт результативності. Значення «Норма» в даній

матриці це нормативний рівень кожного показника, який необхідно виконувати кожному працівнику для нормального функціонування підприємства. Позитивний ефект від впровадження цієї системи очевидний, оскільки вона дає можливість переглянути процес мотивації та стимулювання працівників, адже система КРІ замикається на оцінку діяльності кожного окремого працівника.

Висновки і пропозиції. Для забезпечення позитивного тренду економічного зростання повинен проводитись систематичний перегляд політики підприємства та її вдосконалення, а планування і організація діяльності підприємства мають змінюватися відповідно до досягнутих результатів та нових цілей і завдань, що постають перед підприємством.

Фокус стратегії підприємства повинен змінюватися разом із зміною ринкових умов, тому для ефективного функціонування підприємства в сучасних умовах необхідна реструктуризація організаційної структури підприємства загалом та організаційної структури системи фінансового контролю зокрема. За умови відсутності, необхідне впровадження спеціального підрозділу фінансового контролю чи посади фінансового контролера на підприємстві.

Використання системи ключових показників ефективності для оптимальної оцінки та чіткої мотивації працівників системи фінансового контролю і всього підприємства загалом допоможе підвищити ефективність роботи системи фінансового контролю, забезпечить швидку реакцію підприємства на зміни кон'юнктури ринку та допоможе оптимальніше використовувати наявний на підприємстві кадровий потенціал.

Список літератури:

1. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Дмитренко Г.В. Фінансовий контроль в Україні: проблеми і шляхи розвитку : монографія / Г.В. Дмитренко – К. : «К.І.С.». – 2010. – 374 с.
3. Корінько М.Д. Контроль та аналіз діяльності суб'єктів господарювання в умовах її диверсифікації: теорія, методологія, організація : монографія / М.Д. Корінько. – К. : ДП «Інформ.-аналіт. агентство». – 2007. – 429 с.
4. Король Г.А. Фінансовий контроль: учет, перевірка, аналіз : монографія / Г.А. Король, Р.Б. Сокольская, В.Д. Зелиман. – Днепропетровск : Наука и образование. – 2004. – 192 с.
5. Лавренко В.В. Концепція ключових показників ефективності (КПІ) в управлінні підприємствами / В.В. Лавренко // Стратегія економічного розвитку України. – 2010. – Вип. 26-27. – С. 151-156.
6. Манн Р., Майер Э. Контроллинг для начинающих: Пер. с нем. Ю.Г. Жукова / Под ред. д-ра экон. наук В.Б. Ивашкевича. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 1995. – 304 с.
7. Петренко С.М. Інформаційне забезпечення внутрішнього контролю господарських систем : монографія / С.М. Петренко – Донецьк : Дон НУЕТ, 2007. – 290 с.
8. Сало І.В. Контроль у системі управління : монографія / І.В. Сало. – Суми : ПП Кубраков С.Г., 2012. – 166 с.

Гулай И. А.

Львовский региональный институт государственного управления
Национальной академии государственного управления при Президенте Украины

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ СИСТЕМЫ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Резюме

В статье рассмотрено содержание понятия организационной структуры предприятия и место системы финансового контроля в общей структуре. Показана необходимость усовершенствования организационной структуры с целью эффективной адаптации предприятия к изменяющимся условиям рыночной среды. Предложен процесс внедрения системы ключевых показателей эффективности, который обеспечит возможность максимального использования кадрового потенциала предприятия и будет способствовать процессу совершенствования организационной структуры системы финансового контроля на предприятии.

Ключевые слова: предприятие, организационная структура, контроль, система финансового контроля, ключевой показатель эффективности.

Hulay I. O.

Regional Institute of Public Administration
National Academy of Public Administration under the President of Ukraine

IMPROVEMENT OF ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF THE SYSTEM OF FINANCIAL CONTROL AT THE ENTERPRISE

Summary

The organizational structure of enterprise and a system of financial control in the overall structure were described in this article. The necessity of improving the organizational structure of enterprise for effective enterprise adaptation to changing market environment was shown. The variant of implementation of key performance indicators what would allow maximum use of human resources of the company was proposed to used. As well as this variant will facilitate the improvement of the organizational structure of system of financial control in the enterprise.

Key words: enterprise, organizational structure, control, system of financial control, key performance indicator.

УДК 658.001.76

Некрасова Л. А.
Давиденко М. В.

Одеський національний політехнічний університет

ВПРОВАДЖЕННЯ КРАУДФАНДИНГУ ДЛЯ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В ІТ-СФЕРІ

Доведено необхідність використання краудфандингу для стимулювання інноваційної діяльності інформаційних технологій (ІТ) в Україні. Розкрито зміст краудфандингу як краудсорсингової технології колективного фінансування інноваційної діяльності інвесторами, поєднаними соціальними мережами. Проаналізовано джерела фінансування інноваційної діяльності підприємств України.

Ключові слова: краудфандинг, інноваційна діяльність, колективне фінансування, соціальні мережі, соціальні інвестиції, інформаційні технології.

Актуальність дослідження. Світовий досвід економічного розвитку свідчить, що на сучасному етапі інноваційним технологіям немає альтернативи. Інновації є на сьогоднішній день засобом зменшення витрат та часу на виробництво та збільшення прибутків. Тому основним на сьогоднішній час є пошук альтернативних джерел фінансування інноваційної діяльності. Соціальні мережі є для підприємств джерелом ресурсів інноваційної діяльності, а краудфандинг як фінансовий інструмент має багато переваг над традиційними методами фінансування інноваційних проєктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання стимулювання інноваційної діяльності в Україні, у ІТ-сфері за допомогою такого джерела фінансування, як краудфандинг, досліджується дуже жваво та є предметом обговорення на різних конференціях та семінарах, темою багатьох статей. Вагомий внесок у дослідження цього питання зробили такі відомі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Танскотт Д., Хау Дж., Джайлс М., Захарченко В.І., Юнус М., Петрущенко Ю.М., Дубкін О.В., Денисюк В.А., Гутарук Е., Чугреев В.Л. та інші.

Метою даної роботи є обґрунтувати використання краудфандингу як інструменту фінансування різних інноваційних проєктів.

У питанні досягнення високого рівня конкурентоспроможності економіки країни, одним з вирішальних є стан інноваційного розвитку у різних сферах діяльності та лише прискорений розвиток інноваційних процесів і є основним фактором економічного зростання.

Інноваційний розвиток можна визначити як модель економічного зростання, що базується на систематичному впровадженні сучасних науково-технічних досягнень та використанні передових організаційно-управлінських і виробничих систем [1].

В Україні ми спостерігаємо зараз технологічне відставання порівняно з розвиненими країнами. Понад 90 відсотків продукції, яка виробляється промисловістю України, не має сучасного рівня науково-технічного забезпечення. Частка України у світовому обсязі торгівлі наукомісткою продукцією, за оцінками експертів, складає лише одну десяту відсотка. Це на порядок нижче, ніж частка Польщі та Китаю, і на два порядки – Німеччині [6].

Система фінансування інноваційної діяльності є складним переплетенням форм і джерел фінансування. Так, основними джерелами коштів, які використовуються для фінансування інноваційної діяльності в Україні, є:

1. Державні інвестиційні ресурси (бюджетні кошти, кошти позабюджетних фондів, державні заощадження, пакети акцій, майно державної власності).

2. Інвестиційні, зокрема фінансові, ресурси суб'єктів господарювання комерційного і некомерційного характеру, а також громадських організацій, фізичних осіб і т. п. Це інвестиційні ресурси колективних інвесторів, зокрема, страхових компаній, інвестиційних фондів і компаній недержавних пенсійних фондів. Сюди ж входять і власні засоби підприємств, а також кредитні ресурси комерційних банків, інших кредитних організацій і спеціально уповноважених урядом інвестиційних банків (табл. 1) [4].

Порядок фінансування інноваційних проєктів і структура інвестиційних ресурсів у кожному конкретному випадку має свою специфіку і безпосередньо пов'язаний з характером впроваджуваних нововведень.

Так, в Україні фінансовим джерелом, що забезпечує розв'язання великомасштабних науково-технічних проблем, є кошти державного бюджету, за рахунок яких виконуються цільові, комплексні

Таблиця 1
Структура джерел фінансування
інноваційної діяльності

Група	Тип	Організаційна структура джерел в групі
Державні ресурси	Власні	Державний бюджет Бюджети обласні, місцеві, районні; Державний фонд фундаментальних досліджень; Державна інноваційна компанія; Позабюджетні фонди (Пенсійний фонд, Фонд соціального страхування, Державний фонд зайнятості, інші фонди); Податкові пільги для інноваційних організацій
	Залучені	Державна кредитна система; Державна страхова система
	Позикові	Державні позики (державні займи, зовнішні займи, міжнародні кредити тощо); Податковий інноваційний кредит
Ресурси підприємств	Власні	Власні інвестиційні ресурси підприємств, фонди розвитку виробництва
	Залучені	Внески, пожертвування, продаж акцій, додаткова емісія акцій; Інвестиційні ресурси інвестиційних компаній-резидентів, у тому числі пайових інвестиційних фондів; Інвестиційні ресурси страхових компаній-резидентів; Інвестиційні ресурси недержавних пенсійних фондів-резидентів
	Позикові	Банківські, комерційні кредити; Бюджетні цільові кредити; Фонди венчурного капіталу; Інвестиційні ресурси іноземних інвесторів, у тому числі комерційних банків, міжнародних фінансових інститутів

сні програми, фінансується Державний фонд фундаментальних досліджень, частково діяльність Державної інноваційної фінансово-кредитної установи, Фонд сприяння розвитку малих форм підприємництва у науково-технічній сфері.

Позабюджетні фонди фінансування науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) і підтримки інновацій створюють з метою забезпечення фінансування загальногалузевих, міжгалузевих і регіональних науково-технічних програм, а також заходів з освоєння нових видів промислової продукції. Такі фонди можуть створюватися в міністерствах, у великих містах і регіонах, а також у рамках концернів, холдингів, ПФГ. Джерелами недержавної системи фінансування інноваційних проектів виступають: кошти, які мобілізують через емісію цінних паперів; власні кошти підприємств; кредити комерційних банків; спеціалізовані та благодійні фонди; кошти інвестиційних фондів і компаній, інших підприємств і організацій, зацікавлених у якнайшвидшому випуску нової продукції [4].

У світовій практиці для фінансування інвестицій в основний капітал широко застосовуються позикові засоби, особливо банківські кредити. У розвинених країнах частка банківських кредитів як джерела фінансування капіталовкладень становить 20-40%; у науково-технічній сфері кредитні ресурси – близько 7% загального обсягу фінансування НДДР, тоді як кошти позабюджетних фондів та інші залучені засоби – понад 20%. Частка інвестицій, що направляються комерційними банками на виробничі інновації, не перевищує 2%. Причина полягає і в банківській кризі, і у високій вартості кредитів, і у відсутності зацікавленості банків [4].

Труднощі залучення зовнішніх джерел фінансування змушують підприємства орієнтуватися на прибуток від основної і непрофільної діяльності що сповільнює, а іноді і припиняє інноваційний розвиток.

Згідно з даними Державної служби статистики України, у 2011 році основними джерелами фінансування інноваційної діяльності є власні кошти підприємств 7585550,7 грн. приблизно 52,8% загального обсягу, держбюджет 149169,4 грн. це 1,0% загального обсягу, кошти замовників: вітчизняних 45386,2 грн. 0,3% та іноземних 56870,6 грн. 0,4% загального обсягу відповідно, кредити 5489485,7 грн. 38,3% та інші джерела 994677,2 грн. 7,0%. Хоча у порівнянні з попередніми роками фінансування збільшилося, але це відбулося за рахунок власних коштів підприємств [14].

Отже, нестача фінансування, в тому числі з боку держави гальмує комерціалізацію інноваційної діяльності та потребує пошуку альтернативних джерел фінансування. Ця проблема актуальна не тільки в Україні, а і у цілому світі, тому треба використовувати світовий досвід для подолання бар'єрів на шляху комерціалізації інновацій.

Одним з таких можливих джерел альтернативного фінансування інноваційної діяльності може стати краудфандинг. Краудфандинг – це одна з найбільш розповсюджених технологій краудсорсингу.

Краудсорсинг (англ. crowd – товпа та sourcing – джерело, використання ресурсів) – це технологія інтелектуальної співпраці поєднаних соціальними мережами носіїв неявних знань, що спрямовується на сумісне створення інтелектуального продукту, технологія мережевої інтеграції неявних знань великої кількості людей, інтелектуальна взаємодія яких не має територіальних, корпоративних, професійних, соціальних, культурних а інших обмежень [2].

Узагальнено визначення технології краудсорсингу дозволило виділити наступні види як: краудстронінг, краурекрутинг, краудголосування та краудфандинг (табл. 2) [11, 20].

Таблиця 2
Технології краудсорсингу

№	Види краудсорсингу	Визначення
1	Краудстронінг	Передбачає генерацію та коментування нових ідей
2	Краурекрутинг	Забезпечення інноваційної фірми необхідними їй трудовими ресурсами шляхом пошуку персоналу у соціальних мережах
3	Краудголосування	Передбачає просте голосування за різні варіанти пропонування рішень, без обґрунтування свого вибору чи пропонування інших варіантів
4	Краудфандинг	Соціальна технологія колективного фінансування, заснована на добровільних пожертвах

Краудфандинг визначають як «фінансування з миру по нитці», «соціальний банк», «колективний гаманець». На думку Дж. Хау, «краудфандинг не залежить від знань, творчої енергії і поглядів широких кіл населення». Незважаючи на те, що термін зв'язався порівняно недавно ідея народного, колективного фінансування зовсім не нова: споконвіку люди збирали гроші на різні значні проекти.

Однак саме в останній час, у зв'язку з розвитком Інтернету, глибоким проникненням інформаційних технологій у суспільне життя, підвищенням їх доступності та технологічної зрілості, почали з'являтися нові, унікальні форми соціально-технічних систем, до яких можна віднести і краудфандинговий майданчик – спеціалізовані інтернет-сайти для анонсування проектів та збору коштів [10].

Відповідно до цілей розробників таких проектів, можна виділити таку класифікацію видів краудфандингу: залежно від мети розробників та залежно від особливостей винагороди соціальних інвесторів (табл. 3) [13, 16, 6] та краудфандинг в залежності від особливостей винагороди соціальних інвесторів (табл. 4) [11, 8, 20].

Таблиця 3
Види краудфандингу в залежності від цілей розробників

№	Вид краудфандингу	Характеристика
1	Бізнес-краудфандинг	Проекти підприємств, запроваджені з метою одержання прибутку від інноваційної діяльності.
2	Соціальний краудфандинг	Проекти, що спрямовані на вирішення певних соціальних проблем. Але не треба плутати з благодійністю, оскільки тут інвестори можуть отримувати.
3	Культурний (творчий) краудфандинг	Проекти, спрямовані на фінансову підтримку діяльності у сферах культури та мистецтва.
4	Новаторський краудфандинг	Проекти, метою яких є розробка нових продуктів, технологій тощо. Цей краудфандинг є можливим не тільки у науковій чи виробничій сфері, а і у соціальній, культурній та інших.
5	Політичний краудфандинг	Проекти, пов'язані з діяльністю політичних об'єднань, партій, моніторингом ефективності політичних та правових заходів.

Можна виділити такі риси інтернет-краудфандингу, що роблять його ефективним інноваційним способом фінансування проектів.

Порівняно з фінансовими посередниками, краудфандинг характеризується більшою гнучкістю й може містити експерименти за напрямками діяльності та проектами. У порівнянні з державними

установами проекти краудфандингу мають такі переваги, як швидкість виділення коштів (термін збору коштів чітко визначений), прозорість інформації щодо проекту, підзвітність і відповідальність перед спільнотою. Крім того, використання краудсорсингових технологій дозволяє виробляти і комерційні блага, і так звані локальні суспільні блага, виробленням яких у значних обсягах традиційно займалася лише держава. Зокрема, це проекти локального благоустрою, допомога певним соціальним категоріям населення тощо [8].

Це стає можливим за рахунок використання ринкових практик під час підготовки проекту: оцінки попиту на результаті впровадження проекту, просування серед зацікавленої аудиторії, дистрибуція результатів проекту серед краудінвесторів (першочергове надання благ, диференціація залежно від суми вкладу та інше).

До того ж спостерігається зниження трансакційних витрат на організацію фінансування проектів завдяки меншій кількості посередників. Під час отримання фінансування такими посередниками є краудфандингова платформа та банківська установа, що обслуговують вклади. Таким чином, кількість ієрархічних рівнів, на яких ухвалюються рішення щодо особливостей фінансування, істотно скорочується, натомість спектр можливих краудінвесторів надзвичайно розширюється [8].

Також колективні способи фінансування проектів істотно розширюють перелік способів традиційного інвестування. Підтвердженням цього є те, що у США (які є лідером краудфандингової діяльності) у 2012 році відбулися зміни у законодавстві, що підвищили обсяг інвестицій, які можуть залучатись організаціями за допомогою колективного фінансування без відповідної емісії цінних паперів до суми 1 млн дол.

Отже, краудфандингова схема фінансування має істотні переваги для інвестування інноваційних проектів, оскільки знімає ряд істотних обмежень традиційних способів фінансування.

Але краудфандинг має також і декілька значних недоліків. Він не підходить для великих проектів, що вимагають істотних вкладень, бо при цьому способі фінансування залишаються обмеження в розмірі зазначеної суми інвестицій. Мінусом є також відсів потенційно сильних проектів зі слабкою маркетинговою та рекламною складовою, тоб-

Таблиця 4

Види винагороди інвесторам у сфері краудфандингу

№	Вид винагороди	Характеристика та досвід застосування
1	Без винагороди інвестору	Згадування інвестора на сайті та вираження подяки. Пожертвування зазвичай є добровільними актами без будь-яких зобов'язань для одержувача. Найчастіше ця модель застосовується в соціальних, політичних і медичних проектах. До 2012 року Цей напрямок був домінуючим у рамках застосування краудфандингу.
2	З нефінансовою винагородою	У формі подарунка або продукту. На сьогоднішній день це найпоширеніша модель краудфандингу. Зарекомендувала себе як ефективний інструмент збору коштів на будь-які проекти, починаючи від креативного дизайну і закінчуючи складними технологічними продуктами. Нефінансова винагорода може виражатися у вигляді записаного альбому, запрошення на концерт або автографу. Найуспішнішою платформою, що працює за цим принципом є майданчик Kickstarter, що лише за 2012 рік зібрав 320 млн. дол.
3	З фінансовою винагородою (краудінвестинг) а) Частка прибутку від реалізованого продукту (модель роялті). б) Народне кредитування. в) Акціонерний краудфандинг.	При цьому виді краудфандингу в обмін на свою фінансову підтримку спонсор отримує потім фінансову винагороду. Краудінвестинг має три форми: Крім нефінансових бонусів і заохочень, інвестор отримує частку від доходів або прибутку проекту, який фінансує. Цей підхід активно практикується у сфері фінансування музики, розроблення ігор, фільмів і тд. Підхід роялті є досить перспективним, оскільки дозволяє, з одного боку, зберегти елемент причетності, а з іншого – фінансово його мотивувати. Лідер за кількістю залучених коштів. Інвестор заздалегідь має всю інформацію про те, коли він отримає назад свої вкладення з обумовленим відсотком. Окремим випадком кредитування фізичних осіб є соціальне кредитування. Характеризується мінімальними відсотками або їх повною відсутністю. Призначення цих кредитів- надання допомоги бідним верствам населення, насамперед в країнах, що розвиваються. Отримані позики треба повертати. Цей вид краудфандингу є одним з нових, у цьому випадку спонсор отримує частину власності, акції підприємства, дивіденди або право голосування на акціонерних зборах.

то проект може бути корисним та мати всі шанси на успіх, але без належного його освітлення, без гарної презентації він має мало шансів зібрати необхідні кошти.

При використанні такого виду винагороди інвесторам як акціонерний краудфандинг порушується організаційно-правова форма підприємства і пов'язаний тому із підвищеним ризиком для інвесторів. Проблемою є також відсутність офіційного юридичного дозволу існування та шляхи регулювання діяльності таких краудфандингових платформ, тому вони і досі працюють в обмеженому режимі [10, 8].

Тож з'являється розуміння, що найшвидший і найефективніший спосіб вирішити проблеми з пошуком ресурсів для власного розвитку – це не пошук дешевих кредитних ресурсів чи лобювання інтересів у влади, а саме самофінансування, в тому числі і використання краудфандингу, навіть зважаючи на недоліки цього інструменту фінансування.

Як приклад впровадження краудфандингу для стимулювання інноваційної діяльності візьмемо ІТ-сферу України, бо саме інформаційні технології зараз сформувалися в окрему інфраструктуру та відіграють домінуючу роль у формуванні обчислювального потенціалу держави та визначають рівень її розвитку.

Приклади українських, російських та білоруських стартап проектів ІТ-сфери, що запускалися з різним ступенем успішності можна також знайти на сайті Kickstarter.

Kickstarter – це сайт фінансування творчих проектів за схемою краудфандингу. Kickstarter фінансує різноманітні проекти, у 13-ох категоріях: мистецтво, комікс, танець, дизайн, мода, фільми і

відео, їжа, відеоігри, музика, фотографія, видавництво, технологія, театр.

Приклади стартап проектів, інформація про суму зібраних грошей та необхідну суму для запуску кожного проекту, жанр проекту та кількість інвесторів, тобто тих, хто дав на проект грошей можна знайти у таблиці 5 [20].

Цей список неповний, бо проекти повинні запускатися від резидента США або Великої Британії, тому прослідкувати вітчизняні проекти досить складно, тільки якщо автори не йдуть самі на контакт через ЗМІ.

В Україні інтернет-краудфандинг лише починає свій розвиток. Провідниками в цій сфері були «Українська біржа благодійності», запущена Фондом Віктора Пінчука, «X-Ideas» від «Nescafe» та сайт «Велика Ідея». Найбільш популярною українською краудфандинговою платформою є «Спільнокошт» на сайті «Велика ідея». Вона побудована за принципом кікстартера *learn and do*. Досить характерним є те, що редизайн сайту «Велика ідея», внаслідок якого запрацював інструмент краудфандингу, сам був профінансований шляхом краудфандингу на суму 38260 грн. Офіційний старт «Спільнокошту» відбувся в жовтні 2012 року [18].

Ще один приклад – проект «Спільнобачення», який запускається в недалекому майбутньому. Планується, що це буде перший інтернет-телеканал, який фінансуватиметься за принципом краудфандингу.

Платформа СімЗірок, яка запустилась в листопаді минулого року, – піонер в іншому виді краудфандингу – взаємному кредитуванні. У той час як на закордонних ринках р2р-майданчики показують приріст 90-100% на рік, в Україні ми тільки починаємо знайомимися з перевагами «прямого» кредитування.

Таблиця 5

Вітчизняні стартап проекти

	Проект	Зібрана сума	Цільова сума	Кількість інвесторів	Жанр
1	Legens of Eiswald	\$83.577	\$50.000	2.729	Video games
2	Humans must answer	£5.519	£5.000	372	Video games
3	Slashear	\$862	\$43.000	38	Video games
4	Catorize	\$316	\$10.000	23	Video games
5	Neodrop	\$29.648	\$5.000	897	IT Design
6	Eternal Case	\$24.931	\$5.000	622	IT Design
7	8-bit socks	\$8.981	\$8.000	264	IT Design
8	Skyjacker	\$36.131	\$30.000	1.067	Video games

Таблиця 6

Статистика результатів діяльності платформи «Kickstarter» за 2012 рік

№	Категорії проекту	Запущено проектів, ед.	Успішні проекти, ед.	Зібрано коштів, долл.	Зібрано у середньому проектів, долл.	Кількість учасників
1	Ігри	2 796	911	83 144 565	91 267	1 378 143
2	Фільми та відео	9 600	3 891	57 951 876	14 894	647 361
3	Дизайн	1 882	759	50 124 041	66040	536 469
4	Музика	9 086	5 067	34 953 600	6 898	522 441
5	Технології	831	312	29 003 932	92 961	270 912
6	Видавництво	5 634	1 666	15 311 251	9 190	262 738
7	Харчування	1 828	688	11 117 486	16 159	138 204
8	Мистецтво	3 783	1 837	10 477 939	5 704	155 782
9	Комікси	1 170	542	9 242 233	17 052	177 070
10	Театр	1 787	1 194	7 084 968	5 934	95 225
11	Мода	1 659	434	6 317 799	14 557	83 067
12	Фотографія	1 197	427	3 283 635	7 690	46 550
13	Танці	512	381	1 773 304	4 654	23 807
Всього		41 765	18 109	319 786 629	17 659	4 337 769

СімЗірок – це соціально-орієнтований ресурс, на якому спеціальні агенти допомагають людині краце представити свій проект і зібрати необхідну суму для його запуску. У цей же час і кредитори, і позичальники можуть самостійно обговорювати той чи інший проект, створюючи спільноти для інвестування в певні галузі або навіть населені пункти [15].

І хоча на сьогоднішній день ринок вітчизняного краудфандингу робить тільки перші кроки на шляху свого розвитку, перспективи у нього величезні. Адже охоплення української інтернет-аудиторії – 15 млн. користувачів, які в середньому проводять 20 годин на тиждень в мережі. Довіра людей до різних майданчиків поступово зростає (це видно на прикладі інтернет-аукціонів). А значить, буде збільшуватися і обсяг грошового потоку від приватного населення – до ініціаторів різноманітних проектів і стартапів.

У таблиці 6 представлено дані з стартап-платформи «Kickstarter» за 2012 рік та приведено підсумкові значення роботи та успішності цього сайту [20].

Всього, на 2012 р. у світі налічується більше 500 платформ краудінвестинга і краудфандинга. У середньому кількість подібних платформ зростає на 49% щорічно (на 38,1% в 2008 р., на 60% в 2012 р.). Більшість з них розташовані на серверах наступних країн: США – 191, Великобританія – 44, Нідерланди – 29, Франція – 28 і Бразилія – 21. Більша частина краудінвестингових платформ в Європі функціонують у Великобританії – 23%, Нідерландах – 15%, Франції – 14%, Німеччині – 10% та Іспанії – 9%. У Східній Європі також, розміщені онлайн-майданчики, принципи роботи яких схожі на краудінвестинг/ краудфандинг. Всього нараховується 12 майданчиків. Більшість у Польщі – 34%, Росії та Чехії – по 17% [5].

Про успішність функціонування основних онлайн-майданчиків краудфандингу у світі свідчать дані про кількість і обсяги профінансованих проектів. У 2012 р. було проведено більше 1 млн.

успішних кампаній зі збору коштів на різні бізнес та соціальні проекти. Більша частина угод припала на європейські країни – 55,1% і Північну Америку – 44,8%. Частка інших країн незначна – всього 0,1% (1000 проектів). В цілому, обсяг зібраних коштів за допомогою краудінвестингових платформ, склав 2,7 млрд. дол. США в 2012 р. [5].

Можливість зареєструвати свій стартап на онлайн – майданчику відкрита для всіх бажаючих. Однак, вони повинні відповідати певним вимогам, таким як визначити терміни реалізації, необхідний обсяг інвестицій, варіанти винагород та ін. Якщо за вказаний термін, проект не збирає потрібну суму, то за допомогою агрегатора кошти повертаються на ті рахунки, з яких вони надійшли.

Перед тим, як спробувати отримати необхідну суму використовуючи такий інструмент як краудфандинг необхідно дотриматися таких принципів створення правильної заявки :

– Реалістична сума. Якщо потенційні інвестори будуть мати сумніви, чи може бути досягнуто мети, вони двічі подумають, перш ніж надати гроші.

– Хороша заявка. Проект повинен вміти виразно описати свою мету в двох – трьох реченнях. Перед тим як публікувати заявку, не завадить прочитати її друзям і подивитися на реакцію.

– Самореклама. Розкажіть про свою заявку всім, кого знаєте. Постійно оновлюйте заявку, щоб на сайт заходили нові люди.

У підсумку зазначимо, що інтернет-платформи надали краудфандингу нового змісту та як ми бачимо, використання такого інструменту фінансування інноваційної діяльності ІТ сфери в Україні дає позитивні результати та розвивається, кількість успішних проектів збільшується з кожним роком. Міжнародний досвід підтверджує ці прогнози. Завдяки інноваційним характеристикам краудфандинг має всі підстави здобути позиції лідера у конкурентній боротьбі на ринку фінансових ресурсів, потіснивши банки та інші фінансові установи.

Список літератури:

1. Денисюк В. А. Комерціалізація результатів науково-дослідних робіт: проблеми і перспективи // Вісн. НАН України, 2006, № 5.
2. Джайлс М. Настоящие друзья / Мартин Джайлс // Мир в 2050 году; под. ред. Д. Франклина и Дж. Эндрюса. – М. : Манн, Иванов и Фербер, Эскимо, 2013. – 368 с.
3. Долгин А.Б. Как нам стать долгопригодными, или практическое руководство по коллективным действиям / А.Б. Долгин. – М. : ОГИ, 2013. –192 с.
4. Захарченко В.І. Інноваційний менеджмент // Види і джерела фінансування інноваційної діяльності.
5. Краудінвестинг або краудфандинг: чи є перспективи розвитку в Україні? // Журнал «Народный Депутат», 2013-95.
6. Марченко О.С. Краудфандинг: соціально-економічний зміст та види // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2013. – № 4(15).
7. Основна мета урядової політики – підвищення якості життя населення // Урядовий кур'єр, 15.03.2003 р., № 70.
8. Петрушенко Ю.М., Дубкін О.В. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 1.
9. Хау Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Джефф Хау; пер. с англ... – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.
10. Чугрес В. Л. Краудфандинг – социальная технология коллективного финансирования: зарубежный опыт использования // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 4(28). – 2013.
11. Юнус М. Создавая мир без бедности. Социальный бизнес и будущее капитализма / М. Юнус, А. Джоли. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2010. – 307 с.
12. Гутарук Е. Скинемся на прогресс? – 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.strf.ru.
13. Гончарук Н. Краудфандинг или народное финансирование / Н. Гончарук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://iee.org.ua/ru/prog_info/22113/.
14. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
15. Дусь О. Особливості національного краудфандингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://innovations.com.ua/>.
16. И опять краудфандинг: Сегодня по-американски [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://crowdsourcing.ru/article/yarmarka-tshcheslaviya>.
17. Краудрекрутинг – новая технология массового поиска талантов / Компаньон. – 2012. – 31 августа [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.companion.ua/articles/content?id=208489>.
18. Створення Спільнокшту на Великій Ідеї [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biggggidea.com/project/18>.
19. Танскотт Д. Как массовое сотрудничество изменяет все [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.likebook.ru/books/download/98707/>.
20. Kickstarter – сайт фінансування творчих проектів за схемою краудфандингу. – 2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kickstarter.com>.

Некрасова Л. А.
Давыденко М. В.

Одесский национальный политехнический университет

ВНЕДРЕНИЕ КРАУДФАНДИНГА ДЛЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ В ИТ-СФЕРЕ

Резюме

Доказана необходимость использования краудфандинга для стимулирования инновационной деятельности в ИТ-сфере Украины. Раскрыто содержание краудфандинга как краудсорсинговой технологии коллективного финансирования инновационной деятельности инвесторами, соединенными социальными сетями. Проанализированы источники финансирования инновационной деятельности предприятий Украины.

Ключевые слова: краудфандинг, инновационная деятельность, коллективное финансирование, социальные сети, социальные инвестиции, информационные технологии.

Niekrasova L. A.
Davydenko M. V.

Odessa National Polytechnic University

ADOPTING CROWDFUNDING TO STIMULATE THE UKRAINIAN IT INDUSTRY

Summary

Proved necessity for using crowdfunding to stimulate the IT sector of Ukraine. Summarized crowdfunding as innovative crowdsourcing technology and as a new way for investors to use social networks. Analysed sources of financing innovative sectors of the Ukrainian economy.

Key words: crowdfunding, innovation, collective financing, social networking, social investment, information technology.

УДК 658.8

Данилейчук Р. Б.

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДУ В СФЕРІ ЗБУТУ

Розглянуто маркетингові підходи щодо організації процесу збуту на підприємстві. Визначено функції і завдання, пов'язані із збутом виготовленої продукції у відділі маркетингу. Досліджено напрямки оцінки зовнішньої і внутрішньої ефективності товароруху та її складові, етапи процесу організації товароруху. Запропоновано впровадження маркетингової діяльності, яка покликана збалансувати співвідношення між попитом і пропозицією завдяки вивченню економічної можливості виробників, постачальників і посередників. З'ясовано поняття та характеристика засобів збутової політики, вибір засобів збутової політики, методичні підходи щодо розробки програми маркетингової збутової політики підприємства, проаналізовано управління збутовою політикою підприємства, запропоновано шляхи удосконалення управління збутовою політикою підприємства.

Ключові слова: збут, маркетинг, конкуренція, продаж, реалізація, управління збутом, ефективність, економічність, результативність.

Постановка проблеми. Реалії ринкової економіки визначили величезну кількість проблем, практичне вирішення яких ускладнено через відсутність відповідних теоретичних розробок. Однією з таких проблем, причому найбільш актуальних на сучасному етапі, є проблема збуту продукції. У процесі суспільного відтворення збутова функція маркетингу реалізується на стадіях розподілу, обміну та споживання. Для забезпечення ефективної реалізації вироблених товарів підприємства повинні здійснювати комплекс заходів, які забезпечують фізичний розподіл товарної маси на ринку, активний вплив на цінову політику, рекламну діяльність та сервісне обслуговування покупців. Саме на цей комплекс мають спрямовуватися цільові маркетингові дії як товаровиробників, так і всіх учасників процесу товароруху.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід відмітити появу за останні роки наукових робіт з проблем маркетингу, які підготовлені вченими України та інших країн. Це роботи перш за все

таких українських авторів як Л.В. Балабанова, А.В. Войчак, С.С. Гаркавенко, В.Г.Герасимчук, О.О. Ком'яков, А.І. Кредисов, В.П. Онищенко, А.О. Старостіна, а серед російських авторів – Г.А. Азоев, Є.П. Голубков, А.П. Градов, П.С. Зав'ялов, О.В. Зирянов, А.М. Романов, В.Є. Хруцький.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Практика показує, що потрібні глибокі наукові дослідження з питань управління збутовою діяльністю підприємства на принципах маркетингу в сучасних умовах, формування нової системи збуту, яка б була адекватна ринковій економіці, та інших проблем доведення товарів та послуг від виробника до споживача. Все це визначає актуальність проблеми формування маркетингової збутової політики на підприємствах України.

Мета статті. Визначення оптимальних шляхів управління збутовою діяльністю торговельного підприємства. Завдання, зумовлені метою дослідження, полягають у наступному: з'ясування поняття та характеристика засобів збутової полі-

тики; вибір засобів збутової політики; дослідження методичних підходів щодо розробки програми маркетингової збутової політики підприємства; аналіз управління збутовою політикою підприємства; виявлення шляхів удосконалення управління збутовою політикою підприємства.

Виклад основного матеріалу. Система організації товароруху у кінцевому підсумку перетворює вироблену продукцію у товар, здійснюючи її передачу через обмін тим, хто буде її споживати. Як один із найважливіших елементів маркетингової інфраструктури підприємства система товароруху повинна охоплювати значну сферу ринкової діяльності, котра розпочинається зі складу готової продукції і завершується у місцях продажу та споживання вироблених товарів.

Ефективність організації товароруху, насамперед, залежить від ринків збуту, що, своєю чергою, впливає на обсяги продажів, середній рівень цін, дохід від реалізації продукції, суму отриманого прибутку [1, с. 37, 42] та безпосередньо пов'язана з управлінням.

До цієї сфери входить діяльність підприємств і організацій, які здійснюють транспортно-експедиторські операції, мережа різного роду посередників, включаючи останню ланку – роздрібну торгівлю, котра забезпечує безпосередній контакт з покупцями, а також відповідні структурні підрозділи підприємств-товаровиробників.

Система товароруху охоплює і сферу управління складським господарством, яке виконує роль демпферного елемента в умовах швидкої зміни ринкової кон'юнктури, коливань попиту і пропозиції.

Таким чином, до складу системи товароруху входять елементи, які відносяться як до внутрішнього, так і до зовнішнього маркетингового середовища підприємства. До елементів внутрішнього середовища можна віднести структурні підрозділи підприємства, які:

- забезпечують обробку замовлень споживачів;
- контролюють виробу, які одержуються від зовнішніх постачальників, та направляють їх до відповідних складів;
- здійснюють комплектування партій товарів у відповідності із замовленнями споживачів;
- упаковують товар згідно з вимогами транспортних служб;
- оформлюють митні та страхові документи;
- здійснюють відвантаження та контроль за рухом вантажів.

До елементів, які утворюють зовнішнє середовище підприємства, можна віднести:

- фірми та організації, які виконують транспортно-експедиторські операції;
- незалежних посередників з мережею складів, які здійснюють оптову торгівлю;
- посередників, які здійснюють роздрібну торгівлю.

У залежності від виду товару, ринкової кон'юнктури та інших факторів до наведених переліків можуть додаватися елементи, котрі відповідають специфіці товароруху на конкретному ринку, оскільки ринкова економіка характеризується тим, що виробництво і споживання не співпадають як по місцю, так і у часі. Рішення проблем, які виникають в наслідок цього вимагають в сучасних умовах від українських товаровиробників значних витрат, котрі в окремих випадках перевищують половину роздрібною ціни товару.

З метою здійсненню контролю за ефективністю функціонування системи товароруху на підприєм-

стві автором пропонується використовувати формулу, яка визначає загальні витрати на просування товару:

$$B = T + C + Z + G, \quad (1)$$

- де B – суми витрат на товарорух; T – транспортні витрати; C – постійні складські витрати; Z – змінні складські витрати; G – вартість замовлень, не виконаних у гарантовані терміни.

На думку автора, для більш точної оцінки у формулу (1) слід включити витрати, які несе підприємство при сортуванні та підборі партій товару на замовлення споживачів, на додаткове упакування, пов'язане із забезпеченням збереження товару, на виплату комісійних посередникам, на оформлення митних документів та митних зборів.

Керівництво підприємства, обираючи той чи інший варіант товароруху, повинно прагнути до мінімізації загальної суми витрат, котра суттєво залежить від способів транспортування, відстані від місця виробництва до місця споживання товару, кількості посередників, розташування складів та інших факторів.

Таким чином, з врахуванням витрат на діяльність внутрішніх та зовнішніх елементів системи товароруху формула визначення витрат товароруху повинна мати наступний вигляд:

$$B = T + C + Z = B_{вв} + B_{зв} + B_{н}, \quad (2)$$

де $B_{вв}$ – сума витрат, пов'язаних з діяльністю внутрішніх елементів системи товароруху;

$B_{зв}$ – сума витрат, пов'язаних з діяльністю зовнішніх елементів системи товароруху;

$B_{н}$ – сума непередбачуваних витрат, які включають заміну зіпсованого товару, штрафи за несвоєчасну доставку, інші витрати.

З погляду автора, в сучасних умовах процес організації товароруху повинен складатись з наступних етапів:

- вибір місця зберігання готової продукції та організація системи складування;
- визначення системи переміщення товару від виробника до складів оптових торгових підприємств;
- впровадження автоматизованої системи управління товарними запасами на складах;
- впровадження автоматизованої системи обробки замовлень;
- вибір оптимальних способів і маршрутів транспортування товарів до місця їх продажу;
- вибір місця та організація продажу товару;
- організація післяпродажного обслуговування.

Аналіз діяльності ряду підприємств свідчить про те, що їх керівництво недостатньо уваги приділяє питанням організації раціональної системи товароруху, а саме не дотримувались узгоджені зі замовниками графіки відвантаження продукції, мали місце затримки вантажів при транспортуванні через неякісне маркування тари, незадовільна якість упаковки, низький рівень організації складського господарства та обробки замовлень споживачів.

Вважаємо, що головною причиною такої ситуації є те, що організація товароруху не забезпечується діяльністю маркетингових служб, котрі на вказаних підприємствах практично не функціонують, а якщо й формально існують, то працюють за традиційними збутовими схемами.

Раціональне рішення завдань товароруху як частини процесу відтворення забезпечує виробникові певні конкурентні переваги. Першим кроком є вибір між прямим збутом і збутом із залученням

оптової та роздрібною торгівлі. При визначенні оптимальних каналів збуту підприємство-товаровиробник повинно також вирішити, яку кількість та які саме торгові підприємства необхідно залучити до співпраці. Рішення про вибір підприємств торгівлі тісно пов'язане з організацією продажу, під якою слід розуміти діяльність усіх учасників, котрі займаються одержанням і веденням замовлень незалежно від їх положення по відношенню до виробника, взаємовідносин та ступеня залежності від нього

Перехід в умовах становлення ринкових відносин до організації збутової діяльності на основі маркетингового підходу має, з точки зору автора, два взаємопов'язаних аспекти.

По-перше, при орієнтації на принципи маркетингу до найважливіших елементів управління збутом повинні відноситись планування та управління торговими операціями. До складу цих елементів включаються прогнозування обсягів збуту конкретних видів продукції та окремих виробів, розробка кошторису витрат на товарорух, сегментація ринку, складання та реалізація плану збуту і визначення на його основі завдань торговим підприємствам, організація інформаційного та комунікаційного зв'язку з посередниками, ведення обліку та статистики збутових операцій з наступним аналізом одержаних даних, оцінка ефективності роботи збутового персоналу.

По-друге, повинні кардинально змінитись функції відділу збуту, котрий з виконавця замовлень по суті зі статусом складу має перетворитись у відповідального координатора і консультанта виробництва та конструкторсько-технологічних служб підприємства, з одного боку, і торгових посередників – з іншого.

До завдань відділу збуту повинно входити інформування працівників підприємства про відповідність продукції, що виробляється, запитам ринку і потребам населення, про необхідність покращення продукції з точки зору її функціональних параметрів, а також дизайну, упаковки, рівня цін, комплексу сервісних послуг.

З позицій організації збуту ці зміни передбачають найтісніше співробітництво з торговими посередниками на основі довготривалих господарських зв'язків та обміну інформацією, проведення узгоджених заходів з вивчення ринку, формування попиту і стимулювання збуту.

Процес управління збутом передбачає наявність об'єкта і суб'єкта управління. Згідно з теорією менеджменту [2, с. 78], під об'єктом управління збутом розуміється структура організації збуту, на яку спрямовані управлінські дії, під суб'єктом збуту – орган або особа, які здійснюють такі дії. Управління збутом слід розглядати як інструмент для досягнення поставлених збутових цілей і стратегій, або, іншими словами, для досягнення завдань збутової політики. Збутові цілі та стратегії мають оперативний характер відносно маркетингових цілей і стратегій та формується на рівні маркетингового інструментарію. У системі менеджменту підприємства збутові цілі належать щонайменше до категорії менеджменту середнього рівня й підпорядковуються стратегічним цілям організації. Управління збутом, реалізуючи збутові цілі та стратегії, формує нову площину діяльності відносно збутової політики як інструменту маркетинг-міксу [3, с. 124]. Структура управління збутом і його організація залежать від системи збуту, яка використовується підприємством. Вона складається із суб'єктів із відповідними функці-

ональними обов'язками та повноваженнями, а також організаційно-правовими взаємовідносинами у процесі збутової діяльності. Збутова система формується відповідно до збутової політики, яка має стратегічну направленість на досягнення мети збуту, що зумовлена корпоративною місією підприємства [4, с. 275]. Відходить у минуле традиційне комерційне розуміння маркетингу як методу збуту, що полягає в пошуку покупців для продукції, яку підприємство в змозі виробляти. У теперішніх умовах господарювання варто регулярно оцінювати ефективність збутової діяльності, що дасть змогу вчасно розкрити проблеми і сформувати заходи стосовно їх вирішення. Адже збут – це невід'ємний і один із найголовніших елементів маркетингового комплексу, і від його ефективності залежить

Для підприємства-товаровиробника у цьому випадку головним є визначення найефективнішого каналу збуту і разом з тим торгового посередника у особі підприємств оптової та роздрібною торгівлі відповідно до характеру та споживчого призначення своєї продукції.

Торгова діяльність, на думку автора, являє собою сукупність операцій, які здійснюються в межах держави або окремих регіонів, а також за її межами, котрі полягають у придбанні товарів у виробників та їх продажу з метою надання матеріальних благ споживачам у відповідності з їх потребами.

У багатьох джерелах торгівлю діяльність або діяльність, пов'язану з переміщенням товарів у часі та просторі від виробника до споживача, називають розподілом.

Автор вважає, що даний термін не відповідає маркетинговій діяльності, оскільки передбачає пасивну адміністративну роль торгових підприємств, в той час як їх діяльність має бути вільною, базуватися на творчій ініціативі, спрямовуватися на більш повне задоволення потреб споживачів.

Підприємства оптової та роздрібною торгівлі, які знаходяться між виробниками та споживачами, здійснюють послуги обом сторонам, виконуючи наступні функції:

- вивільнення виробників від необхідності вступати у взаємовідносини з величезною кількістю споживачів;
- забезпечують синхронізацію ритму виробництва з ритмом споживання шляхом створення торгових запасів;
- підтримують стабільність грошових доходів виробників та їх незалежність від затримок у збуті продукції.

Розширюючи можливості підприємства-товаровиробника з точки зору задоволення запитів споживачів, торгові підприємства створюють умови для їх доступу до матеріальних благ, які виробляються у масовому порядку чисельними підприємствами, усуваючи тим самим незручності, викликані територіальною розкиданістю цих підприємств.

В умовах ринкової трансформації економіки України підприємства оптової та роздрібною торгівлі впливають на певні, з точки зору автора, принципові моменти прийняття рішень на рівні підприємства, а саме:

1. Допмагають інформувати виробників про запити споживачів та приймають участь у різного роду рекламних заходах, які впливають на вибір покупцями конкретного товару.
2. Сприяють підтримці конкуренції, здійснюючи порівняльний аналіз та визначення підпри-

емств-товаровиробників, з якими будуть співпрацювати.

3. Приймають участь у формуванні цінової політики.

4. Ефективними діями у сфері збуту сприяють зростанню обсягів виробництва відповідних видів товарів.

Таким чином, з точки зору підприємства-товаровиробника роль торгівлі не обмежується простим розповсюдженням його продукції. Автор вважає, що оптова та роздрібна торгівля в умовах перехідної економіки повинна стати невід'ємним елементом маркетингової інфраструктури підприємств і здійснювати суттєвий вплив на ефективність економіки в цілому.

У сучасних умовах торгівля повинна здійснити свій внесок у подальший розвиток сфери обслуговування в Україні, який супроводжує економічне зростання практично у всіх країнах світу і знаходить свій вираз як у галузевому розподілі економічно активного населення, так і у структурі валового внутрішнього продукту.

Ряд нововведень суттєво змінив форми і методи, які використовуються у роздрібній торгівлі за рахунок широкого розвитку системи самообслуговування, виникнення нових торгових фірм, які створюють велику кількість крупних підприємств роздрібної торгівлі. Ці фірми, які мають приватну форму власності, змушують традиційні форми торгівлі пристосовувати свою структуру до нових умов діяльності. При цьому товарорух набуває масового характеру і породжує жорстку конкуренцію між торговими фірмами.

У силу потужної купівельної спроможності новостворених крупних комерційних фірм, співвідношення сил між ними та підприємствами-товаровиробниками змінилося на користь перших, що знаходить свій прояв у наданні їм з боку товаровиробників сприятливих умов для бізнесу, а саме різноманітні знижки, відстрочення платежів та інші пільги.

У сучасних умовах вибір каналів збуту повинен стати важливим етапом в діяльності підприємства, оскільки маркетинг передбачає докорінну зміну всіх її видів, отже необхідно відповідним чином планувати і організувати систему доставки продукції від виробника до кінцевого споживача.

Як відмічалось раніше, процес організації товароруху включає в себе декілька етапів, для ефективної реалізації котрих необхідне їх ретельне планування як невід'ємної частини зрівноваженої та логічно побудованої системи.

Оскільки всі елементи цієї системи взаємопов'язані, нехтування будь-яким етапом може порушити функціонування товароруху в цілому. Перш за все неспівпадіння циклів виробництва і споживання товарів зумовлює необхідність облаштування місць зберігання продукції. Прикладом такого неспівпадіння може бути виробництво продукції переробної промисловості, яке має сезонний характер, а попит на цю продукцію існує постійно.

Отже, для усунення подібних протиріч на рівні підприємства необхідна організація складського господарства, яка, у свою чергу, вимагає вирішення питання про те, де організувати склади та їх економії.

З точки зору автора, чим більше число складів є у підприємства, тим швидше здійснюється доставка продукції до місця її споживання, однак при цьому зростають витрати на створення та експлуатацію складських споруд. При укрупненні

складів зростають витрати, пов'язані з транспортуванням продукції до споживачів. Вважаємо, що рішення про число складів повинно прийматися на основі співставлення витрат по будівництву та експлуатації складів з витратами, пов'язаними з доставкою продукції споживачам. При цьому визначення місць розташування складів автор пропонує здійснювати шляхом порівняння сумарних витрат по кожному з варіантів спорудження складів за наступною формулою:

$$V_{ci} = K_{vi} + V_{oi} + V_{ti}, \quad (3)$$

де V_{ci} – сумарні витрати по i -му варіанту;

K_{vi} – капітальні вкладення на спорудження складів за i -м варіантом;

V_{oi} – витрати, пов'язані з обслуговування та утриманням складів за i -м варіантом;

V_{ti} – транспортні витрати, пов'язані з доставкою товарів зі складів в адресу споживачів за i -м варіантом.

Виконавши розрахунок за формулою (3) по кожному варіанту розташування складів, необхідно визначити найефективніший з них, який забезпечує мінімум сумарних витрат. Більшість підприємств-товаровиробників зберігають частину товарних запасів на складах підприємства, а решту – на складах, розташованих у різних регіонах, котрі можуть бути як власними, так і орендованими.

З точки зору автора, найбільш доцільно зберігати продукцію у регіональних складах загальногосподарського користування, оскільки власні склади створюють обмеження у маневреності і вимагають витрат на їх утримання та обслуговування. Для використання складів загальногосподарського користування необхідна лише орендна плата, вони також надають додаткові послуги з огляду товару, його упаковки та відвантаження споживачам. Товар в них може зберігатися тривалий час і відвантажуватись в адресу споживачів по мірі необхідності.

Таким чином, сьогодні в Україні для обслуговування товаровиробників і торгових підприємств вимагається створення незалежних дилерських комерційних компаній і підприємств з розвинутою у регіонах складською системою. Формування такої системи вимагає, на думку автора, рішення ряду технологічних та організаційних питань.

Перш за все маркетингові служби підприємств-товаровиробників і незалежних торгових посередників повинні точно визначити структуру та обсяги продукції (товарів), яку передбачається зберігати на складі. Вважаємо, що в цьому аспекті доцільно розглядати варіанти будівництва великих одноповерхових складів з великою відстанню між підлогою та дахом, з автоматизованим управлінням складськими процесами, що дозволяє скоротити витрати з їх утримання.

Поряд з цим повинні впроваджуватися сучасні вантажно-розвантажувальні механізми з автоматичним пошуком та доставкою до місць комплектації партій та завантаження. На нашу думку, подібні склади повинні забезпечувати швидку обороту облікових документів, безпечність складських та вантажно-розвантажувальних робіт, виключення випадків крадіжки та псування товарів, що зберігаються.

Висновки і пропозиції. Отже, одним із основних чинників для досягнення мети підприємства є ефективне управління збутовою діяльністю. Проблеми, пов'язані з такою діяльністю, призводять до серйозних негативних наслідків діяльності підприємств. Збутова діяльність має бути обов'язково ефективною та орієнтованою на ринкові потреби.

При цьому визначення ефективності збутової діяльності підприємств варто здійснювати на основі оцінки зовнішньої ефективності збутової діяльності, внутрішньої ефективності збутової діяльності та за допомогою певних груп показників.

Впровадження в практику збутової діяльності підприємства запропонованих заходів сприятиме

підвищенню ефективності управління збутової діяльності, а відтак і прибутковості діяльності підприємства в цілому та досягнення поставлених цілей.

Подальші дослідження доцільно спрямувати на розробку та вдосконалення ефективності управління збутовою діяльністю підприємства в частині віртуального сектора збуту.

Список літератури:

1. Азарова Т. В. Технологія оцінки соціальних програм та проектів / Т. В. Азарова, Л. К. Абрамов. – Кіровоград : ІСКМ, 2007. – 100 с.
2. Белоусова О. С. Оцінювання ефективності збутової діяльності в рамках маркетингової політики розподілу промислового підприємства / О. С. Белоусова, О. Л. Клименко, К. В. Лещина // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. – 2011. – Вип. 4. – С. 78-81.
3. Балабанова Л. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства : навч. посіб. / Л. В. Балабанова. – К. : Професіонал, 2006. – 288 с.
4. Голубков Є. П. Про деякі основоположні поняття маркетингу / Є. П. Голубков // Маркетинг у Росії і за кордоном. – 2005. – № 3. – С. 275.
5. Климаш Н. І. Науково-теоретичні аспекти сутності понять «ефективність» та «результативність» / Н. І. Климаш // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – К., 2009. – № 28. – Р. III. – С. 124-126.
6. Михайліченко Г. І. Інноваційний розвиток інформаційної системи туropolерейтингу / Г. І. Михайліченко // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2012. – № 7(178) – С. 212-224.
7. Кривов'язюк І. В. Комплексна економічна діагностика підприємства : монографія / І. В. Кривов'язюк, Т. В. Божидарнік. – Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2012. – 226 с.
8. Novart J. Suggestion for a Comprehensive Measure of Concentration / J. Novart // Southern Economic Journal. – 1970. – № 36. – Р. 446-452.

Данилейчук Р. Б.

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОДХОДА В СФЕРЕ СБЫТА

Резюме

Рассмотрены маркетинговые подходы к организации процесса сбыта на предприятии. Определены функции и задачи, связанные со сбытом произведенной продукции в отделе маркетинга. Исследованы направления оценки внешней и внутренней эффективности товародвижения и ее составляющие, этапы процесса организации товародвижения. Предложено внедрение маркетинговой деятельности, которая призвана сбалансировать соотношение между спросом и предложением благодаря изучению экономической возможности производителей, поставщиков и посредников. Выяснены понятие и характеристика средств сбытовой политики, выбор средств сбытовой политики, методические подходы к разработке программы маркетинговой сбытовой политики предприятия, проанализировано управление сбытовой политикой предприятия, предложены пути совершенствования управления сбытовой политикой предприятия.

Ключевые слова: сбыт, маркетинг, конкуренция, продажа, реализация, управление сбытом, эффективность, экономичность, результативность.

Danyleychuk R. B.

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

THE EFFICIENCY OF THE MARKETING APPROACH IN THE MARKETING

Summary

Marketing approaches to the process of marketing the company were considered. Functions and tasks associated with sales of manufactured products in the marketing department have been identified. Areas of assessment of foreign and domestic efficiency of goods movement and its components, process steps of commodity circulation were investigated. Implementation of marketing activities, which is intended to balance the relationship between supply and demand due to economic feasibility study of manufacturers, suppliers and intermediaries were proposed. Concepts and characteristics of marketing policy, the choice of marketing policy, methodological approaches to program of marketing policy of the company were clarified, management of the marketing policy of company was analyzed, ways of improving the management of the company marketing policy was proposed.

Key words: sales, marketing, competition, market, realization, sales management, efficiency, economy, effectiveness.

УДК 658.15:336.22:622.691.5

Данилюк М. О.
Савко О. Я.

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ГАЗОРОЗПОДІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ
ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ

Проведено аналіз доходів газорозподільних підприємств за видами діяльності. Визначено, що в структурі джерел надходження коштів найбільшу частку займають доходи від транспортування природного газу. Здійснено аналіз тарифної політики, яку проводить регулятор ринку для встановлення тарифів на послуги підприємств газопостачання та газифікації. За результатами досліджень наведено рекомендації, щодо формування фінансової стратегії розвитку даних підприємств.

Ключові слова: доходи, витрати, газорозподільні підприємства, тарифна політика, фінансова стратегія.

Постановка проблеми. Газорозподільні підприємства є стратегічно важливою частиною газотранспортної системи України. Вони мають значний економічний і соціальний вплив на рівень життя країни. У зв'язку із специфікою діяльності та монополістичним становищем на ринку їх діяльність підлягає державному регулюванню, що ускладнює аналіз їх стратегічної поведінки з позицій економічної ефективності. Тому процеси формування та ведення фінансово-економічної діяльності підприємств, а також тарифна політика, яку проводить регулятор ринку і її вплив на результати господарювання та формування стратегії, є особливо актуальними.

Аналіз досліджень і публікацій. Теоретико-методичні засади функціонування підприємств газорозподільної системи відображені у працях таких вітчизняних науковців, як: Г. Боднар, О. Гарматюк, Н. Василюшин, О. Дзьоби, Л. Ріщук, Н. Струк та інших, які зробили значний внесок у розвиток питань антикризового управління, аналізу витрат підприємств, а також тарифної та цінової політики.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак потребують подальшого розгляду питання тарифного регулювання діяльності газорозподільних підприємств, а також формування рекомендацій щодо розробки фінансової стратегії їх розвитку.

Мета і завдання. Метою роботи є проведення аналізу доходів і витрат діяльності газорозподільних підприємств, а також їх тарифної політики і на цій основі формування рекомендацій щодо розробки фінансової стратегії розвитку. Для досягнення поставленої мети передбачається вирішення таких завдань:

- аналіз доходів підприємств газорозподільної системи в розрізі видів діяльності;
- аналіз тарифної політики, яку проводить регулятор ринку, щодо формування тарифів на транспортування та постачання природного газу.

Виклад основного матеріалу. Сучасний стан ринкових умов передбачає наявність методів та способів для виявлення і нейтралізації загроз в діяльності підприємств, що призводить до необхідності пошуку нових підходів до їх управління. В умовах динамічності змін зовнішнього середовища, прогресивності інформаційних технологій, відповідальності за прийняття якісних управлінських рішень, які відображаються на результатах діяльності, виникає необхідність у проведенні всебічного аналізу ефективності діяльності підприємств.

Система розподільних газопроводів низького та середнього тиску та діяльність в цій сфері [1; 2] відноситься до природної монополії і складає

єдиний техніко-технологічний комплекс загальнодержавного значення. Держава визнала його таким, що не підлягає приватизації, та передала підприємствам газового господарства у користування. Уповноваженим органом, який безпосередньо повинен здійснювати контроль за використанням державного майна та втіленням єдиної технічної політики є НАК «Нафтогаз України».

Нами проведено аналіз діяльності 41 суб'єкта господарювання, а саме обласних та міських підприємств газопостачання та газифікації. На дані підприємства припадає близько 92% загальних обсягів транспортування та постачання газу кінцевим споживачам.

Основні техніко-економічні показники їх діяльності наведено в табл. 1.

Аналізуючи динаміку основних техніко-економічних показників діяльності газорозподільних підприємств можна загалом стверджувати про загальну позитивну динаміку їх розвитку. Так, сумарна вартість робіт (послуг), наданих всіма газорозподільними підприємствами, зросла протягом 2009–2012 рр. більше ніж у два рази.

Динаміка доходів від наданих послуг з транспортування та постачання газу значно перевищує динаміку витрат газорозподільних підприємств, і як наслідок відбувся стрімкий перехід від загального від'ємного фінансового результату галузі до прибуткової діяльності. Підприємства газопостачання та газифікації динамічно нарощують свій виробничий потенціал, здійснюють оновлення основних засобів. Так, вартість основних засобів у 2012 р. в порівнянні з 2009 роком зросла на 9188 млн. грн. або на 84%.

Спостерігається певна інтенсифікація діяльності про що свідчить динаміка показників продуктивності праці, фондівіддачі, зменшення матеріаломісткості та зарплатомісткості продукції. Збільшилася фондоозброєність праці з 196,4 тис. грн./ос. у 2009 році до 240 тис. грн./ос. у 2012 році або на 22%.

Газорозподільні підприємства для потреб регулювання ціноутворення введуть відокремлений облік результатів діяльності в розрізі основних її видів, а саме діяльності з транспортування природного газу, його постачання, продажу скрапленого газу та іншої діяльності. Структура доходів та витрат газорозподільних підприємств в розрізі видів діяльності та їх динаміка представлена в табл. 2.

Найбільшу частку в сукупних доходах газорозподільних підприємств займають доходи з транспортування газу газорозподільними трубопроводами, яка в 2012 році склала 77%. Доходи від

транспортування газу протягом 2009–2012 рр. збільшилися у 2,64 рази. Найбільше зростання доходів від транспортування газу спостерігалось у 2010 році (на 43,3%) та у 2011 році (на 61,5%), що пов'язано з підвищенням регулятором тарифів. Слід зауважити, що причиною підняття тарифів в 2010–2011 роках НКРЕ стала збиткова діяльність галузі. Так, за 2009 рік величина загальних збитків по даній групі підприємств досягла 811,5 млн. грн.

Для більш поглибленого аналізу факторів, що вплинули на динаміку доходів від транспортування газу підприємствами газопостачання та газифікації, розглянемо, як змінювалися доходи від обсягів транспортування газу (рис. 1).

Зростання доходів від транспортування газу протягом тривалого періоду (2004–2012 рр.) у газорозподільних підприємствах відбувся винятково за рахунок підвищення тарифів на його транспортування на фоні скорочення обсягів транспортування газу. Цінова політика регулятора і рівень доходів підприємств тісно пов'язані та відображають характерні проблеми тарифного регулювання в Україні на ринках з природною монополією. Динаміка витрат за 2004–2012 рр. на транспортування газу характеризувалася постій-

ним зростанням, яку найбільш повно відображає експоненціальна функція ($R^2=0,9919$), що свідчить про тісний взаємозв'язок між нарахованими доходами та фактичними експлуатаційними витратами підприємств з середньорічним темпом приросту 23,4%.

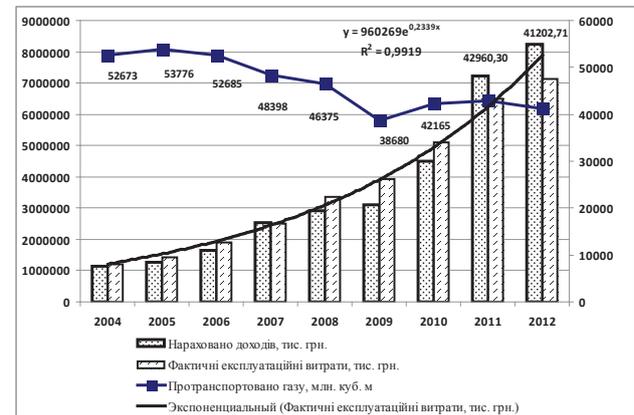


Рис. 1. Динаміка обсягів транспортування природного газу, доходів та витрат газорозподільних підприємств

Таблиця 1

Основні техніко-економічні показники діяльності підприємств з газопостачання та газифікації

Показники	Роки			
	2009	2010	2011	2012
1. Обсяг робіт (послуг) усіх видів діяльності *, тис. грн.	4944868	6398330	9549093	10669231
2. Загальні витрати усіх видів діяльності, тис. грн.	5620395	6897408	8611270	9326565
3. Фінансові результати усіх видів діяльності, тис. грн.	-675527	-499078	937823,2	1342666
4. Середня чисельність працюючих (усіх видів діяльності), осіб	55301	82208	83841	83514
5. Середньомісячна заробітна плата (усіх видів діяльності), грн.	1861	2183	2602,12	2818,719
6. Загальна протяжність розподільних газових мереж і внутрішньо кварталних вводів, що знаходяться на обслуговуванні та експлуатації на кінець звітного року, км.	362795	371798	381024,4	385578,2
7. Кількість газифікованих квартир природним газом, кв.	12247639	12394016	12542142	12692039
8. Первісна вартість основних засобів, тис. грн.	10862683	12938194	14296212	20050748
9. Матеріальні витрати, тис. грн.	3071735,8	3126228	3914846	4387548
10. Витрати на оплату праці (фонд оплати праці), тис. грн.	1881238	2139587	2617972	2824830
11. Продуктивність праці, тис. грн./ос.	89,42	77,83	113,89	127,75
12. Фондовіддача, грн./грн.	0,46	0,49	0,67	0,53
13. Фондоозброєність праці, тис. грн./ос.	196,43	157,38	170,52	240,09
14. Матеріаломісткість виробництва, грн./грн.	0,622	0,488	0,409	0,411
15. Зарплатомісткість, грн./грн.	0,380	0,334	0,274	0,265

* Обсяг робіт не включає проміжної вартості природного газу

Таблиця 2

Зведена динаміка доходів, витрат та фінансових результатів газорозподільних підприємств в розрізі видів діяльності

Види діяльності	Показники	Роки			
		2009	2010	2011	2012
Транспортування природного газу, тис. грн.	Доходи	3116507	4469025	7217285	8228282
	Витрати	3928080	5077970	6508239	7113487
	Фінансовий результат	-811573	-608944	709046	1114795
Постачання природного газу, тис. грн.	Доходи	832591	705660	976745	998174
	Витрати	835312	762128	906262	930383
	Фінансовий результат	-2721	-56468	70483	67790
Продаж скрапленого газу, тис. грн.	Доходи	207961	361771	428572	377362
	Витрати	213511	386620	446547	409817
	Фінансовий результат	-5550	-24849	-17975	-32455
Інша діяльність, тис. грн.	Доходи	787809	861873	926490	1065413
	Витрати	643492	670691	750221	872878
	Фінансовий результат	144317	191183	176269	192536

Такі темпи росту витрат значно перевищували темпи інфляції і свідчать про відсутність економічних стимулів оптимізації витрат зі сторони газорозподільних підприємств та загальною неефективністю діючого тарифного регулювання за методом «витрати плюс». Газорозподільним підприємствам вигідніше нарощувати свої витрати ніж вживати заходи щодо їх оптимізації.

На другій позиції в структурі загальних доходів газорозподільних підприємств знаходиться діяльність з постачання природного газу. Частка доходів від постачання природного газу в структурі загальних доходів протягом 2009–2012 рр. значно скоротилася, від 16,8% у 2009 році до 9,3% в 2012 році, що зумовлена незначними темпами їх абсолютного зростання порівняно з іншими видами діяльності. Так, за чотири останні роки величина доходів від постачання природного газу зросла лише на 19,8%, або 4,95% середньорічних. На величину доходів від постачання впливають також як і в першому випадку дві групи факторів – ціни та обсяг постачання. Обсяг постачання природного газу споживачам в 2012 році склав 22497 млн. м³ і збільшився порівняно з 2009 роком на 3698 млн. м³ або на 19,6%. При цьому витрати за даним видом діяльності збільшувалися меншими темпами і в 2012 році вдалося досягнути рентабельності діяльності з постачання газу на рівні 7,2% що свідчить про позитивні процеси у сфері підвищення ефективності діяльності підприємств.

У структурі загальних доходів діяльність з продажу скрапленого газу є незначною і становлять у 2009 році 4%, а в 2012 році – 3,54%. Протягом аналізованого періоду фінансовий результат від провадження даного виду діяльності характеризується від'ємними значеннями. Основною причиною збитковості є встановлення державою фіксованих цін на продаж скрапленого газу для населення, що не забезпечує покриття експлуатаційних витрат та оновлення технічної бази підприємств.

Інша діяльність представлена роботами з газифікації новозбудованого житла, формуванням проектною документації, будівництвом газопроводів та ін. Темпи зростання доходів від іншої діяльності протягом досліджуваного періоду склали 35%. Середня рентабельність цього виду діяльності складала у 2012 році 22%, що визначає її як один з найбільш рентабельних напрямків діяльності газорозподільних підприємств. Питома вага доходів від іншої діяльності в структурі загальних доходів газорозподільних підприємств складає 9,9% за підсумками 2012 року.

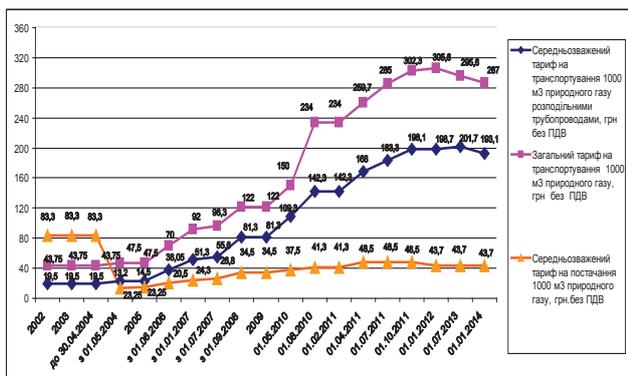


Рис. 2. Динаміка рівнів тарифів на постачання та транспортування природного газу*

*Сформовано авторами на основі [3, 4, 5]

Як зазначалося вище, діяльність з транспортування та постачання газу у зв'язку із монопольним становищем підприємств підлягає регулюванню зі сторони держави. Нами проведено аналіз діючої тарифної політики (рис. 2), яка показала, що дії регулятора щодо формування ефективних тарифів не були послідовними та своєчасними.

Періоди зниження тарифів, які приводили до збиткової діяльності змінювалися періодами різкого зростання тарифів, що спричинювало отримання підприємствами значних прибутків і не стимулювало їх до реалізації фінансових стратегій спрямованих на мінімізацію витрат. Зростання тарифів на послуги з транспортування природного газу на яке пішов регулятор ринку (НКРЕ) було обумовлено кризовим фінансовим станом підприємств газопостачання, їх збитковою роботою, відсутністю джерел фінансування реалізації інвестиційних програм, яке спостерігалось в 2008–2010 роках. Однак починаючи з 01.04.2011 року відбувається поступове підвищення тарифів на послуги газорозподільних підприємств, що дозволило вийти на прибуткову діяльність.

Боднар Г.Ф., Василюшин Н.В. [6, ст. 18] відзначають основні недоліки діючої тарифної політики при застосуванні витратного методу, а саме:

- у структурі діючих тарифів відсутня інвестиційна складова, окрім амортизаційних відрахувань;

- не враховуються очікуваний рівень інфляції при плануванні витрат закладених у тарифи;

- у структурі тарифів не передбачаються умови компенсації за отримані збитки в попередніх періодах при можливих змінах в кон'юнктурі ринку;

- механізми утворення тарифів не сприяють до впровадження заходів із енергозбереження та скорочення експлуатаційних витрат, оскільки при розрахунку тарифів на майбутні періоди це приведе до їх скорочення.

Слід зазначити, що регулятором ринку плануються зміни принципів тарифного регулювання, тобто повинен відбуватися перехід від витратного до стимулюючого методу формування тарифів на послуги підприємств [7]. Він повинен забезпечити підприємствам отримання необхідного обсягу доходів для покриття своїх експлуатаційних витрат, залучення інвестицій для подальшого розвитку; скорочення неефективних витрат; стимулювання до підвищення якості послуг, а також встановлення тарифів, які відображають фактичні витрати підприємств.

Висновки і пропозиції:

1. У структурі доходів основну частину становлять доходи від транспортування та постачання природного газу, які залежать від встановлених тарифів регулятором ринку. Тарифна політика на послуги для даних підприємств встановлюється на основі витратного методу. Аналіз діяльності засвідчив, що формування тарифів за даним методом не є ефективним і має суттєві недоліки, які головним чином впливають на результати господарювання [8, ст. 187]. Фінансова стратегія в цьому напрямку повинна формуватися на основі встановлених тарифів на послуги підприємств як головного джерела доходів, а також бути орієнтована та оптимізацію і перегляд статей витрат та збільшення інвестиційної привабливості даних суб'єктів господарювання.

2. Діяльність з продажу скрапленого газу хоч і є незначною у структурі загальних доходів підприємств, однак це один з перспективних напрямків розвитку. Встановлення ринкових

цін на даний вид діяльності, дало б можливість отримувати достатній рівень прибутку підприємствам для покриття своїх витрат, оновити матеріально-технічну базу, а також збільшити свою частку на даному ринку. Розробка та реалізація фінансової стратегії в цьому напрямку повинна бути зосереджена на залученні покупців для збільшення споживання скрапленого газу як екологічного та більш дешевого виду

палива у порівнянні із традиційними нафтопродуктами.

3. Аналіз доходів підприємств показав, що інша діяльність є одним з найприбутковіших видів діяльності. Даний напрямок діяльності повинен бути спрямованим на розширення надання послуг підприємствами, тобто в системі формування і реалізації фінансової стратегії повинна важливу роль відігравати саме стратегія диверсифікації.

Список літератури:

1. Про природні монополії : Закон України від 20.04.2000 № 1682-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1682-14>.
2. Про засади функціонування ринку природного газу : Закон України 08.07.2010 № 2467-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2467-17>.
3. Щодо затвердження Звіту про діяльність Національної комісії регулювання електроенергетики України у 2011 році : Наказ НКРЕ від 30.03.2012 № 10. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www2.nerc.gov.ua/control/uk/archive/docview?typeId=35908>.
4. Про затвердження Звіту про результати діяльності Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері енергетики, у 2012 році : Постанова НКРЕ від 22.03.2013 № 282 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nerc.gov.ua/?id=6326>.
5. Офіційний сайт НАК «Нафтогаз України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.naftogaz.com/www/3/nakweb.nsf/0/486E117B34CF13EEC2257BCE0041B995?OpenDocument&Expand=3&>.
6. Про затвердження Порядку формування тарифів на транспортування природного газу розподільними трубопроводами на основі багаторічного стимулюючого регулювання: Постанова НКРЕ № 1499 від 28.11.2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z2071-13>.
7. Боднар Г.Ф. Методика РАВ – регулювання як основа ефективної тарифної політики в мережених системах [Текст] / Г.Ф. Боднар, Н.В. Василюшин // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості. – 2010. – № 2(2). – С. 18-22.
8. Савко О.Я. Аналіз тарифного регулювання газорозподільних підприємств [Текст] / О.Я. Савко // XI міжнародна науково-практична конференція молодих вчених «Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: національна візія та виклики глобалізації», яка відбулася 13-14 березня 2014 р. в ТНЕУ // Збірник тез доповідей. – м. Тернопіль. – 2014. – С. 185-187.

Даньлюк М. О.

Савко О. Я.

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГАЗОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ

Резюме

Проведен анализ доходов газораспределительных предприятий по видам деятельности. Определено, что в структуре источников поступления средств наибольшую долю занимают доходы от транспортировки природного газа. Осуществлен анализ тарифной политики, которую проводит регулятор рынка для установления тарифов на услуги предприятий газоснабжения и газификации. По результатам исследований приведены рекомендации по формированию финансовой стратегии развития данных предприятий.

Ключевые слова: доходы, расходы, газораспределительные предприятия, тарифная политика, финансовая стратегия.

Danyluk M. O.

Savko O. Ya.

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

THE ANALYSIS OF RESULTS OF OPERATIONS GAS DISTRIBUTION COMPANIES AND THEIR INFLUENCE ON FORMATION OF FINANCIAL STRATEGY

Summary

The incomes of gas-distributing enterprises by activity were analysed. It was determined, that the major share in a structure of income sources is given to incomes received from natural gas transportation. Analysis of tariff policy was performed, which is carried out by regulator for setting tariffs for gas supply and gasification companies. Recommendations in financial strategy development of these enterprises are given according to the research. Analysis of tariff policy was performed, which is carried out by regulator for setting tariffs for gas supply and gasification companies.

Key words: income, gas-distribution enterprises, tariff policy, financial strategy.

УДК334.012.82

Дегтярьова С. А.Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»**РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
У СУЧАСНИХ УМОВАХ**

У статті розглянуто теоретичний матеріал з інноваційної та інвестиційної діяльності, доведено взаємозв'язок інновацій з інвестиціями. Запропоновано інноваційний процес розділити на стадії для ефективності контролю, які детально охарактеризовані. Також класифіковано взаємозв'язок джерел, форм, методів та інструментів інвестиційного забезпечення інноваційних процесів.

Ключові слова: інновація, інвестиція, інвестиційна діяльність, інвестиційний процес.

Постановка проблеми. У зв'язку з тим, що немає чіткої класифікації взаємозв'язку джерел, форм, методів та інструментів інвестиційного забезпечення інноваційних процесів.

Постановка завдання. Аналіз останніх досліджень та публікацій у сферах інновація та інвестиція. Узагальнення взаємозв'язку інновацій з інвестиціями та їх класифікація.

Мета статті. Головною метою статті є показати нероздільний взаємозв'язок між інноваційною та інвестиційною діяльністю і як важливу роль інвестування в інновації.

Поняття інвестицій та інновацій в процесі виробництва є практично неподільними. Запровадження інновацій звичайно ж вимагає інвестиційної діяльності, і в той же час інвестиційна діяльність передбачає зростання ефективності виробництва через запровадження прогресивних методів управління, нової техніки і технології, зростання рівня робочої сили (вкладення в людський капітал) тощо. Саме тому у загальній теорії систем сформульована закономірність: щоб зберегти, треба розвиватися. Тільки розвиток, що забезпечується інноваційною діяльністю, є єдиною розумною тактикою і стратегією поведінки виробника.

Одна з найважливіших сторін виробничо-господарської діяльності підприємства – збереження і розвиток виробничо-економічного потенціалу. Діяльність підприємств в цьому плані називається інвестиційною діяльністю.

Інвестиції – грошові кошти, цінні папери, інше майно, у тому числі майнові права, що мають грошову оцінку, складаються в об'єкти підприємницької і (чи) іншої діяльності в цілях отримання прибутку і (чи) досягнення іншого корисного ефекту.

Інвестиції підприємства можуть охоплювати як повний науково-технічний і виробничий цикл створення продукції, так і його елемент (стадії): наукові дослідження, проектно-конструкторські роботи, розширення і реконструкція діючого виробництва, створення нового виробництва, організація випуску нової продукції.

Формування інвестиційного задуму (ідеї) передбачає народження і попереднє обґрунтування задуму; інноваційний, патентний і екологічний аналіз технічного рішення (об'єкту техніки, ресурсу, послуги), організація виробництва якого передбачена наміченим проектом.

Технічний прогноз включає наступні основні фази: інвенція, інновація, імітація і модифікація. Ці поняття є базовими для інноватики – галузі знань, методології, що охоплює питання, і організації інноваційної діяльності.

Під інновацією можна розуміти будь-які процеси, що призводять до появи нововведень. Дій-

сна новизна продукту або процесу повинна завжди призводити до зростання економічного ефекту від його використання. Новизна буває:

– абсолютна – якщо відсутні аналоги конкретного нововведення;

– відносна – торкається нововведення, що уперше впроваджується на цьому підприємстві, але що вже застосовувалося на інших підприємствах;

– часткова – це оновлення якого-небудь елементу, вузла виробу.

До інвенцій відносяться нові науково-технічні знання, технології, процеси, винаходи і інші чинники, отримані в результаті проведення фундаментальних, пошукових і прикладних науково-дослідних робіт. Наявність у підприємства інвенції не означає, що здійснена інновація; в цьому випадку можна говорити лише про необхідні, але недостатні передумови для реалізації інноваційного процесу.

Основні роботи в рамках інноваційного процесу можуть бути функціонально розділені на три основні стадії:

- «Наука»;
- «Трансфер»;
- «Виробництво».

Стадія інноваційного процесу «Наука» полягає в первинному накопиченні і перетворенні інноваційних знань, генерації ідей, їх техніко-економічному обґрунтуванні та матеріалізації, а також підготовці спеціалізованих кадрів.

Реалізація в регіоні цієї стадії передбачає масштабний розвиток фундаментальної науки, представлені широкою мережею науково-дослідних інститутів, вищих навчальних закладів, лабораторій, а також високим рівнем розвитку ринкової та інноваційної інфраструктури, стимулюючи економічних контрагентів до пошуку інноваційних рішень і створюючи умови для їх генерації [1].

Відмінною особливістю інноваційного підприємства є підвищена невизначеність. Постійне зростання числа нових проектів підвищує шанси на виникнення сильних інноваційних підприємств, що мають потенціал подальшого зростання, генеруючи нові ідеї, регіональна інноваційна система знаходиться у своєрідному пошуку найбільш перспективних напрямів розвитку та незайнятих ніш на ринку.

Стадія «Трансфер» передбачає матеріалізацію ідей та адаптацію її до масового виробництва. Основне завдання даної стадії – створення релевантної корисної моделі інновації, адаптованої до виробництва, в результаті проведення дослідно-конструкторських робіт. Важливою складовою даного етапу є фандрайзинг, тобто пошук джерел інвестування. Оптимальні умови цього ета-

пу інноваційного процесу включають високу аналітичну та технологічну базу і розвинену інноваційну інфраструктуру, яка повинна забезпечувати доведення наукових розробок до комерційного використання і об'єднувати організації з трансферу технологій, експертизи, консалтинговому, правовому та інформаційному супроводі [1].

Стадія інноваційного процесу «Виробництво» являє собою комплекс заходів щодо впровадження та виробництва дослідно-конструкторських розробок на виробничих потужностях підприємств, що вимагає наявності високотехнологічної матеріально-технічної бази підприємств базових галузей економіки регіону та висококваліфікованих кадрів [1].

Кожна стадія інноваційного процесу характеризується особливими унікальними умовами, що відображають вимоги до суб'єктів, об'єктів, ресурсів, які забезпечують технологічний ланцюг створення інноваційної продукції (табл. 1).

«Будь-який інноваційний розвиток – це не тільки основний інноваційний процес, а й розвиток системи факторів та умов, необхідних для його здійснення» [2, с. 55]. Таким чином, регіони повинні володіти певними передумовами (інноваційним потенціалом – науково-технічним, інфраструктурним, кадровим) для реалізації кожної з стадій циклу інноваційного процесу.

Інвестиційне забезпечення є одним з основних умов реалізації циклу інноваційного процесу і необхідне на всіх його стадіях. Існують різні форми, інструменти та джерела залучення інвестицій, що утворюють сучасну парадигму управління інвестиційним забезпеченням інноваційних процесів.

Морозов Ю.П. виділяє наступні форми фінансування: акціонерне фінансування (шляхом емісії цінних паперів), кредитне фінансування, а також фінансування в рамках федеральних інноваційних програм (фінансування інноваційних програм за рахунок коштів федерального бюджету, позабюджетних джерел, спеціальних фондів, коштів іно-



Рис. 1. Класифікація і взаємозв'язок джерел, форм, методів та інструментів інвестиційного забезпечення інноваційних процесів

земних інвесторів, кредитних ресурсів під державні гарантії, державних зовнішніх запозичень) [3].

Мухамедьяров А.М. розрізняє дві форми фінансування інновацій – пряме і непряме. До прямих джерел відносить бюджетні (федеральні і регіональні) кошти, позабюджетні фонди, власні кошти підприємств (об'єднань), кредити, інноваційні інвестиції, спеціальні фонди, інноваційні іноземні кредити для венчурних організацій, які розробляють наукомісткі нововведення, гранти, а також інші джерела (страхові фонди, в майбутньому венчурні фонди, цільові благодійні надходження). До непрямих інструментах підтримки інновацій віднесені податкові пільги та знижки; податковий кредит; кредитні пільги; фінансові санкції за невиконання договорів і зобов'язань; лізинг спеціального наукового обладнання та стендів; митні пільги; амортизаційні пільги; науково обґрунтоване ціноутворення на науково-технічну продукцію; а також державний протекціонізм в міжнародному науково-технічному співробітництві.

Таблиця 1

Характеристика стадій інноваційного процесу

Стадія інноваційного процесу	Комплекс робіт	Передумови реалізації	Необхідна інфраструктура
Наука	Генерація ідей	Знання, доступність до інформаційних ресурсів	Вишу, науково-освітні центри
	Науковий пошук (фундаментальні та прикладні дослідження)	Знання	Вишу, науково-освітні центри, науково-дослідні інститути, центри колективного користування
	Захист інтелектуальної власності	Рівень наукових розробок	Патентне бюро
Трансфер	ТЕО	Наявність менеджерів у команді	«Пакування» компанії
	Створення прототипу продукту	Активність інноваторів	Інноваційно-технологічні центри, центри трансферу технологій, центри стандартизації, сертифікації
	Тестування продукції, відпрацювання технології	Наявність висококваліфікованих фахівців	Інноваційно-технологічні центри, центри трансферу технологій
Виробництво	Пілотне виробництво продукції, досвід продажу	Прагнення підприємств до виробництва інноваційної продукції, високотехнологічна матеріально-технічна база	Інноваційні бізнес-інкубатори, технополіси, технопарки
	Масове виробництво і збут продукції	Високотехнологічна матеріально-технічна база підприємств	Промислові парки і зони
	Вихід на ринок IPO	Наявність чіткої стратегії розвитку бізнесу, системи якісного корпоративного управління	Консультаційні та аудиторські агентства

цтві, включення інноваційних проектів новаторів (у тому числі ініціативних) в комплексні федеральні і державні науково-технічні, інноваційні програми; певні пільги для наукових організацій при ремонті складних дослідно-експериментальних установок і обладнання [4].

У запропонованих різних авторами класифікаціях форм і джерел інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності спостерігається своєрідне змішання методів і інструментів залучення інвестиційних ресурсів. Різноманіття джерел, форм, методів і інструментів інвестиційного забезпечення викликало необхідність їх класифікувати і показати взаємозв'язок, збудувавши структурну схему, представлену на малюнку 1.

За рівнем управління державні джерела інвестування бувають: федеральні (бюджетні кошти, позабюджетні фонди), регіональні, а також інституційні. Фінансування за рахунок залучених коштів з економічної позиції можна розділити на пряме або венчурне інвестування, боргове (позикове фінансування, кредитування) і державну підтримку у вигляді коштів, що залучаються на реалізацію інноваційних проектів в рамках федеральних, регіональних програм і програм державних інститутів розвитку.

Позикове (боргове) фінансування в чистому вигляді при фінансуванні інноваційного підприємства застосовується дуже рідко, оскільки інноваційна компанія:

- не має можливості надати заставу чи інші гарантії повернення кредиту;
- не має повноцінної історії господарської діяльності та кредитної історії;
- знаходиться на інвестиційній стадії розвитку, прибуток – мінімальний.

Сутність венчурного інвестування пояснює семантика терміну «венчур». У перекладі з англійської слово *venture* означає «ризиковане підприємство», причому це слово має той самий корінь, що і *adventure*, тобто «пригода» або «авантюра». Для компаній ранніх стадій не ясні перспективи їх діяльності на найближчі кілька років, для інноваційного ж бізнесу фактори невизначеності та ризику ще більш великі. В обмін на високий рівень ризику інвестор очікує і високу прибутковість. Таким чином, інвестування в інноваційні проекти, пов'язані з підвищеним ризиком, отримало назву венчурного інвестування.

Венчурне інвестування передбачає придбання частки в проекті. Інвестування в проект передбачає право на участь в управлінні бізнесом і пропорційний розподіл прибутку. Крім того інвестор приймає на себе всі ризики, в тому числі і ризик повної втрати інвестицій. Венчурним інвестиціям властиві такі ознаки як довгостроковість, низьколіквідність, а також вони заздалегідь обмежені за часом (не більше 5-7 років). Крім того, до інвестицій компанія додатково отримує серйозний «бонус» – досвід, зв'язки і знання свого інвестора. Як правило весь прибуток йде на розвиток бізнесу. Інвестор отримує повернення інвестицій і прибуток за фактом продажу компанії (свої частки в компанії). Основною метою інвестора є швидке і максимально можливе збільшення капіталізації (вартості) компанії.

Венчурний інвестор не зацікавлений в придбанні дуже значною (більше 60%) частки або компанії повністю, так як в цьому випадку у ініціаторів проекту пропадають стимули до його розвитку, а до венчурного інвестору переходять всі ризики власника.

Венчурний капітал надається формальними і неформальними секторами учасників індустрії венчурних інвестицій. Формальний сектор венчурного капіталу представлений посівними, венчурними фондами та іншими венчурними компаніями. Посівні фонди як державні (Фонд сприяння розвитку малих форм підприємств у науково-технічній сфері), так і недержавні (Фонд Посівного Фінансування Microsoft) здійснюють інвестування малих інноваційних компаній на початковій стадії їх розвитку шляхом покупки частки в компанії.

Венчурні фонди здійснюють інвестування середніх і великих компаній на більш пізніх стадіях розвитку. Неформальний сектор представляють стратегічні інвестори і бізнес-янгели.

Становлення і розвиток ринкових відносин в Україні здійснюються відповідно до особливостей національної господарської системи, а тому не всі методи західної економіки можна повністю застосовувати. Тому є необхідність розвитку методичних основ оцінки економічної ефективності інноваційних проектів, що відповідають розвитку та змінам в економіці України [5].

Так, зокрема, російський науковець О.В. Чмирьова в одній із своїх наукових праць «Удосконалення системи державної підтримки малого інноваційного бізнесу» зупинилася на наступному визначенні терміну інновація – це кінцевий результат інноваційної діяльності, втілений у вигляді нового або удосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або удосконаленого технологічного процесу, використовуюваного в практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг [6].

Необхідною умовою для зміцнення технологічної конкурентоспроможності будь-якої країни є наявність механізму, що має стимулювати практичне впровадження наукових рішень, нові методи виробництва і нові продукти та характеризуються, як правило, національними ознаками, тобто в процесі реалізації обраних стратегій інноваційного розвитку економік уряди держав формують власну систему пріоритетів та переваг з урахуванням визначених стратегічних завдань [7].

До найбільш типових механізмів стимулювання інноваційної діяльності у міжнародній практиці належать заходи економічної та бюджетної політики:

- 1) включення витрат у науково-дослідні розробки приватного сектора в собівартість продукції;
- 2) списання значної частини наукового устаткування за прискореною системою нарахування норм амортизації;
- 3) застосування системи адресних податкових пільг, спрямованих на постійне нарощування обсягу наукових витрат у великих корпораціях і на залучення дрібного і середнього бізнесу до інноваційної діяльності у сфері нових технологій;
- 4) пільгове кредитування науково-технічних розробок і пайове фінансування значних проектів, створення інституційних умов для розвитку венчурного фінансування;
- 5) безоплатна передача або надання на пільгових умовах державного майна або землі для організації інноваційних підприємств (в основному у сфері освіти або для дрібного і середнього бізнесу), а також для створення наукової інфраструктури в регіонах [8, с. 431].

Висновки з проведеного дослідження. Інноваційний розвиток української економіки неможливий без активізації регіональних інноваційних

процесів. Для цього потрібно не тільки створення сприятливого інституційного середовища, вивчення відповідних фінансових ресурсів, але

і запуск тих механізмів, які здатні створювати синергетичний ефект, тобто прискорювати інноваційний процес в регіоні.

Список літератури:

1. «Управление инвестиционным обеспечением инновационных процессов на региональном уровне» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/upravlenie-investitsionnym-obespecheniem-innovatsionnykh-protsessov-na-regionalnom-urovne>. Назва взята з титулу екрана.
2. Николаев А.И. Инновационное развитие и инновационная культура / А.И. Николаев // Наука и наукознание. – 2001. – № 2. – С. 55.
3. Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент : учеб. пособие для вузов / Ю.П. Морозов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 446 с. ISBN 5-238-00197-5.
4. Мухамедьяров А.М. Инновационный менеджмент : учеб. пособие / А.М. Мухамедьяров. – 2-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 137 с. ISBN 978-5-16-003094-4.
5. «Оценка экономической эффективности инновационных проектов в системе предпринимательства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/otsenka-ekonomicheskoi-effektivnosti-innovatsionnykh-proektov-v-sisteme-predprinimatelstva>. Назва взята з титулу екрана.
6. «Удосконалення системи державної підтримки малого інноваційного бізнесу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dissercat.com/content/sovershenstvovanie-sistemy-gosudarstvennoi-podderzhki-malogo-innovatsionnogo-biznesa>. Назва взята з титулу екрана.
7. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком / С.М. Ілляшенко. – 2-ге вид, перероб і доповн. – Суми : Університетська книга; К. : Княгиня Ольга, 2005. – 324 с.
8. Ільєнко О.В. Регулювання інноваційної діяльності в Україні / О.В. Ільєнко // Трансформація національних моделей економічного розвитку в умовах глобалізації. – К., 2013. – С. 430-431.

Дегтярева С. А.

Высшее учебное заведение Укоопсоюза
«Полтавский университет экономики и торговли»

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Резюме

В статье рассмотрен теоретический материал по инновационной и инвестиционной деятельности, доказана взаимосвязь инноваций с инвестициями. Предложено инновационный процесс разделить на стадии для эффективности контроля, которые подробно охарактеризованы. Также классифицирована взаимосвязь источников, форм, методов и инструментов инвестиционного обеспечения инновационных процессов.

Ключевые слова: инновация, инвестиция, инвестиционная деятельность, инвестиционный процесс.

Degtyareva S. A.

Higher Education Institution Ukoopspilka
«Poltava University of Economics and Trade»

DEVELOPMENT OF INNOVATION AND INVESTMENT ENTERPRISE IN MODERN CONDITIONS

Summary

In the article the theoretical background of innovation, investment, demonstrated the relationship of innovation investments. An innovative process is divided into stages for the effectiveness of controls that are described in detail. Also classified interconnection of sources, forms, methods and tools of investment support innovation processes.

Key words: innovation, investment, investment activities, investment process.

УДК 335.64

Дороженко Л. І.Вінницький навчально-науковий інститут економіки
Тернопільського національного економічного університету**СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ**

У статті розкриваються основні сутнісні підходи до трактування системи управління витратами. Визначено бачення різних науковців проблеми впровадження управління витратами, зокрема через систему бюджетування, посилення контролю за носіями, центрами виникнення і центрами відповідальності за витрати. Висвітлені основні елементи системи, такі як: облік, аналіз, контроль, планування, калькулювання. Окреслено невирішені проблеми у даній сфері дослідження.

Ключові слова: Витрати, управління витратами, оптимізація витрат, бюджетування, центри відповідальності, облік, аналіз, контроль витрат, планування, калькулювання, мінімізація витрат.

Постановка проблеми. В умовах сучасної конкуренції вітчизняним підприємствам надзвичайно важко знайти ефективні шляхи покращення фінансово – господарської діяльності. Значний вплив на погіршення функціонування підприємств зумовила світова фінансова криза, наслідки якої суттєво відчуваються і по сьогоднішній день. Нестабільність у сфері банківського кредитування, монополізація ринку, спад платоспроможного попиту є тими чинниками, які стримують розвиток економіки підприємства. Кожний суб'єкт господарювання, при здійсненні господарської діяльності враховує суму понесених витрат та одержаний дохід і визначає рівень економічного ефекту від реалізації своєї підприємницької ідеї. Від оптимізації та ефективного управління витратами значною мірою залежить успіх підприємства на ринку та його фінансовий результат.

Огляд останніх джерел, досліджень і публікацій. Щодо управління витратами, то у наукових колах точаться дискусії, стосовно трактування, основних завдань, складових системи управління витратами. Дослідженням цих питань займаються такі науковці як Голов С.Ф., Нападівська Л.В., Бутинець Ф.Ф., Чижевська Н.В., Панасюк В.М., Желюк Л.О., Савіцька Г., Цал-Цалко Ю., Карпова Т.М та інші.

Так Голов С.Ф. стверджує, що специфічна функція управління, яка забезпечує планування, організацію, мотивацію, контроль та регулювання витрат діяльності; принципово нова система, яка дає змогу чітко відстежувати, аналізувати й контролювати витрати є система управління витратами. Ю.Б. Кравчук, А.М. Турило зазначають, що управління витратами – це процес цілеспрямованого формування оптимального рівня витрат підприємства. Критерієм оптимізації є мінімум витрат, що дає змогу підприємству отримати певні конкурентні переваги на ринку збуту, вільно провадити свою цінову політику та за інших рівних умов досягти більш високих розмірів прибутку.

Також необхідно зазначити, що в процесі становлення системи управління витратами є труднощі, через низку причин:

по-перше – відсутність вхідної інформації, або її недоступність. Інформація про витрати підприємства не є публічною і дуже часто власники підприємств не дозволяють в будь – яких цілях використовувати таку інформацію;

по-друге відсутність чіткого нормативно – правового регулювання витрат, зокрема поділу їх на постійні та змінні, який дає змогу визначати беззбиткові обсяги виробництва на підприємстві;

по-третє система управління витратами здебільшого направлена на задоволення внутрішніх

потреб підприємства. Процес впровадження системи управління підприємством залежить тільки від волі керівника підприємства, не зобов'язується і не регулюється державою, тому не на всіх суб'єктах господарювання застосовується практика управління витратами. Що є підставою для недостатнього дослідження цієї системи.

Метою статті є вивчення теоретичних аспектів системи управління витратами в сучасних умовах.

Основний матеріал і результати. Одностайної думки стосовно сутності поняття управління витратами не існує. Під управлінням витратами, загалом, розуміють процес цілеспрямованого формування витрат щодо їхніх видів, місць та носіїв за постійного контролю рівня витрат, стимулювання їхнього зниження. Управління витратами є важливою функцією економічного механізму будь – якого підприємства [4, с. 44].

Як зазначає Косинська О.В. у своїй статті основним завданням управління витратами є пошук шляхів найефективнішого використання наявних обмежених ресурсів за допомогою основних функцій: планування, калькулювання, обліку, аналізу і контролю витрат внутрішньовиробничої діяльності, які взаємопов'язані між собою. Кожна окрема господарююча структура на підприємстві виконує ті чи інші функції управління витратами, але перед усіма ними стоїть одне завдання – оптимізація витрат.

Низка авторів, серед яких Давидович І.Є., Голов С.Ф., Мудра Т.М., Турило А.М., Ковтун С., Христенко Л.М. сходяться до думки, що управління витратами визначається головним чином як контроль за рівнем та формуванням витрат в сторону їх зниження.

Та необхідно відмітити, що управління витратами не може зводитись лише до мінімізації витрат, так як це може призвести до скорочення об'єму виробництва продукції. Оптимально-необхідний рівень витрат необхідно розраховувати заздалегідь, на стадії планування витрат, за допомогою комплексного економічного аналізу.

Т.М. Остапенко висловлює думку, що мінімізація витрат без врахування чинників може привести до таких негативних результатів як:

– втрата персоналу (мінімізація витрат на оплату праці), зниження обсягів реалізації продукції через падіння її якості (мінімізація матеріальних витрат, застосування застарілих видів сировини і матеріалів), втрата постачальників (мінімізація витрат на збут) та ін.;

– зниження якості обслуговування працівників (мінімізація витрат управління), відмова від виробництва за реалізації різних видів продукції (товарів, робіт, послуг), які користуються попи-

том (мінімізація витрат на освоєння новітніх технологій виробництва тощо);

– зниження технічного рівня виробництва (економія матеріальних та трудових витрат);

– недосконалість організації структури системи управління виробництвом та підприємством в цілому (скорочення адміністративно-управлінських витрат та загально-виробничих витрат) [1, с. 88].

Олех Н.Л. зазначає, що найбільш доцільною й ефективною є організація управління витратами відповідно до виробничої структури підприємства, що дає змогу пов'язати діяльність кожного підрозділу з відповідальністю конкретних осіб, оцінивши при цьому результати його функціонування та внесок у діяльність усього підприємства. Для цього організовується контроль витрат за носіями, центрами виникнення і центрами відповідальності за витрати [2, с. 143].

Залежно від технології виробництва та характеру продукції, що випускається, носіями витрат можуть бути вироби (напівфабрикати), групи однорідних виробів, види робіт тощо. Іншими словами, це види продукції підприємства, призначені для реалізації.

Звернувши увагу на історію виникнення вчення про управління витратами, відмітимо, що дана теорія виникла на початку 50-х років XIX ст. у США. Її вперше сформулював американський вчений А. Хігінс. Основою теорії було визначення витрат за центрами відповідальності.

Згідно з сучасним тлумаченням, центром відповідальності є сегмент діяльності підприємства, який очолює певна особа, що несе персональну відповідальність за встановлені показники роботи за даним сегментом.

У подальшому концепція центрів відповідальності знаходила своє втілення в методах та моделях спеціального спрямування, зокрема в методі «тариф-година-машина», що був розроблений американським дослідником Спенсером А. Такером. Сутність цього методу полягає в тому, що центри відповідальності на рівні основного виробництва уособлюються за принципом закріплення груп устаткування (машин, агрегатів). Час роботи та вартість машино-годин визначають прямі витрати на оброблення [9, с. 46].

Радянські науковці також займалися дослідженням цього питання. Вони розглядали облік витрат за окремими дільницями. Наприкінці 1940-х років на підприємствах почали впроваджувати відкриття особових рахунків економії. А на початку 70-х рр. В. Б. Івашкевичем було визначено основні положення обліку витрат за центрами відповідальності.

Вітчизняні автори Кальєніна Н.В., Шумило Ю.О. вбачають основну мету у налагодженні системи управління саме в системі бюджетування, вони вважають, що впровадження на підприємстві системи бюджетування може розцінюватися як перший крок на шляху до управління витратами. При розробці бюджету підприємство обмежує розмір витрат, що плануються, і тим самим управляє ним [3, с. 46]. Бюджет компанії можна скласти з використанням нормативів витрат (нормування), а також шляхом жорсткого обмеження витрат структурних підрозділів та



Рис. 1. Система управління витратами

встановлення менеджментом компанії лімітів (лімітування). Як показує практика, оптимальним є сполучення цих методів: лімітування застосовується до тих статей витрат, для яких не встановлені норми (комерційні та загальногосподарські витрати тощо).

А російський науковець Бондина Н. зазначає, що в умовах ринку бюджетування являється основою планування – найважливішої функції управління. Вся система внутрішньовиробничого планування повинна будуватись на основі бюджетування [4, с. 29].

Шумило О.Ю. додає, що при побудові бюджетів на витрати необхідно насамперед, поділити матеріали за видами продукції, яка випускається на підприємстві. Далі технологи складають технологічні карти, в яких зазначається перелік всіх необхідних матеріалів для кожного випуску продукції. Наступний крок – це розробка норм, згідно з якими відбуватиметься використання матеріалів під відповідний вид продукції. Такі кроки допомагають побачити, яка кількість матеріальних ресурсів, необхідна для виконання того чи іншого замовлення, і скільки виробничих запасів необхідно для виконання додаткового замовлення.

Шеховцева В.А. вважає, що налагодження дієвого механізму управління накладними витратами дасть змогу керівництву підприємства вчасно отримувати необхідну і достатню інформацію для прийняття ефективних управлінських рішень. Він має бути зручним для підготовки і реалізації дій з управління накладними витратами і будувати його треба відповідно до основних завдань системи управління витратами.

Будь-яка система управління передбачає визначення об'єкта, суб'єкта, мети, завдань, функцій управління (рис. 1).

Об'єктом управління в системі управління витратами є процеси, операції, явища, які виникають на підприємстві під час його господарської діяльності, що розглядаються з точки зору здійснення витрат, тобто витрачання ресурсів [7, с. 47].

Витрати як об'єкт управління не завжди залежать від прийнятих управлінських рішень. Це пояснюється тим, що на підприємстві можуть виникати неконтрольовані витрати (наприклад, заміна деталей, устаткування, яке вийшло з ладу). Також часткова контрольованість витрат пояснюється і зовнішніми чинниками, такими як інфляційні процеси в країні, які ведуть до різких стрибків цін на матеріальні ресурси, зміною постачальників. Внаслідок виникнення незапланованих витрат та впливу зовнішніх факторів виникає не-

повна контрольованість витрат, та варіативний характер управління ними.

Так як управління витратами є органічною складовою системи управління підприємством загалом, то управління витратами має бути узгоджене і скоординоване з іншими об'єктами та сферами управління.

Управління затратами повинно мати превентивний (випереджальний характер). Багато затрат у діяльності підприємства безповоротні, а тому управління потрібно здійснювати частково до того як ці витрати виникають, а частково – у момент їхнього виникнення. Превентивність в управлінні затратами є основною характеристикою і багато в чому впливає на формування інших особливостей [8, с. 21].

Суб'єктом управління є власники та керівники підприємства, керівники середніх ланок, службовці, менеджери, робітники, тобто всі ті хто приймає участь у формуванні витрат підприємства.

Основною метою управління витратами вважається пошук шляхів найефективнішого використання наявних обмежених ресурсів за допомогою основних функцій: планування, калькулювання, обліку, аналізу і контролю витрат внутрішньовиробничої діяльності, які взаємопов'язані між собою (рис. 2). Косинська О.В. зазначає, що кожна окрема господарююча структура на підприємстві виконує ті чи інші функції управління витратами, але перед усіма ними стоїть одне завдання – оптимізація витрат.

Стосовно функцій системи управління, то твердження також розходяться. Частина авторів переконує, що система управління витратами передбачає наявність елементів управління. Зокрема, А.М. Турило, Ю.Б. Кравчук, А.А. Турило зазначають, що управління витратами є однією з найважливіших складових частин процесу управління підприємством. Загальна схема управління витратами складається з наступних елементів: мотива-

ція, контроль, облік, аналіз, прийняття рішень, планування, організація

Проте, наша думка сходиться до того, що облік, аналіз, контроль, планування, прогнозування, стимулювання зниження витрат є тими функціями, реалізація яких є невід'ємною складовою впровадження та реалізації системи управління витратами будь-якого підприємства.

Розглянувши схему функцій системи управління витратами, слід зазначити, що форми реалізації функцій відображають заходи, які необхідно реалізовувати на підприємстві задля отримання конкретних результатів. Так, функція прогнозування передбачає застосування методів прогнозних оцінок для визначення ймовірних даних щодо об'єктів, які впливають на формування витрат. Планування витрат здійснюється з метою визначення необхідного рівня витрат для забезпечення ефективної роботи підприємства, а також обчислення прибутку, який буде отримано за певного рівня і структури витрат [10, с. 20].

Планування і прогнозування здійснюється на короткострокову і довгострокову перспективу. Планування витрат особливо необхідне при освоєнні нових ринків збуту, випуску нових видів продукції, нарощуванні потужностей виробництва, тобто витрат, пов'язаних із значним обсягом капітальних вкладень.

За допомогою аналізу виявляються відхилення фактичних даних від планових і причини цих відхилень. Аналіз витрат – одна з найважливіших функцій на початковій стадії управління витратами. Здійснюється з метою раціональнішого використання виробничих ресурсів, зменшення та економії витрат на виробництво, забезпечення зростання прибутку.

Аналіз дає змогу виявити відхилення фактичних даних від планових і їхні причини, визначити вплив факторних показників на зміну головного (результативного) показника, виявити резерви

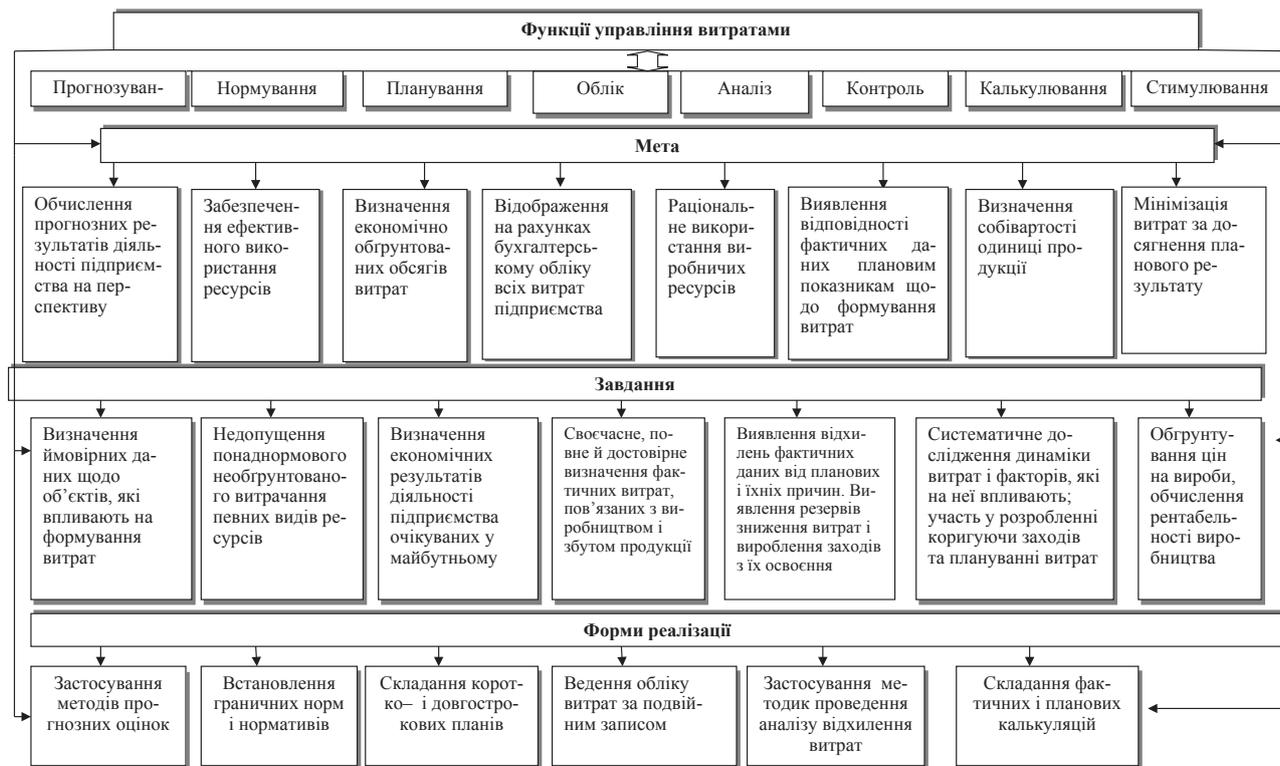


Рис. 2. Функції управління витратами

зниження витрат і виробити заходи з їх освоєння. Дозволяє оцінити роботу підприємства в динаміці за тривалий період часу, порівнювати результати діяльності з аналогічними підприємствами в галузі. При цьому застосовуються різні методики аналізу витрат підприємства

При калькулюванні визначається собівартість одиниці продукції. Калькуляція є основою для встановлення ціни на продукцію, визначення рентабельності виробництва. Кінцевим результатом калькуляційних розрахунків є складання калькуляції, тобто документу, в якому представлені всі витрати на виробництво і реалізацію одиниці

конкретного виду продукції у розрізі статей калькуляції.

Висновки. В ході дослідження автором було проаналізовано погляди різних науковців на теоретичні аспекти та критеріальні ознаки побудови системи управління витратами. Частина авторів висвітлює своє бачення у мінімізації витрат при заданих обмежувальних чинниках. Інші висловлюють тезу, щодо контролю витрат за носіями, центрами виникнення і центрами відповідальності. Низка авторів, включаючи російських науковців, вбачають основою управління витратами – бюджетування.

Список літератури:

1. Економічна сутність управління витратами Т. М. Остапенко // Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка», № 2'2013. – С. 85-91.
2. Система управління витратами виробництва за центрами відповідальності / Н. Л. Олех // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 4. – С. 143-150.
3. Інструментарій системи управління витратами підприємства [Текст] / Н. В. Кальєніна // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємство : науково-виробничий журнал. – 2011. – № 4. – С. 104-106.
4. Бондина Н. Бюджетирование – основа системы управления затратами / / Международный сельскохозяйственный журнал : Научно-производственный журнал о достижениях мировой науки и практики в агропромышленном комплексе / М-во сельского хозяйства РФ. – М., 1957. – 2011. – № 3. – С. 28-29.
5. Голов С. Ф. Управлінський облік : підручник / С. Ф. Голов. – К. : Лібра, 2008. – 704 с.
6. Турило А. М. Управління витратами підприємства : навч. посібник / А. М. Турило, Ю. Б. Кравчук, А. А. Турило. – К. : Центр учбової літератури, 2006. – 120 с.
7. Данилко В. К., Кушніренко О. М., Марченко К. С. Управління витратами : навч. посібник. – К. : Каравела, 2012. – 216 с.
8. Козаченко Г. В., Погорелов Ю. С., Хлапшов Л. Ю., Макухін Г. А. Управління затратами підприємства : монографія. – Київ : Лібра, 2007. – 320 с.
9. Управління витратами : навч. посіб. / М. Г. Грещак, В. М. Гордієнко, О. С. Коцюба та ін.; За заг. ред. М. Г. Грещака. – К. : КНЕУ, 2008. – 264 с.
10. Давидович І. Є. Управління витратами : навчальний посібник. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 320 с.

Дороженко Л. И.

Винницкий учебно-научный институт экономики
Тернопольского национального экономического университета

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Резюме

В статье раскрываются основные сущностные подходы к трактовке системы управления затратами. Определено видение разных ученых проблемы внедрения управления затратами, в частности через систему бюджетирования, усиление контроля за носителями, центрами возникновения и центрам ответственности за затраты. Освещены основные элементы системы, такие как: учет, анализ, контроль, планирование, калькулирование. Определены нерешенные проблемы в данной сфере исследования.

Ключевые слова: расходы, управление затратами, оптимизация затрат, бюджетирование, центры ответственности, учет, анализ, контроль затрат, планирование, калькулирование, минимизация затрат.

Dorozhenko L. I.

Vinnitsia Training and Research Institute of Economy
Ternopil National Economic University

COST CONTROL ENTERPRISE AND ITS IMPROVEMENT AREAS

Summary

In this article the main substantive approaches to the interpretation of cost management. Definitely different vision researchers the problem of implementing cost management, particularly through the budgeting, strengthening control over the media, centers of origin and centers of responsibility for costs. The basic elements of the system such as: accounting, analysis, control, planning and costing. Outlined unsolved problems in this area of research.

Key words: costs, cost management, cost optimization, budgeting, responsibility centers, accounting, analysis, cost control, scheduling, costing, cost minimization.

УДК 332.135

Жигалкевич Ж. М.

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

КЛАСТЕРИ ВЗАЄМОДІЮЧИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ

Зроблено спробу розробити класифікацію кластерів взаємодіючих підприємств. За її допомогою можна створювати кластери взаємодіючих підприємств, які зорієнтовані на отримання синергетичного ефекту й підвищення ефективності виробничо-технологічних і науково-інформаційних зв'язків.

Ключові слова: кластер, взаємодіючі підприємства, типологія, закономірності, класифікація.

Постановка проблеми. Нині у науковій фаховій літературі приділяється підвищена увага проблемам стимулювання кластероутворення взаємодіючих господарюючих суб'єктів. Кластери взаємодіючих підприємств – це система наукового, технологічного та просторового сполучення виробництв на засадах комплексного використання наявних ресурсів, спрямованих на досягнення найбільшої господарської ефективності та виготовлення конкурентоспроможної продукції. За своєю економічною сутністю кластери займають проміжне місце між автономними організаціями, регіональними промисловими комплексами і галузевими альянсами, поєднуючи в собі риси всіх зазначених видів економічних систем. Серед причин актуалізації кластерних процесів можна виділити декілька. Зокрема, стимулювання інноваційної компоненти промислової економіки, необхідність підвищення конкурентоспроможності продукції на зовнішньому та внутрішньому ринках, сприяння налагодженню взаємодії учасників кластера на основі надійних коопераційно-коєволюційних домовленостей. Кластери можуть мати різні напрями: інноваційні, промислові, будівельні, галузеві, територіальні, кластери змішаних типів тощо.

Економічне вивчення кластерних утворень полягає в дослідженні закономірностей інтеграційних процесів. Закономірність являє собою часткову конкретну форму прояву одного закону чи взаємодії декількох законів. Виявлення закономірності явищ вказує на наявність закону в їх походженні та розвитку. Таким чином, важливою умовою закономірностей об'єднання в кластери стає правильна, науково обґрунтована типологія і класифікація кластерів. Класифікація кластерних структур дозволяє здійснювати «прив'язку» типу інтеграції до конкретного типу кластерної стратегії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням типології та класифікації кластерів присвячено праці зарубіжних та вітчизняних учених, зокрема: М. Портера, А. Маркусена, М. Ричарді, К. Наувеларса, Д. Хані, Дж. Вейса, Г. Боуша, Ю. Громіка, Д. Стеченка, С. Соколенка, Г. Семенова, В. Третьяка та інших. Проте багато аспектів поки що не мають достатнього теоретичного обґрунтування і потребують широкого спектра спеціальних наукових досліджень.

Мета статті. Головною метою поданого дослідження є поглиблення теоретичних основ щодо класифікації кластерів взаємодіючих підприємств.

Виклад основного матеріалу. У світовій економіці існує багато підходів щодо типології та класифікації кластерів. Це пояснюється великою кількістю та невизначеністю кластерних характеристик, які використовуються в якості класифікаційних ознак. Тому, очевидно, до цього часу немає загальноприйнятої типології та класифікації кластерів.

Під типологією розуміють метод наукового пізнання, що ґрунтується на поділі сукупності об'єктів на групи за певними характерними властивостями [1, с. 74].

Істотне значення для виявлення типів кластерів має класифікація їх за характерними ознаками. Серед методів класифікації можна виділити два найбільш значущі: групування та багатомірної (автоматичної) класифікації, або кластерного аналізу. Останній дає змогу повніше відобразити різноманітність змістовності типу об'єктів, ніж метод групувань. Класифікація кластерних об'єднань дозволяє визначити, належить або не належить об'єкт до того чи іншого класу, починаючи з простого віднесення його до класу відповідно до визначеного кількісного значення будь-якої ознаки і закінчуючи використанням складних методів розпізнавання об'єктів, що можуть бути використані лише за допомогою комп'ютерних програм.

«Класифікація означає поділ за допомогою будь-якого формального методу початкової сукупності об'єктів на класи, які відрізняються один від одного якісними ознаками. Тому класами слід називати результати здійснення класифікації за якісними ознаками. Якщо термін «типологія» тісно пов'язаний із змістовною характеристикою відповідного поділу сукупності на групи з певними рівнями пізнання, то термін «класифікація» не має гносеологічного змісту» [1, с. 75].

Важливими аспектами класифікації кластерів є причинні (передумови, умови та стадії формування), структурно-функціональні (поєднання підгалузей, виробництв, спеціалізація), технологічні (завершеність виробництва, його взаємозв'язок) ознаки. Їх об'єднують три взаємопов'язані наукові підходи до типології – просторовий, економічний і технологічний.

Питанням типології і класифікації кластерів приділили увагу багато економістів, вкладаючи в основу різні ознаки. Наприклад, А. Маркусен виділяє чотири класи кластерів залежно від типів фірм і організацій, що входять в ці кластери:

- кластери Маршала (Marshallian clusters), що складаються з географічно концентрованих середніх і малих підприємств;
- hub-and-spoke кластери, в яких домінують великі централізовані фірми;
- сателітні платформи (Satellite platforms), в яких домінують філії виробництв (заводів) іноземних компаній;
- державно-засновані кластери (State-Anchored clusters), в яких основну роль відіграють державні організації та підприємства [2].

Певні політичні дискусії викликає розділення кластерів на «статистичні» і «інституційні». Якщо перші визначаються за допомогою статистичного аналізу, то другі – особами, що приймають рішення. Деякі країни і регіони виділяють обидва типи

кластерів, які частково перекривають один одного, але рідко збігаються повністю.

Існують класифікації кластерів, засновані на концепціях життєвого циклу. Серед них виділяють: виникаючі, зростаючі, стабілізовані (що знаходяться у стадії насичення) і згасаючі кластери [3].

У роботі М. Ричарді кластери класифіковано за: – стадією еволюції – ембріональні, що встановлюються, стабілізовані;

– мірою секторальної спеціалізації (глибина зв'язків) – глибокі, вузькі та невідомі кластери;

– динамікою зайнятості – зростаючі, спадаючі, стабільні;

– рівнем конкурентоспроможності – конкурентоздатні на міжнародному, національному та регіональному рівнях [4].

Інститут дослідження економіки Фінляндії виділяє наступні типи кластерів: сильний (лісовий і інформаційно-телекомунікаційний кластери); стійкий (металургійний, енергетичний, машинобудівний); потенційний (бізнес-послуги, охорона здоров'я) і латентний (харчовий, будівельний) [5].

В дослідженнях К. Наувеларс виділені мега-серія-кластери портерівського типу, кластери локальних мереж і кластери, засновані на знаннях (knowledge-based clusters). Перші розглядаються на макро- і мезорівнях. Другі – на мікрорівні; треті – на мікро- і мезорівнях, метою яких є прискорення потоків знань між експертними центрами і компаніями. До кластерів локальних мереж можна віднести також мікрокластери [6].

Класифікація запропонована представниками Токійського інституту технологій, заснована на поділі кластерів за двома основними типами: індустріальний і інтелектуальний [7].

Д. Хані та Дж. Вейс пропонують наступну класифікацію індустріальних кластерів заснованих на:

- оптимізації ефективності;
- унікальних властивостях компанії;
- на розділі виробничих процесів;
- на пов'язаності ринків;
- загальних технологіях і продуктивній лінійці;
- системних взаємозв'язках;
- контролі над збутом [8].

Міжнародною організацією економічного розвитку та співробітництва (OECD) запропонована галузева класифікація інноваційних кластерів:

– засновані на науковій базі (авіабудування; біотехнології);

- «інтенсивного розміру» (автомобілебудування);
- постачальників (обробка природних ресурсів);
- спеціалізованих виробників (виробники комплектуючих комп'ютерної техніки) [9].

М. Портер, який вважається засновником кластерної теорії, виділяє два основні види кластерів:

– вертикальні, що складаються з підприємств і виробництв, пов'язаних відносинами «продавець-покупець»;

– горизонтальні – включають підприємства і виробництва, які можуть ділити між собою спільні ринки продуктів, використовувати однакові або схожі технології, професійну робочу силу та інші загальні ресурси [10].

Російський економіст Г. Боуш серед найбільш поширених класифікаційних критеріїв виділяє: тип виробленої кластером продукції; місцеположення; функціональне призначення кластера; характер відносин між учасниками кластерного утворення; рівень розвитку [11].

Ю. Громико виділив такі типи кластерів: інфраструктурно-інноваційний, інфраструктурний, ультраструктурний метапромисловий і адаптацій-

но-технологічний. Основою класифікації є завдання формування кластера [12].

Вітчизняний економіст С. Соколенко у своїх наукових розробках пропонує класифікувати кластери за групами: конкурентні, стратегічні, виникаючі, зрілі, стабілізуючі [13].

У фахових дослідженнях Д. Стеценка кластери класифіковано за трьома напрямками їх генезису:

Перший – горизонтальна, тобто внутрішньогалузева, міжгосподарська кооперація підприємств (фірм), з метою підвищення спільного конкурентного потенціалу на ринку збуту виробленого продукту та послуг, більш активного впливу на ціни та інші умови їх реалізації, зміцнення фінансового положення.

Другий – багатопрофільна вертикальна міжгосподарська інтеграція, яка будується за принципом єдиного технологічного ланцюжка на договірній основі або з реєстрацією юридичної особи.

Третій – становлення багатопрофільних кластерних утворень, що об'єднують, як правило, підприємства різних галузей у межах компактною території як адміністративно-територіальної одиниці [14].

Застосування кластерного підходу є закономірним етапом розвитку економіки. Перший етап кластеризації економіки характеризується створенням галузевих кластерів, тобто об'єднанням підприємств та організацій однієї галузі.

Другий етап – створенням технологічних кластерів. Технологічний кластер – об'єднання підприємств та організацій, що входять в один технологічний ланцюжок. Сучасна економіка здебільшого функціонує за принципом технологічних кластерів. Особливо слід відзначити вплив технологічних кластерів на інноваційну діяльність компаній. Компанії усередині кластера не тільки краще уявляють собі потреби локального ринку, але завдяки тісним зв'язкам з іншими кластерними компаніями швидше дізнаються про застосування нових технологій, наявність сучасного обладнання, новітніх концепцій послуг і маркетингу. З'являється можливість координації зусиль і фінансових коштів виробників та постачальників в процесі відпрацювання нових технологій і виходу їх на ринок.

Третій етап еволюції кластерного підходу характеризується появою інноваційних кластерів [15]. Інноваційний кластер – це кластер, сформований на базі або маючий в своєму складі центри генерації наукових знань та бізнес-ідей, центри підготовки висококваліфікованих фахівців; що випускає продукцію, яка володіє довгостроковими конкурентними перевагами; діючий на перспективних зростаючих ринках або формуючий нові ринки збуту [16, с. 40].

На засадах узагальнення вищезазначеного та на основі власних досліджень розроблено підходи до класифікації кластерів взаємодіючих підприємств та наведено її в табл. 1.

Вбачається, що розроблені підходи до класифікації кластерів взаємодіючих підприємств дозволяють виявити найхарактерніші критерії та ознаки, які лежать в основі формування конкретного виду кластерних утворень. За їх допомогою можна створювати такі кластери взаємодіючих підприємств, які зорієнтовані на отримання синергетичного ефекту й підвищення ефективності виробничо-технологічних і науково-інформаційних зв'язків.

Висновки і пропозиції. Отже, створення кластерів взаємодіючих підприємств неможливе без пізнання закономірностей інтеграційних процесів.

Таблиця 1

Підходи до класифікації кластерів взаємодіючих підприємств

Критерій класифікації	Види	Критерій класифікації	Види
За напрямом спеціалізації ведучих галузей промисловості	Важкої індустрії. Нафто-гідроенергії. Індустрії-землеробства. Обробної індустрії. Обслуговуючої індустрії.	За типом господарської взаємодії	Матеріальні взаємодії. Фінансові взаємодії. Інформаційні взаємодії.
За найважливішими факторами формування	Виробничі кластери – це об'єднання підприємств, що здійснюють виробництво продукції (і супутніх послуг) шляхом виконання складальних операцій. Інноваційно-технологічні кластери – це об'єднання географічно локалізованих підприємств, що пов'язані виробничими зв'язками з метою створення інноваційної продукції та надання послуг суб'єктам інноваційної діяльності. Туристичні кластери – формуються на базі туристичних активів регіону і складаються з підприємств різних сфер, пов'язаних з обслуговуванням туристів. Транспортно-логістичні кластери – включають в себе комплекс інфраструктури і компаній, які спеціалізуються на зберіганні, супроводженні і доставці вантажів та пасажирів.	За ступенем інтеграції	Пряме адміністративне підпорядкування господарських одиниць на основі державної власності. Жорстка інтеграція на основі корпоративної власності. Холдинг (повний, частковий). Перехресне володіння акціями. Незначне об'єднання активів без права вирішального голосу. Довірче управління акціями. Договірна інтеграція. Часткова кооперація за окремими функціями або видами діяльності (збут, НДДКР та ін.). Інтеграція на основі стратегічних альянсів і неов'язкових угод про спільну діяльність. Довгострокові контракти відносини.
За характером територіального розміщення	Локальні. Регіональні. Національні. Транскордонні. Міжнародні.	За кількістю мозкових центрів	Моноцентричні. Біцентричні. Поліцентричні.
За складом і галузевою структурою	Територіальні. Галузеві. Міжгалузеві.	За способом утворення	Ініційовані. Природні.
За видом зв'язків між галузями, підприємствами і виробництвами	Виробничо-технологічні. Техніко-економічні. Організаційно-економічні. Партнерські. Комерційні. Ресурсні.	За цільовими установками	Зростання виробництва в межах існуючої номенклатури. Диверсифікація продукції. Зростання експортних можливостей. Економія фінансових витрат. Витіснення конкурентів. Проведення НДДКР. Виконання державного замовлення.
За складом учасників кластера	Сировинні групи. Фінансово-промислові групи. Торгівельно-промислові групи. Промислові групи (включають виключно промислові компанії).	За типом управління	Керівний комітет (рада). Управляюча компанія.
За особливістю відносин між учасниками кластера	Холдингові. Управлінські (нехолдингові), засновані на централізації ресурсів. Централізація постачання і збуту, в т.ч. бартерні ланцюжки і давальницькі схеми. Координація за допомогою кредитів, фінансово-інвестиційних, страхових та лізингових послуг. Регулювання доступу до інформаційних ресурсів і нових технологій. Координація розподілу пільг, що отримуються від держави і лобювання заходів державної підтримки. Управлінські (нехолдингові), засновані на угодах між учасниками (надання центрального елементом метакорпорації повного комплексу управлінських послуг). Передача низки функцій деяким виконавчим органам (просте товариство, договір про управління, центральні компанії, управлінські компанії, доміцильні товариства і т.ін.). Спільне заснування і використання необхідних ринкових структур (бірж, інвестиційних, торговельних, лізингових компаній і т.ін.). Управління постачанням і збутом.	За рівнем розвитку сфери діяльності	Розвинуті. Які розвиваються. Нерозвинуті.
За стійкістю взаємозв'язків	Довгострокові стійкі зв'язки. Короткострокові зв'язки (об'єднання для спільного кредитування та реалізації конкретних проектів).	За структурою	Кластери малих та середніх підприємств. Кластери з ядром із великих компаній. Кластери засновані на взаємодії великої кількості замовників та виконавців, що потребує розвинутого ринку субконтракції.
За типом взаємозв'язків	Відносини «один до багатьох». Відносини «багато до одного». Вертикальна інтеграція. Горизонтальна інтеграція. Радіальна інтеграція. Кругова інтеграція.	За розміром	Малі – включають до 50 організацій. Середні – від 50 до 200 організацій. Великі – понад 200 організацій.
		За організаційною формою	Неформальні – кластери з вільними відносинами між учасниками. Організовані – кластери у формі структурованого співробітництва.
		За характером домінуючих взаємозв'язків	Засновані на виробничо-технологічних зв'язках. Засновані на техніко-економічних зв'язках. Засновані на організаційно-економічних зв'язках.
		За ступенем диверсифікації діяльності	Спрямовані на випуск одного виду інноваційної продукції Спрямовані на випуск різноманітних видів інноваційної продукції
		За рівнем інформаційно-комунікаційного забезпечення	Слаборозвинуті – низький рівень використання інформаційно-комунікаційних технологій. Розвинуті – досконала база даних спільного використання, застосування технологій автоматичного визначення і стеження, наявність власної мережі «Інтранет».
		За укомплектованістю інфраструктури	Неповні – недостатній добір інфраструктурних компонентів для успішного розвитку інноваційної активності кластера. Досконалі – реальна модель інноваційно-технологічного кластера близька до ідеальної.
		За рівнем забезпеченості кадровим потенціалом	Слабозабезпечені – недостатній рівень освіти робітників, перевищення кількості працівників пенсійного віку, низька інноваційна активність кадрів. Забезпечені – високі показники продуктивності праці.

Джерело: розроблено на основі: [17, 18, 19]

У більшості випадків кластер – явище міжгалузеве: підприємства-постачальники належать до різних галузей і мають різну підпорядкованість. Вивчення з закономірності явищ і правильна, науково обґрунтована типологія і класифікація кластерів фактично стають важливою умовою об'єднання в кластери.

Відсутність єдиного методичного підходу

щодо класифікації кластерів підтверджує актуальність поданої проблеми. Зазначене стає важливим аспектом подальшого дослідження кластерів, зокрема у вивченні їх інституційного забезпечення, внутрішньої будови, організаційно-структурних механізмів та формуванні ідеальних моделей.

Список літератури:

1. Стеченко Д.М. Управління регіональним розвитком. Навч. посіб. / Д.М. Стеченко. – К. : Вища школа, – 2000. – 223 с.
2. Markusen A. Sticky places in slippery space: the political economy of postwar growth regions // Working paper № 79. – New Brunswick, New Jersey : Center for Urban Policy Research, 1994.
3. Nauwelaers C. Clusters and cluster policies: elements for European Benchmarking (the case of Flanders and Wallonia) // MERIT working paper: University of Maastricht, 2003.
4. Richardi M. (Undated). CIS-2: Toward an Identification of Regional Systems of Innovation // STEP Economics and University of Turin.
5. Кныш М.И. Стратегическое управление корпорациями. Издание 2-е, переработанное и дополненное / М.И. Кныш, В.В. Пучков, Ю.П. Тютюков. – СПб. : Культ-информ-пресс, 2002 г. – 240 с.
6. Nauwelaers C. Background Paper on Cluster Policies for the Trend Chart Policy Workshop «Innovative Hot Spots in Europe: Policies to promote trans-border clusters of creative activity», 5-6 May 2003, Luxembourg, 2003. – 46 p.
7. Третьяк В.П. Кластеры предприятий / В.П. Третьяк. – М. : Изд-во «Август-Борг». – 2006. – 132 с.
8. Heany D.F., Weiss G. Integrating Strategies for Clusters of Businesses // Journal of Business Strategy. – 1983. – № 4(1).
9. Pichugina M. Clusters in economy of Ukraine: conditions of creation and development / M. Pichugina // Business and management: diagnosis, strategy, efficiency: conference proceedings 4th International Scientific Conference. – Vilnius : Technika, – 2006. – P. 300.
10. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран : Пер. с англ. / М. Портер [Под ред. В.Д. Щетинина; Пер. с англ.: И.В.Квасюка и др.] – М. : Междунар. отношения, 1993. – 895 с.
11. Боуш Г. Типологизация, идентификация и диагностика кластеров предприятий: новый методологический подход [Электронный ресурс] / Г. Боуш. – Режим доступа : <http://finanal.ru/003>. – Заглавие с экрана.
12. Громыко Ю. Что такое кластеры и как их создавать? [Электронный ресурс] / Ю. Громыко // Альманах ВОСТОК. – 2007. – № 1(42). – Режим доступа : http://www.situation.ru/app/j_art_1178.htm.
13. Соколенко С.І. Кластеры в глобальной экономике / С.І. Соколенко. – К. : Логос, 2004. – 848 с.
14. Стеченко Д.М. Наукова сутність процесу кластеризації в сфері туризму [Електронний ресурс] / Д.М. Стеченко // Вісник Хмельницького інституту регіонального управління та права. – С. 376–380. – Режим доступа : <http://www.univer.km.ua/visnyk/684>. – Заголовок з екрану.
15. Петров Р.С. Формирование инновационных кластеров как способ активизации технологического трансфера в регионе [Электронный ресурс] / Р.С. Петров, Ж.Н. Аксенова // Российская Академия Естествознания. Научный журнал «Современные наукоемкие технологии». – 2008. – № 9. – Режим доступа : www.rae.ru – Заглавие с экрана.
16. Монастырский Е.А. Инновационный кластер / Е.А. Монастырский // Инновации. – 2006. – № 2 (98). – С. 38–43.
17. Проект Розпорядження Кабінету міністрів України від 2008 р. Про схвалення Концепції створення кластерів в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.chamber.ua/maillist>. – Заголовок з екрану.
18. Драчева Е.Л. Проблемы определения и классификации интегрированных структур / Е.Л. Драчева, А.М. Либман // Менеджмент в России и за рубежом. 2001. – № 4. – С. 37–54.
19. Семенов Г.А. Створення кластерних об'єднань в умовах нової економіки: Монографія / Г.А. Семенов, О.С. Богма. – Запоріжжя : КПУ, 2008. – 244 с.

Жигалкевич Ж. М.

Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт»

КЛАСТЕРЫ ВЗАИМОДЕЙСТВУЮЩИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

Резюме

Сделана попытка разработать классификацию кластеров взаимодействующих предприятий. С ее помощью можно создавать кластеры взаимодействующих предприятий, сориентированных на получение синергетического эффекта и повышение эффективности производственно-технологических и научно-информационных связей.

Ключевые слова: кластер, взаимодействующие предприятия, типология, закономерности, классификация.

Zhygalkevych Zh. M.

National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute»

CLUSTERS INTERACTING COMPANIES AND THEIR CLASSIFICATION

Summary

There was done an attempt to develop a classification of clusters of interacting enterprises. By dint of this classification the clusters of interacting enterprises that are focused on obtaining a synergistic effect and improving the efficiency of production and technological, scientific and informational links can be created.

Key words: cluster, interacting enterprise, typology, patterns, classification.

УДК 338

Жуков А. В.

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ПОКАЗНИКАМИ ДІАГНОСТИКИ ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

Досліджені теоретичні питання формування моделі вибору стратегії виробничо-господарської діяльності підприємства за показниками діагностики її ефективності. Розроблено методичку розрахунку рейтингу стану підсистем виробничо-господарської діяльності підприємства. За графічною візуалізацією отриманих результатів визначено зони резервів та зони відхилень, які дозволяють здійснити вибір субстратегії та фактори її забезпечення.

Ключові слова: стратегія, підсистеми виробничо-господарської діяльності підприємства, субстратегія, рейтинг стану, зона резервів, зона відхилень.

Постановка проблеми. В умовах ринкових відносин, самостійності та відповідальності підприємства за результати своєї виробничо-господарської діяльності виникає об'єктивна необхідність формування такої економічної стратегії діяльності, яка б враховувала тенденції змін її стану та орієнтувала на економічні можливості і перспективи. Тобто ключовою задачею стратегічного управління виробничо-господарською діяльністю підприємства є розроблення стратегії створення оптимальних можливостей діяльності на основі існуючих ресурсів з використанням стратегічних факторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Термін «стратегія» увійшов в економіку з військового лексикону, де він означає мистецтво й науку управління військовими підрозділами у тривалих військових кампаніях [1].

Сьогодні існує декілька загальнопризнаних підходів до стратегії:

розгляд стратегії як функції системи управління [2];

визначення стратегії як системи з керуваними та керованими елементами, прямими та зворотними зв'язками [3];

представлення стратегії як позиції або як процесу [4; 5].

В загальному випадку це поняття використовується для визначення довгострокових заходів і підходів, спрямованих на досягнення встановлених стратегічних цілей.

Виділення не вирішених частин загальної проблеми. Більшість вітчизняних підприємств сьогодні не мають достатнього досвіду й відповідної інформаційної бази для розроблення стратегії виробничо-господарської діяльності. Необхідні методичні розробки в даній області відсутні. Тому сьогодні підприємствам потрібна модель формування системи цілей діяльності, засобів їх досягнення та критеріїв оцінювання. На такій підставі пропонується вважати стратегічним орієнтиром (пріоритетом) результати аналізу в рамках діагностики ефективності виробничо-господарської діяльності.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є розроблення моделі структурної стратегії виробничо-господарської діяльності підприємства, де в якості класифікаційної ознаки буде визначатися ступінь досягнення відповідних показників складових її ефективності.

Виклад основного матеріалу. Стратегія будь-якої діяльності підприємства деякою мірою є функціональною підсистемою ефективного використання ресурсів підприємства й пов'язана з підсистемами забезпечення цієї діяльності. Тобто під

стратегією виробничо-господарської діяльності підприємства можна розуміти комплексну програму дій щодо забезпечення бажаного рівня ефективності цієї діяльності. Зв'язок процедур діагностики з формуванням стратегії виробничо-господарської діяльності підприємства показаний на рис. 1.



Рис. 1. Взаємозв'язок процедур діагностики з формуванням стратегії виробничо-господарської діяльності підприємства

У процесі діагностики ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства здійснюється інтерпретація даних інформаційної підсистеми, обґрунтовуються аналітичні викладення, які складають основу для прийняття управлінського рішення щодо вибору стратегії виробничо-господарської діяльності підприємства. Такий підхід до вибору стратегії відбиває управлінську природу діагностики і потребує подальшого дослідження структури стратегії.

Під структурою стратегії виробничо-господарської діяльності підприємства розуміється сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих елементів, яка виявляється за допомогою деякої класифікаційної ознаки. Використання класифікаційних моделей стратегії виробничо-господарської діяльності підприємства має важливе аналітичне значення вже на початковому етапі вибору стратегії. Застосування таких моделей дозволить ідентифікувати стратегію та розподілити її на субстратегії й здійснити аналіз-синтез в цілому. Структуру стратегії виробничо-господарської діяльності підприємства складають такі субстратегії: виробнича, фінансова, кадрова, інвестиційна, інноваційна, матеріально-технічна, маркетингова, екологічна та ін.

Використання традиційних моделей прогнозування в умовах ринку не завжди приводить до оптимального рішення. Тому пропонується спеціальна модель структурної стратегії виробничо-господарської діяльності підприємства, де в якості класифікаційної ознаки буде визначатися ступінь досягнення відповідних показників складових її ефективності. Такий підхід забезпечить стратегічну єдність, збалансованість та узгодженість цілей, засобів і показників діагностики ефективності.

Вибір стратегії на початковому етапі є процедурою прийняття управлінського рішення про практичну реалізацію. Потім цей вибір перетворюється в ітеративний процес формування, аналізу й оцінки, який також завершується прийняттям управлінського рішення. Модель вибору стратегії виробничо-господарської діяльності підприємства має базуватися на результатах аналітичних процедур діагностики її ефективності. Принципово ця модель може складатися з двох основних частин: дослідження й формування сукупності субстратегій в залежності від реального стану показників ефективності підсистем виробничо-господарської діяльності підприємства та від сценаріїв розвитку; вибір певної стратегії, яка узгоджується із загальною стратегією підприємства (зберігає еволюційний характер діяльності), має внутрішню узгодженість своїх структурних компонентів (реалізується на єдиній інформаційній базі), узгоджується з умовами та потенціалом змін зовнішнього середовища. Особливе місце в процесі аналітичного забезпечення вибору стратегії виробничо-господарської діяльності підприємства займає взаємозв'язок між показниками діагностики її ефективності, який дозволить визначити резерви перспективного розвитку підсистем діяльності.

Аналіз меж змін показників складових ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства дозволить оцінити рейтинг стану її підсистем, встановити певний тип реалізації субстратегії (зростання, підтримка чи скорочення) та виявити відповідні резерви. Слід відзначити, що виробничо-господарська діяльність є основою будь-якого промислового підприємства. Тому субстратегія скорочення окремого виду підсистем цієї діяльності не має розглядатися, оскільки тоді зникає сенс існування і розвитку підприємства. Замість скорочення доцільним буде розгляд субстратегії перетворень, яка повинна мати основні важелі оновлення та змін умов функціонування підсистем виробничо-господарської діяльності підприємства.

Для вибору типу субстратегії пропонується встановити рейтинг стану підсистеми виробничо-господарської діяльності підприємства:

$$R_i = \sum_{j=1}^n \frac{1}{n \cdot Norm_j} P_j,$$

де R_i – рейтинг стану i -ої підсистеми виробничо-господарської діяльності підприємства;

P_j – j -ий показник оцінки рейтингу;

n – кількість показників, що використовуються для оцінки;

$Norm_j$ – нормативне або еталонне значення показника P_j .

Такий підхід до розрахунку рейтингу є досить зручним, не потребує експертного оцінювання та значних витрат часу. Слід також зазначити, що формування еталонного значення показника можна здійснити на основі проведеного аналізу статистичних даних. Це можуть бути середні, максимальні або оптимальні значення, які розраховані на основі аналізу попередніх періодів.

В табл. 1 наведено методику розрахунку зміни рейтингу стану підсистем виробничо-господарської діяльності підприємств за показниками діагностики ефективності.

Таблиця 1
Зміна рейтингу стану підсистем виробничо-господарської діяльності підприємства

Показник оцінки рейтингу	Нормативне або еталонне значення	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	Зміна, %
Виробнича підсистема				
Рентабельність виробництва і збуту (x_3)	0,3	x_{51}	x_{52}	$\left(\frac{x_{52}}{x_{51}} - 1\right) \cdot 100\%$
...
R_1	1	R_{11}	R_{12}	$\left(\frac{R_{12}}{R_{11}} - 1\right) \cdot 100\%$
Фінансова підсистема				
Коефіцієнт фінансової автономії (x_7)	0,6	x_{71}	x_{72}	$\left(\frac{x_{72}}{x_{71}} - 1\right) \cdot 100\%$
...
R_2	1	R_{21}	R_{22}	$\left(\frac{R_{22}}{R_{21}} - 1\right) \cdot 100\%$
Інвестиційна підсистема				
Рентабельність інвестицій (x_2)	0,5	x_{21}	x_{22}	$\left(\frac{x_{22}}{x_{21}} - 1\right) \cdot 100\%$
...
R_3	1	R_{31}	R_{32}	$\left(\frac{R_{32}}{R_{31}} - 1\right) \cdot 100\%$
Матеріально-технічна підсистема				
Рентабельність виробництва і збуту (x_5)	0,3	x_{51}	x_{52}	$\left(\frac{x_{52}}{x_{51}} - 1\right) \cdot 100\%$
...
R_4	1	R_{41}	R_{42}	$\left(\frac{R_{42}}{R_{41}} - 1\right) \cdot 100\%$
Маркетингова підсистема				
Частка внутрішнього ринку (x_1)	0,3	x_{11}	x_{12}	$\left(\frac{x_{12}}{x_{11}} - 1\right) \cdot 100\%$
...
R_5	1	R_{51}	R_{52}	$\left(\frac{R_{52}}{R_{51}} - 1\right) \cdot 100\%$
Інноваційна підсистема				
Рентабельність інноваційних заходів (x_3)	0,5	x_{31}	x_{32}	$\left(\frac{x_{32}}{x_{31}} - 1\right) \cdot 100\%$
...
R_6	1	R_{61}	R_{62}	$\left(\frac{R_{62}}{R_{61}} - 1\right) \cdot 100\%$
Кадрова підсистема				
Коефіцієнт підвищення кваліфікації персоналу (x_9)	0,3	x_{91}	x_{92}	$\left(\frac{x_{92}}{x_{91}} - 1\right) \cdot 100\%$
...
R_7	1	R_{71}	R_{72}	$\left(\frac{R_{72}}{R_{71}} - 1\right) \cdot 100\%$
Екологічна підсистема				
Коефіцієнт розвитку екологічного менеджменту (z_2)	0,5	z_{21}	z_{22}	$\left(\frac{z_{22}}{z_{21}} - 1\right) \cdot 100\%$
...
R_8	1	R_{81}	R_{82}	$\left(\frac{R_{82}}{R_{81}} - 1\right) \cdot 100\%$

У разі відповідності значень показників оцінки їх нормативним (еталонним) значенням рейтинг стану підсистеми виробничо-господарської діяльності підприємства буде дорівнювати одиниці. У цьому випадку необхідно проаналізувати можливі резерви й можна рекомендувати вибір відповідної субстратегії типу зростання. Якщо спостерігатиметься динаміка зростання рейтингу, то це буде свідчити про покращення стану підсистеми виробничо-господарської діяльності підприємства. Тому з метою закріплення отриманих результатів можна рекомендувати вибір відповідної субстратегії типу підтримки. Якщо виявиться динаміка зменшення рейтингу, то такий результат стає сигналом погіршення стану підсистеми виробничо-господарської діяльності підприємства й необхідності негайного втручання та вибору субстратегії перетворень. Графічна інтерпретація параметричних значень рейтингу стану підсистем виробничо-господарської діяльності підприємства та їх нормативних значень наведена на рис. 2. Границя області параметризації за еталонними значеннями є зоною вибору субстратегії зростання, виявлення у підприємства зони резервів дозволяє визначити ті фактори, що забезпечать субстратегію підтримки та ліквідацію зони відхилень. За розробленою методикою проведена оцінка рейтингу стану підсистем виробничо-господарської діяльності ПАТ «Автрамат» (рис. 3). Можна проаналізувати динаміку змін рейтингу та відстежити фактори, за рахунок яких вони відбулися.

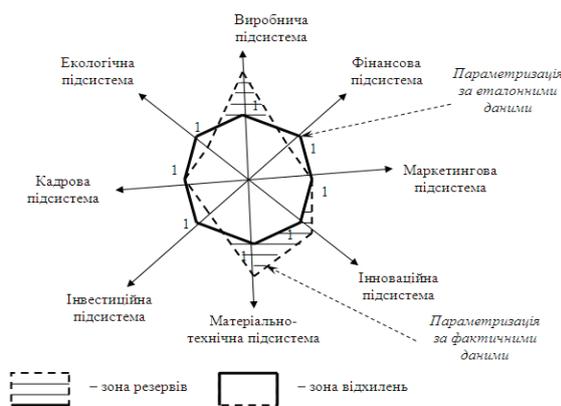


Рис. 2. Інтерпретація значень рейтингу стану підсистем виробничо-господарської діяльності підприємства

Визначено, що рейтинг стану виробничої підсистеми підприємства збільшився й перевищив нормативне значення, що обумовлює можливість вибору субстратегії підтримки досягнутого рівня розвитку виробничого сектору підприємства. Значною мірою такому збільшенню рейтингу сприяли заходи щодо забезпечення рентабельності виробництва та фондодідачі. Рейтинг стану фінансової підсистеми хоча і збільшився, але не досяг нормативного значення, що потребує негайного втручання в управління фінансовим сектором підприємства й термінового розроблення умов реалізації субстратегії перетворень. Аналогічний висновок про значні відхилення від нормативів можна зробити відносно інвестиційної та інноваційної підсистем, які мають досить тісний зв'язок з фінансовою підсистемою, що й вплинуло на кінцевий результат. Рейтинг стану матеріально-технічної

підсистеми дозволяє стверджувати про наявність резервів у цьому секторі, що може стати суттєвою базою реалізації субстратегії підтримки виробничої підсистеми.

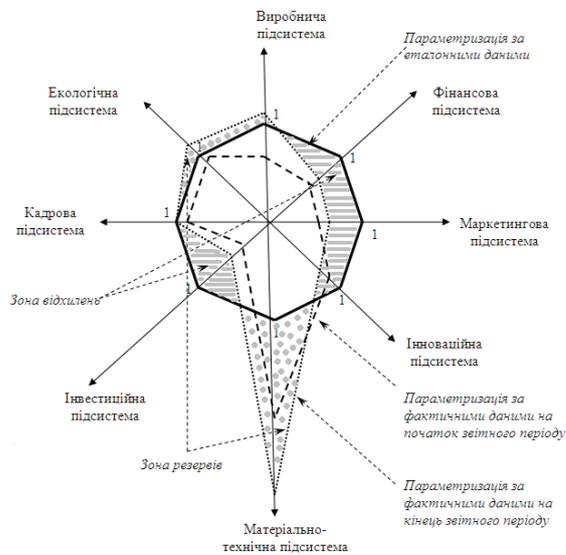


Рис. 3. Зміна рейтингу стану підсистем виробничо-господарської діяльності ПАТ «Автрамат»

Значні відхилення від нормативних значень спостерігаються в рамках маркетингової підсистеми. Незважаючи на те, що досить активно працює напрям зовнішніх зв'язків, разом з цим недостатньо приділено уваги щодо просування продукції на внутрішньому ринку. Тобто необхідним є термінове впровадження субстратегії перетворень в цьому секторі. Для кадрової та екологічної підсистем можна рекомендувати реалізацію стратегії зростання, оскільки значення їх рейтингів стану досить близькі до нормативних.

Візуалізація отриманих результатів наочно відображає зростання зони резервів та зменшення зони відхилень, що є позитивним для розвитку виробничо-господарської діяльності досліджуваного підприємства.

Таким чином, з метою підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності ПАТ «Автрамат» можна запропонувати таку сукупність субстратегій:

зростання активності та можливість впровадження нових проектів в рамках розвитку кадрової та екологічної підсистем, підтримка досягнутого рівня розвитку виробничої та матеріально-технічної підсистем, перебудова, реорганізація і термінові перетворення фінансової, маркетингової, інноваційної та інвестиційної підсистем.

Реалізація обраних субстратегій повинна стати неперервною циклічною діяльністю, коли одна субстратегія послідовно замінюється іншою, якісно новою. Процес реалізації субстратегій має складатися з таких основних етапів: аналіз та зміни організаційної структури управління і організаційної культури; визначення рівня змін з метою реалізації прийнятої субстратегії; реалізація субстратегії; оцінка отриманих результатів та визначенні відхилень; перегляд сформованої субстратегії або перехід на запасну субстратегію.

Вибір стратегії на основі показників діагностики ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства потребує відповідної системи

організаційного забезпечення. В організаційній структурі управління підприємством доцільно виділити напрям діагностики стратегічного розвитку, який має здійснювати повний цикл стратегічних розробок. Так, наприклад, з урахуванням існуючої організаційної структури управління ПАТ «Автрамат» цей напрям може бути закріплений за окремим фахівцем-аналітиком, який безпосередньо підпорядковується директору по стратегічному розвитку. Принципово важливим є створення системи інформаційного забезпечення на основі існуючої на підприємстві системи обліку, аналізу, оцінки та засобів зв'язку. Подальші дії щодо управління процесу реалізації обраних субстратегій слід підкріпити доопрацюванням їх до рівня програм конкретних заходів, спрямованих на здійснення адекватної системи стратегічних змін.

Висновки. Розроблена модель вибору стратегії виробничо-господарської діяльності підприєм-

ства дозволяє розрахувати рейтинг її підсистем на основі об'єктноорієнтованої системи показників та дослідити його динаміку.

Використання в якості бази порівняння нормативних або еталонних значень показників, сформованих за статистичними даними виробничо-господарської діяльності підприємств, значно спрощує процедуру визначення еталону.

Розрахунок відхилень значень рейтингу стану підсистем виробничо-господарської діяльності підприємств дозволяє відстежити й максимально використати резерви підвищення ефективності.

Можливість збільшити (деталізувати) кількість підсистем і показників забезпечує гнучкість налаштування моделі.

Можливість використати в якості вихідних даних оцінки прогностичних значень показників дозволяє моделювати розвиток виробничо-господарської діяльності підприємства.

Список літератури:

1. Экономическая стратегия фирмы: учеб. пособие / под ред. А.И. Градова. – 3-е изд., испр. и доп. – СПб. : Специальная литература, 2000. – 589 с.
2. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник для вузов / А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд; Пер. с англ. под. ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
3. Тридід О.М. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства : монографія / О.М. Тридід. – Х. : ХДЕУ, 2002. – 363 с.
4. Портер М. Конкуренция: учеб. пособие / М. Портер. – М. : Вильямс, 2000. – 495 с.
5. Минцберг Г. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел. – СПб : Питер, 2000. – 336 с.

Жуков А. В.

Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця

ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ ВЫБОРА СТРАТЕГИИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПОКАЗАТЕЛЯМ ДИАГНОСТИКИ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Резюме

Исследованы теоретические вопросы формирования модели выбора стратегии производственно-хозяйственной деятельности предприятия по показателям диагностики ее эффективности. Разработана методика расчета рейтинга состояния подсистем производственно-хозяйственной деятельности предприятия. На основе графической визуализации полученных результатов определены зоны резервов и зоны отклонений, которые позволяют осуществить выбор субстратегии и факторы ее обеспечения.

Ключевые слова: стратегия, подсистемы производственно-хозяйственной деятельности предприятия, субстратегия, рейтинг состояния, зона резервов, зона отклонений.

Zhukov A. V.

Kharkov National Economic University named after Semen Kuznets

FORMING OF MODEL OF CHOICE OF STRATEGY OF PRODUCTION AND ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISE ON INDEXES OF DIAGNOSTICS OF ITS EFFICIENCY

Summary

The theoretical questions of forming of model of choice of strategy of production and economic activity of enterprise are investigational on the indexes of diagnostics of its efficiency. The method of calculation of rating of the state of subsystems of production and economic activity of enterprise is developed. On the basis of graphic visualization of the got results the areas of backlogs and area of rejections which allow to carry out the choice of substrategy and factors of its providing are certain.

Key words: strategy, subsystems of production and economic activity of enterprise, substrategy, rating of the state, area of backlogs, area of rejections.

УДК005.32:331.108.43

Журавльова Т. О.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Яцкевич І. В.**Жаданова Ю. О.**

Одеська національна академія зв'язку імені О. С. Попова

**ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ УКРАЇНИ**

У статті досліджується тенденції розвитку мобільного зв'язку та конкурентоспроможність підприємств мобільного зв'язку за допомогою проведення SWOT-аналізу. Визначено, що одним із перспективних напрямів посилення конкурентоспроможності підприємств мобільного зв'язку є формування та впровадження системи контролінгу.

Ключові слова: мобільний зв'язок, конкурентоспроможність, SWOT-аналіз, система контролінгу.

Постановка проблеми. Ринкова трансформація економіки України, насичення ринку послугами (роботами, продукцією), створення конкурентного середовища актуалізують необхідність використання суб'єктами підприємницької діяльності стратегію управління, одним із елементів яких є формування та зміцнення конкурентоспроможності. Особливо значення він набуває для сфери послуг, бо через специфіку самих послуг (зокрема, неподільності процесів їх виробництва та споживання, мінливості якості та ін.) споживачі при виборі їх виробника все більше спираються на його складові конкурентоспроможності – імідж, ділову репутацію, якість обслуговування, тарифну політику та ін.

Досвід функціонування підприємств з надання послуг на світовому ринку дає можливість визначити, що третинний сектор їхньої економіки займає телекомунікаційна сфера. Дане становище сприяє створенню на державному рівні умови щодо зростання їхньої питомої ваги у виробництві ВВП і зайнятості населення, доступності послуг до всіх верств населення, що сприяє загостренню конкурентної боротьби.

Особливо яскраво в економіці України ця тенденція проявляється в телекомунікаційній сфері, зокрема у сфері надання послуг мобільного зв'язку. Макроекономічна ситуація і становище на ринку телекомунікаційних послуг змушують господарюючих суб'єктів цієї сфери використовувати стратегію управління як філософію ринкової поведінки і як систему практичних заходів, що забезпечують позиціонування підприємств на ринку, підвищення потенціалу конкурентоспроможності і поліпшення фінансових результатів діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями конкурентоспроможності підприємств зв'язку досліджують такі вчені-економісти, як В.М. Гранатуров, О.А. Князева, І.В. Литовченко, В.М. Орлов, Л.О. Стрій та ін. [1-7]. Проте зміни у

соціально-економічному становищі сприяють постійному та систематичному дослідженню діяльності суб'єктів підприємницької діяльності в телекомунікаційній сфері, в тому числі мобільному зв'язку, з метою визначення їхніх конкурентноспроможних позицій.

Метою статті є дослідження тенденції розвитку мобільного зв'язку та конкурентоспроможності підприємств мобільного зв'язку.

Виклад основного матеріалу. Тенденції розвитку мобільного зв'язку в Україні за 2006–2011 рр. характеризуються зростанням доходів від надання послуг мобільного зв'язку на 16515,7 млн. грн., або у 2 рази, за рахунок ефективного розвитку стільникового зв'язку на 16519,9 млн. грн., рис. 1 [8].

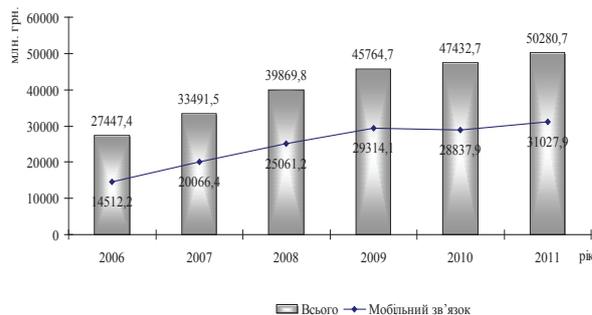


Рис. 1. Тенденції змін доходів від надання послуг мобільного зв'язку України за 2006–2011 рр.

У 2006-2011 рр. відбувся спад пейджингового зв'язку на 8,1 млн. грн., або на 96,4%, та транкінгового зв'язку на 0,8 млн. грн., або на 5,6%. Питома вага доходів мобільного зв'язку у загальному обсязі доходів зв'язку за 2006-2011 рр. зросла з 52,9 до 61,7%, табл. 1.

Кількість абонентів мобільного зв'язку за 2006-2011 рр. зросла на 4630,5 тис. осіб, або на 3,1%,

Таблиця 1

Доходи від надання послуг мобільного зв'язку України за 2006–2011 рр.

Послуги зв'язку	Роки					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Всього, млн. грн.	27447,4	33491,5	39869,8	45764,7	47432,7	50280,7
Мобільний зв'язок, всього, в т.ч.:	14512,2	20066,4	25061,2	29314,1	28837,9	31027,9
– стільникового	14489,4	20045	25028,4	29290,6	28819,8	31009,3
– пейджингового	8,4	6,5	5,3	1,8	0,2	0,3
– транкінгового	14,4	14,9	21,2	21,7	14,6	13,6
Питома вага мобільного зв'язку у загальному обсязі доходів зв'язку, %	52,9	59,9	62,9	64,1	60,8	61,7

Абоненти зв'язку за 2006-2011 рр., тис. осіб

	Роки					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Абоненти мобільного зв'язку, всього, в т.ч.:	50946	55240,4	55019,9	55694,5	54791,2	55576,5
– стільникового	50928,8	55222,2	55002,7	55681,5	54779,6	55566,9
– транкінгового	10,2	11,3	16,2	12,3	10,4	7,9
– пейджингового	7	6,9	1	0,7	0,3	-

та склала у 2011 р. 55576,5 тис. осіб, що відбулось за рахунок доступності послуги (табл. 2).

Мобільний зв'язок сприяє економічному та соціальному розвитку шляхом надання можливості спілкуватися тим секторам суспільства, які недостатньо охоплені стаціонарними телефонними лініями. Це особливо помітно в сільських та високогірних районах, де послуги стаціонарного телефонного зв'язку часто обмежуються великими містами України, а ціни на підключення та оренду ліній для багатьох недоступні. Через забезпечення значного охоплення населення, продаж карток поповнення малих номіналів та підписання доступності послуг завдяки низьким цінам на мобільні телефонні апарати мобільна телефонія часто замінює стаціонарну лінію як постачальник загальних послуг.

У сучасних умовах на ринку мобільного зв'язку України функціонують такі великі підприємства, як: приватне акціонерне товариство «Київстар Дж. Ес. Ем.» (Київстар), закрите акціонерне товариство «Мобільні телесистеми» (МТЗ), товариство з обмеженою відповідальністю «Астеліт» (life:) [9-11] та ін. (табл. 3).

Проаналізувавши послуги підприємств мобільного зв'язку, можна визначити, що здебільшого вони надають однакові послуги, але з різними тарифними планами, якістю передавання та при-

ймання інформації [9-11], що залежать від місії, стратегії діяльності й розвитку підприємств та зони покриття. Дане становище обґрунтовує та формує конкурентоспроможне середовище підприємств мобільного зв'язку.

В умовах сучасного розвитку світового господарства конкуренція та конкурентні переваги стали рушійними важелями діяльності підприємств мобільного зв'язку. Для визначення положення підприємства на ринку, використовується різні методи та способи їхньої оцінки щодо вимірювання потенційної конкурентоспроможності та ефективності їхнього використання.

Одним із найбільш популярних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства є SWOT-аналіз, який дає можливість проаналізувати зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства [12]. Аналізу підлягають сильні та слабкі сторони внутрішнього середовища, а також можливості і загрози зовнішнього середовища підприємства. Методологія SWOT-аналізу передбачає спочатку виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, після цього установлення зв'язків між ними, які в подальшому можуть бути використані для формулювання стратегії організації.

Таким чином, проведення SWOT-аналізу основних великих підприємств мобільного зв'язку

Таблиця 3

Основні великі підприємства мобільного зв'язку України

Підприємства мобільного зв'язку	Характеристика	Послуги	Кількість абонентів, млн. осіб	Частка на ринку
МТС	ЗАТ «Мобільні телесистеми» – найбільший оператор стільникового зв'язку в Росії і країнах СНД. Ліцензійний портфель МТС включає більшість регіонів Росії, України, Білорусії, Узбекистану і Туркменістану, і населення, яке проживає в зоні дії мережі МТС. В Україні абонентами МТС є всі абоненти УМС, тому що у 2003 р. ЗАТ «Мобільні телесистеми» повністю купив ВАТ «Український Мобільний Зв'язок». Код оператора: 050, 066, 095, 099.	<ul style="list-style-type: none"> голосові послуги; інформація; спілкування з іншими країнами; СМС та ММС-повідомлення; послуги мережі Інтернет; управління рахунком; розваги 	24,6	45,5
Київстар	Був створений і запущений у Швеції підприємством Telenor у 2002 р., а в 2003 році DJUISE з'явився в Норвегії та Угорщині. В Україні DJUISE з'явилася 1 вересня 2004 р. як молодіжний бренд. DJUISE – віртуальне підприємство мобільного зв'язку від Київстар. Код оператора: 067, 096, 097, 098.	<ul style="list-style-type: none"> голосові послуги; спілкування з іншими країнами; СМС та ММС-повідомлення; управління рахунком; послуги мережі Інтернет; послуги сім'ї; управління послугами; розваги 	18,5	34,1
life:)	«Астеліт» в Україні на ринку мобільного зв'язку з січня 2005 р. Підприємство першим на ринку представило технологію EDGE, яка забезпечує швидкість передавання даних у 5 разів вище, ніж GPRS. life:) пропонує найширше покриття EDGE у багатьох містах України, включаючи всі обласні центри, узбережжя Криму та Закарпатський регіон. Код оператора: 063, 093.	<ul style="list-style-type: none"> голосові послуги; спілкування з іншими країнами; СМС та ММС-повідомлення; послуги мережі Інтернет; управління рахунком; інформація; розваги 	7,1	16,2

України дає змогу визначити, що МТС є одним із лідерів на ринку мобільного зв'язку, табл. 4.

Активний розвиток ринку мобільного зв'язку приводить до появи нових можливостей для споживачів послуг. Абоненти вииграють від надання підприємствами мобільного зв'язку нових послуг, розширення можливостей вибору постачальників, зниження вартості послуг. У той самий час для даних підприємств швидкі темпи зростання ринку створюють низку проблем:

- знижується прибутковість послуг;
- збільшуються міграції клієнтів;
- зростає вартість залучення нових клієнтів;
- зростають вимоги до інфраструктури мережі і бізнесу в цілому;
- ринок послуг наближається до насичення та ін.

В умовах гострої конкуренції підприємств на ринку мобільного зв'язку необхідно забезпечити стійке функціонування та подальший їхній розвиток, збільшення конкурентоспроможності, її інвестиційної привабливості та підвищення ефективності управління підприємств у цілому. Дані умови сприяють зростанню потреб керівників підприємств мобільного зв'язку в інтелектуальних рішеннях, що забезпечують чітке планування ресурсів підприємства відповідно до ринкової кон'юнктури, зниження операційних витрат і підвищення рівня рентабельності, прискорення реагування на зовнішні і внутрішні події, збільшення прозорості діяльності підприємства, оптимізацію бізнес-процесів і т.д.

Вирішенню цих бізнес-задач, в першу чергу, перешкоджає відсутність ефективних інформаційних систем управління діяльністю підприємства мобільного зв'язку, що підтримують процеси планування і контролю діяльності підприємства

в цілому. Одним із перспективних напрямів розв'язання поставлених задач з урахуванням сучасних тенденцій, які вимагають значної уваги до інноваційного фактора в процесі формування конкурентних переваг підприємств, є формування та впровадження системи контролінгу.

Дослідження [13-15] показали, що контролінг розглядається як цілісна концепція економічного управління підприємством, спрямованого на виявлення всіх шансів і ризиків, пов'язаних з отриманням прибутку в ринкових умовах. Також виділяють два основних види контролінгу: стратегічний та оперативний, де стратегічний контролінг допомагає підприємству ефективно використовувати існуючі у нього переваги і створювати нові потенціали успішної діяльності в перспективі, а оперативний надає допомогу керівникам у досягненні запланованих цілей, які виражаються найчастіше у вигляді кількісних значень рівнів рентабельності, ліквідності та / або прибутку [15].

Для ефективного здійснення управління на підприємствах краще використовувати оперативний контролінг, метою якого є створення системи управління для досягнення поточних цілей підприємства, а також прийняття своєчасних рішень з оптимізації співвідношення «витрати-прибуток» [13] і несе відповідальність за підтримку й обґрунтування оперативних рішень.

Використання оперативного контролінгу у системі управління на підприємствах дає можливість використовувати значну кількість інструментів для вирішення поставлених цілей і з урахуванням специфіки здійснення підприємницької діяльності [13]. Основними інструментами контролінгу є GAP-аналіз, портфоліо-аналіз, CVP-аналіз, ABC-аналіз, планування, фінансовий аналіз по-

Таблиця 4

Аналіз сильних та слабких сторін діяльності підприємств мобільного зв'язку

Підприємства мобільного зв'язку	Конкурентна позиція	Сильні сторони	Слабкі сторони	Стратегія
МТС	сильна конкурентна позиція (швидкозростаюча конкурентна позиція)	<ul style="list-style-type: none"> • покриття; • простота та зручність тарифів; • відомий бренд; • наявність значної кількості додаткових послуг; • висока якість зв'язку; • високі темпи впровадження нових технологій; • програми лояльності клієнтів; • високий рівень технічної підтримки; • роумінг на 5-ти континентах; • високий рівень кваліфікації персоналу 	<ul style="list-style-type: none"> • високі тарифи в певних пакетах; • проблеми з якістю зв'язку у моменти завантаженості мережі; • слабка зона покриття 	наступальна
Київстар	лідер ринку (швидкозростаюча конкурентна позиція)	<ul style="list-style-type: none"> • покриття; • простота та зручність тарифів; • відомий бренд; • наявність значної кількості додаткових послуг; • відмінна якість зв'язку; • висока зона покриття; • програми лояльності клієнтів; • високий рівень технічної підтримки; • роумінг на 5-ти континентах; • високий рівень кваліфікації персоналу 	високі тарифи в певних пакетах	захисна
life:)	слабка конкурентна позиція (швидкозростаюча конкурентна позиція)	<ul style="list-style-type: none"> • простота та зручність тарифів; • наявність значної кількості додаткових послуг; • високий рівень технічної підтримки; • високі темпи впровадження нових технологій; • роумінг на 5-ти континентах 	низька якість зв'язку	агресивна наступальна

казників діяльності, статичні і динамічні методи інвестиційних розрахунків, бюджетування, функціонально-вартісний аналіз та ін. Дані інструменти контролінгу дозволяють забезпечувати керівника підприємства проаналізованою, узагальненою інформацією, що відноситься безпосередньо до проблеми, яку керівнику належить вирішити.

Слід зазначити, що контролінг носить складний багатокомпонентний характер і охоплює всю систему управління підприємством. Як технологія управління контролінг спрямований на підвищення визначеної діяльності і впорядкованості в процесах ухвалення управлінських рішень [14].

Проведені дослідження ринку мобільного зв'язку дають можливість визначити та рекомендувати загальні пропозиції щодо підвищення ефективності розвитку діяльності підприємств мобільного зв'язку за рахунок:

1. Виділення нових частот та отримання ліцензій на надання послуг в інших стандартах. Ймовірність є незначною, проте вони мають велике значення для підприємства: дозволяють розширити коло абонентів та відповідно отримати додаткові прибутки. Економічне зростання є дуже важливою можливістю і ступінь її настання є дуже високим. На неї має спрямовуватись більшість ресурсів та уваги. Дуже важливе значення для оператора мобільного зв'язку є надання споживачам більш широкого набору послуг, що, в свою чергу, дозволяє покращити прибутковість на 1 абонента, а відповідно і загальну прибутковість.

2. Покращення системи державного регулювання діяльності суб'єктів господарювання з урахуванням особливості ринку мобільного зв'язку. Держава не підтримує розвиток нових видів та

форм підприємств мобільного зв'язку і не обтяжує себе допомогою щодо їхнього формування та розвитку. В сучасних умовах практично відсутня система стимулів і пільг для різних підприємств і підприємництва. Одними з найважливіших передумов формування та розвитку підприємств мобільного зв'язку є розробка відповідної законодавчо-правової основи, організація рівноправної діяльності різних видів та форм підприємств, їхньої підтримки в освоєння ринку на різних рівнях і напрямках.

3. Створення умов для удосконалення структури надання послуг мобільного зв'язку з урахуванням використання нових розробок та інвестування (внутрішнє та зовнішнє) в процесі підвищення науково-технічного рівня виробництва послуг зв'язку. Необхідно відзначити, що зменшення доходів населення, в свою чергу, викликає зменшення прибутків підприємства та гальмує впровадження нових більш технологічних послуг на ринок.

4. Основними загрозами підприємств мобільного зв'язку є поява нових конкурентів та розвиток альтернативних ринків мобільного зв'язку, тому що конкурентна боротьба потребує значних витрат з боку підприємства.

Висновки. Для вирішення перерахованих проблем необхідна суттєва практична діяльність, заснована на пізнанні системи управління та її задач. Пізнання проблем і їхній вплив на якість управління, цілі управління як напрям діяльності з управління розвитком економіки – це основні шляхи вирішення вищезазначених проблем з підвищення конкурентоспроможності підприємств мобільного зв'язку.

Список літератури:

1. Гранатуров В.М. Управління послугами зв'язку: навч. посіб / В.М. Гранатуров, І.В. Литовченко. – К. : Освіта України, 2010. – 254 с.
2. Економіка галузі зв'язку: підруч. [для вузів і фах. зв'язку]: У 2-х т. / За ред. В.М. Орлова, Ф.З. Мардаровського, Н.Ю. Потапової-Сінько. – [2-е вид. перероб. і доп.]. – Одеса : УДАЗ, 1999.
3. Орлов В.М. Основи управління в галузі зв'язку: [монографія] / Орлов В.М. – Одеса : УДАЗ, 1999. – 205 с.
4. Становление рынка услуг связи Украины / [Л.А. Стрий, В.Н. Орлов, И.В. Петенко, А.К. Голубев] // Соціальний менеджмент і управління інформаційними процесами: серія «Державне управління»: зб. наук. праць Дон. ДУУ. – Донецьк : Дон. ДУУ, 2004. – Вип. 31. – Т. 5. – С. 329–340.
5. Стрий Л.А. Роль и место связи в глобальной экономике // Економіка підприємства: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць – Дніпропетровськ : ДНУ, 2001. – Вип. 146. – С. 50–55.
6. Сучасні телекомунікації: мережі, технології, економіка, управління, регулювання / [С.О. Довгий, О.Я. Савченко, П.П. Воробієнко та ін.]. – К. : Український Видавничий Центр, 2002. – 520 с.
7. Князева Е.А. Почтовая связь Украины: стратегия и механизмы инновационного развития: [монографія] / Князева Е.А. – Одесса : ВМВ, 2008. – 336 с.
8. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. Приватне акціонерне товариство «Київстар Дж. Ес. Ем.» [Електронний ресурс]. – Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://www.kyivstar.ua>.
10. Закрите акціонерне товариство «Мобільні телесистеми» [Електронний ресурс]. – Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://company.mts.com.ua>.
11. Товариство з обмеженою відповідальністю «Астеліт» [Електронний ресурс]. – Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://www.life.com.ua>.
12. Стадник В.В. Менеджмент: [підручник] / В.В. Стадник, М.А. Йохна. – К. : Академвидав, 2007. – 472 с.
13. Дедов О.А. Методология контроллинга и практика управления крупными промышленным предприятием: учеб. пособ. / Дедов О.А. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 248 с.
14. Контроллинг как составляющая в системе управления Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – Вип. 265: В 9 т. – Т. 2. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2010. – С. 378–382.
15. Організаційно-методичний комплекс контролінгу при управлінні на підприємствах зв'язку // Вісник Хмельницького національного університету. збірн. наук. праць. – Економічні науки. – Хмельницький, ХН. – 2010. – № 4 (165). – Т. 4. – С. 119–120.

Журавлева Т. А.

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

Яцкевич И. В.

Жаданова Ю. О.

Одесская национальная академия связи имени О. С. Попова

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ УКРАИНЫ

Резюме

В статье исследуются тенденции развития мобильной связи и конкурентоспособность предприятий мобильной связи посредством проведения SWOT-анализа. Определено, что одним из перспективных направлений усиления конкурентоспособности предприятий мобильной связи является формирование и внедрение системы контроллинга.

Ключевые слова: мобильная связь, конкурентоспособность, SWOT-анализ, система контроллинга.

Zhuravleva T. A.

Odessa National University named after I. I. Mechnikov

Jackiewicz I. V.

Zhadanova Yu. O.

Odessa National Academy of Telecommunications named after O. S. Popov

ESPECIALLY THE COMPETITIVENESS ENTERPRISES OF UKRAINIAN MOBILE

Summary

In this article investigation development trend of mobile communications and the competitiveness of mobile communications with the help of holding of SWOT-analysis. Opredeleno that the one from the perspektivnyh sent to improve the competitiveness of mobile communications yavlyaetsya Formation and implement systems kontrolynha.

Key words: mobile communications, competitiveness, SWOT-analysis, systems kontrolynha.

УДК 332

Заднепровська Г. І.

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Виокремлення рівнів інноваційні системи та узагальнення підходів до визначення сутності інноваційного потенціалу промислового підприємства дозволило уточнити його склад та класифікацію за рівнями інноваційної діяльності з урахуванням умов економіки знань.

Ключові слова: інноваційний потенціал, промисловість, економіка знань, інноваційна діяльність.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Динаміка розвитку української промисловості протягом останніх років на тлі неефективної економічної політики держави свідчить про проблеми, пов'язані з формуванням і використанням інноваційного потенціалу промислових підприємств. Посилення ринкових відносин, прагнення побудови відкритої економічної моделі національної економіки, інтеграція у світові ринкові відносини зумовлюють актуальність проблеми формування інноваційного потенціалу промислових підприємств на основі генерації нових знань, технологій та їх прискореного освоєння у виробництві. Тому удосконалення розробки науково-теоретичних засад формування сутності інноваційного потенціалу в умовах економіки знань щодо промислових підприємств стає пріоритетним напрямом економічної науки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні питання щодо формування інноваційного потенціалу на підприємствах досліджуються в працях таких науковців, як Ю.П. Анісімова, Н.В. Арсеньева, Є.П. Амосенок, В.А. Бажанова, К.А.Задумкін, А.М. Илишев, І.А. Кондаков,

В.Н. Кисельов, С.В. Кортов, Н.С. Краснокутська, І.В. Пешкова, О.В. Покучаєва, Ю.В. Путіліна, Т.А. Штерцер та ін. Економіку знань досліджують науковці: З.Н. Варламова, Я.Б. Данилевич, Є.В. Ілюхіна, С.А. Коваленко, В.П. Колесов, С.В. Канькало, Г. Клейнер, В.Л. Макаров, Б.З. Мільнер, Л. Е. Мінделі, Л.К. Піпія, В.М. Сергеев, У. Букович, Р. Уилльямс, І.С. Ферова, Ю.Є. Хохлов, С.Б. Шапошник та ін. Ці вчені створили теоретико-методичне підґрунтя для наукових досліджень у цій сфері.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Вивчення опублікованих праць і практики діяльності промислових підприємств свідчать про те, що окремі аспекти теоретичного обґрунтування та методичного забезпечення оцінки інноваційного потенціалу для цих підприємств розроблені недостатньо та вимагають з'ясування та розвитку, а саме питання визначення місця, класифікації та взаємозв'язків складових інноваційного потенціалу щодо умов економіки знань.

Мета статті. Метою статті є уточнення місця та ролі інноваційного потенціалу промисло-

вих підприємств в умовах економіки знань. Для досягнення мети необхідним є виконання наступних завдань: обґрунтування виокремлення рівнів інноваційної системи промислового підприємства; визначення інноваційного потенціалу як акумульованої можливості підприємства, що орієнтована на розвиток; узагальнення підходів до визначення сутності інноваційного потенціалу промислового підприємства; виокремлення структурних елементів інноваційного потенціалу промислового підприємства; розвинення класифікації інноваційного потенціалу за рівнями інноваційної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Промислове підприємство як об'єкт управління в інноваційній економіці одночасно є і господарюючим суб'єктом макро- і мезорівня, тобто включено в національну та регіональну інноваційні системи. Тому управлінські впливи, що надаються на промислові підприємства в рамках реалізації державної та регіональної інноваційної політики, мають бути чітко узгоджені з внутрішніми установками та планами промислових підприємств. Розвиток інноваційної діяльності промислових підприємств полягає у формуванні особливого механізму взаємодії учасників інноваційного процесу, який реалізується в умовах ефективного функціонування інституційного середовища, що створює основу для концентрації інноваційної діяльності навколо промислових підприємств, здатних сформувати попит на інновації та забезпечити процес перманентного їх створення, впровадження, реалізації та поширення в результаті перетворення інноваційного потенціалу в інноваційний капітал. Дослідження взаємозв'язків промислових підприємств в межах здійснення державної та регіональної інноваційної політики дозволило виокремити інноваційні заходи за рівнями інноваційної системи (рис. 1).

Оскільки інноваційний потенціал являє собою органічний зв'язок науки і виробництва, то він займає своє особливе місце в сукупному потенціалі країни (регіоні, галузі, підприємства), з чого випливає суперечливе тлумачення інноваційного потенціалу. З одного боку, інноваційний потенціал виступає як органічна складова суспільного виробництва, а, з іншого – його виокремлена частина.

Динамізм у розвитку макроекономічної системи постійно наростає, тому жодне підприємство (виробництво), якщо воно хоче зберегти свої позиції на ринку, не може покладатися на вже вироблені товари, навіть з урахуванням їх можливого вдосконалення, модифікації і модернізації. Отже, виробництво постійно має ініціювати сектор прикладних досліджень на пошук нових ідей і розробку нових інноваційних продуктів. Це, природно, відволікає значну частину ресурсів зі сфери виробництва в сектор інноваційної діяльності, заради невизначеного за термінами і величиною задоволення перспективних запитів споживачів [1].

З іншого боку, сектор прикладної науки не може постійно орієнтуватися на потенційні замовлення виробництва. У цьому зв'язку він сам по-



Рис. 1. Рівні інноваційної системи промислового підприємства

чинає ініціювати розробку нових продуктів, техніки і технології, які можуть мати попит на ринку інноваційних товарів. Проте подібне новаторство може бути справою досить ризикованою. Таким чином, інноваційний потенціал являє собою акумульовані можливості виробничо-господарської системи, орієнтованої на розвиток в перспективі (рис. 2).

Таким чином, організаційна структура інноваційного потенціалу досить складна, оскільки включає до свого складу різні підрозділи суспільного виробництва, починаючи з індивідуального споживача і закінчуючи вищим ешеленом влади в державі. Крім того, інновації є результатом економічної діяльності суб'єктів макроекономічної системи. До цих суб'єктів за сучасних умов доцільно відносити обов'язкову участь наукових організацій у формуванні інноваційного потенціалу, що свідчить про необхідність застосування нового принципу побудови взаємин економічних суб'єктів. Реалізація великих інноваційних проектів можлива тільки на основі комплексного підходу, що передбачає поєднання принципу побудови промислового комплексу та використання механізму державно-приватного партнерства.

Представлений на рис. 3 склад інноваційного потенціалу демонструє поєднання трьох принципів організаційно-структурного формування інноваційного потенціалу промислового комплексу: територіального, галузевого та корпоративного.

Дослідження змісту інноваційного потенціалу промислового підприємства дозволяє виділити два



Рис. 2. Інноваційний потенціал як акумульовані можливості виробничо-господарської системи, орієнтованої на розвиток

його рівні: I рівень, що характеризує наявність ресурсів у підприємства, необхідних для інноваційної діяльності; II рівень, що характеризує фактори інноваційної активності підприємства (можливість, готовність, здатність).

Таким чином, інноваційний потенціал – це можливість, готовність і здатність системи при наявному ресурсному забезпеченні створювати, удосконалювати і використовувати інновації з метою отримання різних видів ефекту, що відображає не лише здатність підприємства здійснювати інноваційну діяльність в теперішній час, але і характеризує можливість її зростання в перспективі (рис. 4).

Отже, змістом інноваційного потенціалу промислових підприємств є єдність всіх складових його елементів, властивостей, внутрішніх про-

цесів, зв'язків, суперечностей і тенденцій, що утворюють конкурентоспроможність виробництва нової продукції за певний період часу. Проведене дослідження дозволило визначити інноваційний потенціал промислових підприємств як інституцію, тобто соціально-економічну форму типізації функцій промислових підприємств, яка визначає їх статуси і ролі в системі інноваційного розвитку і утворює систему відносин функціональної структури накопичення інноваційного капіталу.

Проблематика визначення сутності поняття «економіка знань» протягом останніх років була предметом дослідження багатьох науковців та широко висвітлювалася в науковій літературі [2-9]. Проте питання дослідження особливостей інноваційного потенціалу в умовах економіки знань на рівні промислових підприємств ще не отримали системного визначення.

Історично концепція економіки знань і суспільства, заснованого на знаннях, прийшли на зміну концепції інформаційного суспільства, яка, у свою чергу, сформувалася на основі вивчення постіндустріального суспільства. Фактично економіка знань – це форма прояву постіндустріальної економіки і постіндустріального суспільства, хоча сам термін «економіка знань» існує ще з початку 1960-х років. В концепції постіндустріального суспільства науці й науковому знанню відводилась одна з ключових ролей [10]. Тому сама по собі концепція економіки знань лише акцентує увагу на тому, що знання стали ключовим чинником розвитку в більшій мірі, ніж це було в попередні періоди розвитку суспільства. Накопичення та осмислення нових явищ і тенденцій економічного розвитку сприяє появі нових форм прояву економіки знань.

Економіка знань має три принципові особливості. Перша – дискретність знання як продукту. Конкретне знання або створено, або ні. Не може бути знання наполовину або на одну третину. Друга особливість полягає у тому, що знання, подібно іншим громадським (публічним)

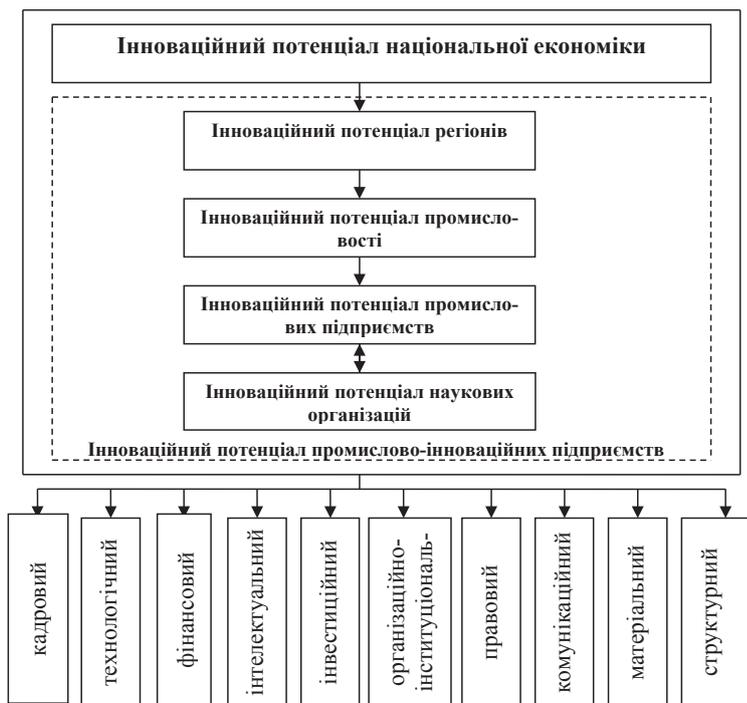


Рис. 3. Склад інноваційного потенціалу промислового підприємства

благам, будучи створеними, доступні всім без винятку. І, нарешті, третя особливість знання: за своєю природою це інформаційний продукт, а інформація після того, як її спожили, жевріє, як звичайний матеріальний продукт.

Представлені вище підходи дозволяють нам встановити специфічні властивості знань:

- встановлення сутнісних і причинно-наслідкових зв'язків між явищами, представленими в інформації (Р. Аоф, С.М. Клімов, І.І. Мазур), залежність від контексту формування та розвитку, ситуаційний сенс (В.С. Катькало, Є.В. Попов, М.В. Власов, Л.К. Піпія);

- суб'єктивний характер знань (В.Л. Іноземцев) та їх використання (Ф. Махлуп);

- властивість конструктивності (знання – засіб освоєння і перетворення дійсності, має практичне значення для бізнесу, є керівництвом для прийняття конкретних рішень і дій) (Р. Аоф, Б.З. Мільнер, І.І. Мазур, Є.В. Попов, М.В. Власов, Л.К. Піпія);

- властивість апробації, визнання суспільством або окремими соціальними суб'єктами (Г. Клейнер);

- складність процесу вилучення знання з масиву інформації, що вимагає здібностей до міркування, логічного висновку (Дж. Стоунхаус).

Економіка знань неможлива без людей, які генерують інновації, і залежить від людського капіталу (інноваторів) та рівня їх кваліфікації.

Урахування того, що за сучасних умов інноваційний потенціал промислових підприємств формується в умовах економіки знань дозволило розвинути існуючу в науковій літературі класифікацію видів інноваційного потенціалу [11], додавши класифікаційну ознаку «за рівнями інноваційної діяльності», що дозволяє виокремити інноваційний потенціал країни, регіону, галузі,

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ

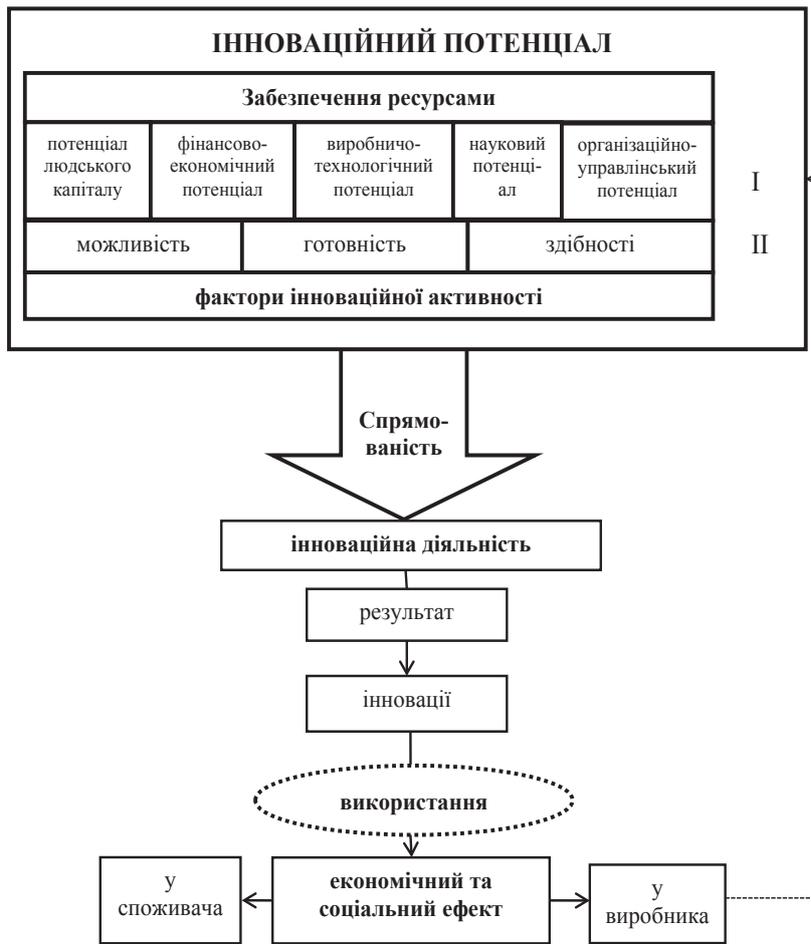


Рис. 4. Структурні елементи інноваційного потенціалу промислового підприємства

підприємства, проекту, індивідууму (табл. 1).

Висновки і пропозиції. Інноваційний потенціал є складною, багатоаспектною категорією, а уточнення сутності інноваційного потенціалу промислового підприємства, його структури та рівнів формування є підґрунтям для розробки спеціального теоретико-методичного інструментарію щодо забезпечення його функціонування та оцінки.

Таблиця 1

Класифікація інноваційного потенціалу за рівнями інноваційної діяльності

Рівень інноваційного потенціалу	Характеристика класифікаційної ознаки за рівнями інноваційної діяльності
1. Країни	Об'єктивні передумови (можливості) країни для здійснення інноваційної діяльності та зростання ефективності функціонування економічної системи на більш якійсній основі
2. Регіону	Здатність регіону для залучення ресурсів з метою його інноваційного розвитку. Сукупність регіональних інноваційних систем, об'єднаних єдиною метою (сталий розвиток країни) і діють в рамках державної економічної політики і законодавства. Сприяє формуванню інноваційного потенціалу країни у цілому
3. Галузевий	Здатність галузі до розвитку на більш якійсній основі. В основі оцінки лежать теорія тривалості «ділових циклів» і зміни технологічних укладів економічної системи
4. Підприємства	Здатність підприємства до розвитку через інноваційно-інвестиційну діяльність. Оцінюється за допомогою виявлення життєвого циклу підприємства, аналізу та прогнозування фінансового стану, аналізу інноваційних якостей, передбачуваної до випуску продукції
5. Проекту	Здатність підприємства реалізувати інноваційну ідею у вигляді нового або вдосконаленого продукту, реалізованого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності, нової або вдосконаленої послуги. Оцінку можна дати за допомогою показників, що характеризують сукупність різних видів ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові, інтелектуальні, інформаційні, науково-технічні та інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційного проекту
5. Індивідуума	Здатність людини продуцивати та реалізувати інноваційні ідеї в практичній діяльності бізнесу. Оцінюється за вкладом конкретного індивідуума в кінцевому результаті впровадження інноваційного проекту (ідеї)

Список літератури:

1. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / За ред. Л. І. Федулової. – К. : Знання, 2005. – 552 с.
2. Букович У. Управление знаниями: руководство к действию: Пер. с англ. / У. Букович, Р. Уилльямс. – М., 2002. – С. 6.
3. Варламова З.Н. Концептуальная модель управления знаниями в организации / З.Н. Варламова // Проблемы теории и практики управления. – 2007. – № 5. – С. 51–59.
4. Данилевич Я.Б. Имидж ученого: современные PR-технологии в экономике знаний / Я.Б. Данилевич, С.А. Коваленко // Вестник Российской академии наук. – 2005. – Т. 75. – № 1. – С. 32–35.
5. Экономика знаний: Коллективная монография / Отв. ред. д-р экон. наук, проф. В.П. Колесов. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 432 с.
6. Клейнер Г. Знания об управлении знаниями / Г. Клейнер // Вопросы экономики. – 2004. – № 1. – С. 152.
7. Мильнер Б.З. Управление знаниями в современной экономике / Б.З. Мильнер // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 9. – С. 8–13.
8. Мильнер Б.З. Управление знаниями / Б.З. Мильнер. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 177 с.
9. Миндели Л.Э. Концептуальные аспекты формирования экономики знаний / Л.Э. Миндели, Л.К. Пипия // Проблемы прогнозирования. – 2007. – № 3. – С.117.
10. Бикбов А. В поисках национальной научной идеи: от научно-технического прогресса – к экономике, основанной на знаниях / А.В. Бикбов // Логос. – 2005. – № 6. – С. 117–126.
11. Фольмут Инструменти контролінгу від А до Я / Фольмут Й. Хильмар; пров. з нім. під ред. і з предисл. М.Л. Лукашевича, Є.М. Тихоненковой. – М. : Фінанси і статистика, 1998. – 288 с.

Заднепровская А. И.

Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнецца

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Резюме

Выделение уровней инновационной системы и обобщение подходов к определению сущности инновационного потенциала промышленного предприятия позволило уточнить его состав и классификацию в соответствии с уровнями инновационной деятельности с учетом условий экономики знаний.

Ключевые слова: инновационный потенциал, промышленность, экономика знаний, инновационная деятельность.

Zadneprovskaia A. I.

Kharkiv S. Kuznets National University of Economics

GENERATE INNOVATIVE POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE DEVELOPMENT OF ECONOMICS

Summary

Solution levels and synthesis of innovation system approaches to the definition of innovative capacity of industrial enterprise helped to clarify its composition and classification in accordance with the levels of innovation with regard to the conditions of the knowledge economy.

Key words: innovative potential, industry, knowledge economy, innovation.

УДК 338.48

Зарічна О. В.

Мукачівський державний університет

ІННОВАЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЇХ РОЗВИТКУ

У даній статті розглянуті класифікаційні види інновацій, які можуть використовуватись в індустрії туризму. Наведена детальна характеристика кожного виду інновацій. Запропоновані основні умови їх впровадження в туристичну діяльність.

Ключові слова: туристична інновація, сегментація, ознака сегментації, продуктивні інновації, управлінські інновації, сервісні інновації, технологічні інновації.

Постановка проблеми. Туристична галузь в останні роки набула стрімкого розвитку в багатьох країнах світу і сприяє їх економічному зростанню. Як туристична держава Україна недостатньо використовує свої можливості в сфері розвитку туристичного бізнесу, розбудови інфраструктури туризму. На сьогодні ситуація, що склалась в туристичній індустрії України, практично неконкурентоспроможна на світовому ринку, тобто:

- застаріла матеріально-технічна база, яка потребує капітального ремонту, модернізації та функціональної реконструкції;

- брак сучасних засобів розміщення туристів;

- недостатній розвиток важливих складових туристичної інфраструктури – транспорту та зв'язку;

- недостатньо розвинена мережа закладів харчування та індустрії розваг;

- брак кваліфікованих спеціалістів з організації та розвитку внутрішнього і в'їзного туризму;
- орієнтування туристичних фірм на закордонні подорожі;
- відсутність активно функціонуючого туристично-інформаційного центру;
- екологічні проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження інновацій у туризмі та їх класифікація розглянуті в працях таких вітчизняних і закордонних учених: В.І. Бирковича, В.С. Боголюбова, С.В. Дмитрука, А.П. Дуровича, М.А. Жукової, В.О. Квартальнова, С.І. Ковалева, М.М. Малахової, М.О. Міхно, В.С. Новикова, Ю.А. Пшеничних, А.Е. Саак, С.Т. Соколова, О.І. Черниш, А.В. Чечель та інших.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Позитивне вирішення проблем, що характеризують неконкурентоспроможний стан в туристичній індустрії України, є особливо актуальним. Пожвавлення розвитку туризму в Україні та подолання негативних тенденцій можливе шляхом впровадження нововведень. Активізація використання інноваційного чинника призведе до створення конкурентоспроможної туристичної індустрії країни.

Мета статті. Головною метою даної публікації є дослідження видів інновацій в туристичній індустрії та їх вплив на діяльність підприємств сфери обслуговування в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інновація в туристичній діяльності – це система заходів, які спрямовані на докорінну перебудову туристичної послуги, продукту, а також механізму його просування та реалізації з метою досягнення всебічного ефекту.

Аналізуючи класифікації інновацій у туристичній галузі, визначено, що не існує чітко побудованої їх класифікації. Так, А.Е. Саак, Ю.А. Пшеничних виділяють наступні основні види інновацій у сфері послуг [4, с. 89]:

- технічні – пов'язані з впровадженням нових видів техніки, технологій, інструментів, а також техніко-технічних прийомів праці й обслуговування;
- організаційно-технологічні – пов'язані з новими видами послуг, більш ефективним обслуговуванням клієнтів;
- комплексні, що охоплюють одночасно різні аспекти і сторони сервісної діяльності;
- управлінські – орієнтовані на вдосконалення внутрішніх і зовнішніх зв'язків підприємств, використання нових методів та форм менеджменту.

У роботах дослідників [1, с. 63] виділені такі основні напрямки інновацій у туристичній діяльності:

- формування нового туристичного продукту;
- маркетингова діяльність [3, с. 38];
- нові методи управління (новий менеджмент);
- використання новітніх технологій.

Вивчення тенденцій і закономірностей комплексного освоєння інновацій, планування позитивних результатів і управління ними – складна методологічна проблема у сфері туризму, пов'язана, насамперед, із класифікацією нововведень. Як значимі визначення суті інновацій у туризмі можна виділити такі класифікаційні ознаки:

І. Продуктові інновації.

1. Створення нових туристичних продуктів. При розробці туристичного продукту необхідно мати ясну відповідь на питання: що ж буде купувати турист? Адже він оплачує не готельне розміщення, а нові відчуття і знайомство з невідомим,

затишок, увагу, і розташовує обстановку. Тому створення туристичного продукту починається з вивчення його споживчих якостей і властивостей, з виявлення найбільш привабливих сторін для туристів. Саме вони є орієнтирами при розробці та реалізації туристичного продукту.

Розробка нового продукту відбувається в кілька етапів. Спочатку компанії формують стратегію розробки туристського продукту, яка, у свою чергу, включає інновацію продукту, тобто встановлення виду необхідного продукту, модифікацію вже існуючих продуктів, а також розподіл ресурсів для створення продукту. Після визначення стратегії починається етап генерації ідей. Багато фірм для цього використовують такі інструменти, як мозкова атака, матриці пошуку, морфологічний аналіз та ін. Потім ідеї перетворюються в концепції, які проходять обговорення у потенційних клієнтів і затверджуються.

Наступний етап розробки продукту туристськими фірмами – це бізнес-аналіз, коли прогнозуються початкові і повторні продажі, плануються ціни і передбачуваний прибуток. Далі створюється сам продукт, який проходить попереднє випробування на міцність. Цей етап дорогий, вимагає багато часу і зусиль. Якщо не відкидається новий туристський продукт у стратегічному плані, в діяльності фірми настає етап комерціалізації нового туристського продукту, тобто впровадження на ринок. Деякі туристські компанії залучають венчурні підприємства, створюють відділи нового продукту або тримають у своєму штаті менеджерів з нових продуктів, які оцінюють і враховують реакцію і дії у відповідь з боку конкурентів.

Між генерацією ідей і етапом втілення їх в життя і розміщення туристичного продукту на ринку часто проходить декілька років. А це означає, що зміни в економічних, політичних та інших умовах можуть перетворити ринок і тим самим змінити привабливість розробленого продукту.

2. Освоєння нових сегментів туристичного ринку. Сегментація туристського ринку окреслює діяльність із класифікації потенційних споживачів на відповідність до якісних і кількісних особливостей їх попиту. Головна мета сегментації – забезпечити адресність туристському продукту, оскільки вона може відповідати запитам відразу всіх споживачів. За допомогою неї реалізується основний принцип маркетингу – орієнтація на споживача. Практика маркетингу у туризмі переконливо свідчить, що сегментація ринку:

- є способом вибору найбільш перспективного цільового ринку;
- дозволяє в у максимальному ступені задовольнити потреби клієнтів;
- допомагає вибрати оптимальну маркетингову стратегію;
- сприяє встановленню досяжних і дійсних цілей;
- дає можливість підвищувати рівень прийнятих рішень, забезпечуючи їх обґрунтування інформацією щодо поведінки споживачів на ринком;
- реформує підвищення конкурентоспроможності як запропонованих послуг, так і підприємства у цілому;
- дозволяє ухилитися чи знизити ступінь конкурентної боротьби шляхом освоєння незайнятого сегмента.

Сегментація ринку, безумовно, – один з найважливіших інструментів маркетингу у туризмі. Від того, наскільки правильно вона проведена, залежить успіх у конкурентній боротьбі. Щоб ефек-

тивно провести сегментацію, необхідно враховувати деякі ознаки сегментації туристського ринку. Ознака – це спосіб виділення цього сегменту над ринком. У туризмі основними ознаками сегментації є [2, с. 124]: географічні, демографічні, соціально-демографічні, психографічні, поведінкові.

При сегментації ринку за географічними ознаками доцільно розглядати групи споживачів із однаковими чи схожими уподобаннями, і що визначаються проживанням того чи іншого регіону. За географічний сегмент можна розглядати всю країну чи групу країн, які мають якусь історичну, політичну, етнічну чи релігійну спільність.

Найбільш популярною вважають сегментацію, яка використовує демографічні змінні, такі як вік, стать, кількість дітей, життєвий цикл родини, вид занять, релігія, раса, національність тощо. Демографічні критерії часто застосовують з огляду на доступність інформації, яку можна одержати з різних джерел, зрозумілість показників та легкість віднесення їх до різних елементів маркетингової стратегії.

Соціально-економічні ознаки припускають виділення сегментів споживачів з урахуванням спільності соціальної та фахової приналежності, освіти і підвищення рівня доходу.

Психографічна сегментація об'єднує ціле коло характеристик споживачів. Вона в цілому виражається поняттям «спосіб життя», тобто захопленнями, вчинками, інтересами, думками, типом відносин з іншими людьми тощо.

Поведінкові ознаки передбачають облік різних аспектів поведінки споживачів, наприклад: мотиви поїздки, вигоди, прихильність фірмі, ступінь готовності придбати туристський продукт, чутливість до обслуговування та т.д.

3. Освоєння нових туристично-рекреаційних територій. Туристичне освоєння нових регіонів має формуватися при дотриманні таких принципів:

- раціональне використання природних цінностей і ресурсів;
- обов'язкове врахування думок і традицій місцевих спільнот;
- науковий підхід до освоєння нових туристичних територій;
- надання гарантій безпеки туристам;
- оптимальне поєднання ціни та якості на туристичні продукти і послуги;
- гнучка програма туристичного освоєння територій, яка гарантує охорону туристичних ресурсів.

4. Залучення до туристичного сегменту нових видів ресурсів. Перспективним є розвиток таких форм туризму, як дитячо-юнацький туризм, молодіжний (студентський туризм), туризм людей похилого віку, туризм інвалідів, спортивний туризм, зелений туризм, екологічний туризм. Вони потребують значних інвестицій, розробки стратегії розвитку з застосуванням найновіших технологій та механізму розвитку індустрії.

II. Управлінські інновації.

1. Нові методи реалізації маркетингу в туризмі. Це методи і прийоми, що направлені на виявлення можливостей найбільш повного задоволення потреб людей, з точки зору психологічних і соціальних факторів, а також визначення способів найбільш раціонального, з фінансової точки зору, ведення справ туристичними підприємствами, які дозволяють враховувати виявлені або приховані потреби в туристичних послугах.

2. Обґрунтування методів і форм управління суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності.

Провідними треба вважати наступні методи і форми управління:

- організаційні методи і форми – це комплекс способів і прийомів впливу на працівників, що ґрунтуються на використанні організаційних відносин та адміністративній владі керівництва;

- економічні методи і форми – це такі методи, які реалізують матеріальні інтереси участі людини у виробничих процесах (будь-якій іншій діяльності) через використання товарно-грошових відносин;

- соціально-психологічні методи і форми – це методи управління, що реалізують мотиви соціальної поведінки людини. Адаже рівень сучасного виробництва, зростання загальноосвітнього і професійно-кваліфікаційного рівня працівників зумовлюють суттєві зміни в системі ціннісних орієнтацій та структурі мотивації трудової діяльності людей.

3. Забезпечення державного та регіонального управління туристичною індустрією. Важливою умовою забезпечення розвитку туристичної галузі в Україні є формування дієвого регуляторного механізму, який би поєднував державне регулювання та ринкове саморегулювання. Державне регулювання туристичної сфери – це сукупність методів впливу суб'єктів управління на туристичну сферу як об'єкт, які мають практичний характер та функціональну спрямованість для досягнення визначених цілей. Головною метою державного регулювання і управління сферою туризму необхідно вважати створення сучасного високоєфективного і конкурентоспроможного туристського комплексу, який забезпечить, з однієї сторони, широкі можливості задоволення потреб українських і зарубіжних громадян в туристських послугах, з другої сторони – це значний вклад у розвиток економіки, у тому числі за рахунок збільшення кількості робочих місць, надходження податків до місцевого бюджету, притоку іноземної валюти, охорони і раціонального використання культурної і природної спадщини.

III. Сервісні інновації.

1. Впровадження передових методів навчання, підготовки та перепідготовки працівників туристичного бізнесу. Тренінги – це ефективне професійне навчання з надання туристичних послуг за оригінальними програмами з актуальною тематикою, що дають персоналу нові ідеї, методи, підходи у вирішенні стратегічних і оперативних задач, підвищенні якості обслуговування; надають допомогу у вирішенні питань і проблем, що виникають у процесі роботи з управління персоналом, маркетингом, комунікаціями, продажами і фінансами. Підготовка управлінських кадрів може проводитися шляхом організації лекцій, дискусій у складі невеликих груп, розбору конкретних ділових ситуацій, читання літератури, ділових ігор і ролевого тренінгу. Варіантами цих методів є організовані щорічно курси і семінари з проблем управління. Іншим широкозастосовуваним методом є ротація по службі, переміщення керівника низової ланки з відділу на відділ на термін від трьох місяців до одного року. Це знайомить нового керівника з багатьма сторонами діяльності.

2. Розробка інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів в туризмі. Модель розміщення трудових ресурсів являє собою комбінацію методів, прийомів, застосовуваних для найбільш ефективного використання потенціалу працівника. Можна говорити про декілька типів моделей, які також враховують особливості національного менталітету.

а. Американська модель «спортивна команда» («ринок праці») характеризується:

- короткостроковим наймом за межами організації;
- відбором кадрів за професійними критеріями;
- конфронтаційними відносинами між працівником і адміністрацією;
- мінімальним навчанням і підвищенням кваліфікації персоналу;
- ігноруванням соціальних потреб і переважанням чисто економічної орієнтації працівників (головний мотивуючий фактор – грошова винагорода за індивідуальні результати);
- зв'язком рівня заробітної плати з загально-економічними умовами;
- відданістю працівників професії, а не організації.

б. Японська модель «людський капітал» («фортеця») передбачає:

- змінну зайнятість, при якій персонал ділиться на тимчасових і постійних (ядро) працівників, для яких практикується довгостроковий (довічний) найм;
- інвестиції в навчання, вирішення соціальних проблем;
- безперервна освіта та підвищення кваліфікації на робочому місці;
- участь працівників в управлінні;
- постійну ротацію кадрів;
- групові принципи просування, винагороди;
- обумовленість рівня заробітної плати віком і стажем.

в. Партнерська модель є основною в країнах західної Європи і найбільш поширена на підприємствах туризму. Її основні принципи ґрунтуються на:

- соціальному партнерстві та колективному договорі;
- наданні керівних посад передусім своїм співробітникам;
- скороченні або ліквідації статусного розриву між керівництвом і підлеглими;
- створенні сприятливих умов праці;
- заохоченні відкритого ділового спілкування;
- допомозі в пошуках роботи при звільненнях;
- участі у прибутках;
- постійному підвищенні кваліфікації.

г. Російська модель ще не є досконалою (за визнанням підприємств, де є європейський менеджмент). Російська модель характеризується:

- патерналізмом;
- орієнтованістю більшості керівників на вирішення проблем організації, а не персоналу;
- незахищеністю кваліфікованих працівників будь-якого рангу від свавілля власників і адміністрації;
- непрофесіоналізмом працівників сфери управління людськими ресурсами (керівництво службами персоналу здійснюється довіреними особами власника, а не фахівцями);
- незацікавленістю основної маси роботодавців та працівників у зростанні кваліфікації та підвищенні продуктивності праці;
- слабким тиском на організацію фахівців ззовні;
- трудностю звільнення працівників (тому доводиться робити ставку не на залучення їх з боку, а на розвиток наявного трудового потенціалу).

д. Модель «академія» характерна для державних організацій. Їй властива низька плинність персоналу, задоволеність своїм становищем. Вона передбачає:

- опору на власні кадри та поповнення персоналу тільки за рахунок молодих фахівців і внутрішнє їх просування;
- колективні результати праці і винагороду;
- виховання лояльності та відданості організації, готовність прийняти норми;
- стимулювання підвищення кваліфікації та розвитку персоналу;
- орієнтацію на освіту, інтелект.

3. Впровадження національної моделі сервісного обслуговування, враховуючи культуру та звичаї туристично-рекреаційних зон. Сервісне обслуговування забезпечує не тільки ефективне задоволення потреб ринку, але і успіх підприємства в конкурентній боротьбі. Будь-які підприємці і менеджери сервісу повинні використовувати національні традиції обслуговування, якщо вони не суперечать сучасним вимогам і підвищують ефективність сервісної діяльності в цілому.

IV. Технологічні інновації.

1. Впровадження комп'ютерних технологій в систему бронювання і резервування готелів, авіаквитків. Головним фактором ефективної роботи туроператорських і турагентських компаній є кількість і якість продаж. Вплинути на продажі, покращити їх якість, максимально підвищити ефективність роботи можливо шляхом застосування систем бронювання і резервування в діяльності підприємств туристичного бізнесу. Комп'ютерні системи бронювання мають великий вплив на всю туристичну сферу, оскільки надають не тільки авіапослуги, але і послуги проживання в готелях, оренду автомобілів, круїзні поїздки, інформацію про місце перебування, курси валют, повідомлення про погодні умови, автобусне і залізничне сполучення.

2. Розробка нових видів інформаційного забезпечення туристичного обслуговування, покращення якості послуг. Сучасні досягнення в галузі інформаційних технологій, телекомунікацій, створення і обробки баз даних забезпечують нові можливості для туристичних підприємств. Індустрія туризму є одним з найбільших споживачів телекомунікаційних технологій і має один з найвищих рівнів комп'ютерної забезпеченості. До найбільш вагомих інноваційних технологій в туризмі відноситься використання Інтернету для просування і реалізації туристичного продукту. Використання Інтернет-ресурсів підприємствами туристичної галузі дозволяє здійснювати інформаційно-довідкову діяльність; проводити вивчення попиту потенційних споживачів, сектору незадоволеного попиту; проводити іміджеву політику та рекламу туристичних послуг; моніторинг підприємств-конкурентів, їх цінової політики, стратегії збуту і реклами; здійснювати дослідження туристичних ринків та пошук нових ринків збуту своєї продукції; впроваджувати інноваційні туристичні продукти та послуги; здійснювати моніторинг, аналіз і планування туристичної діяльності.

3. Нововведення в системі транспортного обслуговування, що будуть спрямовані на підвищення комфортності та скорочення часу трансферу туристів до курортної зони. Інноваційний розвиток транспортного обслуговування туристів забезпечує умови динамічного розвитку туристичної індустрії, збільшення доходів як туристичних, так і транспортних підприємств, розвитку туристично-рекреаційних територій. Найважливіша вимога, що пред'являється до транспорту сьогодні, полягає в неухильному підвищенні швидкості доставки пасажирів, зростанні об'ємів перевезень,

екологічній чистоті і ефективності. Для традиційних видів транспорту ці вимоги в сукупності деколи важко здійснимі. Так, залізничний транспорт обмежений межами швидкості, долати які економічно не вигідно. Час польоту авіалайнера нерідко порівняно довший з часом доставки пасажирів з аеропорту в місто. Високий рівень шуму, що створюється поїздами і авіацією може спричинити незручності під час переміщення. До того ж, не можна забувати про шкідливі для навколишнього середовища автомобільні і авіаційні викиди.

Дуже важливо раціонально розвивати і ефективно використовувати всі елементи транспортної системи, щоб не виникало диспропорцій як усередині кожного виду транспорту, так і на стиках, не утворювалися «пробки», а, отже, і збої в роботі, які деколи «ламають» всю систему. Для цього і потрібна чітка координація як в плануванні капітальних вкладень, так і в організації перевезень. Такий узгоджений розвиток всіх видів транспорту як єдиної транспортної системи і вдосконалення взаємодії між ними забезпечують освоєння зростаючих пасажирських перевезень з мінімальними матеріальними, трудовими і енергетичними ресурсами і розглядаються як генеральний напрям розвитку транспорту.

4. Екологізація туристичних об'єктів. Стрімкий ріст туристичної діяльності і активності туристів як в світі, так і в межах нашої держави все більше призводить до проблем екологічного характеру. Природні екосистеми втрачають здат-

ність до самовідновлення у зв'язку із посиленням антропогенних тисків, викликаних інтенсифікацією туристичної діяльності. Тому на сьогоднішній день, необхідно розробляти та запроваджувати відповідні заходи щодо усунення даної проблеми та попередження її виникнення в майбутньому. Ключовим і, на сьогоднішній день, одним із найдієвіших шляхів екологізації повинна стати екологічна паспортизація туристичних територій. Екологічний паспорт туристичної території – офіційний документ, що створюється з метою забезпечення обліку існуючих об'єктів туристичної активності, а також контролю над впливами, спричиненими ними на довкілля.

Висновки і пропозиції. Отже, розглянувши детальну класифікацію і характеристику інновацій в туристичній сфері, можна зробити висновок, що запропонована класифікація інновацій має практичну цінність, бо закладає принципи і форми інновацій, які застосовуються підприємствами туристичної галузі, і дозволяє більш точно ідентифікувати кожну інновацію, тобто визначити область її застосування, оцінити значимість, порівняти можливості та обмеження з іншими видами інновацій. Крім цього, різноманітність класифікаційних ознак інновацій дає можливість для ефективного розвитку підприємств туристичної галузі за рахунок коригування і вдосконалення економічних механізмів, організаційних форм управління туристичним підприємством залежно від типу інновацій.

Список літератури:

1. Жукова М.А. Менеджмент в туристическом бизнесе: учебное пособие / М.А. Жукова. – М. : КНОРУС, 2006. – 192 с.
2. Кудла Н.С. Маркетинг туристических услуг : навчальний посібник / Н.С. Кудла ; М-во освіти і науки України, Львівський ін-т економіки і туризму. – К. : Знання, 2011. – 351 с.
3. Новиков В.С. Инновации в туризме / В.С. Новиков. – М. : Академия, 2007. – 208 с.
4. Саак А.Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие / А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных. – СПб. : Питер, 2007. – 512 с.

Зарична Е. В.

Мукачевский государственный университет

ИННОВАЦИИ И ИХ РОЛЬ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ИХ РАЗВИТИЯ

Резюме

В данной статье рассмотрены классификационные виды инноваций, которые могут использоваться в индустрии туризма. Приведена подробная характеристика каждого вида инноваций. Предложены основные условия их внедрения в туристическую деятельность.

Ключевые слова: туристическая инновация, сегментация, признак сегментации, продуктовые инновации, управленческие инновации, сервисные инновации, технологические инновации.

Zarichna O. V.

Mukachevo State University

INNOVATIONS AND THEIR ROLE IN ENSURING THEIR DEVELOPMENT

Summary

In this article the classification types of innovations that can be used in the travel industry. The following detailed description of each type of innovation. The basic condition of their implementation in tourism activities.

Key words: tourism innovation, segmentation, feature segmentation, product innovation, management innovation, service innovation, technological innovation.

УДК 330.1

Заровна К. М.

Київський національний торговельно-економічний університет

СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ СУТНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено семантичну сутність економічної стійкості підприємства та хронологію появи даного поняття. Здійснено порівняння понять стабільності та стійкості, фінансової та економічної стійкості. Розкрито взаємозв'язок між сталим розвитком підприємства та економічною стійкістю.

Ключові слова: економічна стійкість, економічна стабільність, фінансова стійкість, сталий розвиток, підприємство.

Постановка проблеми. Останнім часом суттєво активізувались наукові розробки українських дослідників з проблематики економічної стійкості як на макроекономічному (національному, регіональному), так і мікроекономічному рівнях (підприємство). Умови господарювання сучасних підприємств носять досить складний і непередбачуваний характер, змінюються надзвичайно швидко, що перешкоджає їхньому функціонуванню й поступальному розвитку, а отже, обумовлює підвищений інтерес до даної проблематики. Незважаючи на чисельні дослідження даного поняття на рівні окремого суб'єкта господарювання, єдності поглядів щодо сутності економічної стійкості, а головне – інструментарію оцінювання та механізмів забезпечення, поки що не досягнуто.

Очевидно, що стійкість підприємства є однією з найважливіших характеристик діяльності, і чим вона вища, тим вище незалежність організації від змін ринкової кон'юнктури, чим нижче – тим, в кінцевому випадку, вища вірогідність банкрутства. Рівень стійкості відображає для партнерів, скажімо, рівень безпеки ділового партнерства з контрагентом, його спроможність виконати свої ділові обов'язки в умовах змін внутрішнього та зовнішнього середовища та при виникненні незапланованих подій, все це також обумовлює інтерес до управління стійкістю як економічною категорією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика стійкості тривалий час активно вивчається в економічній науці. Вперше питання стійкості в контексті економічної проблематики розглянуті в теоретичних працях, присвячених дослідженню ринкової рівноваги в умовах досконалої конкуренції. Найбільш відомі серед інших праці Л. Вальраса, Дж. Р. Хікса, П. Самуельсона, А. Вальда. В них були достатньо глибоко досліджені питання стійкого ринку з технічної сторони, тобто відносно економічних процесів (параметрів руху попиту та пропозиції до точки рівноваги в класичній ринковій моделі Л. Вальраса та в неокласичних моделях), але не відносно економічних систем. На сьогодні питанням вивчення сутності поняття «економічна стійкість» присвячується досить багато праць вітчизняних вчених, таких як Р.В. Фещур, Х.С. Баранівська, О.В. Сергєєва, Т.І. Поверляк та ін., багато в чому їх погляди співпадають, в дечому різняться, адже для України дана проблематика є досить новою. Ми поділяємо такий інтерес до даного поняття та вносимо свою лепту в його дослідження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В економічній літературі поки ще немає загально визнаної методики оцінки рівня економічної стійкості підприємства та загальноприйнятого розуміння її сутності. Дані дискусія ведеться навколо ототожнення економічної стійкості

зі фінансовою стійкістю та між співвідношенням понять «стабільність», «стійкість» і «сталість». Також слід визначитись в доцільності використання поняття «сталий (стійкий) розвиток».

Мета статті. Основною метою даної статті є визначення поняття економічної стійкості підприємства та дослідження його виникнення й доцільності використання.

У теорії систем, яка розглядає економічні об'єкти як складні і різнобічні господарські системи, стійкість визнається одною з інтегральних характеристик складного об'єкта, що відображають його взаємозв'язок з середовищем, внутрішню структуру та поведінку і є одною з якостей першого порядку будь-якої системи. Економічною наукою саме поняття стійкості було запозичене в теорії систем, тоді як економічні об'єкти почали розглядатись як складні і різнобічні господарські системи. В системному аналізі і синтезі стійкість використовується в комплексі інтегральних характеристик складного об'єкта, що відображають його взаємозв'язок з середовищем, внутрішню структуру та поведінку, і являється одним з якостей першого порядку будь-якої системи. В загальному розумінні під стійкістю розуміють спроможність системи зберігати деякі її властивості по відношенню до збурень або невизначеності деяких параметрів самої системи чи зовнішнього середовища. Стійкість у взаємозв'язку з іншими першочерговими якостями системи, а саме з надійністю, керованістю, самоорганізацією забезпечують їй живучість, тобто відносно довготривалий період існування системи, протягом якого вона виконує основні притаманні їй функції, прагнучи досягнути запланованих цілей, а також сприяють її ефективності, що в кінцевому випадку формує її безпеку.

В табл. 1 наведена характеристика синонімічних понять, навколо доцільності використання яких у поєднанні зі словом «економічна», вітчизняними науковцями ведеться дискусія.

Як бачимо, не існує абсолюту у визначенні даного поняття; окрім того, до цих пір незрозуміло, який аналог в англійській мові відповідає українському поняттю «стійкість» (рос. «устойчивость»), там поширено «stability», що розуміємо як стабільність. Європейська наукова думка передбачає разом із словом «економічна» («economic») використовувати «sustainability», що в переважній більшості випадків перекладають саме як стійкість, вбачаємо це закономірним, адже, розібравши це двокореневе поняття на його первинні терміни («sustain» – витримувати, підтримувати та «ability» – здатність, спритність, вміння, компетенція, можливість, талант), стає зрозумілим, що по сенсу воно означає: здатність чи навіть вміння витримувати.

Діяльність підприємства передбачає його постійний розвиток, тому й виникають дискусії щодо того, чи може розвиток бути сталим чи стійким.

Таблиця 1
Характеристика поняття «стійкий»
та його синонімів (узагальнено за [1])

Поняття	Характеристика
Сталий	1. Який не змінюється, зберігає той самий склад, розмір, однакову форму, величину; незмінний, постійний; який не зазнає коливань, не піддається змін, стійкий; 2. Стала – постійна, незмінна величина у низці тих, що змінюються; 3. Який не припиняється, не переривається, триває весь час, безперервний; 4. Розрахований на довгий час, призначений для тривалого функціонування, не тимчасовий; 5. Твердий, непохитний; який надійно забезпечує існування, розвиток чого-небудь.
Стойкий	1. Здатний твердо стояти триматися, не падаючи, не коливаючись; який відбувається спокійно, розмірено; урівноважений; 2. Який довго зберігає і виявляє свої властивості, не піддається руйнуванню, псуванню; 3. Для якого характерні стабільність, постійність; сталий; довготривалий 4. Здатний витримати зовнішній вплив, протидіяти чомусь; здатний зберігатися, існувати за несприятливих умов; витривалий; який не піддається сторонньому, перев. негативному впливу; який ведеться з наполегливістю, непохитністю, твердістю
Стабільний	Сталий, незмінний, стійкий
Незмінний	1. Який не змінюється або не може змінюватися; такий самий 2. Який є постійним атрибутом кого-, чого-небудь, завжди наявний, звичайний для когось; обов'язковий, неодмінний 3. Який не підмінюється, не замінюється

Зустрічаються наступні визначення дефініції розвитку [2]: неперворотна, направлена, закономірна зміна матеріальних і ідеальних об'єктів (філос.); вищий тип руху, що характеризується переходами від старого до нового, від одного якісного стану до іншого (філос.); збільшення кількості і якості доступних можливостей (психол.); набуття нових якостей, способів прогресивного перетворення людини або системи (психол.); процес освоєння простору можливостей; зміна, яка, як правило, призводить до росту; процес і результат кількісних і якісних змін та ін..

Як бачимо, в більшості випадків до розвитку відносять такі процеси, як підвищення складності якої-небудь системи, збільшення масштабів явища, кількісний ріст і якісне покращення. Отже, у феноменологічному плані «розвиток» пов'язується зі специфічним процесом зміни чого-небудь.

У монографії О.В. Раєвнєвої проведено ґрунтовне дослідження терміну «розвиток», за результатами якого визначено три підходи до розуміння категорії «розвиток системи»: розвиток як властивість; розвиток як дефініція; розвиток як порівняльна характеристика об'єкта [3, с. 96].

Безумовно, виникали і виникають дискусії щодо того, чи може розвиток бути сталим, який термін коректніше використовувати – «сталість» чи «стійкість» для характеристики поняття «розвиток», але такі дискусії є тільки ще одним підтвердженням актуальності даної проблематики. В енциклопедичних видання обидві ці терміни наявні та співіснують (табл. 2).

Поняття «стійкий розвиток» (деякі перекладають з англ. «sustainable development» – сталий розвиток) почало використовуватися з 70-80-х рр. ХХ ст. після енергетичної кризи з метою характеристики сталості економічної, екологічної та соціальної складових. Далі з глобального рівня воно поширилося на рівень окремих національних економік та галузей.

Таблиця 2
Термінологічний апарат концепції
стійкого розвитку

Поняття	Тлумачення
Розвиток сталий	незворотні та закономірні сутнісно-якісні зміни суспільства на основі оптимального поєднання і раціоналізації економічної, екологічної та соціальної сторін такого розвитку з урахуванням потреб майбутніх поколінь [4, с. 277]
Стабільний розвиток	стійкий розвиток економіки, за якого економічна система перебуває у стані відносної рівноваги за незмінної внутрішньої сутності, а отже, дії однотипних економічних законів [4, с. 361].
Стойкий розвиток	особливий економічний розвиток, який забезпечує задоволення всебічних потреб нинішнього покоління без завдання шкоди можливостям прийдешніх поколінь забезпечити свої власні потреби [5, с. 514].

Питання про необхідність переходу до стійкого розвитку вперше було поставлено Світовою Комісією з навколишнього середовища та розвитку, очолюваною прем'єр-міністром Швеції пані Г. Брунтланд. Визначення цього поняття було сформовано у доповіді цієї комісії «Наше спільне майбутнє». Основні принципи стійкого розвитку були проголошені на світовому саміті з природного середовища і розвитку (Ріо-92), що відбувся в Ріо-де-Жанейро в червні 1992 . Подальшого розвитку ідеї Комісії набули в рішеннях Конференції ООН з навколишнього середовища і розвитку, зокрема у документах Програма дій «Порядок денний на ХХІ століття» (Ріо-де-Жанейро, 1992 р.), «Rio + 5» (Нью-Йорк, 1997 р.), «Rio + 10» (Йоганнесбург, 2002 р.), Цілі розвитку тисячоліття (2000 р.), «Rio + 20» (2012 р.) та низці інших документів [6].

Першочерговим завданням вищезгаданих імперативів була екологізація діяльності, загалом виробництва, та коли питання торкнулося розподілу економічних ресурсів, ця проблематика стала пріоритетною для економічної науки. Метою даної концепції є забезпечення стабільного розвитку світового господарства на основі економічного і раціонального використання ресурсів. Згодом вона знайшла відображення у теорії економічної безпеки держави – «ecosestate» («economic security of state»), яку можна забезпечити лише за економічної стійкості її компонентів (територій, галузей економіки, підприємств) [7]. Складовими (передумовами) стійкого розвитку міжнародним співтовариством визнані економічна стійкість; соціальне благополуччя; екологічну рівновагу; міжнародну солідарність [8].

На думку Л.Г. Мельника, є деяка суперечливість, алогічність російськомовного варіанту перекладу терміну «Sustainable development» – «устойчивое развитие», адже «устойчивость» (стійкість) передбачає рівновагу, а «розвиток» можливий тільки за умови постійного виходу системи з рівноважного стану [9]. Поняття «економічна сталість» та «економічна стійкість» російською звучить як «экономическая устойчивость», а не «экономическая стабильность», англійською ж дані два слова останнім часом перекладають одним словом – «sustainability», а не «Sustainable development». Тобто мова йде не про окремо «стійкий» та «розвиток» а про певний стан стійкості, що при цьому передбачає розвиток і не викликає ніяких суперечностей між поняттями «стійкість» та «розвиток», тобто існує стан стійкого розвитку. Тобто на сьогодні, ми вважаємо, доречно в

економічній думці російське «устойчивость», в залежності від контексту, сприймати як «сталість», або як «стійкість» (якщо економічна то стійкість), англійське «sustainability» як «стійкість».

Тому слід зауважити, що для дослідження «економічної стійкості» в принципі слід її визначати як цілісне поняття, а саме як стан стійкого економічного розвитку без поділу окремо на «економічну» та «стійкість», і не сприймати перше виключно як характеристику другого. Адже, використовуючи поняття «економічна стабільність», мова може йти про економічну стабілізацію, а не про стійкий розвиток. Також стабільність ототожнюють з незмінністю, що для поняття «економічна стійкість», на нашу думку, як було доведено вище, апіорі неможливо. Отже, «стабільність» – все ж ширше поняття, аніж «стійкість». Окрім того, в науковій думці загальноприйнятими є поняття «фінансова стійкість», набуває популярності «соціальна стійкість», «екологічна стійкість», які передбачають звуження поняття стійкості ще однією вагомою відмінною характеристикою стійкості – захищеність. Тому, підсумовуючи, слід зазначити, що, на наш погляд, по відношенню до підприємств в широкому сенсі при дослідженнях стабілізаційних та захисних інструментів їх діяльності коректніше використовувати поняття «економічна стійкість».

Дійсно, часто термін «економічна стабільність» ототожнюють із терміном «економічна стійкість», проте таке ототожнення не є вірним. Термін «економічна стабільність» є ширшим, бо це стан, коли економічна система функціонує в стані рівноваги, зберігаючи незмінною свою структуру. Тоді коли економічна стійкість – це здатність зберігати показники на певному рівні, незважаючи на постійний вплив зовнішнього та внутрішнього середовища [10].

Іншим, найважливішим дискусійним питанням вважають співвідношення фінансової та економічної стійкостей. В сучасній економічній літературі, нарівні з поняттям «економічна стійкість підприємства» (ЕСП), фігурують фінансово-економічна та організаційно-економічна стійкості. На наш погляд, такий поділ звичайно можливий, але економічна стійкість підприємства, скоріше, об'єднує два останні поняття, аніж є рівнозначною з ними. В деяких випадках економічну стійкість звужують до фінансової, або, навпаки, фінансової стійкості надають широке коло характеристик, які, на нашу думку, притаманні економічній стійкості підприємства.

Найбільше ототожнення відбувається саме з поняттям «фінансова стійкість», чи «фінансово-економічна стійкість», коли її розуміють як комплексне поняття, що відображає не тільки успішне використання всіх наявних на підприємстві фінансових ресурсів, а й контроль за трудовими ресурсами чи виробничим циклом через грошові потоки фінансово-господарської системи підприємства. Тобто Є.О. Гукалова та О.Б. Федотова вказують, що фінансову стійкість підприємства слід розуміти як здатність здійснювати основні та інші види діяльності в умовах підприємницького ризику і мінливого середовища бізнесу з метою максимізації добробуту власників, зміцнення конкурентних переваг організації з урахуванням інтересів суспільства і держави [11].

Наближеним до вищевказаного поняття фінансової стійкості підприємства є характеристика його С.А. Кочетковим та С.В. Тихомировим, згідно з якою фінансова стійкість – це характерис-

тика стану підприємства, при якому оптимальна структура наявних у нього ресурсів і факторів дозволяє досягати максимально ефективних результатів діяльності, які, в свою чергу, за умови виконання всіх зобов'язань підприємства, дають йому можливість в мінімальні терміни здійснювати перехід до наступної стадії життєвого циклу. Фінансова стійкість, головним чином, визначається відносним положенням підприємства по відношенню до максимально можливого, кращого положення самого підприємства в даних економічних умовах, з урахуванням внутрішніх і зовнішніх факторів [12].

Таке бачення існує, і ми поділяємо ту думку, що фінансові потоки присутні в будь-якій сфері діяльності підприємства, але ми пропонуємо фінансову стійкість розглядати як складову економічної стійкості, разом з трудовою чи соціальною стійкістю, адже персонал також присутній в будь-якій сфері його діяльності, але співвідношення соціально-економічної та економічної стійкості як рівнозначних понять, на наш погляд, не є доцільним. Фінансова стійкість має бути оціночною фінансовою категорією управління підприємством та заходами по досягненню платоспроможності, ліквідності, рентабельності капіталу та ефективному обігу фінансових потоків. Такого ж погляду притримуються багато науковців; так, на думку О.О. Леонової, фінансова стійкість є комплексним поняттям, що відображає стабільний рівень фінансової спроможності, при якому фінансові ресурси, їх розподіл і використання в умовах негативного впливу внутрішніх і зовнішніх факторів підприємницького середовища, регулюючої ролі держави і управлінських рішень здатні забезпечити сталий фінансовий розвиток в короткостроковому і довгостроковому періодах, що базуються на постійній підтримці раціонального співвідношення між елементами вертикальної структури необоротних та оборотних активів та джерелами їх фінансування (пасивами), і виконанні умов забезпечення рентабельності, ліквідності, платоспроможності, фінансової незалежності, кредитоспроможності, фінансової міцності, фінансової активності та ефективності грошових потоків [13].

По суті, фінансова стійкість за допомогою фінансових інструментів і показників відображає результати діяльності підприємства. Однак у цьому разі не пояснюються причини і умови, які призвели до отриманих результатів, не відображені ресурси, тобто об'єктивні можливості підприємства, не враховується економічний потенціал підприємства, а отже, неможливо ухвалювати ефективні управлінські рішення, хоча фінансова складова все ж є важливою частиною. Економічна стійкість є більш широким поняттям, ніж фінансова стійкість, це комплексна характеристика, тому що вона відображає вплив різних зовнішніх і внутрішніх факторів на окремі елементи і економіку підприємства в цілому. Економічна стійкість відображає здатність підприємства зберігати свою цілісність (функціонувати в заданому режимі) при різних зовнішніх і внутрішніх впливах, а також прогресивно (ефективно) розвиватися.

Отже, економічна стійкість підприємства – це інноваційне поняття, яке в Енциклопедії інновацій розуміється як збалансований стан матеріальних, фінансових, трудових, інтелектуальних, інформаційних та ін. ресурсів підприємства, а також раціональність їх використання, що забезпечує досягнення результативності та ефективності діяльності підприємства в поточному і в перспек-

тивному періодах [5]. Тобто, безумовно, мова йде про перспективний розвиток підприємства.

У сучасній науковій літературі поняття «стійкий» найчастіше використовується разом з поняттям «розвиток», оскільки саме така термінологічна конструкція стала ключовим терміном концепції (імперативу, ідеології) глобального стійкого розвитку, яка вважається найбільш перспективною для XXI століття і навіть усього третього тисячоліття.

Узагальнюючи існуючі в сучасній літературі визначення поняття «економічна стійкість», можна виокремити п'ять принципово різних підходів до трактування змісту цього поняття:

1. Розгляд проблеми стійкості відповідно до положень концепції «стійкого розвитку» («sustainable development»). Основні положення даної концепції були розглянуті вище, оскільки, на нашу думку, на сьогоднішній день вона є основоположною; зрозуміло що за відомою теорією сталого розвитку такий показник буде покращуватись за рахунок внутрішньої консолідації та поступового ресурсозбереження (зменшення співвідношення обсяг ресурсів\результат діяльності).

2. Розгляд стійкості із застосуванням терміну «Steady state» (стійкий стан), який відображає умови динамічної рівноваги економічної системи.

3. Використання як основи тлумачення концепції стійкого економічного зростання (sustained positive economic growth), що характеризує динамічну рівновагу економічної системи і її ефективний розвиток, що є об'єднанням та удосконаленням двох попередніх підходів.

4. Розгляд проблеми стійкості підприємства з точки зору його фінансової стійкості, уникнення банкрутства і забезпечення конкурентоспроможності. Зокрема, в стійкості фірми тлумачиться наступним чином: характеристика підприємства, яке здійснює свою діяльність у нормальному режимі, а саме виконує свої зобов'язання перед співробітниками, кредиторами, юридичними особами, співробітниками, державою за рахунок достатнього перевищення доходів над витратами. Стійкість підприємства є інструментом експертної оцінки фінансово-господарського стану підприємства, вона необхідна при визначенні співвідношення власних і позикових активів підприємства, темпів нагромадження власних коштів за рахунок здійснення господарської діяльності, співвідношення зобов'язань компанії в довгостроковій і короткостроковій перспективах, забезпечення матеріальними оборотними коштами з власних джерел дохід [14, с. 699].

5. Розгляд економічної стійкості на базі досягнень процесного підходу до організації управління бізнес-системами. Підхід до управління

з позицій процесу дозволяє системно пов'язати між собою функціональні напрями в діяльності підприємства, побудувати прозорі і зрозумілі схеми реалізації управлінських завдань, оцінити і оптимізувати використовувані ресурси. Однією із найважливіших переваг такого підходу стала можливість вимірювати процеси через показник доданої вартості і, отже, задавати і контролювати рівень ефективності. Процесний підхід до управління економічною стійкістю – це процес розроблення та реалізації управлінських рішень стратегічного й оперативного характеру, які забезпечують стабільне функціонування та розвиток підприємства [15].

Огляд економічної літератури показав, що економічна стійкість підприємства розглядається здебільшого через такі характеристики, як стан рівноваги підприємства; сукупність взаємопов'язаних і взаємообумовлених структурних складових, об'єднаних однією метою; здатність зберігати свою цілісність і створювати передумови для розвитку; здатність оптимально використовувати свій потенціал; здатність не відхилятися від свого статичного або динамічного стану; стан підприємства, при якому зберігається здатність ефективного функціонування і стабільного прогресивного розвитку та ін. Окремі науковці характеризують економічну стійкість підприємства як вже стабільне й успішне його функціонування, швидке реагування на зміну ситуацій, що виникають у зовнішньому та внутрішньому середовищі. На нашу думку, наведені ознаки характеризують скоріше досягнуто, плану чи бажану економічну стійкість, а не безпосередньо зміст даного поняття.

Висновки та пропозиції. Таким чином, єдності думок щодо визначення поняття «економічна стійкість підприємства» поки не досягнуто. На наш погляд, найбільш доцільним є трактування сутності цього поняття на основі імперативів стійкого (сталого) розвитку економіки з врахуванням надбань системного та процесного підходу до управління. Отже, економічна стійкість підприємства, як інтегральний показник його стану, повинна характеризувати рівень ефективності та цілісності взаємозв'язків внутрішньо- та зовнішньогосподарських процесів на підприємстві.

Узагальнюючи проведені дослідження, вважаємо, що, насамперед, економічна стійкість підприємства характеризує здатність його господарської системи забезпечити перманентно ефективний стан його функціонування та гнучко реагувати на різноманітні збурення у зовнішньому та внутрішньому середовищі. Під перманентно ефективним станом ми розуміємо здатність підприємства відновлюватись після таких збурень чи переходити на новий етап стійкого розвитку.

Список літератури:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь :ВТФ «Перун», 2002 – 1440 с.
2. Развитие [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Развитие>.
3. Раєвнева О.В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізм, моделі: [Монографія] / О.В. Раєвнева – Ч. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 496 с.
4. Мочерний С.В., Ларіна Я.С., Устенко О.А., Юрій С.ІЕ45 Економічний енциклопедичний словник: У 2 т., Т.2 / За ред. С.В. Мочерного. – Львів : Світ, 2005. – 616 с.
5. Енциклопедія інновацій, [за ред. Романа Дяківа, КНТЕУ] – К. : міжнародна економічна фундація, нац. торг.-екон. ун-т 2012. – 600 с.
6. Опалько В.В. Імперативи сталого глобального розвитку / В.В. Опалько // Вісник Черкаського університету. Серія «Економічні науки». – 2012. – № 4 (217) – С. 22–29.
7. Фещур Р.В., Баранівська Х.С. Економічна стійкість підприємства – становлення понятійного базису / Р.В. Фещур, Х.С. Баранівська // Видавництво «Львівська політехніка». – 2010. – № 684. – С. 284–290.
8. Анпилов С.М. Экономическое содержание устойчивости развития современного предприятия / Анпилов С.М. // Вестник СамГУ. – 2012. – № 1 (92) – С. 5–11.

9. Устойчивое развитие [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://ru.wikipedia.org/wiki/Устойчивое_развитие.
10. Поверляк Т.І. Визначення понять «економічна стабільність» та «економічна стійкість» [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://intkonf.org/poverlyak-t-i-viznachennya-ponyat-ekonomichna-stabilnist-ta-ekonomichna-stiykist/>.
11. Гукалова Е.А., Федотова Е.Б. Категория финансовой устойчивости в контексте современных методологических дискуссий Научный журнал КубГАУ. – 2009. – № 46(2). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://rus.neicon.ru:8080/xmlui/handle/123456789/2018>.
12. Кочетков С.А., Тихомиров С.В. Финансовая устойчивость как экономическая категория и ее роль в хозяйственном механизме предприятия / С.А. Кочетков, С.В. Тихомиров // Экономические науки «Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение». – 2013. – № 2 (34). – С. 57–65.
13. Леонова Е.А. Финансовая устойчивость предприятий и направления ее повышения в современной России Специальность 08.00.10 – Финансы, денежное обращение и кредит : Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата экономических наук, Москва. – 2012. – С. 29.
14. Большая экономическая энциклопедия – М. : Эксмо, 2007. – С. 816.
15. Сергеева О.В. Управління економічною стійкістю торговельного підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.04 / О.В. Сергеева. – Донецьк, 2009.

Заровная Е. Н.

Киевский национальный торгово-экономический университет

СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СУЩНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме

Исследована семантическая сущность экономической устойчивости предприятия и хронология появления данного понятия. Проведено сравнение понятий стабильности и устойчивости, финансовая и экономическая устойчивость. Раскрыта взаимосвязь между устойчивым развитием предприятия и экономической устойчивостью.

Ключевые слова: экономическая устойчивость, экономическая стабильность, финансовая устойчивость, устойчивое развитие, предприятие.

Zarovna K. M.

Kyiv National University of Trade and Economics

SEMANTIC ANALYSIS OF THE ECONOMIC SUSTAINABILITY OF THE ENTERPRISE

Summary

The semantic essence of economic sustainability of the enterprise and chronology of occurrence of the given concept was investigated. The concept of stability and sustainability, financial and economic stability were compared. The interrelation between the sustainable development of enterprises and economic sustainability was discovered.

Key words: economic sustainability, economic stability, financial sustainability, sustainable development, enterprise.

УДК 331.102

Зубрикiна М. В.

Донецкий державный университет управління

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ВУГЛЕДОБУВНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ СИСТЕМИ КЛЮЧОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ

Проаналізовано значення розвитку працівників як провідного та невід'ємного напрямку стратегічного управління персоналом. Визначено необхідність оцінки професійно-кваліфікаційного рівня працівників. Розглянуто сутність інтегрального показника рівня розвитку працівників. Надано перелік компетенцій, які мають бути притаманні виробничому персоналу для підвищення ефективності діяльності та досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства. Запропоновано відповідні методичні рекомендації щодо оцінки поточного стану рівня розвитку персоналу підприємства.

Ключові слова: стратегічне управління персоналом, розвиток персоналу, компетенції, оцінка рівня розвитку персоналу.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день запорукою успішного розвитку підприємства є стратегічне управління персоналом, що, на думку автора, як головний напрямок має саме розвиток персоналу. Однак сучасна практика управління демонструє відсутність зацікавленості керівних кадрів у розвитку працівників, стимулюванні їх професійно-кваліфікаційного зростання. Нівелю-

вання даної проблеми зазвичай пояснюється браком коштів на впровадження програм розвитку персоналу, а також нерозумінням стратегічного значення даного напрямку управління персоналом як передумови довгострокового успішного розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато уваги вивченню компетенційно-орієнтовано-

го підходу присвятили дослідники К.К. Прахалад та Г. Хамел, А. Дрежер та Дж. Піс, які визначили основні положення даного підходу. Ф. Амесс, А. Авадікян, П. Когендет, Д.Дж. Тіс, Г. Пісано, А. Шуен, В. Манке, Дж. Г. Аадне, О.М. Гребешков, Н.М. Гаращенко у своїх роботах поєднали ресурсно-орієнтований та компетенційно-орієнтований підходи в одну загальну концепцію стратегічного управління фірмами, які свою діяльність базують на знаннях (так звані «knowledge-based firms») [1].

Другу групу підходів ці автори об'єднали під назвою «Теорія еволюційної економіки». Науковці зазначають, що для дослідників даного напрямку, таких як Д. Тіс, Г. Пісано і А. Шуен, а також Досі та Маренжо виокремлення області компетенцій фірми є виключно результатом еволюції рутинних операцій. Джерелом знань є рутинні операції, які розглядаються як постійно повторюваний набір дій фірми, в той час як інновація є непередбачуваною зміною рутинних дій, яка не може бути очолювана одним менеджером [2].

Аналіз еволюції теоретичних підходів до джерел і критеріїв стійкої конкурентної переваги М. Портера, Х. Ітамі, А.М. Бранденбургер і Б.Дж. Нейлбаффа, Дж.Ф. Мура, Т. Пітерса і Р. Уотермена, І. Ансофа та ін. показав, що найбільш ефективна в сучасних умовах концепція – це концепція ключових компетенцій, запропонована Г. Хамелом і К.К. Прахаладом, тому що дана концепція є основою «інтелектуального лідерства» компанії в галузі випереджаючого створення, утримання та розвитку специфічних, важко імітованих конкурентами джерел стійких конкурентних переваг підприємства в сучасних умовах – ключових компетенцій.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Перспективами подальших наукових розробок у вивченні категорії «компетентність персоналу» та її елементів є удосконалення методів визначення критеріїв оцінки компетентності працівників, системи показників її виміру та способів підвищення. Практичне застосування результатів подальших досліджень в цій галузі сприятиме розробці програм створення та удосконалення компетентності та компетенцій персоналу, що забезпечить умови підвищення ступеня розвитку трудового потенціалу підприємства [3, с. 81].

Ціль статті. Головною ціллю цієї роботи є визначення системи ключових компетенцій, що впливають на формування та вибір стратегії управління персоналом вугледобувного підприємства.

Виклад основного матеріалу. З позицій сьогоднішнього пріоритетним і інноваційним напрямком розроблення бізнес-стратегій підприємства в контексті стратегічного управління є формування компетенційно-орієнтованого підходу, коли підприємство розглядається як соціальний інститут, головною характеристикою якого є компетенції, і саме вони стають основним джерелом забезпечен-

ня конкурентоспроможності підприємства [2]. Бізнес-стратегія, яка конкретизує і визначає шляхи реалізації корпоративної стратегії і має бути конкурентною стратегією, виступає як спосіб отримання стійких конкурентних переваг в кожній СЗГ підприємства шляхом конкурентної боротьби, задоволення різноманітних і мінливих потреб покупців краще, ніж це роблять конкуренти.

В межах еволюційного підходу відокремлюють підхід динамічних здатностей, які відображають здатність фірми до інтеграції, створення та реконфігурації власних внутрішніх та зовнішніх компетенцій для адаптації до мінливого зовнішнього середовища. Динамічні здатності, таким чином, відображають здатність фірми створювати нові інноваційні форми конкурентних переваг, що є дуже важливим для вітчизняних підприємств, які вступають в сучасні умови господарювання, виходять на глобальні ринки, що відзначаються своєю гіпердинамічністю та інноваційністю (рис. 1) [3].

Підхід динамічних здатностей відрізняється від ресурсного підходу тим, що динамічні здатності розглядаються в даному випадку як дещо, що потребує розвитку, а не як прийняття даності. Термін «здатності» підприємства характеризує уміння щось робити, що проявляється під час дії зовнішніх та внутрішніх умов, які виступають каталізаторами не лише формування, а й реалізації здатностей.

Компетенційна модель стратегічного оновлення ґрунтується на роботах авторів, сферою наукових інтересів яких є стратегічне оновлення як процес, що об'єднує: стратегічне мислення, скоординовані стратегічні дії та процес перетворення стратегічної ідеї в скоординовану стратегічну дію.

Дана модель включає підтримку компетенцій, що спричиняють якісні зміни в існуючих активах підприємства і здатні створити нові варіанти стратегічного розвитку, що допомагають уникати потенційних джерел небезпеки і сприяти поєднанню різних процесів стратегічного оновлення [4].

У той час як стратегічна уява сприяє створенню нових компетенцій, розвиток точок дотику готує організацію до них, підтримуючи послідовність і встановлюючи взаємозв'язки із існуючими компетенціями. Координація стратегічних дій, таким чином, ґрунтується на двох попередніх процесах і залучає адаптивне створення нових компетенцій. Згідно Г. Хамелу і С.К. Прохаладу компанія повинна сприйматися не як сукупність складових її бізнес-одиниць, а як поєднання ключових компетенцій – навичок, умінь, технологій, що дозволяють компанії надавати своїм споживачам певні цінності. Ключова компетенція – це стратегічний потенціал компанії. Оперативне управління компанією (вміння ефективно вести справи) представляє собою спосіб одержання вигоди з потенціалу.

Щоб вважатися ключовою компетенцією, набір пропонованих навичок повинен відповідати трьом критеріям:

1. Вони дають можливість створювати особливу цінність для споживача. Клієнт – головний суддя, який визначає, що є ключовою компетенцією, а що – ні. При спробі знайти ключові компетенції компанія повинна постійно задавати собі питання: чи вносить внесок конкретний навик, чи вміння в сприйнятну цінність. За що фактично платить клієнт? Що має вирішальне значення для споживачів?



Рис. 1. Схема концепції еволюційного підходу до стратегічного управління персоналом підприємства

Звичайно, виробничі компетенції, які призводять до відчутного зниження витрат, тобто вигідні для виробника, можна також вважати ключовими. Таким чином, набір навичок, що приносить значну цінову вигоду не тільки клієнту, але і виробникові, можна назвати ключовою компетенцією.

2. Навички та вміння мають бути унікальними: їх складно відтворити фірмам-конкурентам. Існують відмінності між необхідними і відмітними компетенціями. Чи не ключову, якщо, на думку менеджерів, є ресурси для її розвитку.

3. Ключові компетенції можуть бути застосовані до дій фірми на різних ринках і мають забезпечувати перехід до «завтрашніх» ринків. При визначенні ключових компетенцій менеджери повинні абстрагуватися від зовнішніх параметрів продукту й уявити собі, як ув'язнену в цьому продукті компетенцію можна використовувати для виробництва чогось нового [5].

Ключовими компетенціями можуть стати:

1. Знання потреб ринку та вміння регулярно отримувати це знання.

2. Здатність реалізувати на практиці пропозиції, необхідні ринку.

3. Вміння постійно нарощувати і розвивати свою ключову компетенцію.

При грамотних діях ключова компетенція призводить до створення унікальних продуктів, забезпечує компанії першість при виході на нові ринки і вагомі переваги у розв'язанні завдань, які стануть полем жорсткої конкуренції. В умовах конкуренції компанії прагнуть до захисту ключової компетенції, щоб зберегти конкурентну перевагу. Своєчасне розуміння ключової компетенції відкриває шлях до довготривалого лідерства на ринку, а завойоване лідерство, у свою чергу, вимагає зосередити зусилля на ключовій компетенції.

Прикладами компетенцій є наступні:

1. Наявність широкої мережі розповсюдження товару. Залучення кваліфікованого персоналу.

2. Наявність ефективної інформаційної системи.

3. Закріплення винаходів і раціоналізаторських пропозицій у формі патентів.

4. Високий ступінь використання потужностей.

5. Поліпшення якості продукції (зниження витрат на брак).

6. Створення ефективної і наближеною до споживача системи технічної підтримки та сервісу.

7. Здатність створювати ефективну рекламу. Вміння ефективно утримувати споживача.

8. Здатність швидко переводити товари з ідеї у промислове виробництво.

9. Здатність швидко реагувати на зміну ринкової ситуації.

Головним ресурсом стратегічного розвитку компанії в умовах «нової економіки» стають не зовнішні статичні, природні та соціальні сприятливі для розвитку компанії фактори, що є традиційними для індустріального суспільства, а інтелектуальний капітал, креативний потенціал персоналу, унікальні організаційні знання, інновації на всіх стадіях створення товару, до руху його від виробника до споживача. У цьому зв'язку уточнено визначення стійкої конкурент-

ної переваги компанії – це забезпечення постійної переваги над конкурентами за рахунок динаміки функціональних властивостей по ряду наступних ознак продукції: споживча цінність, унікальність, новизна. У таблиці 1 наведені основні ознаки ключових компетенцій як об'єкта управління.

Таблиця 1
Ознаки ключових компетенцій як об'єкта управління

Виділені ознаки	Ключові компетенції як об'єкт управління
1. Носії ключових компетенцій	Персонал, що володіє відповідними знаннями, вміннями, навичками і мотиваціями
2. Необхідна інфраструктура розвитку ключових компетенцій	Взаємозв'язок людського та організаційного капіталу: особливих навичок, вмінь персоналу та інноваційних технологій, комунікаційних та інформаційних систем підприємства, корпоративної культури та інших елементів
3. Критерії розвитку ключових компетенцій промислового підприємства	Зростання споживчого капіталу, задоволеність і лояльність клієнтів, інвестиційна привабливість компанії
4. Носії ключових компетенцій	Персонал, що володіє відповідними знаннями, вміннями, навичками і мотиваціями

Мета визначення ключових компетенцій – сформулювати всебічне розуміння умінь і навичок, які в даний час забезпечують стратегічний успіх підприємства, перейти до пошуку нових можливостей і створити основу для активного управління найціннішими ресурсами підприємства.



Рис. 2. Напрямки стратегії розвитку підприємства на основі системи ключових компетенцій

В той же час, розширюючи вищенаведені дефініції, можливо визначити поняття «компетенція» як сукупність індивідуальних характеристик, знань та вмінь працівників, що визначають якість виконання роботи та є обумовленими поведінкою в ділових обставинах. Наявність якомога більшої кількості компетенцій визначають рівень компетентності працівника.

Визначення зовнішніх та внутрішніх ознак ключових компетенцій має вплив на загальний вибір стратегії розвитку підприємства, що зображено на рисунку 2.

«Пошук» ключових компетенцій промислового підприємства пов'язаний з визначенням нових виробничих можливостей, розширенням цільового ринку, з пошуком інноваційних виробничих та управлінських технологій, пошуком і розвитком персоналу, що володіє унікальними навичками, здібностями і досвідом.

Кожний сегмент ринку має свої ключові компетенції – навички, вміння і зв'язки, необхідні для злагодженої роботи на даному сегменті. Склад даних компетенції специфічний для кожного сегмента, наприклад:

1. Вибір місцерозташування (безпосередньо у місцях суцільного скупчення або на основних транспортних магістралях).

2. Концепція комплексу страв, що відповідає смакам декількох категорій споживачів (щоб збільшити загальну відвідуваність і створити рівномірне завантаження протягом усього дня).

3. Надійна сировинна база (забезпечує стабільну якість страв).

4. Продумана система залучення й управління персоналом (що забезпечує рівний, доброзичливий і швидкий сервіс).

Більшість теоретиків та практиків у сфері управління персоналом схильні вважати головним критерієм, за яким слід оцінювати рівень підготовки кадрів, професійну компетенцію, що становить певний перелік якісних показників, яким повинен відповідати зазвичай керівний склад підприємства.

Однак автор пропонує зосередитись на вивченні та оцінці професійних компетенцій звичайного виробничого персоналу, оскільки у стратегічному управлінні персоналом важливим напрямком є формування кадрового резерву, що передбачає відбір до управлінської ланки працівників з найбільшим проявом лідерських, організаційних та відповідальних якостей.

Більш того, оцінка виробничого персоналу лише через призму кількісних показників результативності праці є досить застарілою методикою, що вкрай негативно позначається на ефективності використання працівників та знижує загальний рівень результативності функціонування підприємства. Цього також вимагає інтенсифікація таких процесів, як інноваційність, висока наукомісткість сучасного виробництва, впровадження на підприємствах системи та технології управління якістю. За цих умов роль звичайного працівника як елемента виробничої системи, що піклується про підвищення ефективності виробництва, істотно важливіша, ніж у традиційній системі виробництва, де робітничий персонал повинен просто виконувати виробничий план. Саме тому для сучасного керівництва розвиток компетенцій виробничого персоналу є актуальним стратегічним напрямком управління.

Перелік компетенцій, якими повинен, на думку автора, володіти персонал вугледобувного під-

приємства для успішного виконання професійних завдань та успішної реалізації стратегічних цілей управління, наведено в таблиці 2.

Таблиця 2

Перелік компетенцій персоналу вугледобувного підприємства

Група компетенцій	Перелік компетенцій
корпоративні	1. Розуміння стратегії та специфіки діяльності.
	2. Орієнтація на якість праці.
	3. Спрямованість на результат.
	4. Прихильність цілям підприємства.
професійні	1. Знання нормативних стандартів праці.
	2. Рівень професійної підготовки.
	3. Володіння комп'ютерними технологіями.
	4. Навички планування та організації власної праці.
	5. Складність виконуваних завдань.
	6. Ефективне використання робочого часу.
	7. Дотримання строків виконання робіт.
	8. Наявність браку.
поведінкові	9. Виконання техніки безпеки (рівень виробничого травматизму).
	10. Прагнення до професійного зростання.
	1. Відповідальність.
	2. Самостійність.
	3. Адаптивність.
	4. Наполегливість у досягненні цілей.
	5. Авторитет у колективі.
	6. Робота в команді (навички побудови взаємовідносин).
	7. Ініціативність.
	8. Дисциплінованість.

Вищезазначений набір компетенцій може бути доповнений або змінений з урахуванням специфіки діяльності підприємства та індивідуальних особливостей виконуваних працівником завдань, його категорії, однак має бути обов'язково скоригований відповідно до стратегічних цілей розвитку підприємства.

Після того, як було сформовано комплексну модель компетенцій виробничого персоналу вугледобувного підприємства, доцільно перейти до оцінки їх безпосереднього прояву, алгоритм проведення якої рекомендовано взяти в роботі І. Грузіної. Запропонована вченим система оцінки компетенцій персоналу, на погляд автора, є найбільш вдалою та об'єктивною, оскільки містить логічну послідовність етапів проведення, чіткий математичний апарат розрахунків, а аналіз її результатів стане міцним фундаментом для розробки справедливих та ефективних програм розвитку працівників у процесі стратегічного управління підприємством. Також розроблена модель, що допоможе вищій гілці управління отримати більш повну картину щодо особливостей, мотивів та властивостей, якими мають володіти висококваліфіковані працівники, а детальний аналіз їхнього прояву дозволить скоординувати відповідні програми розвитку компетенцій, а отже, й удосконалити стратегію управління персоналом у цілому.

Висновки та пропозиції. Запропонована автором статті модель оцінки рівня розвитку персоналу становить ядро системи стратегічного управлін-

ня підприємством, оскільки покликана не тільки систематично визначати, контролювати та всебічно розвивати наявний професійно-кваліфікаційний рівень персоналу, виявляти слабкі місця в діяльності підприємства, розробляти ефективні програми навчання та мотивації працівників, підвищення їх зацікавленості у розвитку власного потенціалу, компетентності, заповзятості, прояву креативності й загальної мобілізації сил на стратегію розвитку підприємства, але й забезпечити на цій основі розкриття резервів зростання про-

дуктивності праці та конкурентоспроможності, досягнення стратегічних цілей управління і максимальної ефективності функціонування підприємства.

Отже, запропонована автором формула розрахунку комплексного інтегрального показника рівня розвитку персоналу та зазначений перелік компетенцій, якими має володіти виробничий персонал, повинні стати у нагоді для керівництва у процесі стратегічного управління персоналом та підприємством у цілому.

Список літератури:

1. Колпаков В. Стратегический кадровый менеджмент / Межрегиональная академия управления персоналом. – К. : МАУП, 2005. – 247 с.
2. Комаров Е.И. Стимулирование и мотивация в современном управлении персоналом / Управление персоналом. – 2002. – № 1. – С. 38–41.
3. Морщенок Т.С. Обґрунтування важливості формування стратегії управління персоналом для сучасного підприємства / Економіка та підприємництво. – 2006. – № 5. – С. 216–221.
4. Кофтун О.І. Стратегія підприємства: навч. посібник. – 2-ге вид. – Львів : Новий світ, 2006. – 388 с.
5. Крамар О.В. Кадрова складова стратегічного потенціалу організації / О.В. Крамар, І.В. Нечуй // Матеріали науково-практичної конференції студентів та молодих вчених. – Тернопіль, 2005. – том 1. – С. 29–34.

Зубрькина М. В.

Донецкий государственный университет управления

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ УГЛЕДОБЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ КЛЮЧЕВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

Резюме

Проанализировано значение развития персонала как важного и неотъемлемого направления стратегического управления персоналом. Определена необходимость оценки профессионально-квалификационного уровня рабочих. Рассмотрена сущность интегрального показателя уровня развития рабочих. Предоставлен перечень компетенций, которые должны быть присущи производственному персоналу для повышения эффективности деятельности и достижения стратегических целей развития предприятия. Предложены соответствующие методические рекомендации по оценке текущего состояния уровня развития персонала предприятия.

Ключевые слова: стратегическое управление персоналом, развитие персонала, компетенции, оценка уровня развития персонала.

Zybrykina M. V.

Donetsk State University of Management

DIRECTIONS DEVELOPMENT STRATEGY OF PERSONNEL MANAGEMENT OF THE COAL-MINING ENTERPRISES ON THE BASIS OF A SYSTEM OF KEY COMPETENCIES

Summary

The value of staff development as an important and inherent area of strategic human resource management is analyzed, the need to assess the vocational skill level of workers is identified, the essence of an integral indicator of the level of personnel development and the essence of the integral indicator of the level of employees are considered. The article contains a list of competencies that should be inherent to the production staff to improve performance and achieve strategic goals of development. Proper methodological recommendations to assess the level of staff are offered.

Key words: strategic personnel management, personnel development, competences, assessment of the level of staff development.

УДК 332.8:658.15

Іванків О. Я.

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ
ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Визначені зацікавлені сторони підприємств житлово-комунального господарства. Досліджено вимоги зацікавлених сторін підприємств. Гармонізовано інтереси зацікавлених сторін на основі формування системи управління якістю.

Ключові слова: якість, система управління якістю, житлово-комунальне господарство, задоволеність споживачів, інтереси зацікавлених сторін.

Постановка проблеми. Очікування споживачів житлово-комунальних послуг формуються на основі вже наявного в них досвіду, а також інформації, що одержується за прямими (особистими) або масовими (неособистими) інформаційними каналами. На її основі споживачі вибирають надавача послуг (якщо наявна така можливість) і після їх надання порівнюють своє уявлення про отриману послугу зі своїми очікуваннями. Якщо уявлення про надану послугу не відповідає очікуванням, клієнти втрачають до житлово-комунального підприємства будь-який інтерес; якщо ж відповідає або перевершує їх очікування, вони знову звертаються до цього надавача послуг. Покупець завжди прагне до певної відповідності ціни послуги та її якості. Слід зауважити, що, як правило, покупець послуги рідше скаржитися на її високу ціну, ніж покупець уречевленої продукції. Якщо він вважає ціну завищеною, то просто відмовляється від послуги. Незадоволеність послугою веде, як правило, до великих втрат у частці ринку. Саме тому виробник послуг повинен як можна точніше знати потреби й очікування своїх цільових споживачів. Отже, основною метою будь-якого підприємства, в тому числі й житлово-комунального, є збалансоване довгострокове задоволення інтересів не лише кінцевого споживача, але і зацікавлених сторін підприємства. Найчастіше до них відносять споживачів, постачальників, персонал, власників та суспільство.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий вклад у розробку теорії ефективного управління якістю внесли такі вітчизняні та зарубіжні вчені: Л. Басовський, Ю. Бібік, Д. Богиня, Е. Векслер, В. Гиссин, О. Глічев, О. Грішнова, У. Демінг, Дж. Джуран, К. Ісікава, П. Калита, Ю. Койфман, Ф. Кросбі, В. Лапідус, Г. Тагуті, А. Фейгенбаум, М. Шаповал, Р. Шонбергер, У. Шухарт та інші. Проте, слід зазначити, що ще залишається низка питань, які вимагають поглибленого дослідження. Зокрема, серед загальної проблем, на нашу думку, потребують розвідки дослідження інтересів та потреб зацікавлених сторін підприємства, а також їх гармонізація на основі формування системи управління якістю.

Мета статті. Головною метою написання даної статті є визначення зацікавлених сторін підприємств житлово-комунального господарства, дослідження їх потреб та вимог, а також гармонізація інтересів зацікавлених сторін на основі формування системи управління якістю.

Виклад основного матеріалу. Згідно стандартів ISO 9000 під зацікавленою стороною розуміють особу або групу осіб, зацікавлених у діяльності або успіху організації [1].

Уявлення про правильну діяльність і, тим більше, про успіх є різними у кожній зацікавленій

сторони. Кожен з перерахованих вище учасників переслідує власні цілі.

З позиції споживача житлово-комунальне підприємство – це виробник. З ним необхідно будувати взаємовигідні відносини. При цьому споживача не цікавлять внутрішні проблеми підприємства, йому важливий кінцевий результат. Споживач вважає, що у виробника послуги склалися добрі робочі відносини з його постачальниками, персоналом, власниками та суспільством (рис. 1 а).

Для постачальника житлово-комунальне підприємство – це споживач. Його вимоги потрібно виконувати, а потреби – задовольняти. Але при цьому постачальник, як правило, вважає, що виробник послуги, як його споживач, не має проблем із своїми споживачами, персоналом, власниками та суспільством (рис. 1 б).

Для власника підприємство може бути організоване в різних аспектах: як майновий комплекс, як юридична особа, як капітал. В будь-якому з них він розпоряджається підприємством. Коли ж йому необхідно взаємодіяти з підприємством, воно постає перед ним як трудовий колектив, персонал. І в цій взаємодії власнику доводиться вирішувати питання забезпечення необхідного рівня компетентності, а також підвищення задоволеності та залучення персоналу. При цьому власник справедливо вважає, що це вже їхнє питання – як правильно побудувати взаємодію з іншими підприємствами, споживачами, постачальниками і суспільством (рис. 1 в).

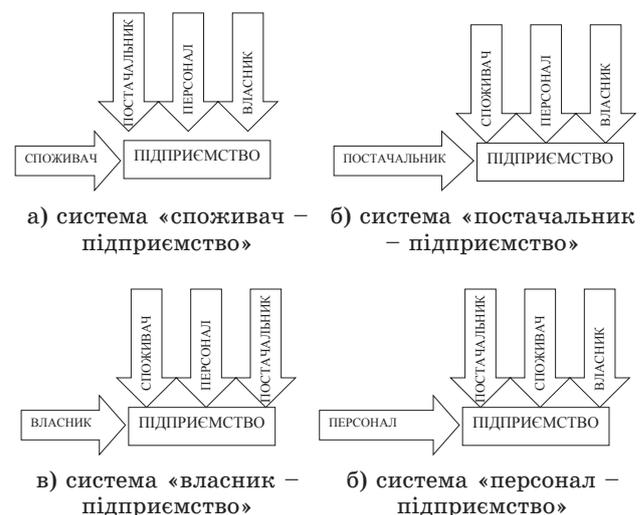


Рис. 1. Підприємство з точки зору зацікавлених сторін [2]

З точки зору персоналу, за словом «підприємство» може стояти багато різних реалій: джерело існування, цікава робота, добрий колектив, можливість професійного зростання тощо. Але в цій якос-

ті організація постає перед працівником, коли вона забезпечує його потреби. У випадку виникнення конфліктів всі інші якості відступають на другий план, і організація для працівника – це власник, який повинен забезпечити нормальні умови праці та гідну оплату. При цьому персонал схильний вважати, що формування відносин зі споживачами, постачальниками, власниками і суспільством – це завдання підприємства (рис. 1 г).

Суспільство як зацікавлена сторона представлена у вигляді різних об'єднань і державних структур, на які підприємство або результат його діяльності мають вплив. Основне завдання суспільства полягає у регулюванні діяльності підприємства в галузі забезпечення здоров'я та безпеки, а також охорони навколишнього середовища.

Місце підприємства на ринку визначають ставлення до нього зацікавлених сторін. Тобто відносини зацікавлених сторін пов'язані з якістю продукції або послуг.

В ідеалі підприємство існує в гармонійному оточенні зацікавлених сторін. Тобто ця зацікавленість збалансована і не створює перекосів. Важливо при цьому враховувати, що зацікавлені сторони – це єдине джерело «життєвої сили» для підприємства. І якщо зацікавленість будь-кого є недостатньою, компенсувати її доводиться іншому [3].

Отже, діяльність і успіх організації визначаються ставленням до неї зацікавлених сторін. Тобто діяльність підприємства повинна включати конкретні механізми моніторингу та задоволення потреб зацікавлених сторін. Для здійснення моніторингу ступеня задоволеності необхідно, в першу чергу, визначити потреби та очікування кожної групи зацікавлених сторін.

Вимоги споживачів. Вимоги, що пред'являються кінцевими (цільовими) споживачами, є пріоритетними для підприємства, тому що ці споживачі є джерелом доходів. Саме їх вимоги є основним орієнтиром при визначенні способів досягнення зовнішньої мети будь-якого підприємства: забезпечення якості продукції, що випускається, або наданої послуги та зміцнення позиції виробника на ринку.

Спектр послуг в даний час настільки широкий, що неможливо встановити єдину класифікацію вимог споживачів для всіх можливих видів послуг. У загальному вигляді їх можна представити таким чином [4]:

- компетентність (підприємство володіє необхідними навичками і знаннями, щоб надати послугу);
- надійність (стабільність роботи підприємства);
- чутливість (гнучкість системи обслуговування, тобто система не виходить ладу при незвичних запитах);
- доступність (легкість контакту з співробітниками підприємства);
- розуміння (розуміння специфічних потреб клієнтів);
- комунікація (своєчасне і доступне інформування клієнтів);
- довіра (репутація підприємства);
- безпека (захист від ризику (фізичного і морального));
- ввічливість (ввічливість, уважність, дружельюбність);
- відчутність (матеріальна привабливість приміщень і форми персоналу).

Для кожного виду послуг вимоги споживачів встановлюються залежно від специфіки послуг та індивідуальних особливостей переваг споживачів.

Надання послуг високої якості є складовою частиною постійної уваги керівництва компанії незалежно від специфіки надання послуг. Досягнення якості в сфері обслуговування – важливе завдання, вирішення якої забезпечує успіх. Діяльність у сфері житлово-комунальних послуг передбачає високий рівень контакту і координації між виробниками та споживачами послуг. Проте якість послуг полягає не лише у вирішенні технічних питань. Зусилля підприємств сфери обслуговування традиційно спрямовані на залучення клієнтів, на максимальне виконання побажань споживача, завоювання довіри. Це може гарантувати їх повне задоволення.

Постійне підвищення якості – це не ріст витрат, а довгостроковий вклад, що базується на забезпеченні лояльності споживачів шляхом задоволення їх потреб. Це твердження базується на дослідженні, яке показує, що витрати на привабливість нового клієнта в п'ять разів більші, ніж витрати на те, щоб утримати старого за допомогою пропозиції якісного обслуговування.

Це дослідження базується на таких факторах:

- постійний клієнт дозволяє скоротити витрати на маркетинг і, відповідно, підвищує рентабельність;
- задоволений клієнт здійснює безкоштовну рекламу, поширюючи усну інформацію.

Вимоги постачальників. При визначенні потреб і очікувань постачальників підприємства керівництву необхідно враховувати потенційні вигоди для організації від встановлення партнерства з даними постачальниками з метою створення цінності для обох сторін. Партнерство слід базувати на основі спільної стратегії, обміну знаннями, а також на розподілі доходів і збитків. При встановленні партнерських відносин організації необхідно:

- визначити основних постачальників та інші організації як потенційних партнерів;
- спільно досягти чіткого розуміння потреб і очікувань споживачів;
- спільно досягти чіткого розуміння потреб та очікувань партнерів;
- поставити цілі, що забезпечують можливості постійного партнерства [5].

Також необхідно враховувати законодавчо-правові норми, які партнери зобов'язані дотримуватися при здійсненні спільної діяльності.

Вимоги персоналу. Що стосується задоволення вимог персоналу, то ДСТУ ІСО 9004:2001 дає такі рекомендації: «Організація повинна визначити потреби та очікування своїх працівників у визначенні їх діяльності, задоволеності роботою, а також у їхньому розвитку. Така увага допомагає забезпечувати найбільш повне залучення і найбільш сильну мотивацію працівників».

Питаннями мотивації і задоволеності персоналу вчені стали займатися ще в середині минулого століття. А. Маслоу, Д. Мак-Грегор, Ф. Герцберг та ін підкреслювали необхідність більш повного врахування людського фактору в підвищенні ефективності виробництва і якості продукції [6; 7]. Найбільш повна класифікація потреб персоналу запропонована Ф. Герцбергом, який на основі аналізу даних опитування більше 4000 працівників за 1753 робочими ситуаціями виявив чинники, які можуть викликати задоволеність або незадоволеність працівника роботою.

Герцбергом встановлено, що фактори, які викликають найбільшу незадоволеність, пов'язані, в основному, із зовнішніми за відношенням до працівника моментами, на які він не може реально

вплинути. Цю групу чинників він назвав «факторами гігієни». До них відносяться рівень заробітної плати, міжособистісні відносини в колективі, політику адміністрації, рівень безпосереднього контролю за роботою персоналу, а також комфортабельність робочих місць співробітників. Сприятливе зміна цих факторів не може привести до задоволеності працівника, а може лише знизити рівень його незадоволеності.

Інша група факторів названа ним «мотиватори». Їх сприятлива зміна підвищує рівень задоволеності працівника, а несприятлива – знижує, але не викликає незадоволеності. Ці фактори визначаються необхідними ресурсами та наданням їм права самостійного прийняття рішень відповідно до їх компетенції. Перерахований набір умов передбачає, що керівництво має делегувати частину своїх повноважень працівникам, що безпосередньо займаються створенням та розповсюдженням продукції або послуги. Це служить однією з ознак довіри до підлеглих [8].

Зрозуміло, що умовами високої результативності та ефективності роботи підприємства є правильний підбір персоналу, його інтелектуальні можливості і ентузіазм, відповідність рівня кваліфікації та знань покладеним на обов'язкам, забезпеченість необхідними ресурсами та наданням їм права самостійного прийняття рішень відповідно до їх компетенції. Перерахований набір умов передбачає, що керівництво має делегувати частину своїх повноважень працівникам, що безпосередньо займаються створенням та розповсюдженням продукції або послуги. Це служить однією з ознак довіри до підлеглих [8].

Іншим фактором, що визначає здатність керівників і працівників підвищувати прибутковість роботи підприємства, є наявність взаєморозуміння і єдності поглядів щодо спільних цілей. Якщо створено необхідний фундамент відносин, то працівники зможуть самі контролювати власну роботу і нести відповідальність за свої дії. Переваги залучення виконавців у вирішення проблем підприємства полягає у підвищенні рівня їх мотивації і задоволеності роботою, в ході якої вони беруть участь у колективній постановці завдань, самостійно визначають умови роботи, керують її виконанням та оцінюють досягнуті результати, зіставляючи їх з поставленими цілями. Участь у плануванні роботи, у виконанні планів та аналізі досягнутих результатів сприяє підвищенню ефективності праці працівників і розвитку в нього здібностей до колективних дій.

Вимоги власників. До власників компанії належать власники та інвестори такі, як акціонери, окремі особи чи групи, включаючи громадський сектор, що мають конкретний інтерес в організації [8]. Головна мета будь-якої організації полягає в тому, щоб крім забезпечення потреб споживачів приносити прибуток власникам.

До основних ознак результативності діяльності підприємства відносять такі:

- випередження темпів зростання доходів підприємства у порівнянні із зростанням виробничих витрат;
- забезпечення розвитку підприємства переважно за рахунок інновацій, а не шляхом придбання нових підприємств;
- зростання обсягів виробництва при одночасному зниженні витрат;
- більш висока якість нової продукції в порівнянні з існуючою;
- постійне скорочення термінів окупності інвестицій;

- зниження кількості рекламацій, зменшення кількості претензій споживачів;
- підвищення стабільності процесів виготовлення продукції або надання послуги;
- зниження обсягів відходів виробництва.

Підприємство повинно отримувати достатньо коштів для фінансування поточних витрат і забезпечувати перевищення надходжень над витратами, а також достатню прибутковість як з точки зору окупності активів та інвестицій, так і абсолютної величини прибутку і оборотності коштів при постачанні товарів і послуг споживачам. Прибутковість підприємства повинна задовольняти інвесторів і спонукати їх до продовження капіталовкладень. Інвестор дотримується такого кредо: його прибуток на вкладений капітал не повинен бути нижчим прибутку, який він міг би отримати від безпечних інвестицій (вкладення грошей на депозитний рахунок у банку або придбання державних цінних паперів). Якщо підприємство не забезпечує подібного повернення вкладених коштів, то це спонукає інвестора відкликати свої вкладення, зажадавши ліквідації частини активів.

Таким чином, основне завдання керівництва в частині підвищення фінансових показників підприємства полягає в підвищенні доходів за рахунок постачання споживачам якісної продукції. Це означає, що підприємство повинно зосередитися на збільшенні обсягів продажів, особливу увагу приділяючи постачанню прибуткової продукції. Крім цього, необхідно зосередити зусилля на підвищенні якості, адже цей напрямок дозволяє утримувати та залучати нових клієнтів (споживачів).

Вимоги суспільства. При розгляді своїх відносин із суспільством організація повинна:

- демонструвати свою відповідальність в області здоров'я і безпеки;
- враховувати вплив на навколишнє середовище, включаючи збереження енергії та природних ресурсів;
- ідентифікувати застосовні законодавчі та інші обов'язкові вимоги;
- ідентифікувати поточний та потенційний вплив своєї продукції, процесів та діяльності на суспільство в цілому і місцеву громаду зокрема.

Керівництву слід забезпечувати знання працівників організації законодавчих та інших обов'язкових вимог, які стосуються продукції або послуг, процесів і діяльності.

Слід також звертати увагу на:

- роз'яснення поточних і перспективних вимог з точки зору етики, результативності та ефективності;
- вигоди для зацікавлених сторін від підвищення відповідності вимогам; роль організації в захисті інтересів суспільства [5]. Досягнення організації в задоволеності потреб і очікувань суспільства в місцевому, національному та міжнародному масштабі, оцінку сприйняття суспільством підходів організації до якості життя, навколишнього середовища, збереження ресурсів і внутрішню оцінку організацією ефективності своєї діяльності, а також оцінку її взаємин з владою та органами, які регулюють її діяльність.

Узагальнення вимог зацікавлених сторін організації. Розуміння того, що якщо працівники і ділові партнери належним чином залучені у діяльність організації, то вони зіграють істотну роль у підвищенні ефективності діяльності, виникло ще в перші роки існування моделей TQM. Цей принцип включений в модель американської національної премії якості імені Малкольма Болдріджа

зразка 1987 р., хоча тоді оцінка підприємств обмежувалася якістю продукції, виробничими результатами, а також задоволеністю споживача. В моделі Європейської премії якості зроблено наступний крок. В оцінку результатів діяльності організації поряд з задоволеністю споживачів та фінансово-економічними показниками включені задоволеність працівників та відповідальність перед суспільством. Завдяки цьому з'явилася можливість більш повно визначити місце кожної із зацікавлених сторін.

Висновки і пропозиції. Отже, зацікавлена сторона – це комплексне поняття, що визначає суб'єкт або групу однорідних суб'єктів, чиї інтереси в тій чи іншій мірі пов'язані з результатами діяльності підприємства. Вважається, що ці суб'єкти вносять свій вклад у досягнення цілей організації і мають право брати участь у розподілі прибутків.

Концепція зацікавлених сторін знайшла відображення у стандартах ІСО серії 9000, особливо в МС ІСО 9004:2000 «Системи управління якістю. Керівництво щодо поліпшення діяльності».

Створивши цінність для ключових зацікавлених сторін, організація матиме авторитет і внесе вклад у розвиток економіки. Віднесення акціонерів і працівників до категорії зацікавлених сторін формує нове бачення підприємства, де поділ влади

і прибутків – не результат конфліктів між зазначеними сторонами або ідеологічних розбіжностей, які знижують ефективність діяльності підприємства і економічних систем, а вільний вибір, який підприємства можуть зробити з метою успішної довгострокової діяльності в умовах конкуренції, яка постійно загострюється.

Лише прибуткове підприємство житлово-комунального господарства здатне постійно відповідати очікуванням споживачів і зацікавлених сторін. Тому, якщо воно прагне до успіху, то повинно націлюватись на розвиток і виконувати прийняту на себе місію, створювати нові цінності і постійно вдосконалюватися, з тим, щоб відповідати швидко змінним конкурентним умовам. В рамках цієї місії підприємства вирішальне значення для гарантованого надходження доходів, що відповідають потребам, як самого підприємства, так і всіх зацікавлених сторін, набуває його здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію для наявних та потенційних споживачів. В той же час підприємству необхідно постійно досліджувати та задовольняти вимоги споживачів, адже задоволеність споживачів послугами та продукцією підприємства забезпечуватиме рентабельність та розвиток підприємства на ринку.

Список літератури:

1. Системи управління якістю. Вимоги : ДСТУ ISO 9001-2001. – [Чинний від 2001-06-27]. – К. : Держстандарт України, 2001. – 24 с.
2. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг: Перевод с английского – М. : Издательство «Альпина», 2004 г. – 223 с.
3. Всеобщее управление качеством Total Quality Management (TQM): учеб. пособие для вузов. / О.П. Глудкин, А.И. Гуров, Ю.В. Зорин, Н.М. Горбунов: Под ред. О.П. Глудкина. – М. : Горячая линия – Телеком, 2001. – 600 с.
4. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учеб.-практ. пособие. 2-е изд. – М. : Ассоциация авторов и издателей «Тандем», Гном-Пресс, 1998. – 381 с.
5. Грушенко В.И. Вибір стратегії забезпечення високої конкурентноздатності Матеріали четвертого регіонального міжвузовського науково технічного семінару «Актуальні питання керування в соціальних і економічних системах». – Смоленськ, 2004. – 185 с.
6. Внуков Ю.М., Дорошенко Ю.М., Дубровін В.І. Стандартизація у сфері управління якістю // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2001. – № 2. – С. 24–27.
7. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент: Навч. посібник. – К.: ТОВ УВПК «ЕксОб», 2002. – 560 с.
8. Кожевников А.Н. Технология мониторинга системы менеджмента качества продукции промышленного предприятия : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Кожевников Алексей Николаевич. – Тамбов, 2006. – 125 с.

Иванків О. Я.

Восточноевропейский национальный университет имени Леси Украинки

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

Резюме

Определены заинтересованные стороны предприятий жилищно-коммунального хозяйства. Исследованы требования заинтересованных сторон предприятий. Гармонизированы интересы заинтересованных сторон на основе формирования системы управления качеством.

Ключевые слова: качество, система управления качеством, жилищно-коммунальное хозяйство, удовлетворенность потребителей, интересы заинтересованных сторон.

Ivankiv O. J.

Lesya Ukrainka Eastern European National University

PROVIDING QUALITY SERVICE HOUSING AND COMMUNAL SERVICES

Summary

Stakeholders of municipal housing and communal services enterprises are identified. Requirements of stakeholders' enterprises are studied. Interests of the parties are harmonized by formation the quality management system.

Key words: quality, quality management system, utilities, customer satisfaction, concerned parties interests.

УДК 339.3:338 (477)

Ільченко Н. Б.

Київський національний торговельно-економічний університет

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Проведено оцінку пріоритетних напрямів розвитку оптової торгівлі. Проаналізовано статистичні показники діяльності підприємств оптової торгівлі. Запропоновано шляхи подальшого реформування оптової торгівлі в Україні як форми регулювання оптової торгівлі в межах концептуальних основ її розвитку.

Ключові слова: оптова торгівля, функції оптової торгівлі, функції оптової ланки, потреби споживачів, оптові ринки сільськогосподарської продукції.

Постановка проблеми. Перехід України до ринкової економіки вимагав роздержавлення оптової торгівлі, здійснення демонополізації і лібералізації торгово-посередницької діяльності, диверсифікації її форм. Внаслідок цих процесів на оптовому ринку України за останнє десятиріччя з'явилася значна кількість малих оптових посередників. Більшість з них здійснюють посередницьку діяльність без надбання статусу юридичної особи. Мета функціонування оптової ланки полягає в опосередкуванні зростаючого у масштабі товарно-грошового обміну між сферами виробництва та споживання, між окремими галузями економіки, між регіонами України та з іншими країнами, забезпечуючи необхідні темпи і пропорції відтворювального процесу та збалансування сукупного споживчого попиту і товарної пропозиції.

Таким чином, особливості та ефективність функціонування оптової торгівлі в ринкових умовах, шляхи подальшого розвитку, стратегічні цілі і завдання цієї важливої підсистеми сфери товарного обігу в концептуальному плані не визначені, що і обумовлює актуальність досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні і практичні аспекти досліджуваної проблеми знайшли відображення в роботах відомих вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів: В.В. Апопця, Л.В. Балабанової, І.О. Бланка, Л.О. Брагіна, Н.А. Голошубової, В. Даненбурга, А.А. Мазаракі, Ф. Котлера, Р. Монкріфа, В.П. Онищенко, М.В. Опельбаума, В.К. Памбухчянца, Ф.Г. Панкратова, В.М. Торопков, В.О. Точиліна, К.П. Пашаєва, Ч. Фатреллата інших.

Аналіз наукових праць і практики господарської діяльності в умовах перехідного періоду виявив негативні тенденції, що склалися на підприємствах оптової торгівлі.

Мета дослідження – дослідити розвиток оптової торгівлі, визначити місце оптової торгівлі в соціально-економічному розвитку країни та можливі проблеми, запропонувати напрямки щодо покращення діяльності підприємств оптової торгівлі як елементу сфери товарного обігу в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Основними оптовими посередниками є підприємства – юридичні особи. За даними Державного Комітету статистики України на 1 січня 2013 року в Україні діяло 57,5 тис. підприємств, основним видом економічної діяльності яких була оптова торгівля. У су-

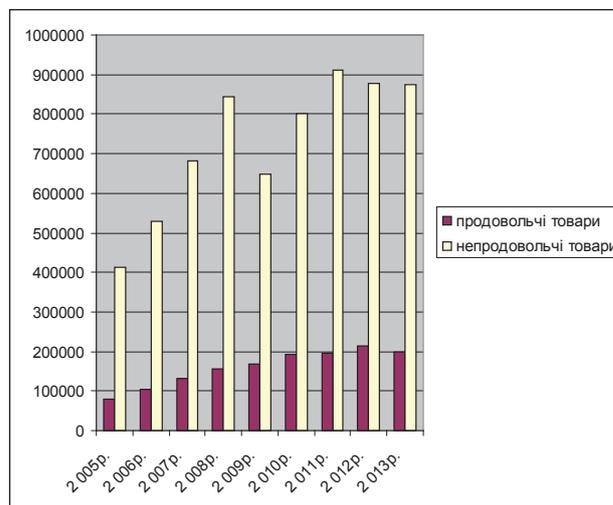


Рис. 1. Динаміка оптового товарообігу за 2005-2013 рр., млн. грн.

часних умовах найбільшого поширення набули партнерські оптові підприємства, засновані на колективній власності.

Так, на рис. 1. представлено динаміку оптового товарообігу за 2005-2013 рр. [1].

Товарообіг підприємств оптової торгівлі за 2012 року становив 1093290,8 млн грн., що на 18537,6 млн грн. більше, ніж у 2013 р. Тільки у м. Києві оптовий товарообіг у 2013 р. склав 416007,1 млн грн., у тому числі продовольчих товарів 62,4%, непродовольчих товарів – 37,6%. Проте питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва склала 37%.

У табл. 1. наведемо структуру оптового товарообігу підприємств оптової торгівлі України за 2005-2013 рр. [1]

Так, згідно з наведеними даними у 2013 р. у структурі оптового товарообігу підприємств оптової торгівлі найбільшу частку складав продаж непродовольчих товарів – 81,4%, що на 1,1% більше, ніж у 2012 р. і менше на 1%, ніж у 2011 р.

Найбільша частка оптового товарообігу у складі загального обороту підприємства, основним видом діяльності яких є оптова торгівля, спостерігалась на підприємствах м. Києва, Київської, Харківської, Львівської і Житомирської областей (97-91%), а найменша – на підприємствах Волин-

Таблиця 1
Динаміка структури оптового товарообігу підприємств оптової торгівлі України за 2005-2013 рр., %

Групи товарів	Роки								
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
продовольчі товари	16,1	16,4	16,2	15,5	20,6	19,5	17,6	19,7	18,6
непродовольчі товари	83,9	83,6	83,8	84,5	79,4	80,5	82,4	80,3	81,4

ської, Закарпатської, Хмельницької і Вінницької областей (64-78%)).

Більше 70% обсягу оптового товарообігу країни припадало на підприємства чотирьох регіонів: м. Києва (39,8%), Донецької (15,1%) і Дніпропетровської (11%) та Харківської (5,2%) областей.

Частка оптової торгівлі товарами виробництва України порівняно з відповідним періодом попереднього року зменшилась і становила 63,3% від загального обсягу продажу, у тому числі частка вітчизняних непродовольчих товарів – 61,5%, продовольчих товарів – 74,1% [3, с. 11-12].

У табл. 2 наведено дані щодо структури продажу товарів вітчизняного виробництва в загальному обсязі оптового товарообігу підприємств оптової торгівлі України.

У структурі продажу товарів вітчизняного виробництва найбільший обсяг склали продовольчі товари. Так, у 2013 р. продаж продовольчих товарів вітчизняного виробництва склав 71,7%, що на 2% менше, ніж у 2012 р. та на 3,4 менше, ніж у 2010 р. Продаж непродовольчих товарів вітчизняного виробництва в загальному обсязі оптового товарообігу підприємств оптової торгівлі України склали у 2013 р. 50,3%, що на 5 менше, ніж у 2012 р.

Комерціалізація і зміна форм власності не дала очікуваного ефекту, призвела лише до простого подрібнення крупних оптових структур на самостійні і малоефективні суб'єкти ринку.

Заслужовує уваги зарубіжний досвід щодо тенденцій розвитку оптових підприємств за формами власності та організаційно-правовими формами господарювання. Основним видом оптових підприємств за цими ознаками є корпоративні підприємства, тобто найбільш великі. На них у загальному обсязі оптового товарообігу припадає 95,8%. Частка партнерських підприємств дорівнювала 2,6%, а індивідуальних – лише 1,6% [2, с. 20]. Наступне місце посідають індивідуальні підприємства, створені на власності фізичної особи або сім'ї, і найменша питома вага припадає на корпоративні оптові підприємства, що функціонують у формі акціонерних товариств відкритого та закритого типів.

Так, прийнято Закон України від 25.06.09 р. № 1561-VI «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції». Депутати ВРУ прийняли Закон України від 25.06.09 р. № 1561-VI «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції», який визначає правові основи організації діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції в Україні, регулює відносини в цій сфері та спрямований на захист прав і законних інтересів сільськогосподарських товаровиробників, які здійснюють оптовий продаж сільськогосподарської продукції власного виробництва.

До інфраструктури аграрного ринку, що забезпечує збереження, реалізацію та транспортування

сільськогосподарської продукції, належать оптові ринки сільськогосподарської продукції. Оптовий ринок сільськогосподарської продукції – юридична особа, що забезпечує здійснення оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією та якій надано даний статус. Землі під інфраструктурою оптових ринків сільськогосподарської продукції відносяться до несільськогосподарських угідь земель сільськогосподарського призначення.

Землі сільськогосподарського призначення передаються у власність та надаються у користування оптовим ринкам сільськогосподарської продукції – для розміщення власної інфраструктури. Отримання статусу оптового ринку сільськогосподарської продукції здійснюється на конкурсній основі. Для цього юридична особа подає до Міністерства аграрної політики та продовольства України, такі документи:

- заяву про набуття статусу оптового ринку сільськогосподарської продукції;
- проект (бізнес-план) організації діяльності юридичної особи у статусі оптового ринку сільськогосподарської продукції;
- нотаріально посвідчену копію установчих документів;
- проект Правил роботи оптового ринку сільськогосподарської продукції;
- документально підтверджені відомості про засновників (учасників) юридичної особи.

Не підлягають продажу на конкурентних закладах (земельних торгах) земельні ділянки державної чи комунальної власності для розміщення інфраструктури оптових ринків сільськогосподарської продукції. Основними напрямками діяльності оптового ринку сільськогосподарської продукції є:

- створення умов для купівлі-продажу сільськогосподарської продукції;
- сприяння прискореному просуванню сільськогосподарської продукції до кінцевого споживача;
- надання можливості для виходу на ринок всім постачальникам і споживачам такої продукції;
- визначення необхідного переліку сільськогосподарської продукції, що має включати переважну більшість загальної номенклатури виробленої продукції, скорочення втрат сільськогосподарської продукції;
- забезпечення постачання населенню якісної сільськогосподарської продукції;
- облаштування єдиного місця купівлі-продажу сільськогосподарської продукції;
- забезпечення концентрації сільськогосподарської продукції у визначеному місці;
- сприяння вітчизняним виробникам в одержанні прибутку від реалізації;
- забезпечення достовірною інформацією про кон'юнктуру ринку сільськогосподарської продукції та споживчу якість такої продукції;

Таблиця 2

Структура продажу товарів вітчизняного виробництва в загальному обсязі оптового товарообігу підприємств оптової торгівлі України за 2005-2013 рр.

Групи товарів	Роки								
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва в загальному обсязі оптового товарообігу, %	71,8	67,7	65,6	65,6	66,8	66,5	63,9	58,9	54,3
у тому числі:									
продовольчі товари	78,6	75,6	75,1	74,8	74,4	75,1	75,5	73,7	71,7
непродовольчі товари	70,5	66,2	63,8	63,9	64,8	64,4	61,4	55,3	50,3

- сприяння у підготовці до купівлі та продажу;
- забезпечення здійснення ветеринарно-санітарного контролю та нагляду.

Разом з тим для прискорення розбудови оптових ринків сільськогосподарської продукції розроблено типові установчі документи (статуту) оптових ринків різних організаційно-правових форм, типові договори учасників таких ринків. Тобто сформовано необхідну методичну базу для створення та функціонування оптових ринків сільськогосподарської продукції.

Окрім цього, у рамках реалізації Проекту з надання технічної допомоги Європейського Союзу «Виконання Україною зобов'язань щодо членства в СОТ та реалізації політики добросусідства в сільському секторі» розроблено типові проекти оптових ринків сільськогосподарської продукції. Згідно з даними типового проекту вартість будівництва оптового ринку з благоустроєм території становить від 1,6 до 2,0 млн дол. США на 1 га залежно від території, яку займає ринок. Розвиток інфраструктури аграрного ринку є однією з передумов якісних змін у сільському господарстві країни. Адже саме сучасні багатофункціональні об'єкти, якими є оптові ринки сільськогосподарської продукції, стають основними логістичними вузлами, що забезпечують необхідні умови зберігання та збуту виробленої продукції.

Оптові ринки сільгосппродукції стають все популярнішими серед покупців і виробників. Так, ринки «Столичний» у Києві, «Шувар» у Львові та «Господар» у Донецьку за три роки їх роботи відвідало понад 5,5 мільйона українців. А на відкритому цього року новому ринку «Азовський» у Маріуполі встигли скупитися майже 40 тисяч городян. Такі показники ще раз підтверджують ефективність подібних об'єктів і говорять про необхідність розвивати їх мережу по всій Україні.

У місті Жашкові Черкаської області працює ринок «Чародій», який є першим і поки єдиним в Україні місцем оптової торгівлі худобою, виробленою переважно в особистих селянських та дрібногосподарських господарствах. Найбільшим і найсучаснішим оптовим ринком сільськогосподарської продукції є регіональний агро-маркетинговий центр «Шувар», розміщений у Львові, який сприяє розвитку гуртової торгівлі сільськогосподарською продукцією не тільки на Львівщині, але й далеко поза її межами. На цьому ринку реалізують свою продукцію сільськогосподарські товаровиробники з 18 областей України. Останніми роками в сезон тут продається 1000-1200 тонн свіжої плодоовочевої та іншої сільськогосподарської продукції за добу, тут формуються прозорі умови ціноутворення, за потреби постійно проводять заходи щодо стабілізації цін на сільськогосподарську продукцію. Національною сільськогосподарською палатою України спільно з «Беарз Логістик Центр» реалізується проект Укראгоринок, який передбачає створення мережі з шести оптових ринків сільськогосподарської продукції в різних областях України. Крім цього, за підтримки Мінагрополітики в Одеській області реалізується проект із створення «Південноукраїнського регіонального оптового продовольчого ринку».

У 2012 р. отримав статус оптового ринку сільськогосподарської продукції «Шелен» у м. Рівне, у 2013 р. завершено роботи із затвердження та отримання проектно-дозвільної документації та почалися роботи із землевідведення. Відкриття заплановано на травень 2014 р. з поетапним введенням в експлуатацію об'єкта у IV кварталі

2013 р. Також планується введення у 2014 р. першого в Україні виробничо-оптового ринку «Янтар» в селищі Молодіжне в Херсонській області. Він матиме електронну біржу, логістичні центри і єдиний в країні річковий термінал. Крім продажу продукції, тут займатимуться збиранням врожаю, його зберіганням, продажем і експортом. Загальна торговельна площа ринку, разом з інтертерміналом, складе близько 260 га.

Це сприятиме тому, що українці зможуть купувати сільгосппродукцію за доступними цінами, виробники – оперативно її реалізовувати. Посередники ж, які необґрунтовано завищують вартість продукції, не допускаються до таких точок продажів. Оптові ринки сільськогосподарської продукції стають важливим елементом логістичної діяльності, адже для задоволення потреб сільгоспвиробників і споживачів в інфраструктуру кожного оптового ринку сільськогосподарської продукції входить щонайменше один логістичний термінал, де проводиться прийом, зберігання, мийка, калібрування, фасування, формування товарних партій і підготовка продукції до подальшої транспортуванні. Саме на оптовому ринку сільськогосподарської продукції будуть формувати партії продукції, що надходить на експорт, як повідомив глава відомства.

Для успішного функціонування ринку сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки в Україні потребує проведення ряду макроекономічних заходів, зокрема: – стимулювання безпосередніх виробників продукції АПК з метою нарощування виробництва і товарообігу; – економічне регулювання раціональної структури ринку і ринкових відносин шляхом розроблення перспективних цільових продовольчих програм, інвестиційної політики, фінансово-економічних заходів; – введення системи контролю за цінами і забезпечення відповідного співвідношення попиту і пропозицій на ринку, захисту прав споживачів; – запровадження відповідної фінансово-кредитної і податкової політики; – регулювання експортних потоків сировини і продукції переробки, зменшення залежності від імпорتنих поставок. [1, с. 7].

Проте існує ряд проблемних питань, визначених Законом «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції». Однією із форм такого «сприяння вітчизняним виробникам сільськогосподарської продукції» з боку держави могла б стати підтримка організацій товаровиробників, зокрема сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів. На жаль, Податковий кодекс України практично «перекрив кисень» таким формам примноження доданої вартості, насамперед для фермерів та оптовим сільськогосподарським ринкам. Є ще одна проблема в частині створення кооперативів, їх співпраці з оптовим ринком сільськогосподарської продукції: відсутність системних каналів інформації про організацію діяльності кооперативів, можливості їхньої співпраці з ринками.

Зі збільшенням доходів населення змінюватимуться і уподобання споживачів – вони захочуть і зможуть купувати продукти гарно упаковані, відсортовані чи вже напівфабрикати. Кооперативи можуть стати настільки сильними, що зможуть працювати прямо з корпоративними роздрібними торговельними мережами чи створюватимуть власні мережі. Тоді оптові ринки сільськогосподарської продукції перетворяться на логістичні центри.

Аналізуючи ситуацію з виробництвом і збутом

української сільгосппродукції, експерти стверджують, що без розвитку оптової торгівлі в Україні найближчим часом є ймовірність виходу на наш ринок потужних міжнародних оптових компаній, які монополізують сільгоспторгівлю, що негативно позначиться на прибутках вітчизняних господарств. Відкриття митних кордонів, особливо з тими країнами, де аграрне виробництво активно дотується, є низькі кредитні ставки, фермерам допомагають інструментами опосередкованої підтримки (наприклад, через системи консультування, поширення знань й інформації), несе неабиякі загрози для українського, особливо невеликого виробника.

Українським фахівцям необхідно детально вивчати іноземний досвід діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції і запозичити звідти все найкраще. Тому завданням нинішньої влади є підтримка у ініціативах агробізнесу, зміна стереотипів мислення – адже на оптових ринках сільськогосподарської продукції як структурі повинне вбачатися не тільки і не стільки джерело безпосереднього миттєвого наповнення бюджету, але й важливий механізм скорочення та оптимізації логістичних ланцюгів, механізм прозорого ціноутворення, забезпечення продовольчої безпеки громадянина, регіону, України в цілому. Органи влади всіх рівнів мають усвідомити, що оптові ринки сільськогосподарської продукції – це ще й важливий соціальний механізм, оскільки він сприяє підвищенню доходів селян-товаровиробників і зменшенню видатків громадян-споживачів, для більшості з яких видатки на харчування є найбільшою статтею у сімейному бюджеті.

Для підвищення ефективності функціонування підприємств оптової торгівлі необхідно також впроваджувати більш дієве державне регулювання, яке передбачає не пряме керівництво, а створення умов для цивілізованих взаємовідносин з незалежними суб'єктами господарювання. Об'єктами такого регулювання повинні бути не оптові підприємства, а процеси, які протікають на споживчому ринку. Його зміст вбачається в тому, щоб через систему господарського законодавства й економічних важелів не допустити подальшого

стихійного розвитку оптової торгівлі. Державне регулювання оптово-посередницької сфери повинно базуватися не тільки на інформації про ринок товарів, але й на вивченні і прогнозуванні заново утвореного ринку послуг оптових підприємств. Оптовий ринок потребує державного регулювання та визначення напрямків розвитку та розміщення об'єктів складської мережі, їх спеціалізації тощо.

Висновки. Для подальшого реформування оптової торгівлі в Україні необхідно:

- розвивати різні види оптових підприємств за функціональним призначенням, спеціалізацією, розмірами, організаційно-правовими формами господарювання;

- створювати оптові асоціації шляхом добровільного об'єднання нині діючих оптових підприємств, до складу яких слід включити фінансові, інформаційні, наукові та інші інститути;

- удосконалювати та оновлювати торгову інфраструктуру, що передбачає налагодження тісної взаємодії товаровиробників, роздрібною торгівлю з оптовою торгівлею, органічну інтеграцію виробництва і збуту товарів; результативним заходом на цьому шляху може стати формування логістичних систем, де можна буде впроваджувати сучасні методи управління товарними потоками;

- удосконалювати механізм управління комерційною діяльністю оптових підприємств; він повинен ґрунтуватись на застосуванні сучасних наукових методів маркетингу та менеджменту і забезпечувати розробку та прийняття ефективних рішень щодо стійкості поточного функціонування та вироблення стратегії підприємства на перспективу;

- впроваджувати на оптових підприємствах сучасні інформаційні системи;

- сприяти розвитку оптового продажу через мережу Інтернет;

- підвищувати рівень обслуговування та зниження цін на товари і послуги.

Таким чином, в умовах функціонування цивілізованого ринку саме оптова торгівля повинна стати важелем для стимулювання зростання ефективності виробництва та повнішого задоволення потреб покупців.

Список літератури:

1. Публікація документів Державної Служби Статистики України / [Електронний ресурс] Режі доступу: http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/sr/sot_u/sot2006_u.htm.
2. Вірт М.Я. Передумови та закономірності розвитку оптової торгівлі в Україні / М.Я. Вірт. – К. : Науковий вісник, 2005. – № 15.4., 362 – 366 с.
3. Саблук П.Т. Розвиток сільських територій в контексті забезпечення економічної стабільності держави / П.Т. Саблук // економіка АПК: Міжнар. наук. – вироб. журнал. – К., 2005. – № 11. – С. 4–12.

Ильченко Н. Б.

Київський національний торговель-економічний університет

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ

Резюме

Проведена оцінка пріоритетних напрямків розвитку оптової торгівлі в Україні. Проаналізовані статистичні показники діяльності підприємств оптової торгівлі. Предложено пути дальнейшего реформирования оптовой торговли в Украине как формы регулирования оптовой торговли в рамках концептуальных основ ее развития.

Ключевые слова: оптовая торговля, функции оптовой торговли, функции оптового звена, потребности потребителей, оптовые рынки сельскохозяйственной продукции.

Pchenko N. B.

Kyiv National University of Trade and Economics

TENDENCIES OF DEVELOPMENT THE WHOLESALE TRADE ENTERPRISES IN UKRAINE

Summary

The estimation of priority directions of development of wholesale is conducted in Ukraine. Statistical performance of enterprises of wholesale indicators are analysed. The ways of further reformation of wholesale are offered in Ukraine as forms of adjusting of wholesale within the framework of conceptual bases of her development.

Key words: wholesale, functions of wholesale, function of wholesale link, necessity of consumers, wholesale markets of agricultural produce.

УДК 339.372

Кавун О. О.

Київський національний торговельно-економічний університет

ТОРГОВЕЛЬНІ ЦЕНТРИ: СУТНІСТЬ ТА КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ

Подано визначення поняття «торговельний центр», представлені як у зарубіжних, так і вітчизняних джерелах, а також авторське бачення його сутності. Проведено історичний екскурс до еволюції розвитку торговельних центрів. Визначено ключові конкурентні переваги даних структур на ринку роздрібно торгівлі. Розглянуто основні етапи розробки проекту торговельного центру. Визначено сутність та складові вдалої концепції торговельного центру.

Ключові слова: торговельний центр, концепція торговельного центру, синергійний ефект, проект, реконцепція, реконструкція.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку роздрібно торгівлі в Україні, починаючи з 2000-х рр., характеризується якісними структурними змінами. Вони пов'язані з появою відносно нових для роздрібно торговельної мережі структур та об'єктів – торговельних мереж (мереж магазинів) та торговельних центрів, а також поступовим зростанням сили їх впливу на формування конкурентного середовища. При цьому слід зазначити, що керівництво більшості торговельних мереж дотримується політики активізації присутності на ринку та розширення його географічних меж.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню структурно-територіальних особливостей розвитку роздрібно торговельної мережі у сучасних умовах, визначенню сутнісних характеристик, видів, конкурентних переваг торговельних мереж, дослідженню зарубіжного досвіду розвитку, тенденцій та особливостей їх формування в країнах СНД, приділяється достатньо уваги як українськими, так і російськими науковцями, серед яких можна відзначити В.В. Апопія, Н.О. Голошубову, З.В. Котельникову, Л.О. Лігоненко, О.В. Літвінову, Е.М. Локтева, В.В. Радаєва, Р.М. Романову, Е.Ю. Салікову, В.О. Соболева, М.Б. Щепакіна.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим торговельні центри поки ще не знайшли наукової підтримки свого розвитку серед вітчизняних авторів. Кількість публікацій, присвячених питанням функціонування торговельних центрів іноземними вченими, також є недостатньою. Серед науковців, які обрали даний об'єкт дослідження, можна відзначити наступних: І.Н. Абрудан, Д.К. Дабіжа, Дж. Ламберт, Ст. М. Сазерленд. Свого розгляду потребує розуміння сутності торговельних центрів та порівняння поглядів різних вчених, визначення ключових факторів успіху даних структур на ринку.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є визначення сутності торговельного центру, прове-

дення порівняльного аналізу трактування поняття вітчизняними та зарубіжними науковцями, а також викладення концептуальних засад та особливостей управління даним торговельним об'єктом.

Виклад основного матеріалу. Торговельні центри є невід'ємною складовою частиною роздрібно торговельної мережі США, Західної та Східної Європи і знаходять все більше поширення протягом останніх десяти років у країнах СНД та Україні, зокрема в результаті активізації процесу розвитку ринку комерційної нерухомості.

Історія розвитку торговельних центрів уходить у далеке минуле. Перші торговельні центри виникли у США у 20-х рр. ХХ ст.

Концепцію будівництва торговельних об'єктів, що відрізняються уніфікованим характером архітектурних рішень, розташовані далеко за межами центру міста і керівництво якими здійснюється як єдиним цілим, розробив та впровадив Дж.С. Ніколс у Канзас-Сіті (штат Міссурі), побудувавши у 1922 р. Country Club Plaza.

У другій половині 1920-х рр. невеликі за розміром торговельні центри були побудовані на околицях крупних міст. Типова конструкція являла собою лінію магазинів, поруч була передбачені місця для парковки. Так, у 1928 р. у м. Колумбус (штат Огайо) було відкрито торговельний центр Grandview Avenue, до складу якого входило 30 магазинів і парковка, розрахована на розташування 400 автомобілів [1].

Революційним рішенням, яке змінило вигляд торговельного центру і наблизило його до сучасного розуміння, вважається розробка Хью Пратера у 1931 р. Торговельний об'єкт у Далласі (штат Техас) мав форму будівлі під вивіскою Highland Park Shopping Village, до складу якої входило кілька магазинів.

На сьогодні у зарубіжних країнах накопичено великий досвід проектування та будівництва торговельних центрів. Вони розрізняються за призначенням, розміром, місцем розташування, складом

орендарів та іншими ознаками. Торговельні центри відіграють значну роль у структурі роздрібно-торговельної мережі. Найбільш показовими є цифри у США.

Так, загальна кількість торговельних центрів у 2012 р., порівняно з 2011 р., зросла на 254 одиниць і склала 112874 об'єктів.

Обсяг роздрібного товарообороту, отриманого торговельними центрами, склав у 2012 р. 2,4 трлн. дол., тоді як у 2011 р. цей показник становив 2,33 трлн. дол. Робочими місцями у них у 2012 р. було забезпечено 12,4 млн. осіб, що на 101,6% більше, ніж у 2011 р.

Різні погляди на сутність торговельного центру, представлені у літературі, потребують свого дослідження.

Відповідно до бачення Міжнародної ради з торговельних центрів торговельний центр – це група роздрібних торговельних та інших комерційних закладів (установ), які сплановані, побудовані і керовані як єдине ціле [2].

Дж. Ламберт визначає європейський торговельний центр як торговельну нерухомість, що запланована, побудована і функціонує як єдиний об'єкт з мінімальним розміром валової орендованої площі 5000 м², до складу якого входять одиниці і «комунальні» ділянки [3].

Ст. М. Сазерленд у своїй роботі дотримується визначення, запропонованого МакКівером: торговельний центр – це «група комерційних установ, де розташовано різні типи магазинів, які сплановані, розвиваються як єдине ціле, орієнтовані на обслуговування певної торговельної зони, мають площу для паркування, що знаходиться на вулиці і розташовані у віддалених районах або на приміській території. Управління такою групою комерційних установ здійснюється комплексно» [4].

Відповідно до Стандарту торговельної нерухомості Канади торговельний центр визначається як «торговельна нерухомість, що спланована, побудована як єдине ціле, містить мінімум три комерційні (призначені для оренди) та загальні зони мінімальною площею 10 тис. квадратних футів, а також територію парковки. Управління здійснюється як єдиним об'єктом» [5].

Відповідно до ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения», затвердженим і введеним в дію Постановою Держстандарту Росії від 11 серпня 1999 р. № 242-ст торговельний центр – це «сукупність торговельних підприємств та/або підприємств з надання послуг, що реалізують універсальний асортимент товарів і послуг, які розташовані на певній території, сплановані, побудовані та керовані як єдине ціле, надають у межах своєї території стоянку для автомашин» [6].

Згідно з національним стандартом України «Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять» (ДСТУ 4303:2004) торговельний центр – це «група торговельних об'єктів, зосереджених в одному місці і керованих як єдине ціле, які за своїми типами, розмірами та місцем розташування функціонально відповідають потребам торговельної зони, яку вони обслуговують» [7].

У ДБН В.2.2-23:2009 України «Будинки та споруди. Підприємства торгівлі» торговельний центр визначено як «групу торговельних об'єктів, зосереджених в одному місці і керованих як єдине ціле, що за своїми типами, розміром і місцезнаходженням функціонально відповідають потребам торговельної зони, яку вони обслуговують» [8].

Н.О. Голошубова визначає торговельний (торговельно-розважальний) центр як «сукупність

торговельних об'єктів, що реалізують різноманітний асортимент товарів, та підприємств з надання послуг, зосереджених в одному місці і керованих як єдине ціле, які за своїми типами, розмірами та місцезнаходженням функціонально відповідають потребам торговельної зони, яку вони обслуговують» [9, с. 78].

За результатами розгляду визначень, наведених у вітчизняній та іноземній літературі, пропонуємо авторське тлумачення поняття «торговельний центр».

Торговельний центр – це група торговельних об'єктів, що здійснюють продаж товарів та надання послуг, об'єднані архітектурно та зосереджені в одному спеціально спланованому місці, виступають єдиним цілим з точки зору управління, за своїми типами, розмірами та місцем розташуванням функціонально відповідають потребам торговельної зони, яку обслуговують.

Компанія-власник управляє торговельним центром як єдиним об'єктом, здаючи значну частину його площі в оренду.

Ключовою конкурентною перевагою торговельних центрів на ринку є забезпечення комплексного обслуговування покупців, що дає можливість отримання синергійного економічного та соціального ефекту за рахунок територіальної концентрації ресурсів, компетенцій та обсягів діяльності значної кількості торговельних об'єктів, закладів сфери послуг та харчування, для управління якими як єдиним цілим застосовується принцип уніфікації та стандартизації бізнес-рішень та процесів.

У торговельному центрі здійснюється продаж товарів як повсякденного попиту, так і тривалого використання, надаються послуги підприємствами сфер харчування, розваг.

Відкриття свого підприємства у торговельному центрі забезпечує орендарям отримання синергійного ефекту завдяки генеруванню великого потоку відвідувачів (різноманітність представлених в одному місці магазинів та інших закладів приваблює набагато більше покупців, ніж окремих магазин).

Сукупність підприємств торгівлі, сфери послуг, закладів харчування, розваг, що виступають орендарями, повинні відповідати концепції торговельного центру.

У свою чергу, товарно-тематичне наповнення торговельного центру повинно відповідати типу обслуговуваного району.

Склад орендарів та додаткові послуги формуються з урахуванням незадоволеного попиту в межах зони обслуговування, що дозволить торговельному центру мати значні конкурентні переваги, порівняно з іншими торговельними підприємствами, які охоплюють ту ж зону.

Виділяють три вихідні ситуації при управлінні проектом зі створення нового торговельного центру.

1. Наявність місця розташування об'єкту потребує від суб'єкта господарювання розробки концепції та пошук джерел фінансування будівництва.

2. З урахуванням розміру наявного у розпорядженні капіталу розробляється концепція торговельного центру та відбувається пошук місця його розташування.

3. Розроблена концепція торговельного центру потребує свого втілення за допомогою пошуку місця його розташування та джерел фінансування будівництва.

Рішення про будівництво торговельного центру приймається на основі аналізу інвестиційної привабливості реалізації проекту.

Базовими критеріями, які визначають інвестиційну привабливість проекту торговельного центру, є наступні:

- структура попиту та пропозиції;
- рівень орендних ставок;
- вартість початку проекту.

Управління проектом зі створення нового торговельного центру містить такі основні етапи (рис. 1).



Рис. 1. Основні етапи розробки проекту торговельного центру

Першим етапом розробки проекту торговельного центру є передпроектна стадія.

Важливою умовою її ефективного проходження є визначення найбільш ефективного варіанту використання об'єкту нерухомості, що являє собою процес послідовної перевірки його відповідності таким критеріям у порядку їх розгляду:

- юридична припустимість;
- фізична припустимість;
- фінансова припустимість;
- максимальна доходність.

У процесі перевірки *юридичної припустимості* кожного варіанту використання нерухомості об'єктом аналізу є законодавчо-регулятивна сфера – норми зонування, нормативні акти з охорони історичних будівель, будівельні норми – все, що може обмежувати або робити конкретні варіанти використання нерухомості неможливим. Необхідно враховувати обмеження, які відображені у договорах на придбання об'єктів нерухомості, тимчасове користування.

Ключовими критеріями перевірки *фізичної припустимості* є розмір, параметри, район розташування, ландшафт, стан ґрунту, наявність (можливість створення) під'їзних шляхів, ризик стихійних лих (землетруси тощо).

Другим етапом є дослідження споживачів та конкурентного середовища.

Досліджують такі характеристики споживачів та обраної зони:

- структура домашніх господарств за рівнем доходу (платоспроможності);
- структура населення за віком та статтю;
- споживчі переваги та мотивуючі фактори, які впливають на здійснення покупки.

Результатом проведеного маркетингового дослідження стають портрет потенційного споживача та характеристики майбутнього торговельного центру (тип, позиціонування, архітектурне рішення та ін.).

Оцінка ступеню конкуренції на локальному ринку реалізуються у таких напрямках (рис. 2).

Під час вивчення дислокації існуючих і перспективних об'єктів на обраній території слід

звернути увагу на розвиток навколишніх територій і визначити, чи є можливість для посилення потоку покупців (об'єднана парковка, підземний чи наземний перехід, що поєднують два торговельних центри, концепції, що доповнюють одна одну, можуть суттєво збільшити радіус тяжіння і кількість відвідувачів).

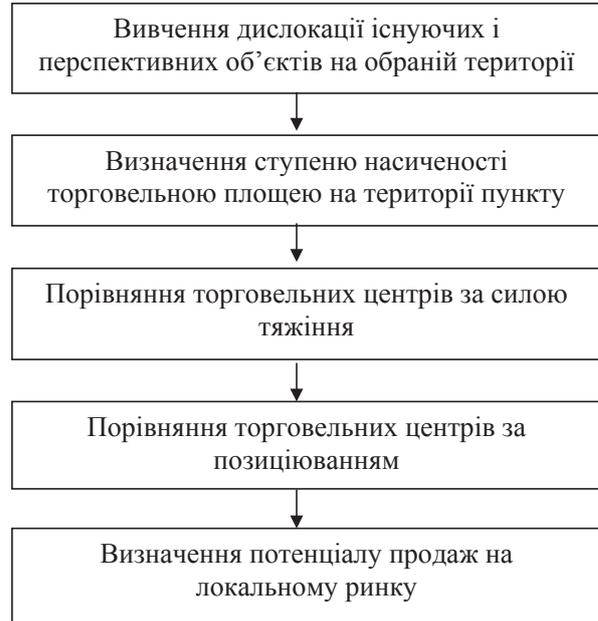


Рис. 2. Основні етапи оцінки ступеня конкуренції на локальному ринку [10, с. 28]

Ступінь насиченості торговельною площею на території населеного пункту розраховується у квадратних метрах на 1000 мешканців, і тут важливо враховувати кілька значень цього показника:

- загальна насиченість площею у торговельних центрах на території;
- насиченість за типами торговельних центрів (за торговельними зонами, що обслуговуються).

У процесі порівняння торговельних центрів за силою тяжіння досліджується пропозиція товарів, рівень цін у кожному торговельному центрі.

Порівняння діючих торговельних центрів за позиціонуванням передбачає розподіл асортименту товарів і послуг на декілька груп за цінними категоріями та визначення частки кожної групи у загальній пропозиції.

Після цього проводиться порівняння за віком і доходом цільової аудиторії, результатом чого стає побудова карти позиціонування.

Наслідком визначення потенціалу продаж на локальному ринку стає оцінка вартості об'єкту нерухомості, прогноз майбутніх грошових потоків та інших фінансових показників, підтвердження відповідності критеріям юридичної та фізичної припустимості.

Після проведення даного етапу маркетингового дослідження розробляється концепція майбутнього торговельного центру.

В умовах поступового загострення конкуренції першочергового значення набуває вибір типу та розробка концепції торговельного центру, що складає передумову ефективного функціонування об'єкту у подальшому.

Наприклад, розглянуту вище статистику позиційної динаміки основних показників діяльності торговельних центрів у США доповнюють дані

щодо кількості закритих об'єктів, яка у травні 2012 р. склала 1513 одиниць. Отже, кількість торговельних центрів, які мали невдалу концепцію, у 5,9 разів більше числа відкритих протягом 2011–2012 рр. об'єктів. При цьому слід зазначити, що серед них є проекти, які були реалізовані лише у 2011 р.

Концепцію торговельного центру пропонуємо розглядати як загальне бачення, ідею, її основу складають потреби та бажання споживачів, на яких орієнтований торговельний центр. З точки зору девелопера (компанії, яка здійснює розробку проекту майбутнього торговельного центру та його подальшу реалізацію) концепція являє собою план реалізації проекту з описом всіх необхідних якісних та кількісних параметрів.

Концепція відображає у собі такі поняття:

- портрет потенційного покупця, спеціалізація об'єкту;
- позиціонування в обраному ціновому сегменті;
- розподіл корисної площі;
- принципи зонування торговельної площі;
- план розміщення орендарів;
- розмір орендних ставок та принципи їх диференціації;
- орієнтовна кількість торговельних об'єктів у складі торговельного центру

В ідеальній концепції торговельного центру повинні бути збалансовані інтереси трьох сторін – власника, орендарів та покупців.

Розробка концепції дозволяє створити механізм, який дозволить досягти інтереси кожної сторони.

Головне питання, на яке відповідає концепція торговельного центру: як забезпечити комерційну успішність комплексу, розташованого на конкретній земельній ділянці, та зберегти цінність для покупців протягом багатьох років, навіть за умови можливого загострення конкуренції.

За таких умов можна виділити такі складові вдалої концепції торговельного центру (рис. 3).

Вибір місця розташування майбутнього торговельного центру передбачає:

- врахування автомобільного та пішохідного трафіків;
- врахування планів місцевих органів виконавчої влади щодо розвитку суміжних територій,
- визначення положення центру відносно конкурентів з точки зору перетинання зон обслуговування,
- врахування території, охопленої фізичними перепонами (геоетносціальний ландшафт) – водойми, парки, промислові зони, магістралі.

Цінова ніша торговельного центру визначається, виходячи з вибору місця розташування, цільової аудиторії у зоні обслуговування торговельного центру, попиту споживачів та характеру конкурентного середовища.

Товарна пропозиція торговельного центру визначається, виходячи з місця розташування, рівня доходів, характеру конкурентного середовища.



Рис. 3. Складові вдалої концепції торговельного центру

Прийняття рішення про формування пулу орендарів передують визначення товарної спеціалізації торговельного центру, вибір цінової ніши, проведення зонування.

У процесі управління функціонуванням торговельного центру внаслідок появи конкурентів та загострення боротьби між ними перед власниками може постати питання *редевелопменту*, яке передбачає проведення *реконцепції* або реконструкції об'єкту.

Реконцепція торговельного центру передбачає зміну ідеї проекту торговельного центру, застосування нової маркетингової політики, формування нового пулу орендарів.

Реконструкція торговельного центру – це проведення модернізації його архітектурно-будівельної складової.

Основними причинами реконцепції торговельного центру можуть бути:

- прорахунки, пов'язані з вивченням локального оточення об'єкту, оцінкою місця його розташування;
- неправильно обраний тип торговельного центру;
- невірний підбір орендарів, в тому числі якірних;
- неввірно обрана форма управління торговельним центром;
- виявлені недоліки архітектурно-будівельного характеру.

Саме тому управління торговельними повинно здійснюватися з урахуванням етапу його життєвого циклу. На етапі зрілості доцільності набуває реконцепція, а спаду – реконструкція.

Висновки і пропозиції. Концепція торговельного центру, ідея, яка знаходить розуміння та підтримку серед споживачів, – одна з найважливіших його конкурентних переваг. Успішна концепція – запорука інтересу покупців і, як наслідок, відвідування та прибутковості діяльності торговельного об'єкту.

У зв'язку з інтенсивним розвитком ринку торговельної нерухомості і відкриттям нових торговельних центрів з більш сучасною концепцією об'єкту, які вже певний час присутні на ринку, можуть втратити свою привабливість як для покупців, так і для орендарів та власників. За таких умов актуальності набуватиме вирішення питань редевелопменту.

Список літератури:

1. Economic Impact of Shopping Centers [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.icsc.org/uploads/default/2013-Economic-Impact.pdf>.
2. ICSC Shopping Center Definitions [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.waikatoregion.govt.nz/PageFiles/21512/11%20May/May%2011%20Item%2011.pdf>.
3. Lambert J. One Step Closer to a Pan-European Shopping Center Standard // Research Review. – 2006. – Vol. 13 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.icsc.org/uploads/research/general/euro_standard_only.pdf.

4. Sutherland St. M. Shopping Center Parking Problems [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://digital.library.okstate.edu/oas/oas_pdf/v39/p179_182.pdf.
5. Canadian Retail Estate Standart [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.icsc.org/uploads/research/general/Canadian-Shopping-Centre-Definitions.pdf>.
6. ГОСТ Р 51303-99. Торговля. Термины и определения [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vsepost.com/Catalog/87/8770.shtml>.
7. ДСТУ 4303:2004. Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dwg.ru/dnl/4561>.
8. ДБН В.2.2-23:2009. Будинки і споруди. Підприємства торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://specteh.dn.ua/images/stories/normativnye_dokumenty/dbn_v.2.2-23-2009.budinki_sporudi_pidpr_torg.pdf.
9. Голошубова Н.О. Організація торгівлі: підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / Н.О. Голошубова. – 2-е вид., переробл. та допов. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 680 с.
10. Оценка конкуренции на локальном рынке//Торговое дело. – 2008. – № 3. – С. 26–31.

Кавун О. А.

Київський національний торговель-економічний університет

ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ: СУЩНОСТЬ И КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Резюме

Приведены определения понятия «торговый центр», представленные как в зарубежных, так и отечественных источниках, подано авторское видение его сущности. Проведён исторический экскурс в эволюцию развития торговых центров. Определены ключевые конкурентные преимущества данных структур на рынке розничной торговли. Рассмотрены основные этапы разработки проекта торгового центра. Определены сущность и составляющие удачной концепции торгового центра.

Ключевые слова: торговый центр, концепция торгового центра, синергетический эффект, проект, реконцепция, реконструкция.

Kavun O. A.

Kiev National University of Trade and Economics

SHOPPING CENTERS: ESSENCE AND CONCEPTUAL BASICS OF MANAGEMENT

Summary

The definitions of «shopping center», presented in both foreign and domestic sources were given. Author's vision of shopping center essence was determined. Historical excursion into the evolution of shopping centers was conducted. Key competitive advantages of these structures in the retail market were determined. The main stages of the development of the shopping center project were considered. The essence and components of successful shopping center concept were determined.

Key words: shopping center, shopping center concept, synergistic effect, project, reconception, reconstruction.

УДК 338

Кам'янська О. В.

Трейтяк М. В.

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

ПРОЦЕС КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОІВ ВИЩИМИ НАВЧАЛЬНИМИ ЗАКЛАДАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Досліджено процеси комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності та трансферу технологій в іноземних вищих навчальних закладах, зроблено висновки щодо доцільності застосування зарубіжного досвіду в українських умовах.

Ключові слова: комерціалізація, ОІВ, університет, трансфер технологій, винахід, ліцензійна угода, ліцензійні переговори.

Постановка проблеми. Не є секретом, що нові розробки, технології, а також продукти та послуги в сучасних умовах розвитку та функціонування економіки займають досить важливе місце. Сьогодні в Україні інноваційні процеси повинні бути підтримані державою та приватним сектором (за приклад та аналог варто взяти програми, які були започатковані, наприклад, урядом Канади або США – NIH, NSF, DOE, DARPA та ін.). Винятком не є процес комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ)

як в університетах (ВНЗ), так і в приватних підприємствах України.

Для того, щоб побудувати власну ефективну інноваційну систему та інфраструктуру, необхідно забезпечити ефективне функціонування всіх її складових. При цьому трансфер технологій і, відповідно, комерціалізація ОІВ є «кровеносними артеріями» цієї системи, які забезпечують зв'язок між замовниками, виконавцями та споживачами інноваційних розробок. В ході дослідження було розкрито результативні моделі взаємозв'язків

учасників процесів комерціалізації та трансферу технологій в умовах функціонування української економіки. Особливу увагу було приділено такому важливому чиннику забезпечення результативності комерціалізації ОІВ університетами, як інформаційна наповненість їх веб-сайтів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем комерціалізації ОІВ присвячено ряд робіт вітчизняних науковців. Наприклад, в працях Г.О. Андрощука було досліджено особливості комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності із залученням та за рахунок бюджетних коштів в різних країнах, таких як США, Франція, Великобританія, Німеччина, РФ та ін. [6, с. 11-16]. Г.Л. Ступнікер досліджує та розглядає комерціалізацію ОІВ як інструмент управління інтелектуальним капіталом [7, с. 163-170].

Детально весь процес комерціалізації в своїй роботі подає В.А. Первущин [8, с. 54-57]: від етапу надходження конкретного винаходу до завершального етапу переговорів з покупцем та підписання ліцензійної угоди (або будь-якої іншої відомої та допустимої в рамках законодавства України форми комерціалізації ОІВ).

О.В. Станіславик та К.В. Ковтуненко в роботі «Комерціалізація результатів інноваційної діяльності» [9] розглядають найбільш проблемні та актуальні питання комерціалізації ОІВ, проводять аналіз основних факторів забезпечення ефективності, а також стимулювання процесів комерціалізації інтелектуальної власності. Разом з тим ряд питань, присвячених забезпеченню ефективності цих процесів українськими університетами, залишаються недостатньо висвітленими.

У ході дослідження було проаналізовано офіційну документацію іноземних вищих навчальних закладів, їх бази даних, а також праці вчених, які є учасниками та дослідниками таких процесів як трансфер технологій та, зокрема, комерціалізація, ліцензування ОІВ. Якщо брати до уваги досвід закордонних вчених, то найбільш цікавими для розгляду виявились роботи таких вчених, як Б. Кремен, С. О'Брайан, С. Келлі [11], Д. Шварц [12], Дж. Долл, та ін. Унікальність дослідження іноземного досвіду комерціалізації ОІВ полягає в детальному аналізі наявної інформації на сайтах зарубіжних університетів про існуючі проекти, партнерів, процес організації трансферу технологій, їх сильні сторони, недоліки та ризики.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Беручи до уваги всі дослідження було виявлено, що в сучасних дослідженнях недостатньо приділено уваги особливостям комерціалізації ОІВ та трансферу технологій в сьогоденні умовах функціонування української економіки. Немає чіткого бачення того, як ефективно та практично застосувати в українських навчальних закладах теоретично обґрунтовані пропозиції та моделі взаємодії учасників процесів комерціалізації технологій, ОІВ.

Виклад основного матеріалу. Дослідження процесу комерціалізації проводилось на базі даних та електронної документації університетів іноземних країн, а саме: Університетського коледжу Дубліна (UCD University College of Dublin, UCD Innovation), Університету Стендфорду (Stanford OTL, the Office of Technology Licensing), Університету Массачусетса (U&M OTC, University of Massachusetts, The Office for Technology Commercialization).

Одразу варто зазначити, що в розвинутих, považаючих себе університетах (та інших ВНЗ) іноземних країн (США, Ірландія, Англія та ін.) є

спеціально створені відділи, які займаються комерціалізацією чи трансфером технологій. У таких відділів обов'язково є окрема веб-сторінка або ж, принаймні, структурний підрозділ на офіційному сайті цього ВНЗ. Відразу зазначимо, що в українських університетах відповідно до діючих вимог також створені центри трансферу технологій, але наповнення та оформлення цих інтернет-сторінок, на жаль, як правило, є інформаційно бідним. А звідси – не може зацікавити потенційного інвестора в ОІВ.

В *Університетському коледжі Дубліна* (Ірландія) трансфер технологій та, зокрема, процес комерціалізації проводяться в спеціальному департаменті «UCD Innovation». У відділі працюють провідні науковці, викладачі та навіть студенти. Вони займаються різного роду діяльностями, а саме [1]:

- досліджують процес комерціалізації та розробляють шляхи його вдосконалення;

- вивчають процес ліцензування інтелектуальної власності (за двома напрямками: 1) ліцензування ІВ на базі вже існуючих компаній, для яких ліцензування ІВ доповнює їх бізнес; 2) ліцензування ІВ на базі нових компаній, для яких ліцензування ІВ є ключовим моментом в їх розвитку);

- модернізують та вдосконалюють процеси, які виникають під час створення дочірньої компанії (яка займатиметься випуском інновацій);

- надають підтримку та консультацію приватному сектору в сфері трансферу технологій;

- надають консультацію в сфері захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності;

- та ін.

За даними департаменту «UCD Innovation» в процесі комерціалізації ОІВ спочатку на базі відкриттів проводяться дослідження, потім оцінка та експертиза ОІВ, і, нарешті, безпосередньо оцінка самого комерційного потенціалу. Далі групою експертів проводиться розробка індивідуальної стратегії захисту та оцінка можливості патентування ОІВ. Завершальним етапом є розробка стратегії комерціалізації (два напрямки): стратегія надання ліцензії вже існуючим компаніям або ж, якщо винахід чи технологія є достатньо конкурентоспроможною, – «start-up».

Окремо команда департаменту «UCD Innovation» Університетського коледжу Дубліна виділяє процес та підтримку трансферу технологій. Специфічними видами діяльності науковців, які займаються вивченням трансферу технологій, є [1]:

- підтримка дослідників в сфері інтелектуальної власності, які зацікавлені в особливостях фінансування дослідницьких проектів;

- підготовка дослідницьких контрактів та угод трансферу технологій;

- допомога дослідникам у визначенні інтелектуальної власності;

- пошук по патентним базам даних;

- розробка стратегії захисту інтелектуальної власності;

- підготовка патентної заявки разом з патентними агентами;

- розробка та реалізації комерційної стратегії комерціалізації для використання ІВ Університетського коледжу Дубліна;

- пошук джерел ліцензіатів та розробка комплексу маркетингу для винаходу;

- та ін.

Вищеописані механізми та процеси є доречними та ефективними за умов ірландської економі-

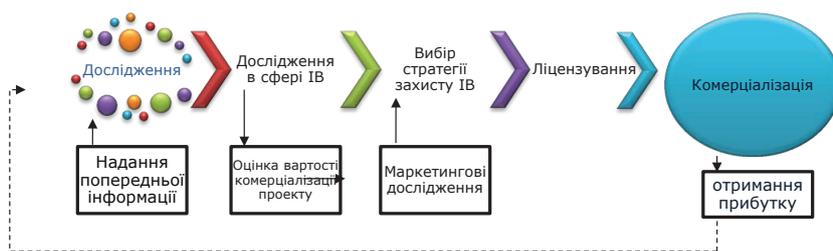


Рис. 1. Процес комерціалізації

Розроблено авторами на базі [2; 3; 10]

ки, адже основним пріоритетом в цій країні на сьогодні є економіка на базі знань, а також розвиток інноваційної активності та діяльності як приватного сектору, так і державного. Цифрові технології являють собою ключовий чинник в економічній еволюції країни. Сьогодні в Ірландії є детальна та розгорнута система підтримки компаній, які випускають, наприклад, програмне забезпечення. Програмна галузь (яка є стратегічною та важливою підсистемою економіки) покладена в основу напрямку економічного розвитку держави під назвою «Кельтський тигр» [1].

В *Університеті Массачусетса* процес комерціалізації має дещо інші етапи та їх послідовність.

Після етапу досліджень та надання попередньої інформації про їх результати проводиться ще одне дослідження та аналіз в області інтелектуальної власності. На базі отриманих результатів проводиться оцінка та розрахунки вартості комерціалізації відповідної технології. Трохи згодом приймається рішення про вибір стратегії захисту інтелектуальної власності. Етап маркетингових досліджень та маркетингу є невід'ємним. Після нього проводиться етап ліцензування. І нарешті – комерціалізація та отримання прибутку (рис. 1) [2].

Дуже цікавим та корисним фактом виявилась наявність на сайті університету та загальний доступ до інформації про те, як же проходить оцінка технології. Звичайно, вона не виявилась повною, в ній відсутні точні математичні формули, але команда дослідників дає загальне уявлення про цей процес. Перший крок критичної оцінки технології базується на визначенні таких критеріїв [10]:

1) **конкурентоспроможність та сильні сторони винаходу** (які проблеми вирішує; чи має технологічну перевагу над промисловими стандартами; є винаходом чи відкриттям; чи є джерела фінансування для завершення розробки та ін.);

2) **комерційний потенціал винаходу** (яким конкретним продуктом чи послугою винахід може вийти на ринок; наскільки цей ринок великий та хто є потенційними споживачами; чи є на ринку подібні конкуруючі технології; звідки надійшло фінансування; очікуваний час виходу на ринок, та ін.);

3) **патентоспроможність винаходу** (які фактори роблять це відкриття новим та несподіваним; чи було відкриття вже опубліковано раніше, та ін.).

У департаменті управління комерціалізацією технологій етап ліцензування розглядається як незалежний, а група експертів за зверненням компаній складає спеціальні бізнес-плани, що стосуються інноваційних та процесів трансферу технологій.

На базі Університету Массачусетса з 2006 року по сьогоднішній день було засновано 61 стартап-проекти в сфері хімічної промисловості, програмного забезпечення, медицини, біотехнологій, комп'ютерних технологій та ін.

У Департаменті комерціалізації технологій та ліцензування всесвітньовідомого Університету Стенфорду (США) процес комерціалізації уявляють виключно як частину процесу трансферу технологій. Спеціалісти департаменту трансферу технологій розглядають цей процес як такий, що призведе до схвалення та дозволу регуляторним державним органом, продажу та маркетингу, фінансової підтримки, навчання та інших дій та процедур [5].

На офіційному сайті університету створено окремий підрозділ для опису діяльності та функціонування цього Департаменту. Варто відзначити, що науковцями комерціалізація ІВ коротко описується як підпроцес в процесі трансферу технологій. Останній починається, коли автор винаходу подає заявку про винахід до Департаменту. Потім сторони підписують асоціативну угоду про співпрацю, де чітко описуються всі права та обов'язки та вигода обох сторін. Оцінка винаходу та подання патентної заявки є наступними етапами. Одночасно з цим команда Стенфорду проведе маркетингові дослідження, і, якщо вони виявляться успішними, то допоможе провести ліцензійні переговори з потенційними ліцензіатами [5, с. 11]. Після підписання ліцензійної угоди між сторонами виникають довгострокові відносини та обов'язки, в тому числі – сплата роялті. Згодом Департамент також може пропонувати свою допомогу в переоцінці вартості ліцензії (рис. 2).



Рис. 2. Процес трансферу технологій Стенфордського університету

Розроблено авторами на базі [5]

Цікаво, що команда дослідників надають консультації та допомогу щодо проведення ліцензійних переговорів під час підготовки, укладання та підписання ліцензійного договору. Є показовим те, що більш як 200 компаній приватного сектору США співпрацюють зі Стенфордом.

Техаський Університет у своєму Департаменті комерціалізації технологій (ДКТ) розглядає цей

процес як план, що розробляється для перетворення технології в продукт чи послугу. Втілення такого плану, на думку спеціалістів організації, повинно задовольняти інтереси всіх зацікавлених сторін. Крім того, вони розробляють не тільки детальні етапи комерціалізації, але ще й описують поетапні кроки до здійснення самого процесу комерціалізації.

Основними етапами комерціалізації з погляду ДКТ є відкриття винаходу, планування ходу процесу комерціалізації, обрання консультанта та помічника, розробка бізнес-моделі та бізнес-плану, ліцензійні переговори, підписання ліцензійного договору, а також схвалення радою управлінців відповідного проекту [4].

З усіх чотирьох розглянутих департаментів, які займаються вивченням та реалізацією таких процесів, як трансфер технологій, комерціалізація, ліцензування, можна виділити один, на нашу думку, найбільш досконалий, зручний, робота та діяльність якого є найбільш продуманими. Таким є Департамент комерціалізації технологій та ліцензування Стенфорду. Відмінною характеристикою цієї організації є те, що по кожному етапу трансферу технологій є детальний опис всіх процесів та операцій, які на ньому відбуваються. На сайті є зворотна контактна інформація, а також відеоматеріали, в яких можна ознайомитись візуально з лабораторіями та спеціалістами організації.

Висновки та пропозиції. На сьогоднішній день в Україні функціонує 16 технопарків, наприклад, Інститут електростварювання імені Є.О. Патона, Інститут монокристалів, Вуглемаш, Інститут технічної теплофізики, Київська політехніка, Інтелектуальні інформаційні технології та ін. [12]. Якщо порівнювати їх діяльність із відділами та департаментами іноземних вищих навчальних закладів, які займаються вивченням та реалізацією процесів комерціалізації та трансферу технологій, то вона є не такою інтенсивною. В зарубіжних університетах прослідковується інтеграція та взаємодія між державою, навчальним закладом та приватним сектором (конкретною компанією). Вся інформація структурована та зведена до одного веб-ресурсу. До того ж, до неї є широкий доступ: як до теоретичної, так і до практичної частини та даних. Саме відкритості та доступності не вистачає українським подібним університетам (НТУУ «КПІ», Київському національному університету ім. Тараса Шевченка та ін.).

Беручи до уваги сам процес комерціалізації, то багато університетських департаментів з

трансферу технологій чи комерціалізації ОІВ на завершальних стадіях цих процесів надають консультацію та навіть практичну допомогу при ліцензуванні та, безпосередньо, при ліцензійних переговорах, підписанні ліцензійної угоди. З цією метою створюються спеціальні відділи ліцензування, учасники яких спеціалізуються на веденні переговорів, мають уявлення про основні аспекти, на які варто звертати увагу перед підписанням такого специфічного юридичного документу, як ліцензійна угода. Для ліцензування ОІВ в умовах української економіки та за співпраці такі фахівці є важливими учасниками процесу ліцензування.

Підтримка держави, а саме спеціальні гранти, програми, проекти розвитку, можливо, курси навчання чи навіть спеціальні школи в сфері трансферу технологій, комерціалізації та ліцензування ОІВ є ключовими та важливими. Такі форми мають бути підтримані фахівцями іноземних країн, які можуть стати учасниками програм навчання в якості іноземних тренерів чи викладачів, що мають не тільки теоретичну базу, але й практичний досвід втілення процесу комерціалізації ОІВ чи трансферу технологій. На сьогодні такі кроки здійснюються, але, як правило, зарубіжні представники офісів трансферу технологій не бажають розкривати практичні нюанси організації процесу ліцензування, обмежуючись загальновідомими фактами.

Звичайно, за критичної та нестабільної економічної ситуації підтримка приватного сектору також є не менш важливою. Відкриття та розвиток власних відділів, а також навчання молодих спеціалістів стане ефективним поштовхом в розвитку не тільки сфери трансферу технологій, але й загальної національної інноваційної системи та інноваційної інфраструктури всієї держави.

Стимулювання та ініціювання з боку держави інноваційних процесів та інноваційної діяльності, в тому числі і процесів комерціалізації ОІВ та трансферу технологій, має розглядатись як взаємопов'язаний фактор програм підтримки інноваційної інфраструктури України.

У подальшому планується більш детально дослідити функціонування та діяльність українських технопарків, що дозволить розробити ефективну модель та ефективні інноваційні зміни організаційної форми, яка буде ідеальною за умов нової української економіки. Одним із напрямків подальшого дослідження буде в тому числі аналіз процесів комерціалізації ОІВ на приватних підприємствах.

Список літератури:

1. Офіційний сайт Департаменту «UCD Innovation» Університетського коледжу Дубліна [Електронний ресурс] // [Режим доступу] : <http://www.ucd.ie/innovation/>.
2. Business of the U&M [Електронний ресурс] // [Режим доступу] : <http://businessumn.com/>.
3. Офіційний сайт Університету Массачусетсу [Режим доступу] : <http://www.massachusetts.edu/index.html>.
4. Офіційний департамент комерціалізації технологій Техаського Університету [Режим доступу] : <http://otc.tamu.edu/>.
5. Офіційний сайт департаменту комерціалізації технологій та ліцензування університету Стенфорду [Режим доступу] : <http://otl.stanford.edu/>.
6. Андрощук Г.А. Коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности, созданных за средства госбюджета // Актуальные проблемы научно-технологической и инновационной политики в контексте формирования общеевропейского научного пространства: опыт и перспективы. Материалы междунар. симпоз. (Київ, 16-17 июня 2010 г.). – Київ: Феникс, 2010. С. 11-16. [Електронний ресурс] // [Режим доступу] : http://www.uiis.com.ua/files/sbornik_kiev_innovation.pdf.
7. Ступнікер Г.Л. Комерціалізація інтелектуальної власності як інструмент управління інтелектуальним капіталом / Г.Л. Ступнікер // Економічний простір. – 2008. – № 15. – С. 163–170.
8. Первушин В.А. Система коммерциализации технологий / В.А. Первушин // Инновации. – 2006. – № 1 (88). – С. 54–57.
9. Національна бібліотека імені В.І. Вернадського: Електронні ресурси НБУВ. [Електронний ресурс] // [Режим доступу] : <http://irbis-nbuv.gov.ua/>.

10. Офіційний сайт Університету Массачусетса, департамент трансферу технологій. [Електронний ресурс] // [Режим доступу] : <http://www.umass.edu/research/technology-transfer>.
11. Survey suggests top 10 reasons university start-ups fail. David Schwartz. [Internet Resource] // [Access mode] : <http://techtransfercentral.com/2010/07/14/survey-suggests-top-10-reasons-university-start-ups-fail/>.
12. Тараненко О.М. Історія та проблеми становлення технопарків в Україні / О.М. Тараненко // [Електронний ресурс] // [Режим доступу] : <http://intellect21.cdu.edu.ua/?p=243>.

Камянская О. В.

Трейтяк М. В.

Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт»

ПРОЦЕСС КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ВЫСШИМИ УЧЕБНЫМИ ЗАВЕДЕНИЯМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Резюме

Исследованы процессы коммерциализации объектов интеллектуальной собственности и трансфера технологий в иностранных высших учебных заведениях, сделаны выводы относительно целесообразности применения зарубежного опыта в украинских условиях.

Ключевые слова: коммерциализация, ОИС, университет, трансфер технологий, изобретение, лицензионный договор, лицензионные переговоры.

Kamyanska O. V.

Treitiak M. V.

National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute»

PROCESS OF COMMERCIALIZATION OF IPR BY THE UNIVERSITIES IN THE CURRENT ENVIRONMENT

Summary

The processes of commercialization of intellectual property rights and technology transfer in the foreign higher educational establishments were investigated, conclusions regarding the usefulness of international experience in the Ukrainian context were highlighted.

Key words: commercialization, IPR, university, technology transfer, invention, license agreement, license negotiation.

УДК 65.012.34

Кириченко В. В.

Филипюк А. О.

Донецкий державний університет управління

РИЗИКИ ПРОЕКТА ОБ'ЄДНОНОЇ ЛОГІСТИКИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ З ВИКОРИСТАННЯМ WEB-ТЕХНОЛОГІЙ

У статті розглянуто актуальність впровадження об'єднаної логістики в практику роботи українських промислових підприємств. Виявлено основні ризики проекту об'єднаної логістики з використанням web-технологій. Запропоновано шляхи мінімізації та ліквідації зазначених ризиків.

Ключові слова: проект, ризики, web-технології, промислові підприємства, об'єднана логістика, ефективність.

Постановка проблеми. Характерні для великого бізнесу широкомасштабна виробничо-господарська та інноваційно-інвестиційна діяльність завжди передбачає високу концентрацію грошових ресурсів та створення сприятливих умов для їх мобілізації. Але сучасне ринкове середовище характеризується посиленням ресурсної обмеженості. Тому створення найбільш сприятливих умов можливо через пошук нових механізмів взаємодії та побудови нової стратегії розвитку, котрі будуть задовольняти інтереси бізнесу та його цільової аудиторії. Інтенсивна інтеграція країн у світове інформаційне співтовариство змінює характер відносин між суб'єктами господарювання, що спричиняє виникнення нових бізнес-структур, які за допомогою нового типу відносин можуть встановлювати партнерські відно-

сини, що, в свою чергу, дозволило територіально розосередженим компаніям створювати єдиний або базовий рівень компетенції за допомогою комунікаційних технологій, розробляти ефективні технологічні процеси виробництва та реалізації товарів і послуг. Широкого розповсюдження в країнах Європи набули механізми об'єднаної логістики з використанням Web-технологій. Нові механізми взаємодії становлять економічну основу розвитку промислових підприємств. Тому зосередження уваги на нових механізмах взаємодії підприємств є перспективною направленістю промислових підприємств в Україні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проектні ризики диференціюються в залежності від конкретизації проекту. Спеціалізовані ризики становлять базу для дослідження. Різноманітні

питання стосовно проектних ризиків розглядалися в роботах як зарубіжних, так і вітчизняних авторів. Розглядом питань стосовно сутності та впливу ризиків при реалізації проекту займалися такі вчені, як І.В. Павлюченко [1], О.В. Пономаренко [2], В.А. Сердюк [3], В.В. Трофимов та В.Н. Иванов [4], І.І. Мазур, В.Д. Шапиро [5], А.С. Шапкин [6], А.Ю. Попова [7], А.А. Иванов [8] та інші.

І.В. Павлюченко та О.В. Пономаренко у своїх працях систематизували питання стосовно логістики та проектних ризиків, проаналізувавши процеси управління ними.

В.А. Сердюк розглянув проектні ризики віртуальних web-корпорацій, проаналізував їх перспективи в умовах ринку, базуючись на ефективній мережевій структурі, якою є Інтернет, Інтранет та інші.

В.В. Трофимов та В.Н. Иванов у своїх працях сконцентрували увагу на деталізації етапів управління ризиками промислових підприємств в умовах ринкової конкуренції за допомогою сучасних моделей та систем.

Методологічні прийоми аналізу управління ризиками були висвітлені І.І. Мазуром та В.Д. Шапиро.

А.С. Шапкин дослідив теорію ризику при моделюванні ризикових ситуацій.

А.Ю. Попова сконцентрувала увагу на проблема виникнення ризиків при прийнятті рішення про реалізацію проекту з використанням існуючих методів оцінки ризику інвестиційних проектів.

Ризик-менеджмент як основа стабілізації сучасної ринкової ситуації було висвітлено у роботах А.А. Иванова.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Недостатньо дослідженими є аналіз ризиків проекту об'єднаної логістики в Україні, оскільки це новий механізм кооперації промислових підприємств, що доводить західна практика. Як саме виявлені ризики можливо систематизувати задля мінімізації, потребує подальшого дослідження.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є аналіз та систематизації виявлених ризиків та пошук методів мінімізації цих ризиків при реалізації проекту об'єднаної логістики з використанням web-технологій.

Виклад основного матеріалу. Сучасні процеси глобалізації та інтеграції економіки характеризуються розвитком нових типів відносин суб'єктів господарювання. В умовах ресурсної обмеженості особливої уваги потребують питання організації логістики підприємств. На думку провідних західних фахівців в області логістичного менеджменту, основними рушійними силами сучасної глобалізації є: триваюче зростання світової економіки; новітні технології, у тому числі інформаційні; розвиток та інтеграція макрорегіональних господарських структур; нові можливості для формування глобальних логістичних ланцюгів (каналів) [1, с. 18].

До сучасних тенденцій логістики належать наступні:

розширення асортименту пропонованих логістичних послуг;

використання прямого відвантаження, які зводять до нуля запаси і відповідні витрати в розподільних центрах;

масовий випуск продукції на замовлення, об'єднуючий вигоди масового

виробництва з гнучкістю продукції на замовлення;

пряма доставка через електронні мережі передачі даних, через кур'єрські служби, служби експрес-доставки посилок;

послуга управління запасами продавцем, яка полягає в тому, що постачальники управляють як власними запасами, так і запасами, зберігаються в нижніх ланках ланцюга поставок, що знижує загальні витрати;

синхронізоване переміщення матеріалів, при якому інформація про рух МП доводиться до всіх учасників ланцюга поставок одночасно, що дозволяє оперативнo координувати переміщення матеріальних ресурсів [1, с. 17].

Комбінування виробничих, інформаційних та економічних можливостей підприємств та перехід від існуючих традиційних форм логістики враховують сучасні логістичні тенденції. Лідуючі промислові компанії Європи в час інформатизації та інтеграції бізнес-процесів активно приступають до формування віртуальних платформ як для виробництва товарів і послуг, так і для електронної комерції. Прикладом можуть служити компанії машинобудівельної галузі Німеччини: «INA Holding», «Schaeffer KG», «Rockwell Automation», «SKF Group and The Timken Company», які оголосили про свою згоду на спільне надання послуг, заснованих на Web-технології та об'єднаної логістиці (керування транспортними потоками) для поставок товарів високої якості [2, с. 3].

Перевагами даного виду взаємодії є: скорочення витрат часу на логістичні процеси; спрощення організації зв'язків; економія ресурсів; підвищення ефективності управління транспортними потоками.

Надання послуг, заснованих на Web-технології та об'єднаній логістиці для поставок товарів за прикладом Європейських країн, є можливим і в Україні, але через національні особливості сучасного стану та форми організації промисловості даний вид взаємодії можливий тільки серед обмеженої кількості учасників, зокрема транснаціональних корпорацій (ТНК), що є локомотивами української промисловості. Створена віртуальна Web-платформа, базуючись на якій, авторизовані дистриб'ютори зможуть у віртуальному режимі здійснювати торгові операції з продуктами промислового асортименту; це нове явище для практики ведення бізнесу в Україні. Сучасні механізми побудови нових моделей взаємодії суб'єктів господарювання потребують проектного підходу стосовно вітчизняних умов господарювання задля підвищення ефективності взаємодії промислових підприємств. Проектний підхід характеризується зосередженням уваги на можливих ризиках реалізації проекту. Систематизація ризиків проекту об'єднаної логістики з використанням Web-технологій потребує детального вивчення та аналізу. Аналіз ризиків – це можливість надати потенційним партнерам або учасникам проекту потрібні дані для прийняття рішення відносно доцільності участі у проекті та заходів захисту їх від можливих фінансових утрат [3, с. 155]. Ризики проектної організації характеризують невизначеність, котра пов'язана з можливістю виникнення в ході реалізації проекту несприятливих ситуацій і наслідків, при цьому виділяються випадки об'єктивних і суб'єктивних ймовірностей [4, с. 76].

При організації проекту об'єднаної логістики, заснованої на Web-технології, є вірогідність виникнення певних ризиків. І.І. Мазур та Д. Шапиро [5, с. 231] запропонували класифікацію

ризиків за ознакою об'єктивності на об'єктивні та суб'єктивні, та за сферою прояву – на зовнішні та внутрішні. Запропонована класифікація була доповнена приналежністю до процесів реалізації проекту (організаційні та інформаційні). Зосередження уваги на організаційних та інформаційних процесах пояснюється тим, що проектна інтеграція вимагає забезпечення ефективної та економічної організації, котра базується на використанні інформаційних технологій. Класифікація ризиків проектною інтеграції з виявленням факторів та витрат представлена у таблицях 1, 2.

Значимість виявлених ризиків неоднакова внаслідок існування стримуючих тенденцій умов господарювання промислових підприємств:

- нестабільності зовнішньоекономічної ситуації;
- незбалансованого розвитку промислових підприємств;
- повільного розвитку промисловості;
- дефіциту ресурсів;
- невиправданого рівня централізації або децентралізації.

Внаслідок того, що більшість промислових підприємств в Україні обмежені у сфері ресурсів, ор-

ганізації, виробництва та спеціалізованих кадрів, найбільш значимі фактори ризиків – це сполучення зв'язків кооперації підприємств, ресурсне забезпечення та наявність і розвиток мережево-інформаційної форми організації бізнесу, що є причинами виникнення таких ризиків, як:

ризик пошкодження або припинення зв'язків кооперації, що обумовлюється низьким рівнем співпраці як одиничних підприємств, так і у складі ТНК;

ризик недостачі спеціалізованих кадрів, фінансових та матеріальних ресурсів, що викликано дефіцитними умовами господарювання фінансування, недостатністю спеціалізованої робочої сили та матеріальних ресурсів;

ризик неможливості організації проекту внаслідок недостатньої поширеності даного виду організації управління транспортними потоками та низької зацікавленістю керівників підприємств.

Комплексна оцінка факторів та критеріїв ризиків дасть можливість звернути уваги на найбільш проблемні питання при управлінні проектом об'єднаної логістики. Постійний моніторинг та контроль зовнішнього та внутрішнього середо-

Таблиця 1

**Класифікація ризиків проекту об'єднаної логістики,
заснованої на Web-технології стосовно економічних процесів**

Фактор	Вид ризику	Вид втрат
Об'єктивні або зовнішні:		
1. Політичні та економічні кризи, інфляція	1. Ризики зв'язані з нестабільністю економічного законодавства та поточною економічною ситуацією, умов інвестування та використання ресурсів проекту. 2. Ризик можливості ведення обмежень на торгівлю та поставки, закриття границь при реалізації проекту. 3. Ризик несприятливих соціально-політичних змін в країні та регіоні для реалізації проекту. 4. Коливання ринкової кон'юнктури, валютних курсів.	1. Ліквідація або припинення проекту. 2. Заморожування коштів або їх втрата. 3. Втрата коштів через різницю курсу валюти при міжнародній співпраці.
2. Конкуренція.	1. Ризик неправильної оцінки попиту на різних сегментах ринку. 2. Ризик необ'єктивної оцінки політики конкурентів та цін на продукцію проекту.	Недоотримання прибутку.
3. Сполучення зв'язків кооперації підприємств	Ризик пошкодження або припинення зв'язків кооперації.	Втрата часу, збільшення витрат на встановлення, налагодження та ліквідацію зв'язків кооперації.
Суб'єктивні або внутрішні:		
1. Виробничий потенціал (рівень технічного оснащення, предметної та технічної спеціалізації, організації труда, інформатизації виробництва).	1. Ризик неповноти та неточності проектною документації (витрати, строки реалізації проекту, параметри техніки та технології). 2. Виробничо-технологічний ризик (аварії та відкази обладнання).	Неможливість виробничої реалізації проекту.
2. Кооперативні зв'язки. Тип контрактів з інвесторами та замовником.	1. Ризики проблеми зв'язку та кооперації учасників проекту. 2. Ризики непогодження інтересів інвесторів та замовника.	1. Втрата часу при взаємодії учасників проекту. 2. Недоотримання інвестування.
3. Ресурсне забезпечення.	Ризик недостачі спеціалізованих кадрів, фінансових та матеріальних ресурсів.	Неможливість реалізації проекту.

Таблиця 2

**Класифікація ризиків проекту об'єднаної логістики,
заснованої на Web-технології стосовно інформаційних процесів**

Фактор	Вид ризику	Вид втрат
Об'єктивні або зовнішні:		
1. Рівень розвитку інформаційних технологій в країні.	Ризик невідповідності процесів інформаційної організації проекту.	Ускладнення взаємодії на міжнародному рівні, що не відповідає сучасному рівню інформатизації.
2. Наявність та розвиток мережево-інформаційної форми організації бізнесу в країні.	Ризик неможливості організації проекту.	Втрата можливості реалізації проекту.
Суб'єктивні або внутрішні:		
1. Рівень використання інформаційних технологій підприємством.	Ризик невідповідності процесів інформаційної організації проекту.	Ускладнення взаємодії, що не відповідає сучасному рівню інформатизації.
2. Можливість мережевої форми організації підприємства.	Ризик неможливості організації проекту.	Втрата можливості реалізації проекту.

вища дасть змогу стабілізувати процес управління проектом, призведе до ефективнішої та швидшої реалізації, що є актуальним при високій динамізації промислових відносин та нестабільності умов господарювання. Зосередження уваги на найбільш значимих ризиках призведе до економії фінансових та часових ресурсів, а тому потребує прийняття активних дій щодо їх мінімізації та ліквідації, таких як:

розвиток мережної форми співпраці та організації діяльності промислових підприємств;

вивчення та апробація зарубіжного досвіду проекту поєднаної логістики з використанням WEB-технологій;

залучення інвестицій;

розробка національної моделі об'єднаної логістики з урахування ринкових умов на сучасному етапі розвитку промисловості України.

Організаційні ризики проектною інтеграції можливо мінімізувати за рахунок:

розмежування прав, обов'язків та мети кожного учасника;

спрощення коопераційних зв'язків;

ліквідації зайвих учасників взаємодії;

розгляд питань щодо конкретизації питань взаємодії з урахуванням ситуаційного підходу;

оптимізації потоку ресурсів за рахунок запасів та обміну за потребою.

Вірогідність прояву інформаційних ризиків можливо знизити за допомогою наступних дій:

використання однієї інформаційної системи управління проектом кожним учасником взаємодії;

спеціалізації інформаційної системи стосовно потреб учасника взаємодії;

інтеграція спеціалізованих систем в загальну систему управління проектом.

Використання запропонованих методів та їх реалізація можлива за допомогою наступних етапів:

вбудовування інструментів управління ризиками в стратегію розвитку

підприємства;

визначення програми тактичних дій з управління ризиками підприємства на основі декомпозиції стратегії його розвитку;

реалізація оперативних завдань по управління ризиками;

забезпечення механізму зворотного зв'язку че-

рез адаптацію програми тактичних дій з управління ризиками підприємства та системи його стратегічних планів (при необхідності) до ключових змін зовнішнього і внутрішнього середовища організації, а також розвиток корпоративної культури управління ризиками [6, с. 100].

Висновки та пропозиції. Отже, проведене дослідження засвідчило, що в умовах розвитку інформаційних технологій посилюється увага до нових форм організації бізнесу. Нові механізми взаємодії становлять економічну основу розвитку промислових підприємств. Проблема дефіциту ресурсів вирішується за допомогою механізмів об'єднаної логістики. На основі теоретичних узагальнень було доведено, що об'єднана логістика, заснована на Web-технології, – дієвий інструмент господарювання сучасних суб'єктів бізнес-процесів в промисловості та торгівлі. Реалізація даного виду проекту супроводжується появою певних ризиків – ступеня небезпеки для успішного здійснення проекту. Проектний підхід до об'єднаної логістики дає змогу виявити ризики, що супроводжуються при реалізації даного виду проекту. Зосередження уваги на організаційних та інформаційних процесах пояснюється тим, що проектна інтеграція вимагає забезпечення ефективної та економічної організації, котра базується на використанні інформаційних технологій. Значимість виявлених ризиків неоднакова внаслідок існування стримуючих тенденцій умов господарювання промислових підприємств. Внаслідок того, що більшість промислових підприємств в Україні обмежені у сфері ресурсів, організації виробництва та спеціалізованих кадрів, найбільш значимі фактори ризиків – це сполучення зв'язків кооперації підприємств, ресурсне забезпечення та наявність і розвиток мережево-інформаційної форми організації бізнесу. При мінімізації та ліквідації виявлених ризиків можливо підвищити та прискорити процес організації та функціонування управління транспортними потоками промислових підприємств, що підвищить ефективність логістики підприємства, внутрішню та зовнішню кооперацію. Разом з тим розробка національної моделі об'єднаної логістики з урахування ринкових умов на сучасному етапі розвитку промисловості України все ще становлять наукову невизначеність та потребують подальшого розгляду та аналізу.

Список літератури:

1. Павлюченко І.В. Логістика: краткий теоретический курс / І.В. Павлюченко. – Ульяновск : УлГТУ, 2011. – 95 с.
2. Управління проектами: підручник / О.В. Пономаренко, В.Г. Гамаюнов, Т.К. Гречко, Т.М. Гладченко та ін.; за заг. ред. О.В.Пономаренко. – 2-ге вид. – Донецьк : Технопарк, 2012. – 912 с.
3. Сердюк В.А. Сетевые и виртуальные организации: состояние, перспективы развития / В.А. Сердюк. – Менеджмент в России и за рубежом. – 2012 г. – № 5 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dis.ru/library/detail.php?ID=22882>.
4. Трофимов В.В., Иванов В.Н., Казаков М.К., Евсеев Д.А., Карпова В.С. Управление проектами с Primavera. Учебное пособие. СПб. : Изд-во СПбГУЭФ. – 2009. – 180 с.
5. Мазур І.І., Шапіро В.Д. і др. Управление проектами. / І.І. Мазур, В.Д. Шапіро і др.. Справочное пособие. / Под редакцией І.І. Мазура и В.Д. Шапіро. – М. : Высшая школа. – 2011. – 875 с.
6. Шапкин А.С. Теория риска и моделирование рискованных ситуаций / А.С. Шапкин. – М. : Дашков и К°, 2010. – 880 с.
7. Попова А.Ю. Оценка риска инвестиционного проекта / А.Ю. Попова. – Политематический сетевой электронный научный журнал КГАУ // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ej.kubagro.ru/2006/03/07/>.
8. Иванов А.А. Риск-менеджмент. Учебно-методический комплекс / А.А. Иванов, С.Я. Олейников, С.А. Бочаров. – М. : Изд. центр ЕАОИ, 2008. – 193 с.

Кириченко В. В.
Филипук А. О.

Донецкий государственный университет управления

РИСКИ ПРОЕКТА ОБЪЕДИНЕННОЙ ЛОГИСТИКИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ WEB-ТЕХНОЛОГИЙ

Резюме

В статье рассмотрены актуальность внедрения объединенной логистики в практику работы украинских промышленных предприятий. Выявлены основные риски проекта объединенной логистики с использованием web-технологии. Предложены пути минимизации и ликвидации указанных рисков.

Ключевые слова: проект, риски, web-технологии, промышленные предприятия, объединенная логистика, эффективность.

Kirichenko V. V.
Filipyuk A. O.

Donetsk State University of Management

RISKS OF THE UNITED LOGISTICS INDUSTRIAL ENTERPRISES USING WEB-TECH

Summary

The article considers the relevance of implementing a unified logistics in the practice of Ukrainian enterprises. The basic design combined logistics risks of using web-technology. Ways minimization and elimination of these risks.

Key words: project, risks, web-technology, industries, integrated logistics, efficiency.

УДК 338.3

Командровська В. Є.
Кривицька Н. Ю.
Домашевська К. І.

Національний авіаційний університет

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА РОЗВИТОК ЙОГО СКЛАДОВИХ У ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД

У статті досліджено підходи до розуміння сутності та складових інноваційного потенціалу підприємства, сформовано модель системи управління інноваційним потенціалом підприємством.

Ключові слова: інновація, інноваційний потенціал, управління, оцінка, рівень.

Постановка проблеми. У ХХІ столітті базою динамічного економічного зростання, розподілу країн за ступенем впливу на світові економічні процеси є рівень розвитку науково-технічної сфери. Вирішальну роль у цьому процесі відіграє якість і ступінь реалізації інноваційного потенціалу підприємств. Взагалі під інноваційним потенціалом підприємства розуміють міру його готовності до реалізації програми інноваційних стратегічних змін. Вважається, що інноваційна діяльність пов'язана лише з кардинальною зміною технології виробництва будь-якої складної продукції. Проте нині все більше поширеним стає інше розуміння інновацій, що включає не тільки технічні інновації, а й нові ринки і джерела постачання, нові поєднання ресурсів, фінансові та організаційні перетворення, які базуються на знаннях. Глобальна стратегія соціально-економічного прогресу, заснованого на знаннях, потребує нової якості інновацій на основі інтеграції інтелектуальної праці та капіталу в процесі науково-інноваційного розвитку. Такі інновації дозволяють швидко забезпечити доходи, підвищити фінансову стійкість. Але у практиці українських підприємств інноваційна система та інфраструктура, що їх обслуговує, тільки починають формуватися. Відповідно, зростає актуальність досліджень щодо об'єктивного

вивчення інноваційного потенціалу підприємства за новими методиками, що зумовлює необхідність розробки відповідних методичних підходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зарубіжними і вітчизняними вченими за даною проблемою опубліковано чимало робіт. Так, розгляду проблем, що пов'язані з управлінням інноваціями та інвестиціями, присвячені праці зарубіжних економістів Р. Брейлі, Ю. Бригхема, Е. Долана, П. Друкера, Ф. Котлера, Г. Фостера та інших. У працях російських та вітчизняних учених, а саме О. Амоші, І. Балабанова, І. Бланка, А. Воронкова, Д. Ільєнкової, І. Капінос, В. Ковалева, А. Коваль, А. Череп, М. Чумаченко та інших досліджено питання розробки, освоєння та впровадження нововведень, розвитку інноваційних систем. В той же час деякі питання щодо розробки методів оцінки та вибору показників ефективності інновацій, інноваційного потенціалу та моделювання процесів розробки інноваційних програм в умовах обмежених ресурсів розроблені недостатньо.

Мета статті – здійснити системний аналіз підходів дослідників щодо сутності та складових інноваційного потенціалу, визначити його місце у загальному потенціалі підприємства, запропонувати підхід до його побудови з огляду теорії систем.

Викладення основного матеріалу. Інновація – це важливий елемент виробничих відносин в стабільній інноваційній економіці. Суттєвою перешкодою для здійснення інноваційної діяльності для вітчизняних підприємств є те, що вона часто пов’язана з необхідністю вкладати значні фінансові ресурси, що виводить на певний час з обігу частину наявних ресурсів компанії протягом значного періоду часу. Витрачені зусилля і ресурси спрямовано на пошук шляхів виживання в конкурентному середовищі за рахунок створення конкурентної переваги. Однак, на жаль, за світовою статистикою кожна третя інновація не закінчується з виведенням нового продукту на ринок або отриманням запланованого рівня віддачі від вкладених в розробку інновації коштів. Тому, що так багато інновацій в кінцевому підсумку закінчуються невдачею, важливо виявити фактори, які можуть істотно вплинути на ефективність нововведень компанії. Після того, як фактори визначені, методи, які б позитивно вплинули на їх, повинні бути розроблені з метою підвищення ефективності інноваційної діяльності компанії. З цієї причини дана стаття присвячена, в першу чергу, на виявлення всіх складових інноваційного потенціалу підприємства та аналіз впливу окремих факторів, що впливають на його рівень.

Кожне підприємство повинно прагнути до формування відповідного інноваційного потенціалу, під яким розуміють здатність підприємства забезпечувати виробничі процеси новими технікою, технологією та спроможністю випускати нові товари (послуги).

За умов в рамках потенціалу підприємства особливу актуальність набувають питання щодо створення, розвитку і використання інноваційного потенціалу, що дозволить більш ефективними шляхами досягти намічених результатів у прийнятні терміни.

При цьому виникає проблема щодо визначення місця інноваційного потенціалу у складі загального потенціалу підприємства, що підкреслювалося багатьма дослідниками.

Поняття «інноваційний потенціал» має широке коло визначень, які наведені на рис. 1.

Таким чином, існують різні підходи до тлумачення цього поняття. Одні автори роблять наголос на наявності ресурсів, інші – на можливості їх використання. Але більшість керується так званним ресурсним підходом, тобто уявляє інноваційний потенціал як сукупність науково-технологічних, виробничих, фінансово-економічних, соціальних та культурно-освітніх можливостей країни (галу-

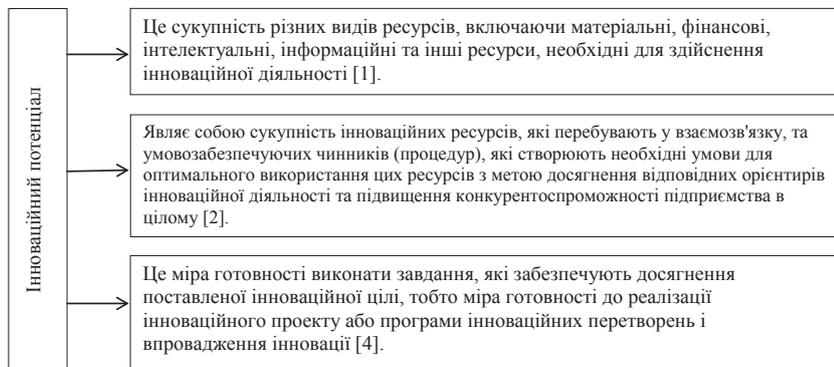


Рис. 1. Поняття «інноваційний потенціал»

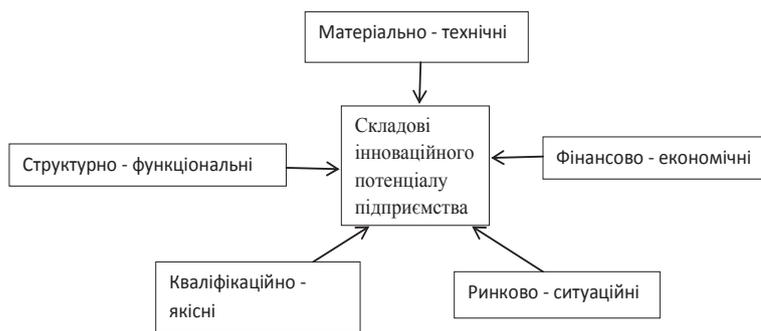


Рис. 2. Структура інноваційного потенціалу підприємства

зі, регіону, підприємства), необхідних для забезпечення інноваційного розвитку економіки. Для постійного відновлення інноваційного потенціалу слід здійснювати безперервний моніторинг інноваційної діяльності як в межах підприємства, так і на рівні галузі, регіону, країни тощо.

Моніторинг інноваційної діяльності – систематичний збір, обробка та аналіз інформації про перебіг інноваційних процесів, практичні наслідки заходів щодо стимулювання і регулювання інноваційної діяльності в країні (регіоні, галузі, підприємстві), результати реалізації пріоритетних напрямів інноваційної діяльності.

Для того, щоб впровадити ту чи ту інновацію (виробничу, маркетингову, організаційну), підприємство має володіти відповідними можливостями на кожному етапі інноваційного циклу – від НДДКР до впровадження інноваційного товару на ринок. Ці можливості становлять основну частину інноваційного потенціалу підприємства. Дослідження показали, що весь інноваційний потенціал підприємства складається з певних складових.

Оцінити потенціал можна за спроможністю (готовністю та достатністю) системи для здійснення інноваційної діяльності. Провести аналіз потенціалу можна за допомогою ресурсного методологічного підходу. Рівень інноваційного потенціалу може бути визначений за допомогою повних параметрів (рис. 2):

- матеріально-технічні складові: технологія, устаткування, матеріали, сировина, інформаційно-комунікаційні засоби;
- фінансово-економічні: ресурси, що забезпечують інноваційну діяльність у рамках довгострокової перспективи, виконання програм та проектів, витрати на НДДКР, наявність венчурного капіталу і можливість створення венчурних малих підприємств у складі компанії;
- ринково-ситуаційні складові: споживчі та технічні характеристики товару/послуги, товари-аналоги конкурентів, швидкість фізичного та морального застарівання;
- кваліфікаційно-якісні складові: рівень кваліфікації, освіти, стаж спеціалістів і робітників;
- структурно-функціональні: культура менеджменту, організаційна побудова, ефективні методи управління нововведеннями з позиції виходу кінцевого наукоміського матеріального (інтелектуального) продукту.

В [4] розглядається структура інноваційного потенціалу підприємства з іншої точки зору. Відповідно до неї інноваційний потенціал підприємства включає такі

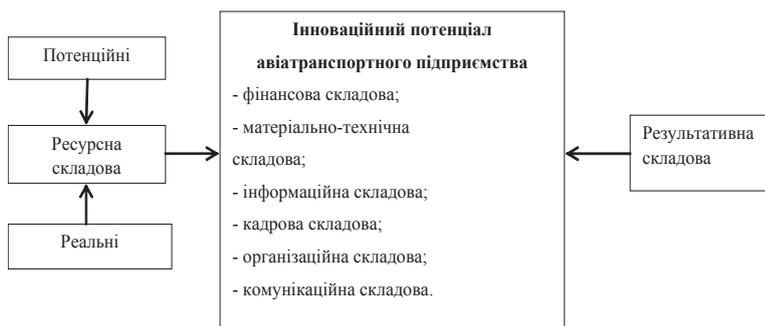


Рис. 3. Структура інноваційного потенціалу підприємства [4]

основні складові (елементи): фінансову, матеріально-технічну, інформаційну, кадрову, організаційну, комунікаційну (рис. 3).

Цей підхід до розуміння структури інноваційного потенціалу підприємства можна використовувати в рамках реалізації процесно-структурованого підходу. Він враховує, що формування інноваційного потенціалу підприємства відбувається не лише під впливом внутрішніх, але і зовнішніх чинників.

Виявлення сутності та складових інноваційного потенціалу підприємства є основою для формулювання цілей управління інноваційним потенціалом для забезпечення ефективного динамічного інноваційного розвитку підприємства, яке відображається в підвищенні його ринкової вартості, за будь-яких змін зовнішнього середовища, відповідно і задачі повинні формулюватися з урахуванням зміни базових параметрів інноваційного потенціалу.

При моделюванні системи управління інноваційним потенціалом підприємством необхідно враховувати, що система знаходиться у процесі постійних змін, які можуть бути викликані як внутрішніми, так і зовнішніми факторами, що відображено на рисунку (рис. 4) [6].

Підсистема діагностики в системі управління інноваційним потенціалом підприємства – це комплексний попередній синтетичний висновок про стан фактичного та перспективного інноваційного потенціалу підприємства (постановка діагнозу), який досліджується на основі різної аналітичної інформації, її синтезу та зіставленням. Без якісної проведеної діагностики інноваційного потенціалу підприємства неможливо прийняти обґрунтоване та ефективне рішення, не можна планувати систему управління. Дана підсистема складається з дослідження результатів механізмів формування та попередньої оцінки інноваційного потенціалу підприємства, умов зовнішнього та внутрішнього середовища та є основою для планування.

Підсистема планування в системі управління інноваційним потенціалом підприємства полягає у визначенні напрямків, цілей, пропорцій, темпів зростання і передбачає розробку рішення про те, які повинні бути ефективно сформований інноваційний потенціал, строки, виконавці та етапи виконання, тобто це конкретні шляхи досягнення результату.

Підсистема планування інноваційного потенціалу підприємства складається зі стратегічного, тактичного та оперативного планування опти-

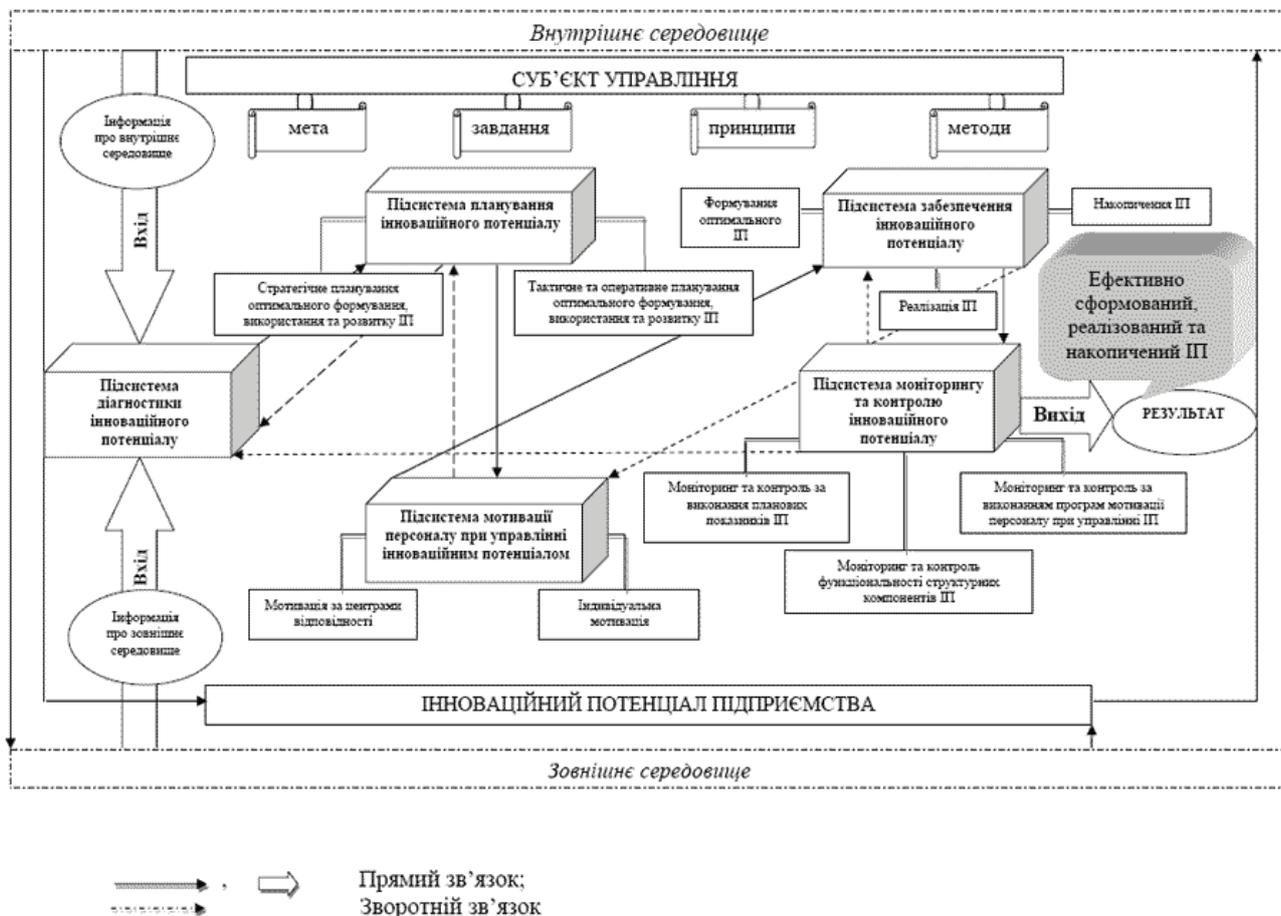


Рис. 4. Система управління інноваційним потенціалом підприємства

мальної системи формування, реалізації та розвитку інноваційного потенціалу підприємства.

Підсистема мотивації персоналу в системі управління інноваційним потенціалом підприємства повинна спонукати до підвищення ефективності формування, реалізації та розвитку інноваційного потенціалу підприємства та бути за певними центрами відповідальності та на індивідуальному рівні. Зазначена вище підсистема спрямована на ініціативу й забезпечення сумлінного виконання підлеглими їхніх обов'язків на базі моральної (інноваційної культури) й матеріальної зацікавленості працівників у виконанні своїх обов'язків. Підсистема організації (забезпечення) в системі управління інноваційним потенціалом підприємства спрямована на організацію обслуговування процесу оптимального створення, реалізації та розвитку інноваційного потенціалу. Це найголовніша підсистема, мета якої формування керованої та керуючої систем. Дана підсистема вирішує питання кінцевої оптимальної структури інноваційного потенціалу та упорядкування й регламентацію дій виконавців.

Підсистема моніторингу та контролю в системі управління інноваційним потенціалом підприємства носить всеосяжний характер і прямо або побічно пов'язана з усіма підсистемами менеджменту.

Отже, розроблена система управління інноваційним потенціалом підприємства поєднує різні функціональні підсистеми та підпадає під вплив внутрішніх та зовнішніх чинників, що обумовлює зв'язки всередині системи, впливає на її властивості та визначає необхідну глибину зміни системи з метою забезпечення ефективного менеджменту інноваційного потенціалу.

У сучасних економічних умовах головним напрямом і умовою подолання обмеженості інвестиційних ресурсів стає пошук і реалізація інноваційних ідей. Це посилює актуальність вирішення проблеми підвищення продуктивності ресурсів, які використовують для розробки і випуску продукції, оскільки даний показник є основним об'єктивним критерієм стабільності економіки. Тільки висока продуктивність може забезпечити нарощування об'ємів валового внутрішнього продукту і досягнення економічного зростання, зниження питомих витрат і собівартості продукції, надійну конкурентоспроможність товарів на внутрішньому і зовнішньому ринках, постійне підвищення життєвого рівня населення. Невиправданим є перенесений акцент з аналізу розвитку реальної економіки на розгляд фінансових інструментів [5].

Оцінка інноваційного потенціалу – необхідна операція процесу розробки стратегії, оскільки від стану інноваційного потенціалу залежить вибір інноваційної стратегії. При оцінці інноваційного потенціалу підприємства необхідно відзначити наступні особливості:

- оцінка проводиться по схемі «ресурс – функція – проект»;
- стан інноваційного потенціалу визначається станом сукупності потенційних проектів;
- стан потенціалу кожного проекту залежить від здатності підприємства виконати всі виробничі і управлінські функції за об'ємом, якістю, своєчасністю та економічністю;
- потреби практики висувають необхідність двох схем оцінки інноваційного потенціалу: детальної і діагностичної.

Істотно впливають на управління інноваційним потенціалом підприємства чинники внутрішнього

середовища підприємства. До елементів внутрішнього середовища, які створюють її виробничо-господарську систему, віднесені такі:

1. Продуктовий (проектний) блок – напрями діяльності підприємства і їх результати у вигляді продуктів і послуг (проекти і програми).

2. Функціональний блок – оператор перетворення ресурсів, організаційної структури і управління в продукти і послуги в процесі трудової діяльності співробітників підприємства на всіх стадіях руху виробів, у тому числі НДДКР, виробництво, реалізація і споживання.

3. Ресурсний блок – комплекс матеріально-технічних, трудових, інформаційних і фінансових ресурсів.

4. Організаційний блок – організаційна структура, технологія процесу по всіх функціях і проектах, організаційна культура.

5. Блок управління – загальне керівництво підприємством, система і стиль управління.

Високий інноваційний потенціал підприємства досягається завдяки таким елементам організаційного механізму управління:

- організаційній структурі – лінійно-функціональній з елементами програмно-цільових організаційних утворень, матричній структурі, творчій команді;

- технології – гнучких автоматизованих виробничих модулів, зв'язаних безрейковою гнучкою транспортною системою;

- організації праці – бригадній, із високим рівнем поєднання операцій і професій, вільному вибору часу;

- оплаті праці – почасово-преміальній, бригадній із використанням особистого внеску;

- переміщенню персоналу – можливість горизонтальних і вертикальних переміщень згідно із вирішуваними завданнями, створення тимчасових бригад;

- стилю управління – делегування повноважень, залучення персоналу до розроблення рішень, подання ідей;

- системі інформування персоналу – докладне інформування про діяльність підприємства в цілому, проблеми та завдання у сфері інновацій;

- дослідно-конструкторним приміщенням, лабораторіям, відділам – універсального типу, наявність резервних площ, можливість зміни компонування лабораторій, відділів;

- психологічного клімату – спрямування на пошук рішень оперативних і довгострокових як у рамках робочого місця, так і поза його межами, стимулювання інноваційного клімату, інноваційної активності.

Висновки. На наш погляд, тільки представлення інноваційного потенціалу у вигляді системи дозволяє поглиблено виявити його сутність, структуру, а також взаємодію і взаємозумовленість структурних елементів, що сприяє підвищенню ефективності управління інноваційним потенціалом для задоволення зростаючих потреб ринку.

Необхідність і можливість ефективної системи управління інноваційним потенціалом підприємства за запропонованим алгоритмом є важливою передумовою для виробництва кінцевої конкурентоздатної продукції в умовах обмежених ресурсів. Для забезпечення безперервності інноваційного процесу необхідно, в першу чергу, створення механізму розробки і реалізації організаційно-управлінських інновацій у виробничій діяльності підприємства.

Список літератури:

1. Верба В.А., Новікова І.В. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства // Проблеми науки. – 2003. – № 3.
2. Воронкова А.Е. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом авиапредприятия: диагностика и организация. – Луганск : Изд-во Восточноукраинского национального ун-та, 2000. – 315 с.
3. Інноваційний потенціал авіатранспортного підприємства: сутність, складові та принципи формування / Г.І. Капінос, О.М. Радюк // Наука й економіка: Наук.-теор. Журнал Хмельницьк. екон. ун-ту. – 2007. – № 2. – С. 130–136.
4. Кишеня П.Б. Структура інноваційного потенціалу системи управління. [Режим доступу] : http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13344/1/61_Kishenja_131-133_69.pdf.
5. Радзівіло І.В. «Управління інноваційним потенціалом авіапідприємства: комплексний підхід» // Ефективна економіка. – 2012. – № 1. – С. 121–127.

Командровская В. Е.

Кривицкая Н. Ю.

Домашевская К. И.

Национальный авиационный университет

**ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ И РАЗВИТИЕ ЕГО СОСТАВЛЯЮЩИХ
В ПОСТКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД**

Резюме

В статье исследованы подходы к пониманию сущности и составляющих инновационного потенциала предприятия, сформирована модель системы управления инновационным потенциалом предприятием.

Ключевые слова: инновация, инновационный потенциал, управление, оценка, уровень.

Komandrovskaya V. E.

Kryvytska N. Y.

Domashevskaya K. I.

National Aviation University

**INNOVATIVE POTENTIAL OF ENTERPRISES AND DEVELOPMENT OF ITS COMPONENTS
IN THE POST-CRISIS PERIOD**

Summary

The article studies approaches to understanding the essence and components of the innovation potential of the enterprise, formed a model management system of innovation potential.

Key words: innovation, innovation potential, innovative management, rating, level.

УДК 338

Кондрич В. І.

Тернопільський національний економічний університет

**ОСОБЛИВОСТІ ТЕОРЕТИЧНИХ ТА МЕТОДИЧНИХ ОСНОВ АНАЛІЗУ ВИТРАТ
ВИРОБНИЦТВА НА ВИНОРОБНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

Розкрито проблемні питання аналізу витрат виробництва на виноробному підприємстві, які досліджуються в наукових працях. Запропоновано методику здійснення аналізу витрат на виноробних підприємствах. А також розглянуто більш детально наведену методику на прикладі підприємства ЗАТ «Бахчисарай». **Ключові слова:** витрати, аналіз, виноробство, виробничі витрати, собівартість.

Постановка проблеми. Якісно організувати процес управління витратами виробництва неможливо без аналізу даних витрат. Управління витратами на виноробних підприємствах в сучасних умовах господарювання знаходиться на низькому рівні, що, в свою чергу, не дає можливості для прийняття ефективних управлінських рішень та відповідного підвищення результативності господарської діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема аналізу витрат виробництва на промислових підприємствах розглядаються в працях багатьох вітчизняних вчених: Г.В. Бойченка, Г.В. Савицької, Н.В. Тлущкевича, Е.В. Мниха, С.З. Мошенського, В.А. Панкова, Є.О. Підгори,

В.О. Подольської, К.С. Салиги, Н.В. Тарасенка, Т.О. Фролова, А.В. Черепа та ін. Проте дослідження з аналізу витрат в окремих галузях промисловості, зокрема у виноробстві, відсутні (рис. 1).

З рис. 1 можемо побачити, що найбільш досліджуваними галузями є сільське господарство (29%) та гірничодобувна галузь (15%). Підсумовуючи напрацювання, виявлено, що науковцями в своїх працях запропоновано удосконалену методику економічного, фінансового аналізу витрат у відповідних галузях, що наведено на рис.; в свою чергу, можемо зробити висновок, що методику проведення аналізу витрат на виноробних підприємствах до сьогодні є невідпрацьованою і потребує дослідження та вивчення.



Рис. 1. Аналіз авторефератів дисертацій економічного спрямування в розрізі видів економічної діяльності за ключовим словом «аналіз витрат»

Мета статті – висвітлити проблемні питання аналізу витрат виробництва на виноробному підприємстві, які досліджуються в наукових працях, а також запропонувати методику здійснення аналізу витрат на виноробних підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Слід зауважити, що правильно організований аналіз – це не просто описання фактів, а теоретичне осмислення процесів, що відбуваються в основній ланці, яке необхідне для встановлення внутрішніх зв'язків явищ, загальних закономірностей їх руху. Для забезпечення інтересів кожного працівника підприємства та підприємства в цілому аналітична діяльність на всіх рівнях управління повинна бути організована за єдиними принципами.

Під організацією аналізу С.І. Полякова [1] розуміє визначену систему заходів, спрямованих на формування і отримання аналітичної інформації керуючої системи підприємства для прийняття науково-обґрунтованих рішень в цілях подальшого розвитку підприємства. Єдині принципи організації аналізу означають, що кожен вид аналізу повинен мати: схему і послідовність його здійснення, схему розподілу обов'язків по його проведенню, періодичність або терміни проведення; механізм доведення показників і результатів аналізу до конкретних виконавців, форму узагальнення результатів. У залежності від цілей, суб'єктів аналізу і його видів змісту організаційної роботи може мати відмінність.

З точки зору Т.В. Шишкової [2], економічний аналіз – це функція управління, що забезпечує наукову базу прийняття рішень і їх регулювання. На основі результатів аналізу виробничо-господарська діяльність вибираються обґрунтовані рішення, за допомогою яких керуюча система здійснює регулювання об'єкта управління. Прийняття рішення – це головне в процесі управління.

Економічний аналіз дозволяє підвищити рівень планування, зробити його більш науково обґрунтованим. Тому очевидний зв'язок планування і економічного аналізу. Планування починається і закінчується аналізом роботи підприємства.

Керована система підприємств здійснює процес управління, вико-

нує всі його етапи: збір інформації, аналіз, прийняття рішення. На рис. 2 представлена функціональна схема управління підприємством, з врахуванням взаємозв'язку системи підприємства із зовнішнім середовищем, і принцип зворотного зв'язку, що використовується в управлінні підприємством.

У сучасних умовах, коли на перший план представлені економічні методи управління, а господарський розрахунок став основним принципом роботи підприємства, їх підрозділів, аналізу господарської діяльності надається первинне значення. Отримання об'єктивної оцінки економічних результатів діяльності колективу, визначення частки кожного підрозділу, кожного працівника в загальних результатах роботи – все це дає економічний аналіз.

Він стає ефективним засобом удосконалення системи управління підприємством. Без економічного аналізу неможливо налагодити господарський механізм, неможливо його подальше удосконалення.

У системі економічних наук бухгалтерський облік і економічний аналіз міцно пов'язані, зумовлюють і взаємодоповнюють один одного. Облік забезпечує інформаційну базу аналізу, аналіз логічним завершенням облікового процесу, вираженням його призначення.

Всебічний розгляд питань деталізації і об'єднання обліково-аналітичних дисциплін дозволило російському вченому А.Д. Шеремету погодитися з висловлюванням, що «бухгалтерський облік – це, передусім, аналіз» і процитувати вченого початку ХХ ст. П.Х. Худякова, за словами якого «аналіз – це більш високий етап обліку, це філософія рахівництва» [3].



Рис. 2. Процес управління витратами [2]

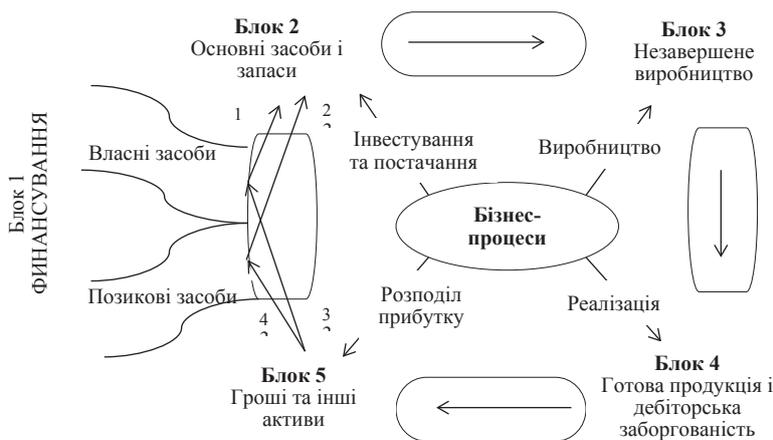


Рис. 3. Предметна область аналізу [1]

Д.А. Панков вважає, що одним із основних недостатків сучасного аналізу господарської діяльності можна назвати його фрагментність і відсутність методик, що дозволяють оцінити не стільки фактичний стан і результативність господарської діяльності, а непривний процес руху обслуговуючих цю діяльність засобів [1]. Він разом із Л.С. Воскресенською пропонує бухгалтерський аналіз, що має своїм предметом саме кругообіг засобів господарюючого суб'єкта в розрізі основних бізнес-процесів: інвестування, постачання, виробництво, реалізація, розподіл прибутку (рис. 3.)

Погоджуємося з думкою Д.А. Панкова, оскільки аналіз витрат передбачає економічну оцінку витрат на виробництво і збут продукції з врахуванням можливих технологічних рішень і можливостей зміни сировинної бази.

Варто також наголосити, що система аналізу повинна бути націлена не тільки на забезпечення інформацією процесу прогнозування, але й реалізацію поставлених стратегічних задач. Необхідно відмітити, що в рамках здійснення аналізу необхідно планувати і вести облік витрат протягом всього життєвого циклу продукції. При цьому слід враховувати, що на кожному етапі можуть виникати додаткові витрати (табл. 1).

Дослідження навчальної літератури з економічного аналізу показало, що досить велика кількість авторів обов'язково і досить детально розглядають питання аналізу витрат на виробництво. Кожен з



Рис. 4. Етапи здійснення аналізу витрат на виноробних підприємствах (власна розробка)

них виділяє свої об'єкти, завдання, наводить інформаційну базу та вказує основні, на його думку, етапи аналізу. Нами, в свою чергу, було запропоновано методику аналізу витрат на виноробних підприємствах (рис. 4).

Перелік запропонованих етапів аналізу витрат підприємства забезпечить максимальне задоволення цілей аналітичної роботи та прийняття оперативних управлінських рішень.

Розглянемо більш детально наведену методику

Таблиця 1

Характеристика напрямку зростання витрат на різних стадіях життєвого циклу продукту [4]

Стадії життєвого циклу	Напрямок зростання витрат	Ризик	Галузева особливість
Стадія розробки	Високі витрати на створення (розробку) продукту.	Витрати не окупляться, оскільки на продукт не буде попиту.	Розробляються нові технології, але вони застосовуються тільки після комплексних досліджень, витрати на них практично завжди окупаються; можуть розроблятися нові продукти, витрати на яких можуть не окупитися.
Стадія виходу на ринок	Додаткові витрати на створення сприятливих умов для продажу продукції.	Малий об'єм продажу через низький попит і високу ціну.	Галузеві особливості відсутні. Високі витрати на виробництво, додаткові витрати на рекламу та маркетингову політику.
Стадія виробництва	Можливі непередбачені витрати.	Висока конкуренція.	Необхідність розширення власної мережі роздрібних продаж для підтримки іміджу.
Стадія спаду продаж	Збільшення витрат на зберігання.	Зменшення обсягу продаж.	Додаткові витрати на розробку спеціальних заходів через виникнення дисбалансу.
Стадія виходу з ринку	Витрати на модернізацію (утилізацію) обладнання.	Не продаж залишку товарів або продажі за заниженими цінами.	Витрати на утилізацію (переробку) не реалізованої своєчасно продукції.

Таблиця 2

Питома вага витрат у чистому доході виноробних підприємств за 2010-2012 рр., тис. грн.

Назва підприємства	Питома вага собівартості у чистому доході			Питома вага адміністративних витрат у чистому доході			Питома вага витрат на збут чистому доході			Питома вага інших операційних витрат у чистому доході		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
СП «Айсберг» ЛТД	0,64	0,71	0,8	0,06	0,04	0,03	0,18	0,17	0,14	0,08	0,09	0,11
ЗАТ «Котнар»	0,94	0,81	0,66	0,06	0,06	0,03	0,02	0,07	0,29	0,00	0,01	0,11
ЗАТ «Бахчисарай вин завод»	1,03	0,87	0,84	0,09	0,04	0,04	0,05	0,07	0,43	0,16	0,03	0,12

на прикладі досліджуваному підприємстві ЗАТ «Бахчисарай».

Перший етап аналізу має назву «Загальний аналіз витрат виноробної галузі», який здійснюється для розробки системи управління витратами і під час якого аналізуються витрати виноробних підприємств та виявляються найбільш суттєві з них. Було розглянуто три підприємства виноробної галузі. Результати визначення питомої ваги основних витрат підприємств виноробної галузі протягом 2010-2012 років (собівартості, адміністративних та інших операційних витрат) у чистому доході наведені в табл. 2.

Як свідчать наведені дані, основну питому вагу у складі витрат всіх вищенаведених підприємств займає собівартість (від 64% до 94%). При цьому в загальному спостерігається зменшення питомої ваги собівартості, що є позитивною тенденцією, але натомість збільшилися витрати на збут, про що може свідчити застосування фірмами політики, направленої на зменшення собівартості продукції, що призвело до зменшення якості продукції та попиту на неї. Разом з тим підприємствами були понесені накладні витрати – на рекламу для збільшення обсягів реалізації продукції.

Питома вага собівартості на ЗАТ «Бахчисарай вин завод» у 2010 році перевищувала чистий дохід на 3%, в подальшому до 2012 року собівартість зменшилася на 19%, але негативним фактором є збільшення витрат на збут на 43%, що можливо й стало причиною збитковості даного підприємства.

У зв'язку з цим вважаємо за доцільне проаналізувати структуру елементів операційних витрат підприємств, що входять до складу собівартості (табл. 3).

Як видно з табл. 3, протягом 2010-2012 рр. у складі собівартості виноробних підприємств спостерігається зменшення матеріальних витрат та, в свою чергу, збільшення інших операційних витрат, до яких відносяться вартість робіт, послуг сторонніх підприємств, витрати на відрядження, послуги зв'язку, безпосередньо пов'язаних з виробничим підприємством.

На другому етапі аналіз загальної суми витрат на виробництво необхідно надати загальну оцінку рівня собівартості, визначити відхилення звітних показників від прогнозних, оцінити їх динаміку, виявити фактори, що вплинули на ці відхилення. Однак порівнювати можна лише ті показники собівартості, які розраховані за єдиною методикою.

При аналізі витрат на виробництво необхідно врахувати їх залежність від обсягів виробництва, це механізм управління витратами отримав назву «взаємозв'язок витрат, обсягу реалізації і прибутку». Означена система аналізу базується на розподілі загальних витрат підприємства на постійні та змінні, і на основі залежності витрат від обсягу виробництва дає можливість встановити залежність прибутку від обсягу виробництва і реалізації продукції, адже прибуток підприємства – це різниця між виручкою від реалізації і витратами. В цих цілях пропонуємо будувати графік (рис.5.), на якому показується залежність змінних (VC), постійних витрати (FC) від обсягу виробництва і реалізації продукції (S), точка критичного обсягу реалізації (точка беззбитковості – Q), точка рентабельності (зона прибутковості).

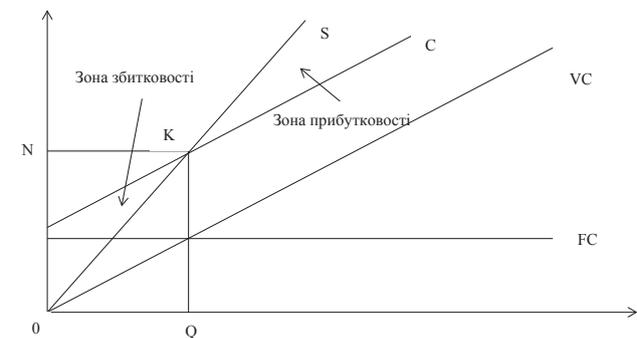


Рис. 5. Графік залежності між виручкою від реалізації продукції, витратами і розміром прибутку

У результаті врахування залежності обсягу виробництва і витрат на ЗАТ «Бахчисарай» (табл. 4.) дозволило провести аналіз беззбитковості і оптимізувати структуру продукції, яка випускається.

За даними табл. 4. можна дійти висновку, що загальна сума постійних витрат (100000 тис. грн.) є сталою для всіх обсягів виробництва. Абсолютна її величина не змінюється зі зростанням обсягів виробництва продукції, проте постійні витрати на одиницю продукції змінюються пропорційно до зростання обсягу виробництва. Так, випуск продукції збільшився у 1,5 рази, а змінні витрати на одиницю продукції збільшились у 2,3 рази.

На ЗАТ «Бахчисарай» виробляються лише певні види виноробної продукції, тому наведено під-

Таблиця 3
Структура елементів операційних витрат виноробних підприємств за 2010-2012 рр., %

Назва підприємства	Матеріальні витрати			Витрати на оплату праці			Відрахування на соціальні заходи			Амортизація			Інші операційні витрати		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
СП «Айсберг» ЛТД	78,7	81,3	75,5	3,4	3,0	4,1	1,3	1,2	1,7	4,3	5,8	5,3	12,3	8,7	13,4
ЗАТ «Котнар»	75,6	59,8	60,1	2,7	2,0	2,2	1,0	0,7	0,6	4,1	1,8	1,9	16,6	35,7	35,9
ЗАТ «Бахчисарай вин завод»	85,8	82,5	83,5	1,2	2,5	1,4	0,4	0,9	0,5	0,7	1,1	0,8	11,9	13,0	13,8

Таблиця 4
Залежність суми витрат від обсягу виробництва продукції на ЗАТ «Бахчисарай вин завод»

№ з/п	Роки	Обсяг виробництва продукції, тис. грн.	Собівартість усієї продукції, тис. грн.			Собівартість на 1 тис. грн. виробленої продукції, тис. грн.		
			разом	у т. ч.		разом	у т. ч.	
				постійні	змінні		постійні	змінні
1	2010	175987,4	160050,0	100000,0	60050,0	6,6	5,2	1,4
2	2011	176317,9	170520,0	100000,0	70520,0	7,8	5,2	2,6
3	2012	266318,4	250120,0	100000,0	150120,0	7,9	4,7	3,2

приємство планує і підраховує собівартість одиниці продукції кожного основного виду. У процесі аналізу фактичну собівартість одиниці продукції кожного виду порівнюють з прогноною та з фактичною за попередній період, визначаючи при цьому причини відхилень тенденції у змінах собівартості. Дані для аналізу собівартості продукції наведено в табл. 5.

Як видно з табл. 5, собівартість одиниці продукції зросла на 2,4 грн. (або на 0,61%). На це вплинули:

1) структурні зрушення у випуску продукції: зросла питома вага вина та горілки, зменшилась питома вага коньяку та вермуту;

2) зміни собівартості одиниці продукції за кожним найменуванням виробів. Так, собівартість горілки та коньяку збільшилася на 2,1 і 4,5 грн., вина та вермуту підвищилася відповідно на 0,7 та 2,0 грн.

Також важливим етапом аналізу витрат діяльності є аналіз структури витрат та її зміни. Визначивши склад витрат, які враховують у собівартості виготовлення продукції, можна надати характеристику структури витрат. Структура витрат залежить від особливостей технологічного та організаційного рівня підприємства, якості сировини, кваліфікації робітників і відповідного рівня оплати їх праці тощо. Оптимальна структура витрат сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства, тому так необхідно проводити аналіз динаміки показників ресурсоспоживання на

основі структуризації витрат.

Оцінка тенденцій зміни витрат підприємства дає змогу оптимізувати управлінську діяльність підприємства. (табл. 6).

Аналіз структури витрат звичайної діяльності підприємства свідчить, що найбільшу частку в структурі становлять витрати операційної діяльності, зокрема собівартість реалізованої продукції (питома вага якої зменшувалася з 72,7% у 2008 році до 54,5% у 2012 році). Проте зворотна тенденція спостерігається з витратами на збут, частка яких з 2009 року постійно збільшувалася. Отже, головним напрямом подальшого аналізу є аналіз витрат операційної діяльності (табл. 7).

Групування за економічними елементами дозволяє зробити висновок, що виробництво є матеріаломістким, тому при визначенні основних напрямків пошуку резервів зниження витрат будуть саме статті матеріальних витрат.

Підвищення продуктивності праці з 2009 року забезпечило зменшення частки живої праці (оплати праці з відрахуванням на соціальні заходи) та збільшення частки уречевленої праці (матеріальних витрат). Водночас з 2010 року спостерігається зниження технічного рівня виробництва, ситуація покращилася в 2011 році, але в 2012 році знову погіршилася.

Узагальнюючим показником ефективності витрат операційної діяльності, який можна отримати аналізуючи фінансову звітність підприємств, є рівень операційних витрат на 1 грн. реалізо-

Таблиця 5
Рівень виконання плану обсягу та структури продукції на собівартість одиниці продукції на ЗАТ «Бахчисарай вин завод»

Продукція	Обсяг виробництва продукції				Собівартість 1 дал. грн.		Собівартість продукції, тис.грн.			Відхилення від плану собівартості продукції, тис. грн.
	план		факт 2012 р.		план	факт 2012 р.	план (гр.1 x х гр. 5)	умовна* (гр.3 x х гр. 5)	факт (гр. 3 x гр. 6)	
	тис. дал	%	тис. дал	%						
Вино	582	31,5	581,7	31,8	200,3	201,0	116574,6	116514	116921,7	+ 347,1
Коньяк	212	11,5	209,1	11,4	645,5	650,0	136846	134974	135915	-931
Вермут	113	6,6	103,9	5,7	236,3	238,3	26701,9	24551,5	24759,4	- 1942,5
Горілка	930	50,3	936,8	51,1	505,7	507,8	470301	473739	475707,1	+5406,1
Разом	1847	100,0	1831,5	100,0	396,9	399,3	752786,5	749778,5	753303,2	+ 3496,4

* при плановій собівартості одиниці продукції, фактичному обсязі і фактичній структурі

Таблиця 6

Динаміка структури витрат звичайної діяльності ЗАТ «Бахчисарай»

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	59435	103562	284562	156416	259088
- питома вага, %	72,7	72,1	77,1	69,6	54,5
- відхилення від структури поперед. року, %	x	-0,6	5,0	-7,5	-15,1
Адміністративні витрати, тис. грн.	2901	3647	24372	7103	12763
- питома вага, %	3,5	2,5	6,6	3,2	2,7
-відхилення структури від попереднього року, %	x	-1	4,1	-3,4	-0,5
Витрати на збут, тис. грн.	3845	3674	13129	13014	131620
- питома вага,%	4,7	2,6	3,6	5,8	27,7
-відхилення структури від попереднього року, %	x	-2,1	1	2,2	21,9
Інші операційні витрати, тис. грн.	2618	2218	42827	4905	35847
- питома вага, %	3,2	1,5	11,6	2,2	7,5
-відхилення структури від попереднього року, %	x	-1,7	10,1	-9,4	5,3
Фінансові витрати	-	-	-	-	-
Втрати від участі в капіталі	-	-	-	-	-
Інші витрати, тис. грн.	12946	30482	4236	43043	35982
- питома вага,%	15,8	21,2	1,1	19,2	7,6
-відхилення структури від попереднього року, %	x	5,4	-20,1	18,1	-11,6
Витрати звичайної діяльності, разом	81745	143583	369126	224481	475300

Таблиця 7

Динаміка структури операційних витрат за економічними елементами

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.
Матеріальні витрати, тис. грн	55671	98968	276739	147284	354313
- питома вага, %	80,4	87,5	85,8	82,5	83,5
- відхилення структури від попереднього року, %	x	7,1	-1,7	-3,3	1
Витрати на оплату праці, тис. грн	2838	1872	3844	4581	5858
- питома вага, %	4,1	1,7	1,2	2,6	1,4
- відхилення структури від попереднього року, %	x	-2,4	-0,5	1,4	-1,2
Відрахування на соціальні заходи, тис. грн	1038	708	1424	1664	2118
- питома вага, %	1,5	0,6	0,4	0,9	0,4
- відхилення структури від попереднього року, %	x	-0,9	-0,2	0,5	-0,5
Амортизація, тис. грн	782	1787	2060	1952	3635
- питома вага, %	1,1	1,6	0,6	1,1	0,8
- відхилення структури від попереднього року, %	x	0,5	-1	0,5	-0,3
Інші операційні витрати, тис. грн	8847	9767	38280	23129	58400
- питома вага, %	12,8	8,6	11,9	12,9	13,8
- відхилення структури від попереднього року, %	x	-4,2	3,3	1	0,9
Операційні витрати, разом	69176	113102	322347	178610	424324

Таблиця 8

Динаміка операційних витрат на одну гривню реалізованої продукції

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.
1. Чистий дохід, тис. грн	55246	100617	274884	179265	308371
- у відсотках до попереднього року	x	+ 82,1	+173	-65,0	+77,4
2. Витрати операційної діяльності, тис.	68799	113101	364890	181438	439318
- у відсотках до попереднього року	x	+64,4	+222	-49,7	+142
3. Витрати на одну гривню реалізованої продукції, коп.	1, 2	-1, 12	1, 33	-1, 01	1, 42
- відхилення від попереднього року	x	0,08	+ 0,21	0,32	+ 0,41

ваної продукції. Використання цього показника для аналізу витрат операційної діяльності зумовлене його універсальністю: його можна визначати для підприємств усіх галузей і на всіх рівнях управління, застосовувати для порівняної та непорівняної продукції. Показник витрат на одну гривню продукції наочно відображає зв'язок між витратами і прибутком, утворюючи з ним органічну єдність. (табл. 8)

Результати аналізу свідчать, що витрати на одну гривню реалізованої продукції є досить великими, оскільки темп приросту витрат випереджає темпи приросту чистого доходу, зокрема у 2010 році дохід збільшився на 173%, а витрати, в свою чергу, – на 222%; така ситуація спостерігається у 2012 році, дана ситуація характеризує наявність непродуктивних витрат.

Висновки з даного дослідження. Таким чином, економічний аналіз витрат на виробництво (собівартості продукції) є важливим інструментом

управління витратами, що дозволяє надати узагальнюючу оцінку ефективності використання ресурсів і визначити резерви збільшення прибутку та зниження ціни одиниці продукції. Він спрямований на виявлення можливостей раціонального використання виробничих ресурсів, пошук резервів зниження витрат, інформаційне забезпечення керівників, оцінку досягнутих результатів, обґрунтування управлінських рішень на перспективний період.

Отже, ще одним із основних недостатків сучасного аналізу господарської діяльності можна назвати його фрагментність і відсутність методик, що дозволяють оцінити не стільки фактичний стан і результативність господарської діяльності, а неприривний процес руху обслуговуючих цю діяльність засобів, оскільки аналіз витрат передбачає економічну оцінку витрат на виробництво і збут продукції з врахуванням можливих технологічних рішень і можливостей зміни сировинної бази.

Список літератури:

1. Панков Д.А. Бухгалтерський аналіз: теорія, методологія, методика: посібник / Д.А. Панков, Л.С. Воскресенська. – Мінськ : Элайда, 2008. – 120 с.
2. Шишкова Т.В. Экономический анализ в системе управления предприятием / Т.В. Шишкова // М. : «Финансы», 1978. – С. 5.
3. Шеремет А.Д. Методологические подходы к детализации и объединению учетно-аналитических дисциплин / Д.А. Шеремет // Экономический анализ: теория и практика. – 2006. – № 7. – С. 2–10.
4. Зимакова Л.А. Основные подходы к формированию системы стратегического управленческого учета / Л.А. Зимакова // Международный бухгалтерский учет. – 2011. – № 33 (183). – С. 75–76

Кондрич В. И.

Тернопольский государственный экономический университет

ОСОБЕННОСТИ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ И МЕТОДИЧЕСКИХ ОСНОВ АНАЛИЗА ЗАТРАТ ПРОИЗВОДСТВА НА ВИНОДЕЛЬЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Резюме

Раскрыты проблемные вопросы анализа издержек производства на винодельческом предприятии, которые исследуются в научных трудах. Предложена методика осуществления анализа затрат на винодельческих предприятиях. А также более подробно рассмотрена приведенная методика на примере ЗАО «Бахчисарай».

Ключевые слова: расходы, анализ, виноделие, производственные расходы, себестоимость.

Kondrych V. I.

Ternopil National Economic University

FEATURES THEORETICALLY AND BASES METHODOICAL ANALYSIS OF COSTS PRODUCTION BY VYNODELCHESKYH ENTERPRISE

Summary

The problem questions of analysis of charges are exposed productions on a vine making enterprise, which are probed in scientific labours. The method of realization of analysis of charges is offered on vine making enterprises. And also the more more detailed resulted method is considered on the example of enterprise of joint-stock COMPANY "Bakhchisarai"

Key words: charges, analysis, vine making, production charges, prime price.

УДК 330:658

Корева О. О.

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ

У статті розглядаються методичні підходи до оцінки ефективності інноваційних проєктів. Здійснено систематизацію показників і методів оцінки ефективності. Проведено ранжування методів оцінки ефективності інноваційних проєктів.

Ключові слова: інноваційний проєкт, оцінка ефективності, методи оцінки, показник, критерій, економічна ефективність.

Постановка проблеми. Значне підвищення ролі інновацій в сучасних умовах призводить до активізації інноваційної діяльності підприємств на основі реалізації інноваційних проєктів та науково-дослідних розробок. Обмеженість інвестиційних ресурсів зумовлює необхідність відбору та реалізації лише тих проєктів, які є найбільш ефективними та забезпечують максимальну віддачу від вкладень. Управлінські рішення щодо доцільності розробки та впровадження інноваційних проєктів приймаються на основі детальної оцінки їх ефективності. Здійснення такої оцінки є складним процесом, що передбачає всебічний аналіз проєкту та використання різних методологічних підходів. Актуальним питанням є визначення критеріїв та методів, що надають можливість здійснити комплексну оцінку проєктів інноваційної діяльності для прийняття рішення щодо доцільності їх реалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методичні підходи оцінки ефективності інноваційних проєктів постійно знаходяться в центрі уваги як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. За останні роки вченими З. Валуліною [1], В. Лавруком [2], Л. Челмакіною [3], С. Глуховою [4], А. Дегтяром [5], Д. Мамотенко [6], С. Ситниковим [7], І. Біяньською [8], С. Сіліною [9], І. Бланком та ін. було запропоновано значну кількість наукових підходів, критеріїв та показників оцінки ефективності, особливості їх застосування та класифікацію.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість методичних підходів щодо оцінки інноваційної діяльності, на даний момент не існує єдиного та універсального способу оцінки ефективності інноваційних проєктів. Це зумовлює необхідність детального вивчення та систематизації існуючих підходів з метою виділення пріоритетних методів оцінки.

Мета статті. Метою статті є аналіз методичних прийомів оцінювання інноваційної діяльності, їх порівняння та розробка пропозицій щодо вибору найбільш ефективних показників оцінки інноваційних проєктів.

Виклад основного матеріалу. Діяльність щодо розробки, пошуку та реалізації інноваційних проєктів є однією з умов забезпечення розвитку підприємства. Основними мотивами розробки та реалізації інноваційних проєктів є збільшення прибутковості та зменшення ресурсомісткості виробництва, підвищення конкурентоспроможності власної продукції, захоплення нових ринків або збільшення прихильності уже існуючих споживачів та покращення іміджу компанії на ринку. Оцінка інноваційних проєктів дає змогу здійснити комплексну аналіз їх ефективності та впливу на основні показники діяльності підприємства, визначити оптимальні варіанти реалізації нововведень, розробити систему оперативного управління та коригування інноваційної діяльності.

Процес оцінки ефективності інноваційних проєктів передбачає дотримання наступних принципів: [1, с. 124; 2; 3]:

- інноваційний проєкт аналізується на всіх стадіях його життєвого циклу – від моменту пропозиції нової ідеї до моменту її впровадження, практичного застосування та комерціалізації;

- на кожному етапі реалізації проєкту повинна уточнюватись його вартість, доцільно проводити моделювання потоків грошових коштів, ресурсів та продукції;

- під час оцінки параметрів проєкту необхідно постійно враховувати фактор часу;

- при виборі проєктних рішень та шляхів досягнення поставлених цілей, використанні ресурсів необхідно враховувати альтернативні варіанти;

- під час оцінки проєкту потрібно порівнювати ситуації діяльності підприємства не до і після реалізації проєкту, а з проєктом та без нього;

- для більш повної оцінки необхідно враховувати не лише фінансові та економічні вигоди від його реалізації, а й політичні, соціальні та екологічні наслідки;

- важливим питанням є врахування невизначеності та ризиків, непередбачуваних ситуацій, впливу інфляції та зміни курсів валют.

Процес прийняття рішення щодо інвестування, розробки та впровадження інноваційної концепції передбачає виконання певних умов: інноваційний проєкт повинен забезпечувати максимальний рівень прибутку та рентабельності вкладених коштів; окупність проєкту повинна досягатися в найкоротший термін часу та з мінімальними грошовими витратами; реалізація проєкту здійснюється в умовах найменшого ризику та невизначеності.

Оцінка інноваційних проєктів за наведеними критеріями здійснюється з використанням значної кількості методів та показників. Залежно від способу розрахунку та критеріїв оцінювання науковці виділяють статистичні та динамічні методи аналізу, методи реальних опціонів, інтегральних та рейтингових оцінок, показники оцінки ефективності за окремими напрямками, альтернативні методи оцінки ефективності (рис. 1) [1, с. 125-156; 2; 3; 4, с. 139; 5; 6, с. 210-211].

Від обраних методів залежить всебічність та об'єктивність оцінки ефективності проєктів. В основному, вибір методичного інструментарію залежить від конкретних характеристик проєкту. Статистичні методи оцінки ефективності не враховують фактору часу, їх доцільно застосовувати

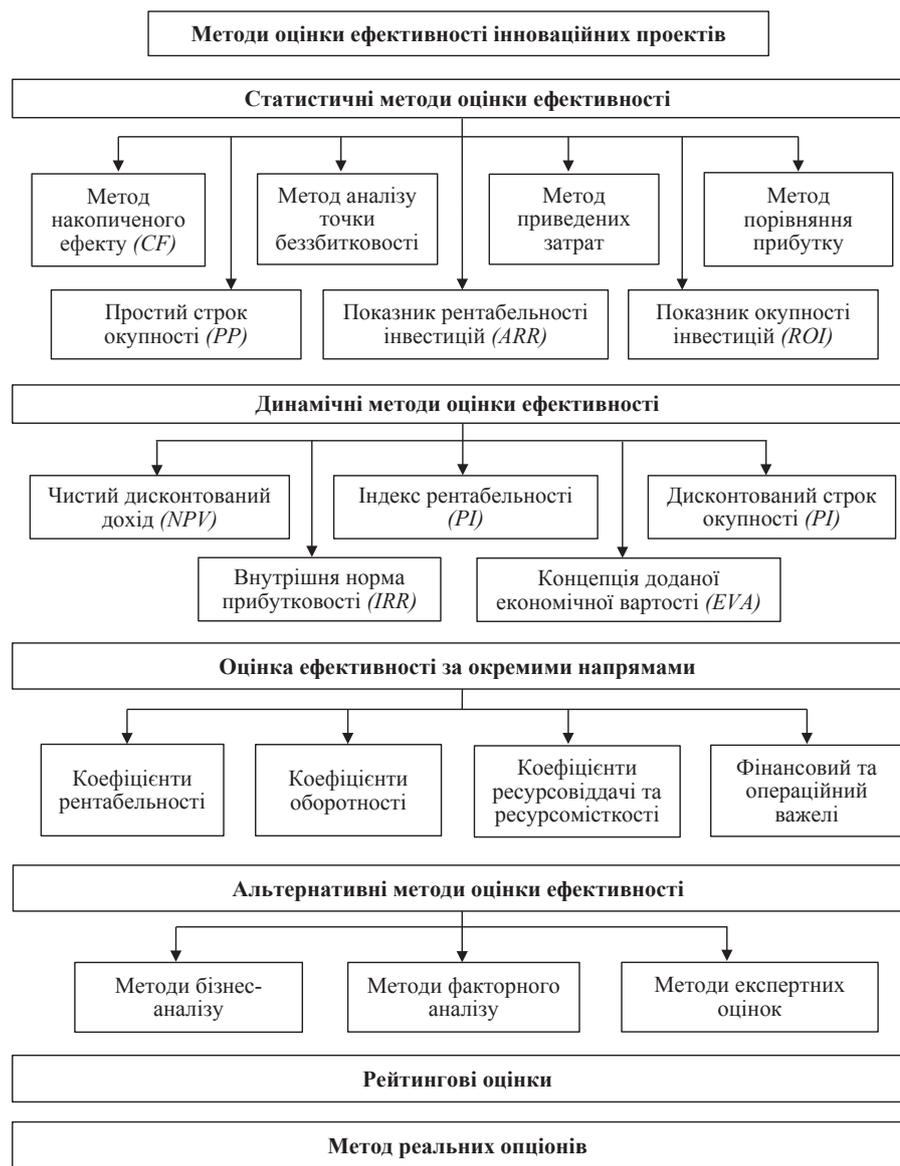


Рис. 1. Методи оцінки ефективності інноваційних проєктів

Джерело: сформовано автором на підставі [1-6]

для оцінки немасштабних та короткострокових проєктів. Якщо ж реалізація проєкту передбачає значну динаміку витрат та доходів за періодами, врахування інфляції, змін процентної ставки, норми прибутковості, то використовують динамічні методи. При значних ризиках чи складності прийняття рішення щодо реалізації проєкту застосовують альтернативні методи оцінки ефективності.

Доцільно розглянути переваги та недоліки, особливості розрахунку та застосування кожного з методів (табл. 1).

Кожен показник оцінки ефективності характеризує проєкт однобічно, лише за певним критерієм. Для здійснення більш повної оцінки зазвичай застосовують комплекс методів та показників, а згодом, основується на сукупності результатів, приймають рішення щодо ефективності реалізації проєкту.

Ефективність проєкту можна розглядати з різних сторін, виділяють економічну, бюджетну, соціальну та екологічну ефективність [1, с. 124-125]. Традиційно в процесі прийняття рішення щодо інноваційної діяльності підприємство більше уваги приділяє визначенню економічної ефективності,



Рис. 2. Оцінка економічної ефективності інноваційного проекту

Джерело: сформовано автором на підставі [1, с. 124-125; 3; 5; 6, с. 212-213]

яка дає змогу оцінити результати та витрати, які передбачаються в ході реалізації проекту (рис. 2).

За призначенням та методами розрахунку виділяють абсолютну та порівняльну економічну ефективність, а також оцінку економічних результатів для підприємства.

При визначенні абсолютної економічної ефек-

тивності базовим критерієм прийнято вважати норму доходу, тобто одиницю приросту чистого прибутку в розрахунку на одиницю вкладеного капіталу. Норма доходу повинна враховувати не лише допустиме співвідношення чистого прибутку від проекту до інвестиційних коштів, але і фактори ризику та інфляції, тому що вони значно впливають на результати розрахунку економічної ефективності проекту і можуть призводити до прийняття неправильних управлінських рішень.

Порівняльну економічну ефективність інноваційних проектів з метою їх ранжування та вибору найкращого з альтернативних варіантів. На практиці для визначення ефективності проектів та їх відбору віддають перевагу динамічним методам розрахунку, незважаючи на складність розрахунків, а статистичні показники розглядаються як допоміжні. Це пояснюється більш високою точністю результатів і можливістю врахування якомога більше факторів впливу на формування грошових потоків та здійснення інвестиційних вкладень. Статистичні показники наглядні та прості в розрахунку,

тому вони часто використовуються для швидкої оцінки ефективності інноваційного проекту, для оцінки проектів з коротким життєвим циклом або у випадку, коли інвестиційні витрати здійснюються на початку періоду, а результати визначаються на кінець періоду. Крім того, показники статистичних методів розрахунку, як правило, не конфліктують та є незалежними, на відміну від динамічних показників.

Оцінку економічних результатів, можливих синергетичних ефектів в результаті реалізації інноваційного проекту здійснюють завдяки аналізу динаміки продуктивності праці, фондівдачі, рентабельності власного капіталу та інших показників ефективності роботи підприємства, а також розрахунок фінансового та операційного важелів.

Так як кожен із методів оцінки інноваційних проектів має свої переваги та недоліки, обмеження в застосуванні, то доцільно провести порівняльну оцінку показників ефективності за методом розстановки пріоритетів. Для проведення ранжування показників ефективності визначено критерії їх оцінювання та присвоєно їм ранги важливості з урахуванням особливостей діяльності підприємства, зовнішніх та внутрішніх умов (табл. 2).

Показники визначення ефективності інноваційних проектів оцінюємо за кожним із критеріїв за шкалою від 0 до 3. Окремі оцінки показників перераховуємо у відповідності до рангів значимості критеріїв. Таким чином, проводимо ранжування показників та методів оцінки ефективності інноваційних проектів за ступенем результативності і доцільності їх використання (табл. 3)

У результаті проведення порівняльного аналізу отримуємо рейтингові оцінки за кожним методом. Враховуючи тринадцять критеріїв оцінки, вищий рейтинг мають динамічні показники оцінки економічної ефективності (табл. 3.3).

Таблиця 2

Критерії порівняльного аналізу методів економічної оцінки ефективності інноваційних проектів підприємства

№ з/п	Критерії оцінки показників	Ранг
1	Дає змогу оцінити ефективність проекту без застосування додаткових показників	1
2	Точний результат	1
3	Врахування факторів формування грошових потоків	2
4	Врахування фактору часу	3
5	Врахування можливості реінвестування	3
6	Простий розрахунок	4
7	Можливість швидкого отримання результатів	4
8	Відсутність складнощів при розрахунку окремих складових параметрів показника (складність оцінки ресурсів у грошовому виразі, прогнозних значень, визначення ставок дисконтування)	5
9	Відсутність суттєвих обмежень при застосуванні методу	5
10	Об'єктивність розрахунків	6
11	Врахування грошових потоків після досягнення строку окупності	7
12	Відсутність обмежень у застосуванні на будь-якому етапі життєвого циклу проекту	8
13	Можливість врахування нефінансових критеріїв оцінки проекту	9

Джерело: сформовано автором на підставі [9]

Методи оцінки ефективності інноваційних проєктів

№	Метод	Формула розрахунку	Переваги	Недоліки	Особливості застосування	
1	Простий термін окупності (PP)	$PP = \frac{K_0}{CF_t}$	Легко розраховується, надає змогу одразу відхиляти проєкти, окупність яких відбувається надто довго, а реалізація в умовах ризику є недоцільною	Не може бути реальним критерієм прибутковості, оскільки не враховує економічний термін життя інвестицій та передбачає однаковий рівень щорічних надходжень	Дає змогу визначати явно неефективні проєкти (які не окупляться до строку заміни обладнання)	Облікові методи
2	Показник простої рентабельності інвестицій (ARR)	$ARR = \frac{CF_t}{K_0}$	Простота розрахунків, дає змогу визначити наскільки інвестиційні витрати відшкодуються за рахунок чистого прибутку	Не враховує впливу часу на грошові потоки, амортизації основних фондів, матеріальних активів та змін робочого капіталу	Застосовується для порівняння рентабельності проєкту з певним значенням, яке влаштовує інвесторів	
3	Показник окупності інвестицій (ROI)	$ROI = \frac{P}{IC}$	Надає можливість порівнювати економічну ефективність різних проєктів	Не враховує вартості грошей в часі та розподіл прибутку за роками. Неможливо оцінити ймовірні відмінності проєктів з різними термінами здійснення	Застосовується лише для оцінки проєктів з коротким терміном реалізації та з рівномірним надходженням доходів	
4	Чистий дисконтований дохід (NPV)	$NPV=A-Q$	Враховує масштаб проєкту, простий у розрахунках, однозначний в інтерпретації	Не ефективний при порівнянні проєктів з різною тривалістю та рівнем інвестицій. Непридатний для оцінки економічно доцільних термінів експлуатації обладнання	Застосовується для оцінки всіх одиничних проєктів з фіксованим строком початку та завершення	Динамічні методи
5	Індекс рентабельності проєкту (PI)	$PI = \frac{PV}{I_0}$ $PI = \sum_t \frac{CF_t}{(1+r)^t} / IC$	Відображає відносну привабливість проєкту і дає змогу проранжувати проєкти за перевагами	При розрахунку не враховуються масштаби проєкту та відсутнє приведення до одиниці часу. Набір проєктів, отриманих за PI не завжди оптимальний	Застосовується для формування раціонального набору простих проєктів з інвестуванням протягом одного року	
6	Внутрішня норма прибутковості (IRR)	Ставка дисконту, при якій виконується рівність $A=Q$	Не залежить від вибраного значення ставки дисконту; забезпечує одноманітність оцінки всіх проєктів	Один проєкт може мати декілька IRR, що ускладнює інтерпретацію результатів. Некоректний при обліку реінвестування отриманих доходів. Розрахунок вручну частіше всього неможливий або неточний. Не враховує ризику	Застосовується для порівняння доходності процесів, які лежать в основі проєктів	
7	Дисконтований термін окупності (DPP)	$DPP = \min n$, при якому $\sum_{t=1}^n CF_t \frac{1}{(1+r)^t} \geq IC$	Надає змогу робити висновки про ліквідність та ризикованість проєкту та відхиляти проєкти з термінами життя, близькими до періоду амортизації капіталовкладень. Враховує оборотність капіталу, можливість реінвестування доходів і часову вартість грошей.	Не дає оцінку стану проєкту після досягнення періоду окупності	Використовується як допоміжний показник для відхилення проєктів з невіправдано великими термінами отримання віддачі	
8	Метод реальних опціонів	Ціна опціону визначається одним із двох способів: модель Блека-Шоулза; модель біноміального дерева	Враховує ризику та невизначеність, можливі зміни умов проєкту та наявність вибору альтернатив на різних етапах його реалізації.	Розрахунок не є достатньо точним та піддається маніпулюванню. Часте використання може призвести до стратегічних прорахунків	Застосовується коли фінансовий результат проєкту залежить від рішень, які ухвалюють менеджери, при існуванні значних ризиків та невизначеності. Затребуваний у наукоємних, високотехнологічних галузях та в галузях з високими маркетинговими витратами	ROV
A – сума дисконтованого доходу (додатних грошових потоків) по проєкту;						
Q – дисконтова на сума інвестицій (від'ємних грошових потоків)						

Джерело: сформовано автором на підставі [1-8]

Результати порівняльного аналізу показників та методів оцінки економічної ефективності інноваційних проектів

Критерії оцінки	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Σ
Показники/методи														
Ранги														
Статистичні показники/методи оцінки економічної ефективності														
Недисконтований термін окупності (PP)	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,75	0,75	0,60	0,60	0,17	0,00	0,13	0,00	3,99
Показник рентабельності інвестицій (ARR)	2,00	1,00	0,50	0,00	0,00	0,75	0,75	0,20	0,20	0,33	0,00	0,13	0,00	5,86
Показник окупності інвестицій (ROI)	2,00	1,00	0,50	0,00	0,00	0,75	0,75	0,20	0,20	0,33	0,00	0,13	0,00	5,86
Метод аналізу точки безбитковості	1,00	2,00	0,50	0,00	0,00	0,50	0,50	0,40	0,00	0,33	0,29	0,13	0,11	5,76
Метод приведених затрат	1,00	1,00	0,50	0,00	0,00	0,75	0,75	0,40	0,20	0,33	0,14	0,13	0,00	5,20
Метод накопиченого ефекту (CF)	2,00	2,00	0,50	0,33	0,00	0,50	0,50	0,40	0,20	0,50	0,43	0,13	0,00	7,49
Метод порівняння прибутку	2,00	1,00	0,50	0,00	0,00	0,75	0,75	0,60	0,20	0,33	0,43	0,13	0,00	6,69
Динамічні показники/методи оцінки економічної ефективності														
Чистий дисконтований дохід (NPV)	3,00	3,00	1,50	1,00	1,00	0,50	0,50	0,20	0,20	0,33	0,43	0,38	0,00	12,04
Індекс рентабельності (PI)	2,00	3,00	1,50	1,00	1,00	0,50	0,50	0,40	0,20	0,33	0,43	0,38	0,00	11,24
Внутрішня ставка прибутковості (IRR)	3,00	2,00	1,50	1,00	1,00	0,25	0,25	0,60	0,40	0,33	0,43	0,38	0,00	11,14
Дисконтований період окупності (DPP)	0,00	2,00	1,00	1,00	0,00	0,75	0,75	0,60	0,40	0,33	0,00	0,38	0,00	7,21
Концепція доданої економічної вартості (EVA)	2,00	3,00	1,50	0,67	1,00	0,50	0,50	0,40	0,40	0,33	0,43	0,38	0,00	11,10

Джерело: сформовано автором

**Таблиця 3.3
Рейтинг порівняльного аналізу показників та методів оцінки економічної ефективності інноваційних проектів**

Показники/методи	Оцінка
Чистий дисконтований дохід (NPV)	12,04
Індекс рентабельності (PI)	11,24
Внутрішня ставка прибутковості (IRR)	11,14
Концепція доданої економічної вартості (EVA)	11,10
Метод накопиченого ефекту (CF)	7,49
Дисконтований період окупності (DPP)	7,21
Метод порівняння прибутку	6,69
Показник рентабельності інвестицій (ARR)	5,86
Показник окупності інвестицій (ROI)	5,86
Метод аналізу точки безбитковості	5,76
Метод приведених затрат	5,20
Недисконтований термін окупності (PP)	3,99

Джерело: сформовано автором

Таким чином, високий рейтинг та високу результативність оцінки ефективності інноваційних проектів мають показники чистої теперішньої вартості (NPV), індексу рентабельності (PI) та внутрішньої ставки прибутковості (IRR). Серед статистичних методів високий рейтинг мають ме-

тод накопиченого ефекту та порівняння прибутку. При проведенні оцінки ефективності нововведень перевага надається показникам з вищим рейтингом, а інші показники можуть застосовуватися як допоміжні, якщо виникає складність при визначенні найкращого з альтернативних проектів або проекти мають схожі результати за параметрами, що оцінюються.

Висновки та пропозиції. Проаналізовані у статті методи оцінювання ефективності інноваційних проектів не завжди дають змогу прийняти однозначне рішення щодо реалізації проектів. Ранжування показників дає змогу зробити висновок що при оцінці ефективності інноваційних проектів більша перевага повинна надаватися динамічним методам. Саме вони є більш точними та об'єктивними, враховують фактор часу та можливість реінвестування, прості в розрахунку, можуть бути використані на будь-якому етапі життєвого циклу проекту та не потребують використання додаткових показників. Для більш повної та результативної оцінки ефективності нововведень необхідно проводити комплексне застосування наведених методик, зважаючи на їх переваги та недоліки. Подальшого розгляду потребує розробка комплексного алгоритму застосування розглянутих показників ефективності.

Список літератури:

1. Валіулліна З.В. Методичні підходи до оцінки ефективності забезпечення технологічного оновлення / З.В. Валіулліна // Science and Education a New Dimension: Humanities and Social Science. – 2013. – vol. 6. – P. 123–128.
2. Лаврук В.В. Методичні підходи до оцінки й вибору інноваційно-інвестиційних проектів в агропромисловому виробництві / В.В. Лаврук // Науковий вісн. Нац. ун-ту біоресурсів і природокористування України. – 2011. – № 168. – С. 43–47.
3. Челмакина Л.А. Критерии и методы анализа эффективности инвестиционных проектов предприятий региона [Электронный ресурс] / Л.А. Челмакина // Системное управление. – 2010. – № 3 (21). – Режим доступа до ресурсу: http://sisupr.mrsu.ru/2013-3/PDF/chelmakina_l_a_.pdf.
4. Глухова С.В. Сучасні підходи до оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства / С.В. Глухова // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ», 2013. – № 20 (993). – С. 135–140.
5. Дегтяр А.О. Оцінювання ефективності інноваційних проектів: методологічний аспект [Електронний ресурс] / А.О. Дегтяр, М.В. Гончаренко // Державне будівництво. – 2010 – № 2. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2010-2/doc/1/01.pdf>.
6. Мамотенко Д.Ю. Оцінка ефективності інвестиційних проектів / Д.Ю. Мамотенко // Проблеми економіки та управління. – Л. : Вид-во Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2008. – С. 209–216.
7. Ситников С.Е. Методы оценки экономической эффективности инновационных проектов оборонно-промышленного комплекса [Электронный ресурс] / С.Е. Ситников // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2013. – № 11 (26). – Режим доступа до ресурсу : <http://ekonomika.snauka.ru/2013/11/3343>.
8. Біяньська І. Оцінювання економічної ефективності інвестиційних проектів / І. Біяньська // Фінанси України. – 2010. – № 9. – С. 149–154.
9. Сіліна С.В. Вибір критеріїв та методів оцінки ефективності інвестицій природоохоронного призначення [Електронний ресурс] / С.В. Сіліна // Ефективна економіка. – 2010. – № 5. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=751>. – 2010. – № 5.

Корева О. А.

Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт»

КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ

Резюме

В статті розглядаються методическі підходи до оцінки ефективності інноваційних проектів. Осуществлена систематизация показателей и методов оценки эффективности. Проведено ранжирование методов оценки эффективности инновационных проектов.

Ключевые слова: инновационный проект, оценка эффективности, методы оценки, показатель, критерий, экономическая эффективность.

Koreva O.O.

National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute»

COMPARATIVE ANALYSIS OF METHODS OF EVALUATING THE EFFICIENCY OF INNOVATIVE PROJECTS

Summary

In the article was reviewed the methodological approaches to evaluating of the effectiveness of innovative projects. Was made a systematization of indicators and methods of assessing effectiveness. Was made a ranking of methods of evaluating the efficiency of innovative projects.

Key words: innovative project, evaluation of the effectiveness, methods of estimation, index, criterion economic efficiency.

УДК 334.012:332

Коробка С. В.

Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ ЗАХІДНО-ПОЛІСЬКОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

У статті узагальнено основні проблеми розвитку малого підприємництва на сільських територіях Західно-Поліського регіону України. Досліджено чинники, які мають вплив на розвиток малого підприємництва на сільських територіях регіону. Подано пропозиції щодо подальшого розвитку даної форми господарювання. **Ключові слова:** проблеми, причини, наслідки, перспективи, мале підприємництво, сільські території, Західно-Поліський регіон.

Постановка проблеми. Значну роль в економічному зростанні розвинутих країн світу відіграло мале підприємництво, важливу роль вони відіграють і у розвитку сільських територій. На сьогоднішній день для підтримки конкурентоспроможності сільських територій неможливо стояти на місці. Необхідно шукати шляхи для розвитку села і сільських територій, оскільки вони перебувають у скрутному становищі.

Сільські території характеризуються нижчим рівнем соціально-економічного розвитку у порівнянні з районними та обласними центрами, містами обласного значення. Все це значно ускладнює реалізацію ефективної регіональної політики, у т.ч. у сфері розвитку підприємництва, якості життя населення, налагодження міжрегіональних зв'язків, стримує культурний розвиток. Саме за таких умов великі надії українське суспільство покладає на відродження і становлення малого підприємництва на сільських територіях, оскільки даний вид підприємницької діяльності потребує незначних затрат на створення і функціонування. Тобто можна говорити про актуальність проблеми розробки і реалізації дієвих засобів стимулювання розвитку малого підприємства на сільських територіях Західно-Поліського регіону України.

Аналіз останніх досліджень. Питанню розвитку малого підприємництва на сільських територіях присвячено значний обсяг публікацій як вітчизняних науковців, так і зарубіжних, у яких здійснено аналіз світового досвіду і створюються теоретичні основи розвитку вітчизняного підприємництва. Так, питанню розвитку і діяльності малого підприємництва на сільських територіях присвячено праці М. Возняка [17], А. Вося [16], О. Дем'янчука [3], В. Збарського [5], Й. Маліка, П. Саблука [2], В. Липчука, С. Коробки [7] та інших, які відзначають важливу роль малого підприємництва в розвитку сільських територій. Однак не цілком дослідженими залишаються питання, що стосуються регіональних проблем розвитку малого підприємництва на сільських територіях Західно-Поліського регіону України.

Мета статті. Узагальнення основних аспектів розвитку малого підприємництва на сільських територіях Західно-Поліського регіону України та визначення перспектив подальшого їх розвитку.

Виклад основного матеріалу. Розвиток підприємництва, зокрема й малого, супроводжується підвищенням ефективності виробництва, покращанням якості продукції, культури обслуговування, має важливе суспільне значення. Саме малі підприємства сприяють створенню нових робочих місць, впровадженню науково-технічного прогресу у виробництво, інвестиційному та інноваційному процесам.

Варто відмітити, що підприємницька діяльність в усіх випадках пов'язана з ризиком, який зростає в умовах економічної невизначеності, нестабільності та недосконалого правового захисту інтересів підприємництва й споживачів. Необхідно ретельніше підходити до визначення економічних позицій ефективної роботи підприємницьких організацій вже на першому етапі, тобто до реєстрації її в органах місцевої влади.

Малі підприємства характеризуються, передусім, сильною еластичністю у пристосуванні до мінливих умов ринку. Тим самим вони мають вирішальне значення для розвитку економіки. Саме вони створюють конкурентність на внутрішньому та міжнародному ринках.

Традиційно в розгляді малих підприємств виходять з того, що це підприємства, які: мають незначний капітал, і де зайнято невелику кількість працівників; мають малу частку на ринку; їх власником є переважно одна особа; незалежні від інших господарюючих суб'єктів. [7]

Основним критеріальним показником, на основі якого підприємства різних організаційно-правових форм належить до суб'єктів малого підприємництва, є, насамперед, середня чисельність працівників, зайнятих за звітний період на підприємстві.

Згідно українського законодавства до числа малих підприємств почали належати підприємства із середньообліковою кількістю персоналу до 50 осіб, обсягом валового доходу за рік не більше 70 млн. грн.

Дослідження підтверджують, що найпоширенішими організаційно-правовими формами підприємства на сільських територіях є індивідуальне, партнерське і корпоративне. Кожне з них має свої організаційні особливості у виробництві та реалізації сільськогосподарської продукції, фінансовій діяльності, взаємовідносинах з податковими органами [7].

Результати підприємницької діяльності на сільських територіях і галузі сільського господарства, яка традиційно є провідною у Західно-Поліському регіоні, залежать, передусім, від об'єктивних обставин, кліматичних умов, що формує особливості організації праці і виробництва. Підприємці, які працюють на сільських територіях, мають меншу свободу вибору, проте вищий ризик порівняно з іншими видами підприємницької діяльності, що накладає свої особливості не тільки на діяльність підприємств, а й на їх взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання.

Розвиток малого підприємництва на сільських територіях Західно-Поліського регіону України можна охарактеризувати такими основними проблемами:

1. Однією з основних проблем, що стримують розвиток малого підприємництва держави, загалом є низька ділова активність і обмеженість під-

приемницьких ініціатив серед сільських жителів. Так, у 2012 р. кількість малих підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення у на сільських територіях Західно-Поліського регіону становила 40 од. (57, 2% від середньодержавного значення) [4].

2. Малі обсяги та невисока ефективність фінансово-господарської діяльності представників малого підприємництва на сільських територіях, обмеженість їх ресурсного забезпечення (інтелектуально-кадрового та матеріально-технічного).

Фінансовий результат до оподаткування малих підприємств на сільських територіях досліджуваного регіону характеризувався низькими або від'ємними значеннями. (149,1 млн грн у Волинській області і Рівненській – 83,4 млн грн.) [13]. Частка збиткових малих підприємств у Волинській обл. становила 38,0%, у Рівненській обл. – 39,1%, [15].

3. Нечисленна кількість практик формування інтегрованих торговельно-виробничих систем та коопераційних відносин за участі малих підприємств.

Обмеженість та складність доступу складність доступу до матеріально-технічного забезпечення є одними з головних перешкод збільшення обсягів виробничо-господарської діяльності суб'єктів малого підприємництва, що здійснюють діяльність на сільських територіях Західно-Поліського регіону України.

Варто наголосити, що існує значний потенціал розвитку локальних інтегрованих систем у АПК сільських територій регіону за участі суб'єктів малого підприємництва та започаткування практик перетворення особистих селянських господарств у малі та середні підприємства. Так, на сільських територіях Західно-Поліського регіону України у 2012 р. налічувалося 338,9 тис. од. домогосподарств [10] та 25 од. сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів [8]. Використання цих форм господарювання призведе до активізації підприємницьких ініціатив, розвитку виробничої інфраструктури, організації нових ринків.

4. Наступною проблемою розвитку малого підприємництва на сільських територіях регіону є низький рівень розвитку та ефективності функціонування суб'єктів інституційного забезпечення, відсутність належної інфраструктури (дорожньо-транспортного сполучення, достатньої кількості об'єктів ринкової, фінансової, соціальної та інформаційної інфраструктури).

Існуючий рівень розвитку інституційного середовища на сільських територіях Західно-Поліського регіону України не задовольняє сучасні вимоги та об'єктивні потреби суб'єктів господарювання. Оскільки, якісні послуги щодо підтримки та обслуговування бізнесу представники бізнесу можуть отримати лише в обласному та районних центрах, великих містах.

5. Питання формування, розвитку та відтворення людського капіталу. Погіршення соціально-економічного розвитку на сільських територіях Західно-Поліського регіону стимулює сільське населення, передусім молодь, до міграції у міста, де більш насичений ринок праці, розвинена інфраструктура і кращі умови для проживання. Це призводить до ускладнення формування та ефективного використання інтелектуально-кадрового потенціалу малого підприємництва.

Основними причинами перерахованих вище проблем малого підприємництва на сільських територіях Західно-Поліського регіону України є:

1. Низький рівень дієвості та ефективності регіональних і місцевих стратегій та програм підтримки малого підприємництва на сільських територіях, оскільки вони орієнтовані на реалізацію невеликої кількості заходів обслуговуючого, а не інвестиційного характеру, і реалізуються переважно в обласному центрі.

2. Неприятливість економіко-правового середовища комерційної господарської діяльності на сільських територіях (обмеженість попиту, ресурсів, інвестицій, занедбаність інфраструктури, недостатність соціально-побутових умов) та неформованість дієвих економічних стимулів до формування і розвитку інвестиційної діяльності малих підприємств, залучення на інвестиційні цілі коштів населення та зовнішніх трудових мігрантів.

3. Відсутність ефективних інституцій та механізмів фінансово-кредитного, інвестиційного та інформаційного забезпечення становлення та розвитку кооперативних відносин між суб'єктами малого підприємництва на сільських територіях.

4. Недостатня участь місцевих адміністрацій та органів місцевого самоврядування у формуванні сприятливого економіко-правового середовища комерційної господарської діяльності на сільських територіях Західно-Поліського регіону.

5. Погіршення людського капіталу, брак навичок, необхідних для започаткування і здійснення підприємницької діяльності, низький рівень престижності праці на селі, обмеженість доходів сільського населення, високий рівень безробіття.

Виходячи з вищеперахованого, нам видається, що першочерговими орієнтирами державної політики розвитку малого підприємництва на сільських територіях Західно-Поліського регіону України мають стати [7, с. 184]:

- сприяння збільшенню кількості діючих суб'єктів малого підприємництва, підвищення рівня ділової активності, стимулювання розвитку та поширення місцевих підприємницьких ініціатив серед сільських жителів;

- створення умов покращення ресурсного та матеріально-технічного забезпечення суб'єктів малого підприємництва та підвищення рівня ефективності їх фінансово-господарської діяльності;

- активізація практик організації інтеграційних та кооперативних процесів між суб'єктами малого підприємництва та іншими секторами економіки;

- розвиток інституційного забезпечення суб'єктів малого підприємництва, підвищення рівня інвестиційної привабливості територій, розбудова соціально-економічної інфраструктури сільських територій;

- формування та розвиток лідерських ініціатив серед сільського населення, організаційно-професійних навичок щодо ведення комерційної господарської діяльності.

Для створення сприятливого середовища розвитку малого підприємництва на сільських територіях Західно-Поліського регіону України в межах регіональної політики доцільно реалізувати такі заходи [11]:

- ініціювати розробку та реалізацію регіональних програм розвитку малого підприємництва на сільських територіях Західно-Поліського регіону України з конкретними заходами інвестиційного характеру (створення нових підприємств, започаткування нових напрямів чи видів діяльності, реалізація інвестиційно-інноваційних проектів, підтримка кластерних ініціатив);

- підвищити ефективність державного планування і програмування розвитку малого бізнесу на регіональному і місцевому рівні шляхом переходу до проектно-грантової форми фінансування заходів та істотного збільшення частки «продуктивних» витрат, спрямованих на формування мережі інституцій та програм фінансово-кредитного сприяння;

- залучити страхову сферу до зниження ризику та забезпечення фінансування підприємств; створення мережі муніципальних бізнес-інкубаторів і венчурних фондів;

- покращити інституційно-правового забезпечення розширення можливостей малих підприємств до реалізації інвестиційних проектів і інноваційних програм за рахунок підвищення ефективності функціонування мережі суб'єктів фінансово-інвестиційної підтримки малого бізнесу;

- стимулювати розвиток привабливих для конкретної території видів економічної діяльності з урахуванням сильних та слабких сторін їхнього природно-ресурсного потенціалу, виробничо-ресурсного потенціалу малих підприємств, для чого розробити регіональні паспорти пріоритетних видів економічної діяльності, які враховували б специфіку конкретної сільської території, та ознайомити з ними потенційних інвесторів;

- ініціювати державну підтримку фінансових та лізингових програм розвитку малого підприємства у малих містах та на території сільських поселень для модернізації матеріально-технічної і техніко-технологічної бази суб'єктів реального сектору економіки з можливістю часткової компенсації вартості придбаного обладнання і устаткування за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів; розбудови мережі аграрно-продовольчих ринків, створення пунктів заготівлі, закупівлі та переробки сільськогосподарської продукції;

- реалізувати комплекс організаційно-економічних заходів, спрямованих на покращення інвестиційного клімату на сільських територіях шляхом гарантування захисту прав та інтересів інвестора, розробки регламентуючих нормативно-правових актів співпраці та відповідальності інвестора і місцевих державних адміністрацій, органів місцевого самоврядування та сільських громад;

- впровадити практику періодичного складання інвестиційного рейтингу периферійних територій; формувати психологічні стимули та організаційно-економічні механізми залучення коштів трудових мігрантів у підприємницьку діяльність;

- продовжувати діяльність з підвищення рівня прозорості і ефективності дозвільної системи шляхом удосконалення роботи місцевих дозвільних органів, посилити відповідальність їхніх посадових осіб та підвищити рівень обізнаності підприємців щодо прав і обов'язків дозвільних адміністраторів;

- забезпечити інформаційно-консультаційну підтримку населення щодо започаткування власного бізнесу, покращення соціально-психологічного та організаційно-професійного середовища підприємницької діяльності через існуючу мережу обласних та районних центрів зайнятості, місцевого дорадництва, функціонування агенцій регіонального розвитку, навчання і тренінгів для сільського населення, надання фінансової та організаційної підтримки організаціям, що реалізують

навчально-просвітницькі заходи у сфері підприємництва.

Висновки та пропозиції. Проведене дослідження проблем розвитку малого підприємництва на сільських територіях Західно-Поліського регіону України дозволяє зробити такі висновки:

1. Створення малих підприємств є важливим напрямом формування ринкового середовища на сільських територіях Західно-Поліського регіону. Мале підприємництво є динамічною формою господарювання, якій притаманні гнучкість і здатність чітко реагувати на зміни ринкової кон'юнктури. При цьому діяльність малих підприємницьких структур на сільських територіях створює сприятливі умови для оздоровлення економіки, адже розвивається конкурентне середовище, розширюється споживчий сектор. Водночас мале підприємництво реалізовує досить важливі соціальні функції – формує умови для самозайнятості населення, створює додаткові робочі місця, сприяє стабілізації суспільного розвитку.

2. Розвиток малого підприємництва на сільських територіях Західно-Поліського регіону України можна охарактеризувати такими основними проблемами: низька ділова активність і обмеженість підприємницької ініціативи; малі обсяги та невисока ефективність фінансово-господарської діяльності представників малого підприємства на сільських територіях, обмеженість їх ресурсного забезпечення; низький рівень розвитку та ефективності функціонування суб'єктів інституційного забезпечення, відсутність належної інфраструктури; питання формування, розвитку та відтворення людського капіталу.

3. У перспективі малі підприємства повинні орієнтуватися на використання своїх сильних сторін, до яких належать: висока еластичність діяльності стосовно змін на ринку, оперативність прийняття управлінських рішень та висока мотивація. Сприятливі можливості з'являються з активізацією підприємницького клімату в державі, декларуванням нею намірів щодо інтеграційних процесів і лібералізації бізнесу, розширенням зовнішнього фінансування, зміною організаційної структури виробництва й утворенням ринкових ніш для малих сільськогосподарських підприємств.

4. Основну роль у розвитку малих підприємств на сільських територіях Західно-Поліського регіону України у перспективі відіграють фінансові чинники. Передусім – розширення доступу до зовнішніх джерел фінансування та зменшення податкового тиску. Це дозволило б ефективніше формувати потенціал малого підприємства, сприяти ефективному функціонуванню. Достатньо великі сподівання покладаються на співпрацю з іншими підприємствами. Це свідчить про потенціал розвитку в перспективі кооперативних та інших форм співпраці.

5. Пріоритетами державної та регіональної політики щодо розвитку малого підприємництва на сільських територіях Західно-Поліського регіону України повинні бути: фінансова підтримка малих підприємств, створення організаційних передумов діяльності й структур із підтримки розвитку підприємства, регулювання експортно-імпорتنих операцій, створення відповідної інформаційно-комунікаційної інфраструктури, організація навчання та підготовки кадрів, інноваційна спрямованість розвитку сільського господарства.

Список літератури:

1. Указ Президента «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності» // Урядовий кур'єр. – 2008. – 7 жовтня.
2. Внутрішньогосподарські організаційно-економічні механізми забезпечення прибутковості сільськогосподарських підприємств / Саблук П.Т., Малік М.Й., Коваленко Ю.С., Баланюк І.Ф., Березка Л.І.; Інститут аграрної економіки УААН. – К. : ІАЕ УААН, 2003. – 205 с.
3. Дем'янчук О.І. Формування підприємництва нового типу в системі само зайнятості України / О.І. Дем'янчук // Економіка і бізнес – 2004. – № 2. – С. 38–42.
4. Діяльність суб'єктів малого підприємництва у 2011 році / Статистичний збірник 2011. – К. : Державна служба статистики України, 2012. – 201 с.
5. Збарський В.К. Земельні відносини – основа розвитку малих форм господарювання на селі. – К. : НАУ-ДАКККіМ, 2004. – 279 с.
6. Кількість найманих працівників на підприємствах за їх розмірами за регіонами у 2012 році. – [Електронний ресурс]. – <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Липчук В.В. Розвиток малого підприємництва в сільському господарстві: Монографія / В.В. Липчук, С.В. Коробка. – Львів, Сполом. 2011 – 227 с.
8. Міністерство аграрної політики та продовольства України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minagro.gov.ua>; Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. Реалізація ініціативи «Рідне село» сприятиме формуванню середнього класу в селі. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245207336&cat_id=244276429.
10. Особисті селянські господарства в Україні станом на 1 січня 2013 року. – Державна служба статистики України. – Експрес випуск № 06.3-44/201 від 19.03.2013 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
11. Програма розвитку села та АПК до 2015 р. – Режим доступу : <http://www.fermer.okr.ua/ukr/inden.php?ibl=17>.
12. Стан сільського господарства у 2012 році. – Державна служба статистики України. – Експрес випуск № 06.2-37/25 від 15.01.2013 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
13. Фінансові результати до оподаткування з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства за регіонами у 2012 році. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
14. Чисельність наявного населення України на 1 січня 2013 року. – Державна служба статистики України. – Київ, 2013. – 112 с.
15. Чистий прибуток (збиток) з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємств за регіонами у 2012 році. – [Електронний ресурс]. – <http://www.ukrstat.gov.ua>.
16. Wos A. Agrobiznes. Makroekonomika. – Т. 1. – Warszawa : Wydawnictwo KEYTEXT, 1996. – 334.
17. Wozniak M., Lazur W. Agroturystyka a problemy ochrony srodowiska naturalnego // Aktywizacja gospodarzej wiejskich regionow turystycznych Malopolski Wschodniej / Red. naukowa prof. A. Jarosz. –Rzeszow-Boguchalwa, 1996. – S. 67–74.

Коробка С. В.

Львовский национальный университет ветеринарной медицины и биотехнологий имени С. З. Гжицкого

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЯХ ЗАПАДНО-ПОЛЕССКОГО РЕГИОНА УКРАИНЫ

Резюме

В статье обобщены основные проблемы развития малого предпринимательства на сельских территориях Западно-Полесского региона Украины. Исследованы факторы, которые имеют влияние на развитие малого предпринимательства на сельских территориях региона. Внесены предложения, которые в будущем будут способствовать последующему развитию данной формы ведения хозяйства.

Ключевые слова: проблемы, причины, последствия, перспективы, малое предпринимательство, сельские территории, Западно-Полесский регион.

Korobka S. V.

Lvov National University of Veterinary Medicine and Biogeotechnologies named after of S. Z. Gzhickogo

PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF SMALL ENTERPRISE ON RURAL TERRITORIES WESTERN POLISKOGO TO REGION OF UKRAINE

Summary

In the article generalized basic problems of development of small enterprise on rural territories Western-Poliskogo to the region of Ukraine. Investigational factors which have an influence on development of small enterprise on rural territories of region. Suggestions are given, that to subsequent development of this form of menage.

Key words: problems, reasons, consequences, prospects, small enterprise, rural territories, Western-Poliskiy region.

УДК 338.467.6

Кравченко М. О.

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

ПІДВИЩЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ТВОРЧОЇ АКТИВНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ В ІННОВАЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

В статті проаналізовані передумови, що забезпечують інноваційній організації необхідний рівень інтелектуальної творчої активності. За допомогою проведеного дослідження визначено рівень інтелектуального творчого потенціалу та наявність умов для його розвитку у студентської молоді як потенційних працівників інноваційних організацій. Розглянуто управлінський інструментарій, застосування якого сприятиме підвищенню інтелектуальної творчої активності. Виділені переваги мережових утворень щодо створення умов і підвищення рівня мотивації працівників до інноваційної діяльності. Запропоновано коворкінг як модель організації мережових структур та узагальнено фактори, що обумовлюють рівень ефективності такої моделі.

Ключові слова: інноваційна організація, інтелектуальна творча активність, мотивація, коворкінг.

Постановка проблеми. Доведено, що в сучасних динамічних ринкових умовах найбільш ефективними є інноваційні організації. Інноваційна орієнтація задає вектор розвитку таких організацій, визначає їх стратегію, структуру й культуру. Згідно з новим розумінням конкурентоспроможності стабільна конкурентна перевага таких організацій досягається шляхом розвитку характерних для них знань і компетенцій. Таким чином, в якості ключового джерела конкурентоспроможності, зростання й розвитку інноваційних організацій повинні виступати творча діяльність, знання й інтелект працівників, які й посприяють створенню та поширенню інновацій. Отже, інтелектуальна творча активність працівників обумовлює рівень ефективності інноваційних організацій. Розуміння окреслених закономірностей вилилося в формування стійкої тенденції до інтелектуалізації глобальної економіки.

Очевидно, що повноцінне функціонування інноваційних організацій можливе лише в суспільстві, яке зацікавлене у створенні нового і нестандартного, де сформований особливий тип мислення, налаштований на зміни. В цілому можна сказати, що рівень інтелектуального творчого потенціалу української нації є досить високим. Про це свідчить кількість винахідників, дослідників, талановитих особистостей та вчених, які народилися, жили і працювали в Україні й були визнані у світі [2].

Та незважаючи на це, матеріальний вклад інтелектуальної творчої діяльності населення в економіку нашої країни є мінімальним. Це свідчить про наявність певних проблем для використання потенціалу населення, зокрема про відсутність належних умов і мотивації для такої діяльності в організаціях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання інтелектуальної творчої активності персоналу відносяться до якісно нових та потребують особливої уваги з огляду на глобальні процеси інтелектуалізації. Їм присвячені роботи І. Ансоффа, К. Крістенсена [5], Д. Моррісона, Т. Стюарта [3], А. Абрамешина [1], Р. Фатхутдінова та інших. Окремі аспекти мотивації та стимулювання інноваційної діяльності персоналу висвітлюються в роботах І. Баранової, В. Геєця, А. Колота, А. Кудінової, В. Найдьонова, І. Тупика, М. Черепанової та інших науковців.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. При наявності значної кількості науково-дослідних робіт з цієї проблематики більшість сформульованих в них рекомендацій по-

требують складних організаційних перетворень та значних фінансових вкладень. Це унеможливило їх реалізацію, в результаті проблеми, з якими стикаються вітчизняні організації та підприємства щодо управління інноваційною діяльністю і створення умов для інтелектуальної творчої активності працівників, залишаються невирішеними і викликають необхідність здійснення подальших розробок у цьому напрямі.

Мета статті. Головною метою статті є дослідження передумов, що забезпечують інноваційним організаціям необхідний рівень інтелектуальної творчої активності працівників; а також виділення управлінського інструментарію, застосування якого сприятиме її підвищенню, розвитку знань і формуванню необхідних компетенцій в організації.

Вклад основного матеріалу. Здатність організації до забезпечення необхідного рівня знань і творчості залежить від цілого ряду передумов. Зокрема, до них можна віднести: відносну кількість інтелектуально та творчо активних працівників; систему винагороди, яка використовується в організації, за генерацію ідей та їх успішне застосування; рівень та характер спілкування працівників один з одним як в межах, так і поза організацією; характер відбору та акумуляції інформації з зовнішніх джерел і її використання в процесі розробки інновацій; рівень залучення працівників, що генерують ідеї та (або) є носіями ключових знань, до реального процесу створення прибутку, тощо [1]. Очевидно, що однією з найважливіших передумов є наявність відповідного потенціалу у працівників та рівень їх інтелектуальної творчої активності.

Узагальнюючи підходи різних дослідників, можна виділити дві групи чинників, що обумовлюють рівень інтелектуальної творчої активності: умовно-постійні та умовно-змінні. До умовно-постійних відносять психологічний тип особистості, природну схильність до певного виду праці, інтелектуальний та творчий потенціал тощо. До умовно-змінних факторів, якими можна ефективно управляти з метою удосконалення процесів інноваційної діяльності в організації, відносять фізико-психологічні (стан здоров'я, настрої тощо); фактори зацікавленості (мотиви та стимули) та фактори оточення (умови праці).

Для того, щоб детальніше проаналізувати проблеми формування та розвитку інтелектуально-творчого потенціалу у молоді – потенційних працівників інноваційних організацій, нами було проведено дослідження. Дослідження мало фор-

му опитування шляхом анкетування через мережу Інтернет, в якому прийняли участь 70 респондентів (по 35 осіб кожної статі) віком від 16 до 25 років. В якості респондентів виступила молодь, в основному з числа студентів вищих навчальних закладів, яка прагне реалізувати свої здібності у різних сферах, у тому числі в інтелектуальній творчій діяльності. Середній вік вибірки склав 20,7 років. Дані, отримані в результаті опитування респондентів такого віку є інформативними та актуальними, оскільки за оцінками саме цей сегмент потенційно спроможний створювати інновації, які позитивно вплинуть на економіку країни [2]. Результати дослідження представлені у таблиці 1.

Результати проведеного дослідження демонструють, що серед студентів частка молоді, яка є творчо орієнтованою, досить висока. Однак більшість з них не вважають за можливе або доцільне використовувати свої творчі здібності в процесі основної трудової діяльності. Частка молоді, що бажає працювати у сферах науки і промисловості, які є визначальними для інноваційного розвитку економіки, є надзвичайно низькою, а частка молоді, яка бажає працювати за кордоном – переважаючою. Відносно високою є й кількість респондентів, які не бажають отримувати додаткову освіту після здобуття вищої і отримання диплому ВНЗ. До речі, ще кілька років тому цей показник був значно вищим – це свідчить про тенденцію зростання зневіри в доцільності навчання.

Очевидно, що окреслена ситуація є катастрофічною. Незважаючи на наявність доволі високого потенціалу у молоді, бажання та рівень його використання в процесі трудової діяльності і, відповідно рівень її активності, є надзвичайно низькими.

Узагальнюючи, можна зробити висновок, що рівень та характер умовно-постійної складової інтелектуальної творчої активності відповідає вимогам інноваційних організацій, а умовно-змінної – не відповідає і є в макроекономічному масштабі вкрай незадовільним. Аналогічні висновки були

зроблені більшістю дослідників окресленої проблематики. Більше того, протягом останніх років спостерігається збільшення дисбалансу і погіршення ситуації.

Мотивація працівників до творчої праці в інноваційні організації формується як на індивідуальному, так і на мікроекономічному рівнях, який передбачає формування ефективного мотиваційного механізму. Більшість дослідників вважає, що, в першу чергу, низька інтелектуальна творча активність обумовлена відсутністю мотиваційного механізму до інноваційної діяльності в організаціях і на підприємствах.

На нашу думку, рівень інтелектуальної творчої активності працівника великою мірою залежить від його мотивації на індивідуальному рівні (самотивації) до інноваційної праці. Це обумовлене феноменом творчої трудової діяльності, оскільки пошук нестандартних ідей і рішень, розмова активність важко піддаються раціональному зовнішньому впливу. Часто інтелектуально творчі активні працівники вмотивовані у своїй діяльності іманентними винагородами – можливістю займатися певною справою, працювати на свій розсуд. На думку деяких дослідників, високий рівень іманентної мотивації є притаманним саме інноваторам і найкращим фахівцям у кожній справі. Тому іманентне стимулювання також потребує додаткової уваги при управлінні інноваційною організацією [3].

Зовнішня мотивація виступає у формі адміністративного, економічного, соціального, морально-психологічного впливу та виконує роль стимулювання. Рівень індивідуальної, в тому числі іманентної мотивації, також може бути підвищений із застосуванням зовнішніх мотиваторів.

Інструментарієм такого управлінського впливу в інноваційній організації повинні стати методи й заходи, націлені на створення умов для творчої діяльності, формування й розвитку знань, як явних, так і неявних, що, в свою чергу, сприятиме самомотивації працівника до інноваційної діяльності. Важливо, щоб така модель управління мала

Таблиця 1

Результати дослідження інтелектуального творчого потенціалу та можливостей його використання*

Запитання анкети	Результати опитування	Висновки
1. Чи маєте (отримуєте) Ви вищу освіту?	83% – так; 10% – збираюсь отримати; 7% – ні.	Переважає більшість респондентів отримує вищу освіту.
2. Чи займаєтесь ви творчою діяльністю в даний період життя?	53% – так; 14% – планую займатися; 33% – ні.	Можливість займатися творчою діяльністю відіграє суттєву роль в житті даного сегменту молоді.
3. В якій формі Ви займаєтесь або хотіли б займатися творчою діяльністю?	30% – професійно; 70% – як хобі.	Більшість представників даного сегменту розглядає творчість лише як засіб самовираження, а не джерело (навіть потенційне) основного доходу.
4. Чи хотіли б Ви продовжувати навчання після отримання диплому вищого навчального закладу?	56% – так, в процесі трудової діяльності; 24% – так, планую отримати додаткову освіту; 20% – ні.	Лише незначна частина респондентів не планує отримувати нові знання після здобуття основної освіти.
5. В якій сфері Ви бажали б працювати?	7% – наука; 13% – промисловість – 19% – торгівля; 24% – фінанси; 21% – мистецтво; 16% – інше.	Частка молоді, яка бажає працювати в сфері науки та промисловості, є надзвичайно малою.
6. Чи вважаєте Ви, що в організаціях, де Ви бажали б працювати, є умови для творчої діяльності?	43% – так; 57% – ні	Більшість вважає творчу й основну трудову діяльність несумісними.
7. Чи хотіли б Ви здійснювати свою трудову діяльність за кордоном?	43% – так; 57% – ні	Переважаюча більшість молоді бажає працювати за кордоном.

* Складено автором на основі проведеного опитування [4]

системний характер, була обґрунтована відповідною стратегією та організаційною структурою організації.

Однак аналіз свідчить про панування в більшості великих організацій та на підприємствах жорстких адміністративних методів управління, організаційних структур і традиційних підходів до мотивації, які «стримують» творчу активність.

Мотиваційний механізм творчої активності є складним та інтегрує найкращі риси різних підходів мотивації. Для становлення праці як творчості необхідне перетворення мотивації творчості на всезагальний механізм залучення до діяльності, однак суттєво збагачений та розвинений. Що стосується матеріального стимулювання, то варто застосовувати всі можливості, які надають різні гнучкі форми оплати праці.

Однією з сучасних форм стимулювання інтелектуальної творчої активності працівників є система грейдів. Сам термін походить від англ. «grade», що означає ступінь, ранг і розуміється як група посад, які є однаково цінними для організації. Грейдинг розглядається як система дій з оцінювання і ранжирування посад по групах відповідно до їх цінності для організації. Такий підхід дозволяє побудувати посадову ієрархію для забезпечення гнучкої оплати праці в залежності від внеску працівників в інноваційні результати діяльності [5]. Також варто підкреслити доведену ефективність такого методу, як ротація працівників між різними функціями та бізнес-одинацями. Ротація впливає на індивідуальний розвиток і стимулює активність. Перемищуючись із одного місця роботи на інше, працівник постійно «стикається» з новими ідеями та ситуаціями. Це допомагає йому виробити свій погляд на проблеми організації та стати більш творчою людиною.

Крім того, в інноваційній організації необхідне введення певної загальної практики, яка забезпечувала б постійні умови для творчої діяльності, формування та розвитку явних і неявних знань. Такою практикою може стати створення мережових організаційних структур. Мережі не обов'язково повинні замінювати існуючу організаційну структуру, а лише забезпечувати можливість і високий рівень неформальної комунікації всередині організації, а також працівників організації з її оточенням.

Створення умов для зустрічей, обговорень, інших способів обміну інформацією і неформальної комунікації сприяє заохоченню і активізації спільної творчої діяльності працівників. Крім них, в такі мережі повинні залучатись учасники з оточення організації – члени професійного співтовариства, постачальники, споживачі, представники академічних та творчих кіл, вчені. Мережі повинні поєднувати людей різних ієрархічних рівнів. Учасники мережі можуть бути постійними або тимчасовими.

Серед інших переваг таких структур слід виділити наступні. Мережеві структури є чітко керованими, але не програмованими. Вони ґрунтуються на базі спільного інтересу або теми, що поєднує людей у мережі й обумовлює прагнення бути їх частиною, свідомо та активно вносити свій внесок. Лідерами цих мереж зазвичай є найбільш активні працівники, авторитет яких визнаний в межах всієї організації, зорієнтовані на інноваційний розвиток. Організації можуть стимулювати мережі шляхом визнання й підтримки тих, хто їх створює. На думку дослідників, мережі можуть бути розділені на три типи [1, с. 30]:

1. Інтелектуальні та моніторингові мережі – орієнтуються на співпрацю зі споживачами, кінцевими користувачами, ринковими та технологічними партнерами організації. Саме в таких мережах генерується більшість нових ідей та концепцій, і вони принципово впливають на взаємовідносини всередині організації та з її оточенням.

2. Мережі високої майстерності й розвитку здібностей – встановлюють та підтримують зв'язки щодо швидкого розповсюдження й передачі інновацій; здійснюють активний моніторинг проектів та ініціатив; і таким чином приймають участь в управлінні матеріальними й нематеріальними активами організації.

3. Мережі інновацій і розвитку – несуть відповідальність за управління процесами розвитку технологій і продуктів, за створення вартості на базі нових продуктів і процесів; за просування технологій і компетенцій. Вони також мають суттєвий вплив на структуру використання ресурсів, здійснюють відбір пріоритетних проектів.

Це не означає, що інноваційні організації обов'язково повинні створювати мережові структури всіх перерахованих типів. Керівники повинні зорієнтуватись, мережі яких типів є пріоритетними для організації, і розвивати саме їх.

Однією з моделей організації мережових структур, запровадження якої на базі інноваційної організації сприятиме створенню умов для творчої інноваційної активності працівників, є так звані коворкінги. Термін походить від англ. «*co-working*» – ті, що працюють разом. Це модель роботи, у якій учасники, залишаючись незалежними, використовують загальний простір для спільної діяльності. Найбільш популярним коворкінг є серед фрілансерів, віддалених співробітників (перекладачів, програмістів, дизайнерів). Такий окремий простір створює комфортне середовище для спільної роботи, сприяє встановленню нових контактів, неформальній комунікації та взаємному обміну ідеями й досвідом, розвитку явних і неявних знань, підвищенню активності працівників тощо. Найчастіше коворкінги створюються як самостійні незалежні утворення, однак при використанні цієї моделі для організації мережової структури на базі інноваційних організацій, вона набуватиме ознак своєрідного внутрішнього бізнес-інкубатору.

В якості ключових факторів успіху коворкінгу, що суттєво впливають на ефективність моделі, доцільно виділити: комфортність робочого середовища як для працівників інноваційної організації, так і для інших учасників; рівень конструктивного та матеріально-технічного облаштування приміщень відповідно до їх потреб; можливість організації роботи коворкінгу за гнучким графіком; необхідність періодичного проведення заходів навчального характеру (у вигляді майстер-класів, круглих столів, семінарів, інтернет-конференцій тощо); відповідна організаційна культура щодо інноваційної діяльності. З іншого боку, запровадження окреслених практик, в свою чергу, і сприятиме формуванню такої культури, оскільки її основою є види мотивації, що використовуються в організації, та тип поведінки, який заохочується.

Висновки і пропозиції. Проведене нами дослідження продемонструвало, що складові, які обумовлюють рівень інтелектуальної творчої активності працівників інноваційних організацій, є розвиненими дуже непропорційно. Рівень умовно-постійної складової, основою якої є наявність інтелектуального та творчого потенціалу у працівників,

є набагато вищим ніж рівень умовно-змінної складової, основою якої є наявність мотивів, стимулів та умов для реалізації потенціалу. Як підтвердило опитування студентської молоді, як потенційних працівників інноваційних організацій, рівень їх інтелектуального творчого потенціалу є достатньо високим, однак мотивація та умови для його реалізації в процесі трудової діяльності майже відсутні. Нами були сформульовані рекомендації щодо їх створення. Перевагою викладених вище рекомендацій є те, що реалізація жодної з них не потребує значних фінансових вкладень та складних організаційних перетворень, їх можна відносно швидко запровадити. В той же час їх запровадження з врахуванням ключових чинників ефективності сприятиме «розкриттю», використанню і підвищенню наявного потенціалу, та, в свою чергу, спроможне позитивно змінити рівень інтелектуальної творчої активності в організації та сформулювати відповідну

інноваційну організаційну культуру. Якщо ж ситуація в організаціях і на підприємствах України, де панують жорсткі адміністративні методи управління, традиційні структури і підходи до мотивації, залишатиметься незмінною, то, як підтвердило проведене дослідження, потенціал може бути втрачений для країни разом із поколінням творчо налаштованої молоді.

Реалізація сформульованих рекомендацій і інших заходів щодо підвищення рівня інноваційності вітчизняних організацій та підприємств потребує подальшого науково-методичного опрацювання та уточнення. Необхідними перспективними напрямками подальших досліджень є розробка адекватної комплексної системної практичної методології управління, що ґрунтується на узагальненні провідних теоретичних розробок та практичного досвіду ефективно функціонуючих організацій та підприємств.

Список літератури:

1. Абрамешин А.Е. и др. Менеджмент инновационной организации [Текст]: Учебное пособие. / А.Е. Абрамешин, С.Н. Аксенов, Т.П. Воронина, С.В. Корнюхин, О.П. Молчанова, А.Н. Тихонов, М.А. Ушаков; [под ред. проф. А. Н. Тихонова]. – М. : Европейский центр по качеству, 2003. – 408 с.
2. Оксенюк В. Україна – творче суспільство. Так чи ні? [Електронний ресурс] / В. Оксенюк // Інтелект-проект Києво-Могилянської бізнес-школи – 2007. – Режим доступу : www.innovations.com.ua/ua/articles/13479.
3. Стюарт Т.А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций [Текст]: Пер. с англ. / Т.А. Стюарт. – М. : Поколение, 2007. – 368 с.
4. Шевченко К.І. Чи займаєтесь Ви творчістю [Електронний ресурс]: матеріали анкетування / К.І. Шевченко. – Режим доступу : www.ianketa.ru/res/25741352915990.
5. Christiansen J.A. Building the innovative organization: Management systems that encourage innovation [Text] / J.A. Christiansen. – New York, St. Martin's Press, 2000. – 356 p.

Кравченко М. О.

Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт»

ПОВЫШЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ТВОРЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ РАБОТНИКОВ В ИННОВАЦИОННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Резюме

В статье проанализированы предпосылки, которые обеспечивают инновационной организации необходимый уровень интеллектуальной творческой активности. С помощью проведенного исследования определен уровень интеллектуального творческого потенциала и наличие условий для его реализации у студенческой молодежи как потенциальных работников инновационных организаций. Рассмотрен управленческий инструментарий, применение которого будет содействовать повышению интеллектуальной творческой активности в организации. Выделены преимущества сетевых структур для создания условий и повышения уровня мотивации работников к инновационной деятельности. Предложен коворкинг как модель организации сетевых структур, и обобщены факторы, которые обуславливают уровень эффективности такой модели.

Ключевые слова: инновационная организация, интеллектуальная творческая активность, мотивация, коворкинг.

Kravchenko M. O.

National Technical University of Ukraine «Kiev Polytechnic Institute»

INCREASING OF INTELLECTUAL CREATIVE ACTIVITY WORKERS IN INNOVATIVE ORGANIZATIONS

Summary

This paper analyzes the premises that provide the necessary level of intellectual creative activity in innovative organizations. Using conducted researches the level of intellectual creative potential and the conditions for its development in students as potential employees in innovative organizations are determined. The managerial toolkits, application of which will contribute to the enhancement of intellectual creative activity, are considered. The benefits of network entities to establish conditions and increase the level of employees' motivation to innovation are highlighted. Co-working structures as a one of appropriate models of networked organization are offered. The factors of the effectiveness of such models are generalized.

Key words: innovative organization, intellectual creative activity, motivation, co-working.

УДК 638.121.22

Кравченко М. В.

Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

УМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ БДЖІЛЬНИЦТВА

Досліджено спеціалізацію і концентрацію бджільництва на основі міжгосподарської кооперації. В Україні створено понад 30 міжгосподарських бджолопідприємств, які спеціалізуються на виробництві меду та іншої продукції бджільництва. Ці підприємства визначатимуть подальший розвиток бджільництва на основі впровадження у практику найновіших досягнень науки, техніки і передового досвіду. Виявлені фактори та показники сталого розвитку економічної ефективності бджільництва [4].

Ключові слова: аграрний сектор, бджільництво, маточне молоко, продукти бджільництва, шляхи підвищення стійкості.

Актуальність теми. Бджільництво в нашій країні є важливою галуззю сільського господарства. Бджоли дають цінний продукт харчування – мед, який відзначається високими поживними якостями і має лікувальні властивості. До його складу входять переважно виноградний та плодовий цукри, що легко засвоюються організмом людини, а також необхідні для організму ферменти, вітаміни та мінеральні речовини. При лікуванні деяких тяжких хвороб використовують бджолину отруту, маточне молочко та бджолиний клей (прополіс).

Крім меду, від бджіл одержують також і віск, що є сировиною для багатьох галузей промисловості та для виготовлення штучної вошни.

Дуже важливу роль відіграє бджільництво і в підвищенні урожайності багатьох перехреснозапильних культур. Дослідженнями наукових установ та практикою передових господарств доведено, що від запилення бджолами збільшуються врожай соняшника, гречки, гірчиці, насінників еспарцету, люцерни, конюшини, яблуні та інших плодючих культур на 25-30 і більше процентів.

Від запилення бджолами поліпшується також якість насіння, збільшується розмір, соковитість і смакові властивості плодів. Користь, яку дають бджоли при запиленні сільськогосподарських культур, в 10–15 разів перевищує прямі доходи від бджільництва.

Отже, в умовах України, з розвиненим інтенсивним землеробством і садівництвом, бджоли є важливим фактором підвищення врожаю багатьох зернових, технічних, овочевих, плодючих та інших культур. Таким чином, бджільництво у нас має не тільки медовий, а й переважно запилювальний напрям і є досить розвинутою галуззю сільського господарства [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною і методичною основою дослідження стали праці класиків економічної науки, праці вітчизняних вчених: М.Ф. Токарева, В.І. Ведеречко, О.І. Лашко, В.А. Гайдара, В.П. Пилипенка і зарубіжних економістів-аграрників: М.М. Кононова, П.Ф. Финського, А.Г. Банникова, А.К. Рустомова, А.А. Вакулина; розробки науково-дослідних установ з проблем економіки та управління АПК. Так, недостатньо вивченими залишається подальше обґрунтування напрямів в екологічній підсистемі впливу антропогенних чинників на продуктивність продуктів бджільництва.

Мета статті – дослідження і науково-методичне обґрунтування напрямків підвищення ефективності виробництва і використання продукції бджільництва в ринкових умовах.

Постановка завдання:

- дослідити фактори та умови стійкості аграрного сектора;

- узагальнити сутність, виявити особливості, систематизувати показники ефективності виробництва і використання продукції бджільництва;

- виявити ступінь впливу факторів на ефективність виробництва і використання продукції бджільництва;

- виявити тенденції у виробництві та реалізації продукції бджільництва;

- обґрунтувати перспективні напрями розвитку бджільництва, дати оцінку ефективності їх впровадження.

Об'єкт дослідження – процес забезпечення сталого соціально-економічного розвитку аграрного сектору, залежного від підвищення економічної ефективності бджільництва.

Предмет дослідження – економічні відносини, що виникають у процесі виробництва та реалізації продукції бджільництва, критерії та фактори економічної ефективності бджільництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бджільництво – особлива і надзвичайно цінна галузь сільського господарства. Її основою є розведення медоносних бджіл, які існують бджолиними сім'ями – своєрідними біологічними одиницями. Бджільництво дає основні продукти (мед і віск), а також додаткові (пакети бджіл, бджолині матки, квітковий пилок, маточне молоко, прополіс).

Мед є чудовим продуктом життєдіяльності бджолосімей, які справедливо називають рідким золотом природи. Високоякісні сорти меду містять близько 75% фруктози і глюкози, що визначає його цінність і фізичні властивості. До складу меду входить близько 300 речовин і зольних елементів. Він має рідкісні харчові якості, важливі лікувальні властивості, визначається неповторним маком і ароматом. Протягом тривалого часу мед був незамінним харчовим цукровмісним продуктом. Він використовувався як в натурі, так і для приготування різноманітних напоїв. Його також застосовували як ліки у складі різних сумішей і зілля. У медицині на основі меду готувалися лікувальні препарати, мазі і креми. У харчовій, хлібопекарській промисловості, в приготуванні вин мед був одним з найважливіших компонентів. У сучасних умовах сфери застосування меду значно розширилися, особливо в харчовій і фармацевтичній промисловості, а також для приготування біологічно активних продуктів бджільництва.

Не менш важливим продуктом галузі є віск – пластична речовина, секрет видільних залоз дорослих бджіл. Віск використовувався, головним чином, для виготовлення свічок, різних форм гончарних виробів, скульптур і для отримання високоякісних фарб. Крім того, він застосовувався в деревообробці і в медицині. Останнім часом віск незамінний більш, ніж у сорока галузях господар-

ства, включаючи радіоапаратне будівництво, промисловість і деякі інші.

Маточне молоко, прополіс і бджолину отруту використовують для виробництва медичних препаратів. Прополіс (бджолиний клей) здавна відомий як засіб для лікування ран, опіків та інших захворювань [2].

Економічне значення бджільництва доповнюється також тим, що бджіл використовують для запилення сільськогосподарських культур. В результаті запилення бджолами соняшнику, гречки, плодючих, овочевих, ефіроолійних та інших культур їх урожайність підвищується в середньому на 25-30%. Вартість додаткової продукції від запилення сільськогосподарських культур бджолами значно перевищує витрати на утримання пасік.

На початок 2000 р в усіх категоріях господарств України налічувалось майже 3,7 млн бджолиних сімей, у тому числі більше, як 2,8 млн – у підсобних господарствах населення і близько 0,9 млн – у колективних, державних міжгосподарських підприємствах, або відповідно 74,3% і 25,7%. У колгоспах нараховується 605,7 тис бджолосімей, або в середньому – понад 70 з розрахунку на одне господарство. Промислові пасіки колгоспів і держгоспів лісостепової і степової зон мають по 100-200, а окремих спеціалізованих господарств і міжгосподарських підприємств – по 300-600 бджолосімей.

Господарства України мають сприятливі умови для розвитку бджільництва. Джерелами медозбору тут є сільськогосподарські культури, а також природні медоносні угіддя – ліси, насадження ярів і балок, лісостепу, луки і пасовища. На території країни бджільництво розміщується нерівномірно залежно від наявності медоносних ресурсів і потреби в бджолосімах для запилення сільськогосподарських ентомофілних культур, садів та ягідників. У зоні Лісостепу розміщується в середньому 7 бджолосімей з розрахунку на 100 га сільськогосподарських культур, у Степу – 6, на Поліссі – 5 і в Карпатах – 4 бджолосімі. Найбільша концентрація бджолиних сімей у господарствах Лісостепу, а в зоні Степу їх постійно не вистачає для повноцінного запилення соняшнику.

Відповідно до особливостей кормової бази бджільництва у господарствах України розводять такі породи бджіл: українська степова, карпатська, сіра гірська кавказька, поліська.

Виробництво меду в світі в цілому зростає і становить нині близько 1 млн т. У більшості країн середньорічне споживання меду становить від 100 г до 1 кг на душу населення. Валове виробництво меду в Україні становить 50-55 тис т за рік, з них товарного понад 23-26 тис т, а з розрахунку на душу населення – близько 1 кг. Рівень його споживання досяг 450-500 г на одну людину за рік, що є досить малою нормою для забезпечення повноцінного отримання всіх вітамінів і повноцінного харчування. Розвиток бджільництва сприяє підвищенню рівня зайнятості населення. Порівняно з іншими галузями сільського господарства воно менш трудомістке. Ним можуть займатися різні категорії населення, включаючи пенсіонерів, підлітків, жінок-домогосподарок та ін. Традиційні технології розведення та утримання бджіл не потребують застосування важкої фізичної праці. Мікроклімат в бджолосімах, також як і споживання продуктів бджільництва, надає лікувальну дію, на які обслуговують галузь працівників. В умовах ринкових відносин заняття бджільництвом є джерелом додаткового доходу для учасників виробництва.

Подальший розвиток бджільництва в різних категоріях господарств країни зумовлює необхідність визначення його економічної ефективності і факторів, які найбільшою мірою формують її рівень. Економічна ефективність бджільництва характеризується системою таких показників: виходом валового і товарного, цукристого меду з розрахунку на одну бджолосім'ю, затратами праці на 1 ц меду, вартістю валової продукції бджільництва на одного середньорічного працівника, собівартістю одиниці продукції і ціною її реалізації, прибуток, рівень рентабельності.

Внаслідок недостатньої забезпеченості бджільництва кормовими ресурсами продуктивність бджолосімей у сільськогосподарських підприємствах зростає дуже повільно і нестабільно. У 2012 р. в колективних і державних сільськогосподарських підприємствах було досягнуто найбільшого рівня продуктивності бджільництва. Валовий збір меду з розрахунку на одну бджолосім'ю, наявну в період медозбору, становив 13,2 кг, з них – 7,8 кг товарного.

Виробництво меду в багатьох господарствах вважається високою трудомісткістю. У 2010 р затрати праці на виробництво 1 ц меду в середньому становили 309,3 люд/год. Порівняно вищий рівень продуктивності праці на бджолофермах міжгосподарських підприємств, де затрати праці на 1 ц становили 272,7 люд/год, або на 35,6 люд/год менше.

Основною причиною високої трудомісткості виробництва продукції бджільництва в сільськогосподарських підприємствах є низька продуктивність бджолосімей на пасіках і бджолофермах. Якщо збільшити валовий збір меду з розрахунку на одну бджолосім'ю до 20-30 кг, затрати праці на виробництво 1 ц меду можуть становити 60-90 люд/год, при такому самому рівні механізації виробничих процесів.

Особливості бджільництва як галузі сільськогосподарського виробництва зумовлюють специфіку визначення його економічної ефективності. Так, бджільництві запилювального і запилювально-медового напрямів, продукція, одержана в результаті підвищення врожайності запилених бджолами сільськогосподарських культур, у дохід галузі не зараховується. У зв'язку з цим всі витрати по бджільництву запилювального напрямку, крім вартості меду, воску, плідних маток, роїв та іншої побічної продукції відносять на обпилювані сільськогосподарські культури і багаторічні насадження.

У бджільництві опиловально-медового напрямку на обпилювані культури відносять 20-40% загальної суми витрат, а на плодіві насадження, посіви конюшини і люцерни на насіння – 40-60%, залежно від величини площ та рівня їх урожайності. Решту витрат відносять на собівартість продукції бджільництва, розподіляючи їх пропорційно до вартості окремих видів продукції за цінами реалізації.

Розроблена методика передбачає обчислення собівартості продукції бджільництва – меду, воску, роїв, маточного молочка, плідних і неплідних маток, прополісу та інше. Собівартість продукції бджільництва в господарствах постійно зростає.

У сільськогосподарських підприємствах бджільництво нині низькорентабельне. Виробництво меду в господарствах населення країни при використанні різних каналів реалізації забезпечує значні доходи і високу рентабельність.

Зниження собівартості продукції бджільництва можна досягти шляхом збільшення її вироб-

ництва на основі впровадження досягнень науки і передового досвіду з урахуванням особливостей медозбірних умов господарств. Продуктивність бджільництва підвищують на основі розведення селекційних ліній районованих порід, раціональної організації кочівлі пасік, а також посіву спеціальних медоносних культур для заповнення безвзяткових періодів. Основним напрямом розвитку бджільництва і підвищення його економічної ефективності є інтенсифікація виробництва, що базується на прогресивній технології і забезпечує збільшення виходу продукції і поліпшення її якості.

Впровадження інтенсивної технології вимагає подальшої концентрації виробництва, створення в кожному господарстві пасік розміром не менш, як 150-200, а в спеціалізованих – на 500-600 і більше бджолосімей. В умовах промислової технології під час цвітіння медоносних рослин залежно від інтенсивності медозбору на одному місці можна розміщувати від 30 до 100 бджолосімей.

Спеціалізація і концентрація бджільництва розвиваються на основі міжгосподарської кооперації. В Україні створено понад 30 міжгосподарських бджолопідприємств, які спеціалізуються на виробництві меду та іншої продукції бджільництва, а також здійснюють запилення ентомофільних сільськогосподарських культур і багаторічних насаджень. Ці підприємства визначатимуть подальший розвиток бджільництва на основі впровадження у практику найновіших досягнень науки, техніки і передового досвіду.

Рівень економічної ефективності бджільництва залежить від: підвищення продуктивності бджолосімей на основі утримання сильних і здорових бджолиних сімей, систематичної селекційно-племінної роботи, виконання обов'язкових ветеринарно-санітарних і зоогігієнічних заходів, поліпшення кормової бази, раціональної організації пересування пасік на кращі місця медозбору, забезпечення бджіл на зиму достатньою кількістю кормів.

В Україні норма забезпеченості бджолиної сім'ї кормами становить 18–23 кг меду, залежно від способу зимівлі, приміщення і місцевих умов. Створення необхідних запасів кормів на період зимівлі визначає виживання, розвиток і рівень продуктивності бджолиних сімей.

Для підвищення продуктивності бджільництва в кожному господарстві треба створити необхідну медоносну базу на основі поєднання використання посівів сільськогосподарських культур, плодово-ягідних насаджень, природних лук і пасовищ та лісів. Найбільш ефективними є посіви, які, крім медоносного, мають ще й інше господарське значення. Так, посіви еспарцету дають високоякісне сіно для тваринництва і одночасно забезпечують найвищу медопродуктивність. За два укуси одного вегетаційного періоду еспарцет може дати до 1 т товарного сіна з гектара [5].

Важливим фактором підвищення ефективності бджільництва є зростання продуктивності праці працівників бджолоферм і спеціалізованих бджільницьких господарств. Продуктивність праці, в свою чергу, залежить від впровадження досягнень науки і передового досвіду, механізації виробничих процесів, рівня виробництва валової продукції бджільництва.

Впровадження промислових технологій виробництва продукції бджільництва дає змогу застосувати нові прогресивні форми організації праці на основі колективного підряду і оренди окремих пасік та бджолоферм. Колективний підряд залежно від кількості бджолосімей у господарстві може бути.

Удосконалення форм організації і оплати праці сприяє зменшенню затрат праці на одну бджолину сім'ю, раціональному і ефективному використанню засобів виробництва і кормової бази, що забезпечує збільшення валової продукції бджільництва і поліпшення її якості.

Отже, в умовах України, з розвиненим інтенсивним землеробством і садівництвом, бджоли є важливим фактором підвищення врожаю багатьох зернових, технічних, овочевих, плодоягідних та інших культур. На нашу думку, підвищення продуктивності бджільництва можна досягти за рахунок раціонального використання бджіл і маток різних порід та їх помісей, так як різні породи бджіл проявляють високу продуктивність тільки при наявності оптимальних для них кліматичних умов і певного типу медозбору.

Підвищенню рентабельності бджільництва сприятиме підготовка фахівців-бджолярів вищої кваліфікації, організація виставок, ярмарків, де більш широко повинна рекламуватися продукція бджільництва, сучасні технології та обладнання.

Список літератури:

1. Гробов О.Ф. Бджоли індикатор навколишнього середовища / О.Ф. Гробов - Бджільництво. – 1989. – № 12. – С. 2–5.
2. Манохін В.В. Людина і бджола. / В.В. Манохін – Передум, проф. в. І. Полтева. – 2-е, випр. вид. – Тула, Приокское кн. вид-во., 1982 р. – 48 с.
3. Мацебора В.І. Економіка сільського господарства / Мацебора В.І. – 1994 р. – С. 78–89.
4. Токарев М.Ф., Ведеречко В.І., Лашко О.І. – Домашня ферма. – Київ : «Урожай», 1988.
5. Шевчук С.С. «Мед, пасіка, бджоли» / Шевчук С.С. – С. 35–44.

Кравченко Н. В.

Днепропетровский государственный аграрно-экономический университет

УСЛОВИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПЧЕЛОВОДСТВА

Резюме

Исследованы специализация и концентрация пчеловодства на основе межхозяйственной кооперации. В Украине создано свыше 30 межхозяйственных пчелохозяйств, которые специализируются на производстве меда и другой продукции пчеловодства. Эти предприятия будут определять дальнейшее развитие пчеловодства на основе внедрения в практику новейших достижений науки, техники и передового опыта. Выявлены факторы и показатели устойчивого развития экономической эффективности пчеловодства [4].
Ключевые слова: аграрный сектор, пчеловодство, маточное молоко, продукты пчеловодства, пути повышения устойчивости.

Kravchenko M. V.

Dnipropetrovsk State Agrarian-Economic University

CONDITIONS FOR PROVIDING OF ECONOMIC EFFICIENCY OF BEEKEEPING

Summary

Studied specialization and concentration of beekeeping on the basis of co-operation. In Ukraine more than 30 inter golomt that specialize in the production of honey and other bee products. These enterprises will determine further development of beekeeping on the basis of introduction of the advanced achievements of science, engineering and advanced experience. The factors and indicators of sustainable development of economic efficiency of beekeeping.

Key words: the agricultural sector, bee keeping, breeding milk, bee products, increase stability.

УДК 658.5

Кривоконь М. О.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

РЕИНЖИНИРИНГ ВИРОБНИЦТВА ЯК АНТИКРИЗОВА СТРАТЕГІЯ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ВІТЧИЗНЯНОГО ГІРНИЧОГО МАШИНОБУДУВАННЯ

У статті досліджено існуючі погляди на поняття та етапи здійснення реінжинірингу в умовах вітчизняної економіки та розкрито особливості проведення реінжинірингу виробництва на підприємствах гірничого машинобудування.

Ключові слова: реінжиніринг виробництва, гірниче машинобудування, концентрація виробництва.

Постановка проблеми. Економіка України на разі переживає не найкращі часи. Стрімкий ріст цін, постійні коливання курсу валют, занепад вітчизняної промисловості – незмінні ознаки кризи вже протягом десятка років. Деякі галузі української економіки більш вдало протистоять кризі, інші – постійно борються за виживання. Одним із перспективних промислових виробництв, яке, на жаль, вимагає підтримки, є гірниче машинобудування. Підприємства цієї галузі потребують постійних інвестицій задля підтримання своєї конкурентоздатності.

Для подолання наслідків кризових явищ на підприємствах гірничого машинобудування використовують ряд класичних методів: зменшення витрат, проведення реорганізації або реструктуризації підприємства, вдосконалення його організаційної структури та корпоративного управління, формування портфелю технологій виробництва відповідно до умов кризового стану ринку, коригування збутової політики і менеджменту персоналу тощо [1, с. 3].

Дієвою антикризовою стратегією, здатною покращити показники діяльності підприємств машинобудування, можна вважати реінжиніринг. З огляду на пряму залежність ефективності виробництва від дієвості здійснення виробничих процесів підприємства поліпшити ситуацію можливо шляхом оптимізації виробничих процесів. Це дозволить знизити витрати, збільшити швидкість виконання замовлень і послуг, підвищити якість продукції та значно посилити конкурентну позицію підприємства на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження з питань реінжинірингу започатковано в працях американських фахівців з менеджменту М. Хаммера, Дж. Чампі та Т. Давенпорта. Визначення даного поняття з'явилося у 1990 році у опублікованих ними статтях як «фундаментальне переосмислення і радикальне перепроектування ділових процесів для досягнення покращень по-

казників діяльності підприємств, таких як вартість, якість, сервіс і темпи» [2, с. 23; 3 с. 12].

Формуванню методологічних підходів до проведення реінжинірингу в сучасних умовах присвячені роботи і відомих українських учених, таких як О. Амоші, І. Булеєва, О. Момота, П. Самойлова, Г. Усової й інших.

Однак проблематика розробки та впровадження реінжинірингових програм для вітчизняного виробництва в умовах економічної кризи потребує подальшого дослідження та поглиблення.

Метою даної публікації є стислий аналіз існуючих поглядів на поняття та етапи здійснення реінжинірингу в умовах вітчизняної економіки та розкриття особливостей проведення реінжинірингу виробництва на підприємствах гірничого машинобудування.

Виклад основного матеріалу. Як засвідчив огляд літературних джерел [2; 3; 4; 5 та ін.], класичний реінжиніринг застосовується в трьох основних випадках:

- в умовах, коли підприємство знаходиться у стані глибокої кризи (високий рівень витрат, низький попит на продукцію фірми тощо). В Україні така ситуація характерна для підприємств традиційних галузей: машинобудування, текстильної, аграрної промисловості;

- в умовах, коли поточний стан підприємства визначається як задовільний, проте прогнози його діяльності є несприятливими. Підприємство стикається з негативними для себе тенденціями у сфері конкурентоспроможності, доходності, рівня попиту тощо;

- реалізацією можливостей реінжинірингу займаються успішні й агресивні організації. Застосування реінжинірингу в цій ситуації є найліпшим варіантом ведення бізнесу.

Важливо відмітити, що реінжиніринг застосовується майже в усіх сферах бізнесу. Його соціальна значимість визначається багатостороннім використанням людського фактору, масштабним

застосуванням новітніх технологій і розробок, вирішенням складних комплексних проблем. У ході реінжинірингу відбувається не тільки «горизонтальне», але і «вертикальне» стиснення процесів (там, де раніше виконавець для прийняття рішення звертався до керівництва, тепер він приймає рішення самостійно).

Існує два види реінжинірингу: кризовий реінжиніринг – передбачає рішення суттєвих проблем підприємства та розробку комплексу заходів, що спрямовані на ліквідацію «джерела захворювання»; реінжиніринг розвитку – застосовується при погіршенні динаміки розвитку, зниженні конкурентоздатності. Незважаючи на істотну різницю між ними, їх поєднання може стати вдалим для підприємства. У свою чергу, використання лише кризового реінжинірингу дозволяє за короткий час покращити показники компанії, збільшити ефективність виробництва. Проте досягнення довготривалих переваг вимагає більш детального перепроектування не тільки бізнес-процесів, але і виробництва.

З метою покращення фінансово-економічного стану вітчизняних підприємств науковці О.І. Момот та П.І. Самойлов запропонували наступні етапи використання реінжинірингу для українських підприємств [4, с. 145]:

1. Цільовий етап. Він визначає кінцеву мету проекту реінжинірингу, задає його масштаби (внутрішньофункціональний, міжфункціональний, міжорганізаційний). На цьому етапі застосовуються методи моделювання та аналізу.

2. Етап вибору. Підприємство має обрати напрямок подальшого розвитку, розробити дерево задач, окреслити коло споживачів та потенційні ринки збуту. Для цього доцільно використовувати методи порівняння, дослідження конкурентів, залучати іноземний досвід.

3. Проектний етап. На цьому етапі відбувається планування процесу проведення реінжинірингу, визначення його особливостей для конкретного підприємства. Автори рекомендують дотримуватися наступних вимог:

- реінжиніринг здійснюється фахівцями;
- оптимізація цільової функції;
- за рахунок скорочення тривалості виробничого циклу відбувається збільшення продуктивності;
- складання критеріїв ефективності та результативності процесів;
- систематизування контролю процесу.

4. Реструктуризація підприємства. Йдеться про власне сам реінжиніринг, що включає формування нової структури підприємства, модернізацію кадрової політики, забезпечення ефективного функціонування нових процесів. При цьому важливо звернути увагу на принципи корпоративної культури, що дозволить розмежувати повноваження та покращити взаємини між кадровими ланками нової функціональної структури, а також визначити кількість необхідних посад, мінімальні вимоги для них, потрібність навчання наявного персоналу.

5. Технологічний етап. На даному етапі формулюються вимоги до експлуатаційних, функціональних, технічних характеристик нових концепцій та технологій, оцінюється їх вплив на процеси підприємства, обираються найефективніші технології.

6. Технічний етап. Передбачається проведення інвентаризації наявних споруд, обладнання, систем і служб, необхідних для функціонування галузей матеріального виробництва та забезпечення умов діяльності підприємства. На цьому етапі ви-

значаються характеристики приміщень, узгоджуються плани та проекти приміщень та необхідні для забезпечення умов діяльності підприємства системи (енергетична система, система водопостачання, вентиляція і т.д.).

7. Виконавчий етап. Автори пропонують звернутися до політики підприємства, визначити її ефективність та можливість зміни, а також відповідність новосформованої політики досягненим поставленим завданням та цілям. Підприємство має визначити доцільність перебудови своєї існуючої політики, або реструктуризації процесів, пов'язаних з нею.

8. Активізуючий етап. Даний етап передбачає активізацію доступних ресурсів для здійснення проекту, для цього складається бюджет витрат, оцінюються переваги та ризики, розробляється план робіт кожного напрямку реінжинірингу, який включає мету, проблеми, ресурси та відповідальних осіб. Впроваджується стратегія управління процесом для збільшення успішності реалізації проекту.

9. Реалізаційний етап. З метою перевірки розроблених підходів та рекомендацій на дієвість здійснюються «пілотні проекти», які мають відобразити ефективність та результативність основної стратегії. Їх швидка реалізація забезпечить досягнення успіху у короткі терміни. Таким чином, реінжиніринг дозволить отримати швидкий ефект при залученні мінімального обсягу ресурсів.

10. Аналіз результатів. Завершальним етапом проекту реінжинірингу має бути аналіз результатів та їх порівняння із поставленою метою. Якщо мету не було досягнуто, необхідно виявити та усунути причини провалу реінжинірингу.

Наведений план проведення реінжинірингу досить комплексний. Він включає не тільки бізнес процеси, які прийнято вважати метою реінжинірингу, але і політику компанії, кадрову сферу, а також виробництво. Саме реінжиніринг виробництва найбільше привертає нашу увагу як стратегія антикризового управління підприємствами гірничої машинобудування.

Реінжиніринг виробництва неможливий без запровадження інноваційних інформаційних технологій, які дозволяють найбільш повно здійснити перепроектування підприємства згідно з антикризовою стратегією.

Крім того, оскільки реінжинірингу притаманна швидка зміна поточних завдань і високий рівень невизначеності, доступність точної та своєчасної інформації зазвичай визначає успіх проекту в цілому. Звідси випливає необхідність ефективного управління інформаційними зв'язками, що мають на меті збір, генерацію, розподіл і збереження необхідної проектною інформації.

Так, Г.В. Усовою було запропоновано загальну схему інформаційного забезпечення реінжинірингу виробничих процесів промислового підприємства [5, с. 15].

Вона включає два основні напрями: створення інформаційної підсистеми реінжинірингу на підприємстві та інформаційно-технологічне забезпечення проекту реінжинірингу. У першому випадку йдеться, по-перше, про розробку та проектування інформаційної підсистеми, яка буде відповідати до результатів діагностики підприємства, його стратегічних напрямів розвитку та інформаційно-технологічної стратегії. По-друге, відбір і впровадження сучасних інформаційних технологій, які базуються на актуальних теоріях і практиках реінжинірингу, а також відповідають

стратегії підприємства. По-третє, впровадження інформаційної підсистеми реінжинірингу в цілому, що має включати особливості підприємства, а також ресурсні обмеження.

Другий напрям інформаційного забезпечення реінжинірингу передбачає відбір, придбання й установку програмного забезпечення проекту відповідно до цілей і завдань реінжинірингу, а також планування системи комунікацій проекту, розподіл інформації у процесі його реалізації, оцінку й відображення прогресивних змін.

Не можна не погодитися з автором про необхідність розробки інформаційного забезпечення проекту реінжинірингу, оскільки саме це дозволяє досягнути швидкого покращення ситуації на підприємстві.

Ще однією з ключових складових реінжинірингу виробництва є концентрація. В її основі лежить формування виробничої структури, що дозволяє оптимально поєднувати переваги підприємств різного розміру та ефективну їх взаємодію. Вплив концентрації виробництва на економічні показники підприємств визначається галузевим характером продукції і технологією її виготовлення, а також станом економіки в цілому.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що реінжиніринг виробництва це – сучасна управлінська стратегія, яка передбачає фундаментальне перепроектування виробництва шляхом концентрації, оптимізації та технологізації з метою підвищення ефективності діяльності компанії.

Аналіз виробничо-господарської діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств свідчить, що на багатьох із них склалися передумови для проведення реінжинірингу саме виробничих процесів, тобто:

- незадовільний технічний і технологічний рівень основних виробничих фондів, що безпосередньо впливає на якість продукції;
- технологічне відставання продукції, недостатність інвестиційних ресурсів;
- управлінські витрати перевищують витрати на виробництво продукції;
- недостатній обсяг виробничих потужностей для задоволення перспективних потреб ринку;
- брак кваліфікованих кадрів тощо.

Не є виключенням і підприємства машинобудівної галузі, зокрема, ті, що випускають обладнання для шахт та підземного видобування. Задля висвітлення особливостей проведення концентрації виробництва на одному з підприємств гірничого машинобудування наведемо приклад проекту реінжинірингу виробництва на ТОВ «Горлівський машинобудівник» (далі – ТОВ «ГМБ»).

Відповідно розробленої реінжинірингової стратегії збільшення економічного ефекту досягається за рахунок:

- 1) зниження собівартості продукції, а саме:
 - зниження постійних витрат (на оренду землі, охорону території, логістику, опалення, освітлення, поточні ремонти);
 - відносного зниження змінних витрат за рахунок збільшення змінності;
- 2) отримання інвестиційного доходу від:
 - реалізації надлишкових будівель (споруд) і землі;
 - реалізації надлишкового обладнання;
 - зменшення інвестиційних витрат;
- 3) модернізації технологічного процесу шляхом:
 - перекомпонування технологічного обладнання;
 - скорочення міжопераційного зберігання деталей;

4) підвищення керованості підприємством внаслідок більш компактного розміщення виробничих і невиробничих об'єктів.

Проект концентрації виробництва передбачає ряд обмежень, які пов'язані із особливостями функціонування заводу, а саме:

- відповідність до запланованих виробничою стратегією стратегічних проектів, що реалізуються на потужностях ТОВ «ГМБ»;
- врахування зарезервованих площ і потужностей для планової реалізації продуктивних проектів;
- можливість досягнення номенклатури та обсягів виробництва продукції, передбачених виробничою стратегією компанії;
- врахування максимальної 3-х змінної роботи технологічного обладнання та резервів його завантаження при розрахунку балансу потужностей.

Вже йшлося про те, що концентрація виробництва є складним і всеохоплюючим проектом. Тому, на наш погляд, її раціонально розбивати на 3 етапи: 1) переміщення основних та найбільших промислових площ на найкоротшу відстань один від одного, ліквідація відвалів та утилізація надмірних складів; 2) консервація цехів, що не використовуються, переміщення окремих відділів підприємства до однієї адміністративної будівлі; 3) залишкова консервація та ліквідація наявних цехів, відвалів та надмірних площ.

Відповідно до плану проекту реінжинірингу виробництва здійснено аналіз виробничих площ ТОВ «ГМБ». Він поданий у таблиці 1.

Таблиця 1
Аналіз виробничих площ ТОВ «ГМБ»

Показник	Одиниці вимірювання	До концентрації	Після концентрації (1-й, 2-й етапи)	Після концентрації (3-й етап)
Загальна площа	Га	52,7	36,2	27,4
Площа забудови	Га	16,7	13,3	12,8
Коефіцієнт забудови	%	31,7	36,7	46,7
Загальна площа приміщень, в т.ч.:	тис. м ²	209,8	164,9	159,4
Основні цехи	тис. м ²	137,6	112,6	107,1
Допоміжні	тис. м ²	19,4	15,9	15,9
Інші	тис. м ²	52,8	36,4	36,4

Як видно з таблиці, проведення концентрації виробництва дозволяє значно скоротити загальну площу промислового майданчика заводу, зокрема повністю ліквідувати склади і відвали. Важливо, що завдяки такій концентрації продукція буде відразу ж передаватися для подальшої обробки. Звільнені будівлі та споруди передбачається здавати в оренду та продавати, отримуючи тим самим інвестиційний прибуток.

Процеси реінжинірингу виробництва, а також його концентрації впливають і на розподіл трудових ресурсів підприємства – кадрів. Оскільки в результаті концентрації відбувається скорочення і перенесення обладнання, а значить, і робочих місць, то пропонується перехід на тримісний графік роботи. Це дозволить зберегти чисельність основних виробничих робітників, а також більш раціонально перерозподілити їх згідно виробничої спеціалізації. Крім того, масштабування підприємства дозволить скоротити чисельність допоміжних робітників з 621 до 610 осіб, менеджерів, керівників і службовців з 447 до 428 осіб.

Зменшення площ потужностей заводу неминуче призведе до зміни кількості обладнання. Тому оптимізаційні процеси проекту реінжинірингу передбачають не тільки розподіл наявного інвентарю, але і обмін обладнанням між заводами промислової групи. Також відбувається продаж машин, які не використовуються, та усунення неробочих станків. За рахунок цього актуалізується матеріально-технічна база підприємства, зменшуються витрати на її обслуговування та отримується додатковий інвестиційний прибуток. Зміна кількості обладнання за основними групами на ПАТ «ГМБ» зображена на рис. 1.



Рис. 1. Зміна кількості обладнання на ТОВ «ГМБ»

Висновки і пропозиції. Таким чином, в процесі дослідження ми дійшли висновку, що реінжині-

ринг виробництва є досить ефективною антикризовою стратегією для підприємств вітчизняного гірничого машинобудування.

Проект реінжинірингу, який включає концентрацію, технологізацію та оптимізацію, передбачає зменшення виробничих площ за рахунок ліквідації, продажу та оренди надмірних земельних ресурсів заводу, а також споруд, машин та обладнання, зменшення кількості низько ефективних виробничих процесів. За рахунок цього підвищується ефективність виробництва шляхом:

- зменшення витрат на утримання та обслуговування потужностей підприємства, незадіяних у виробництві;

- зменшення витрат на внутрішню логістику при концентрації виробничого обладнання;

- отримання інвестиційного прибутку від реалізації надмірних споруд та обладнання;

- переходу виробництва на 3-х зміне, зменшення при цьому витрат на електроенергію, опалення тощо;

- зменшення кількості персоналу, оптимізація його структури;

- ліквідації неефективних процесів виробництва;

- і, як наслідок, зменшення собівартості продукції.

Відтак, розробка проектів реінжинірингу виробництва розглядається нами як перспективна сучасна антикризова стратегія, що дозволить у майбутньому відновлювати та покращувати стан вітчизняної економіки.

Список літератури:

1. Губський Б. «Як подолати економічну кризу, або пошук економічних моделей відродження України» // Урядовий кур'єр. – 199. – № 2008-2009.
2. Хаммер М., Чампи Дж. Реінжиніринг корпорацій: манифест революції в бізнесі/ Пер. с англ. – СПб. : Изд. СПбУ, 1997. – 328 с.
3. Davenport T. H. Process innovation: reengineering work through information technology / T.H. Davenport. – Boston, 1993. – 2501 p.
4. Момот О.І., Самойлов П.І. Реінжиніринг – один з шляхів по виходу українських підприємств із світової кризи // Високі технології в машинобудуванні: Зб.наук.праць. – Харків, НТУ «ХПІ», 2010. – Вип. 1(20).– С. 144–154.
5. Усова Г.В. Реінжиніринг виробничих процесів промислового підприємства на основі бенчмаркінгу та аутсорсингу [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Усова Ганна Володимирівна ; Нац. акад. наук України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2012. – 24 с.

Кривоконь М. А.

Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»

РЕИНЖИНИРИНГ ПРОИЗВОДСТВА КАК АНТИКРИЗИСНАЯ СТРАТЕГИЯ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ГОРНОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ

Резюме

В статье исследованы существующие взгляды на понятие и этапы осуществления реинжиниринга в условиях отечественной экономики и раскрыты особенности проведения реинжиниринга производства на предприятиях горного машиностроения.

Ключевые слова: реинжиниринг производства, горное машиностроение, концентрация производства.

Kryvokon M. O.

National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»

REENGINEERING OF PRODUCTION AS CRISIS STRATEGY FOR THE ENTERPRISES OF DOMESTIC MINING MACHINERY

Summary

The existing views on the concept and implementation stages of reengineering in terms of the domestic economy and the peculiarities of the reengineering of production for enterprises of mining machinery are studied in the article.

Key words: reengineering of production, mining engineering, production concentration.

УДК 338.24:621:334.72

Кривохатко Н. Д.

Національний університет «Львівська політехніка»

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Визначено роль підвищення кваліфікації управлінського персоналу в діяльності машинобудівних підприємств. Досліджено структурно-функціональні характеристики системи підвищення кваліфікації. Визначено кількісні та якісні параметри підготовки управлінців. Проведено SWOT-аналіз системи підготовки і перепідготовки управлінського персоналу.

Ключові слова: управлінський персонал, машинобудівне підприємство, система підвищення кваліфікації, навчання, підготовка і перепідготовка.

Постановка проблеми. В умовах інтенсивного розвитку науково-технічного прогресу визначальне місце у діяльності машинобудівних підприємств посідають людські ресурси. На сьогодні їм відводиться ключова роль в організації діяльності підприємства, незалежно від виду його економічної діяльності. Специфічною категорією персоналу підприємства є управлінський персонал. Він безпосередньо реалізує соціально-економічні засади управлінської діяльності на практиці, а також забезпечує розвиток персоналу і підприємства в цілому. На сьогодні ефективна господарська діяльність підприємства можлива лише за умови щільної інтеграції управлінського персоналу (включно з його ціннісними орієнтаціями, вміннями і кваліфікацією) в систему організаційно-економічного механізму підприємства, що вимагає безперервного розвитку діяльності управлінських кадрів. У цьому контексті важливим є систематична підтримка процесу організації підвищення кваліфікації управлінського персоналу як інструменту удосконалення його знань, вмінь і навичок. З огляду на це актуалізується проблема дослідження структурно-функціональних характеристик існуючої системи підвищення управлінського персоналу машинобудівних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням діяльності управлінського персоналу та проблемами організації процесу підвищення його кваліфікації займалися такі вчені, як Ю. Дяченко, А. Єгоршин, М. Ксенофонтова, І. Поліщук, В. Рубахін, А. Філіпов. Авторами опрацьовані питання психологічних аспектів діяльності управлінського персоналу, особливостей формування управлінської культури, самомеджменту у навчанні управлінських кадрів та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Попри наявність численних теоретико-прикладних розробок у сфері дослідження діяльності управлінського персоналу, вченими недостатньо уваги приділено проблемам ідентифікації кількісних та якісних параметрів існуючої системи підвищення кваліфікації управлінських кадрів, залежно від конкретних критеріїв та ознак підприємств машинобудування.

Мета статті. У процесі виконання дослідження ставилася мета проаналізувати структурно-функціональні характеристики системи підвищення кваліфікації управлінського персоналу, визначити кількісні та якісні параметри підготовки управлінців, залежно від спеціалізації машинобудівного підприємства і професійної групи управлінського персоналу, провести SWOT-аналіз існуючої системи підготовки та перепідготовки управлінців.

Виклад основного матеріалу. Управлінський персонал – це працівники, які здійснюють трудову діяльність в процесі управління виробництвом і зайняті переробкою інформації з використанням технічних засобів управління, головним результатом діяльності яких є вивчення проблем управління, створення нової інформації, зміна її змісту або форми, підготовка управлінських рішень, а також контроль за їх виконанням [1]. Зважаючи на специфіку праці управлінського персоналу, цілком логічним є те, що управлінець повинен відповідати певним критеріям та володіти конкретними специфічними рисами характеру. Так, В. Рубахін та А. Філіпов зазначають, що він має мати розвинений аналітико-синтетичний тип сприйняття; стійку рівновагу в поєднанні зі здатністю швидкого переключення уваги з однієї проблеми на іншу; розвинену пам'ять; творчу уяву та глибоке практичне мислення [2]. Своєю чергою, М. Ксенофонтова вважає, що управлінець повинен мати широкий світогляд, громадянську позицію, бути людиною високої духовності [3, с. 82]. Якісною характеристикою будь-кого керівника є його вміння до організації, так званого самоменеджменту – здатності до оптимізації і максимального використання особистих можливостей, усвідомленого управління власною діяльністю, саморозвитку, подолання несприятливих зовнішніх обставин і чинників, що досягається шляхом ефективного організації процесу управління і раціонального використання робочого часу та часу відпочинку [4, с. 228]. Навчання персоналу, що є одним із ключових аспектів його формування, з одного боку, стає компонентом стратегії підприємства, а з іншого – визначається цією стратегією [5, с. 128]. Визначальне місце у навчанні і розвитку діяльності управлінського персоналу посідає система підвищення кваліфікації.

Оцінювання системи підвищення кваліфікації управлінського персоналу машинобудівних підприємств вимагає дослідження за конкретними професійними групами (табл. 1).

Таблиця 1

Підвищення кваліфікації управлінського персоналу машинобудівних підприємств Львівської області у 2010-2012 роках

Професійні групи управлінського персоналу	Роки			2012 р. до 2010 р., %
	2010	2011	2012	
Усього, осіб	441	356	376	85,2
у т.ч. керівники	180	121	99	55,0
професіонали	225	201	252	112,0
фахівці та інші службовці	36	34	25	69,4

Джерело: розраховано на основі [6, с. 42; 7, с. 46; 8, с. 38]

Протягом досліджуваного періоду спостерігається негативна тенденція до скорочення чисельності управлінського персоналу, що підвищив свою кваліфікацію на 14,8%. Істотне скорочення відбулося у підвищенні кваліфікації безпосередньо керівників на 45,0%. Натомість на 12,0% зросла кількість професіоналів, що підвищили свою кваліфікацію. На нашу думку, для цієї категорії управлінського персоналу, першочергово, повинні бути забезпечені постійні навчання та розвиток, адже на неї покладено реалізація не лише суто управлінських функцій, але й технологічних, що для галузі машинобудування є особливо важливим.

Слід відзначити активну участь вищих навчальних закладів в процесі підвищення кваліфікації управлінського персоналу машинобудівних підприємств (рис. 1). Особливою є їх участь у співпраці з підприємствами, що виробляють машини та устаткування. Так, 66,8% з них звертаються до послуг навчальних закладів у ході організації процесу підвищення кваліфікації.

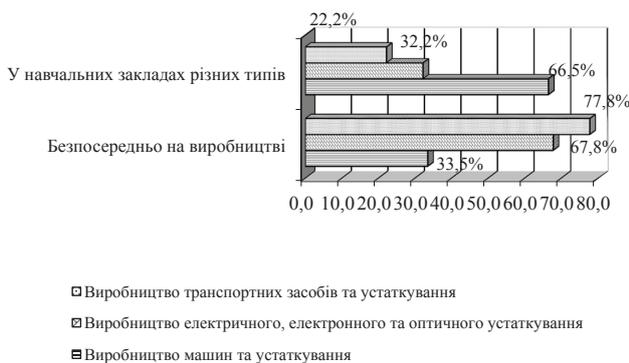


Рис. 1. Структура розподілу персоналу, що підвищив свою кваліфікацію, залежно від спеціалізації машинобудівних підприємств, 2012 рік

Джерело: розраховано на основі [8, с. 35]

Залучення закладів освіти до процесу підвищення кваліфікації персоналу машинобудівних підприємств стимулюють, зокрема, такі чинники: 1) наявність достатньо потужного науково-інтелектуального потенціалу у навчальних закладах; 2) розвинена мережа інститутів післядипломної освіти; 3) часткове бюджетне фінансування навчальних закладів в аспекті організації процесу підвищення кваліфікації.

Функції та роль кожної з професійних груп у діяльності машинобудівних підприємств безпосередньо визначають структуру розподілу управлінського персоналу, що потребує підвищення кваліфікації у розрізі цих груп (рис. 2).

Як можемо спостерігати, у 2010-2012 роках відсутня істотна диференціація в підвищенні кваліфікації управлінського персоналу за професійними групами. Найменшу частку складають фахівці, що є цілком закономірним, адже вони реалізують, передусім, обслуговуючі функції, специфіка виконання яких не вимагає високих темпів оновлення знань та навичок.

Своєю чергою, протягом досліджуваного періоду є диспропорції у підвищенні управлінського персоналу, залежно від спеціалізації машинобудівних підприємств (рис. 3). Найменша їх частка спостерігається у підприємствах, що спеціалізуються на виробництві машин та електричного, електронного та оптичного устаткування. Водно-

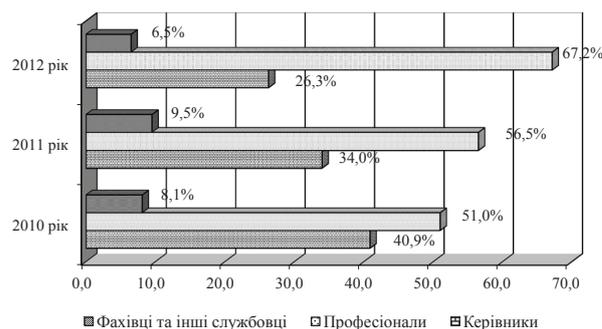


Рис. 2. Розподіл управлінського персоналу машинобудівних підприємств Львівської області, що підвищив кваліфікацію в 2010-2012 роках у розрізі професійних груп, %

Джерело: розраховано на основі [6, с. 42; 7, с. 46; 8, с. 38]

час у 2010-2012 роках достатньою значною залишається частка управлінського персоналу, що підвищив свою кваліфікацію в підприємствах, що виробляють транспортні засоби та устаткування.



Рис. 3. Розподіл управлінського персоналу, що підвищив кваліфікацію, залежно від спеціалізації машинобудівних підприємств у 2010-2012 роках

Джерело: розраховано на основі [6, с. 42; 7, с. 46; 8, с. 38]

У таблиці 2 подано підвищення кваліфікації управлінського персоналу в 2012 році у розрізі професійних груп, залежно від спеціалізації машинобудівних підприємств. Слід відзначити такий негативний аспект, що у 2012 році жоден фахівець чи службовець, який працює в підприємствах, що спеціалізуються на виробництві машин та устаткування, не пройшов підвищення кваліфікації. Проведені аналітичні процедури під час виконання дослідження дозволили виявити такі негативні аспекти, що супроводжують процес підвищення кваліфікації управлінського персоналу машинобудівних підприємств:

1) надання недостатнього рівня важливості цьому питанню, як з боку керівництва підприємства, так і з боку управлінського персоналу;

2) практика свідчить, що керівництво не зацікавлено у направленні найбільш ефективних управлінців на навчання через їх високу цінність у процесі безперервного ведення виробничо-господарської діяльності підприємств;

3) підвищення кваліфікації часто носить суто протокольний характер, що має на меті отриман-

ня вищого розряду, що апріорі знижує ефективність таких заходів та робить невиправданими витрати на їх організацію та проведення.

Таблиця 2

Підвищення кваліфікації управлінського персоналу в розрізі професійних груп, залежно від спеціалізації машинобудівних підприємств Львівської області в 2012 році

Спеціалізація машинобудівних підприємств	Професійні групи управлінського персоналу:		
	керівники	професіонали	фахівці та інші службовці
Машинобудівні підприємства, усього осіб	99	252	25
у т. ч. виробництво машин та устаткування	19	24	-
виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	51	106	10
виробництво транспортних засобів та устаткування	29	122	15

Джерело: розраховано на основі [8, с. 38]

На рис. 4 представлено структуру розподілу управлінського персоналу за професійними групами, що пройшли підвищення кваліфікації, залежно від спеціалізації машинобудівних підприємств у 2010-2012 роках. Протягом досліджуваного періоду спостерігається стійка тенденція до збільшення у структурі розподілу частки керівників, що підвищили свою кваліфікацію підприємствами, які виробляють електричне, електронне та оптичне устаткування, у 2012 році вона становила 51,5%. Транспортні засоби та устаткування протягом досліджуваного періоду були націлені на навчання професіоналів (спеціалістів), частка яких у структурі розподілу у 2012 році, порівняно з 2010 роком зросла на 19,1%.

У таблиці 3 наведені результати проведеного SWOT-аналізу системи підготовки і перепідготовки управлінського персоналу.

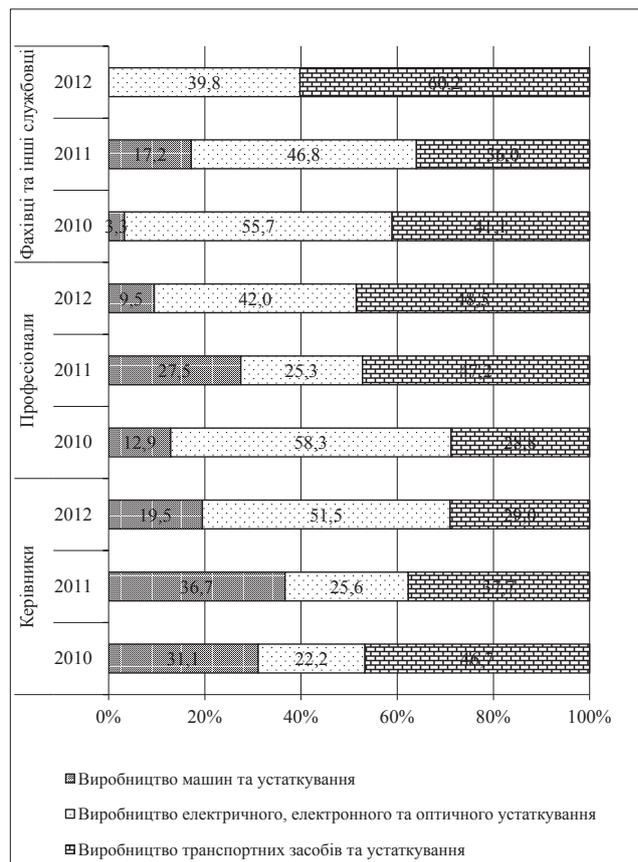


Рис. 4. Розподіл за професійними групами управлінського персоналу, що підвищили свою кваліфікацію, залежно від спеціалізації машинобудівних підприємств Львівської області у 2010-2012 роках

Джерело: розраховано на основі [6, с. 42; 7, с. 46; 8, с. 38].

Складові елементи системи підготовки та перепідготовки управлінського персоналу машинобудівних підприємств характеризуються відсутністю між ними налагоджених взаємозв'язків, що не лише надає процесу розвитку діяльності управлін-

Таблиця 3

Результати SWOT-аналізу системи підготовки та перепідготовки управлінського персоналу машинобудівних підприємств*

	Сильні сторони	Слабкі сторони
Внутрішні середовище підприємства	Наявність кадрових служб; сприятливий морально-психологічний клімат в колективі; гнучкість організаційних структур підприємства; високий рівень професійної підготовки працівників; система матеріального та нематеріального стимулювання праці управлінців; достатній рівень корпоративної культури персоналу та розвинені традиції; наявність потужного людського та інтелектуального потенціалу; достатня матеріально-технічна база підприємств; наявність розвинених технологій; оперативна керуюча структура управління; висока мобільність управлінського персоналу; бажання працівників до розвитку, навчання та самовдосконалення.	Недосконала кадрова політика; переважання ролі особистих інтересів над спільним у процесі прийняття управлінських рішень; недостатня об'єктивність при підборі управлінського персоналу та його кар'єрному зростанні; ресурсна обмеженість; наявність формальних і неформальних інституційних бар'єрів; надання пріоритетності адміністративним заходам поряд із питаннями соціально-економічного розвитку управлінського персоналу; протистояння змінам; інертність і відсутність стимулів до навчання та розвитку; недостатня кваліфікація працівників кадрових служб; недостатня окупність грошових коштів вкладених у розвиток управлінського персоналу.
Зовнішні середовище підприємства	Можливості Рационалізація відносин підприємства з контрагентами; мінімізація ризиків економічного середовища; інноваційний характер розвитку; диверсифікація діяльності підприємства; розвиток інтеграційних відносин; вихід на нові ринки збуту продукції; розширення кола ділових зв'язків; залучення досвідчених та ефективних керівників; формування ефективної системи залучення управлінського персоналу; розвиток міжгалузевих проєктів.	Загрози Потенційна можливість працевлаштування управлінця у конкурентів; можливість втрати виробничих та господарських зв'язків; ризики витоку інформації за межі підприємства, що містить комерційну таємницю; ймовірність виникнення помилок у процесі пошуку управлінських кадрів; поява не прогнозованих витрат; загрози, пов'язані з впровадженням та адаптацією досвіду управління з інших підприємств; ризики протистояння можливим змінам зовнішнього характеру.

Джерело: власна розробка

ців хаотичного характеру, але й створює перешкоди для розширеного відтворення підприємства в цілому. Розробка стратегічних напрямів удосконалення процесу розвитку діяльності управлінського персоналу та формування резервів для підвищення ефективності праці працівників апарату управління потребує проведення комплексної діагностики наявної системи підготовки та перепідготовки управлінського персоналу машинобудівних підприємств.

Висновки і пропозиції. Проведені дослідження показали, що рівень розвитку системи підвищення кваліфікації управлінського персоналу машинобудівних підприємств залежить як від зовнішніх (наявність інтеграційних зв'язків підприємства з контрагентами; доступ до зовнішніх джерел фінансування; позиції на ринку тощо),

так і внутрішніх (професійність та компетенція працівників кадрових служб; ресурсні можливості підприємства; принципи та засади ведення кадрової політики; психологічні інтереси та стимули в колективі; спеціалізація підприємства; інше) чинників. Залежність від такої сукупності впливів формує відмінності в організації процесу підвищення кваліфікації управлінського персоналу між машинобудівними підприємствами, диспропорції в рівні ефективності діяльності управлінського персоналу, диференціацію в корпоративній культурі підприємств тощо. Наявність структурних проблем у процесі підвищення управлінського персоналу потребує розробки пріоритетних заходів у напрямі його раціоналізації на засадах використання науково-обґрунтованих підходів до навчання, розвитку та кар'єрного зростання.

Список літератури:

1. Єгоршин А.П. Управление персоналом / А.П. Єгоршин. – Н. Новгород : НИМБ, 1997. – 607 с.
2. Рубахин В.Ф. Психологические аспекты управления / В.Ф. Рубахин, А.В. Филлипов. – М. : «Знания», 1976. – 64 с.
3. Ксенофонтова М.М. Управлінська культура : сутність та особливості формування / М.М. Ксенофонтова, Т.М. Заболотна // Вісник Сумського національного аграрного університету. – Серія «Економіка та менеджмент». – Випуск 8(58). – 2012. – С. 81–86.
4. Поліщук І.І. Самоменеджмент як засіб підвищення ефективності роботи керівника / І.І. Поліщук // Вісник Хмельницького національного університету. – № 3, Т. 1, – 2013. – С. 227–231.
5. Дяченко Ю.Ю. Онтологічний підхід до формування вимог до навчання персоналу підприємств // Економіка Менеджмент Підприємництва. – № 24 (II), – 2012. – С. 127–132.
6. Кількість та характеристика найманих працівників, підготовка та підвищення кваліфікації кадрів у Львівській області у 2010 році / Головне управління статистики у Львівській області. – Статистичний бюлетень. – Відповідальна за випуск О.В. Кононова. – Львів. – 2011. – 44 с.
7. Кількість та характеристика найманих працівників, підготовка та підвищення кваліфікації кадрів у Львівській області у 2011 році / Головне управління статистики у Львівській області. – Статистичний бюлетень. – Відповідальна за випуск О.В. Кононова. – Львів. – 2012. – 49 с.
8. Кількість та характеристика найманих працівників, підготовка та підвищення кваліфікації кадрів у Львівській області у 2012 році / Головне управління статистики у Львівській області. – Статистичний бюлетень. – Відповідальна за випуск О. В. Кононова. – Львів. – 2013. – 40 с.

Кривоухатко Н. Д.

Национальный университет «Львовская политехника»

СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

Определена роль повышения квалификации управленческого персонала в деятельности машиностроительных предприятий. Исследованы структурно-функциональные характеристики системы повышения квалификации. Определены количественные и качественные параметры подготовки управленцев. Проведен SWOT-анализ системы подготовки и переподготовки управленческого персонала.

Ключевые слова: управленческий персонал, машиностроительное предприятие, система повышения квалификации, обучение, подготовка и переподготовка.

Kryvohatko N. D.

National University «Lviv Polytechnic»

THE STRUCTURAL AND FUNCTIONAL CHARACTERISTIC OF MANAGEMENT PERSONNEL TRAINING SYSTEM AT THE ENGINEERING ENTERPRISES

Summary

The role of management personnel training in the engineering enterprises activity is defined. The structural and functional characteristics of the training system are investigated. The quantitative and qualitative parameters of managers training are defined. A SWOT-analysis of manager personnel training and retraining system is conducted.

Key words: management, engineering enterprise, training system, teaching, training and retraining.

УДК 331:658.115:621

Крупський О. П.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

КУЛЬТУРА В ОРГАНІЗАЦІЇ: РОЛЬ МЕНЕДЖЕРА В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЗБАЛАНСОВАНОГО ПІДХОДУ

У статті досліджено окремі підходи щодо визначення сутності та складових понять «культура» і «організаційна культура», висвітлені основні точки впливу культури на ефективність роботи підприємства; наведено авторське визначення збалансованої культури як фактора розвитку підприємства; проаналізовано роль менеджера в побудові збалансованої культури; розглянуто поняття балансу культур і запропоновано авторське визначення даного поняття.

Ключові слова: культура, організаційна культура, збалансована культура, підприємство, менеджер, збалансована команда.

Постановка проблеми. Культура, що склалася в організації (організаційна культура), – явище складне і неоднозначне, важко контрольоване і, водночас, таке, що не можна ігнорувати. Вона є основою управління людськими ресурсами, оскільки визначає прихильність, вмотивованість і ступінь задоволення працівника [1, с. 528-529]; впливає на загальний стан, продуктивність і здатність приймати раціональні рішення [2, с. 10-11]; виконує функцію «клею», що сприяє, з одного боку, інтеграції соціальних відносин, координації активності і «самовизначенню» окремих осіб – з іншого [3, с. 4]; зумовлює індивідуальну і групову мораль; робить більш ефективним процес спілкування як такий.

Недооцінка важливості організаційної культури обмежує автономію, гнучкість, інновації та можливості для розвитку особистостей і підприємств; загрожує поверненням старих порядків; супроводжується опором, непокою й надмірним зміцненням влади професійних груп [4, с. 301-302]. Невдоволення робітниками своїм становищем має наслідком депресію, серцеві хвороби, безліч інших проблем; викликає плінність кадрів та зниження ефективності труда. Наприклад, за оцінками міжнародної консалтингової компанії Gallup, такі робочі коштують американській економіці до 350 млрд дол. щорічно за рахунок зниження продуктивності праці; за зміни ситуації на краще прибуток на акцію збільшився би в 2,6 рази [5, с. 43].

І, навпаки, мотивація співробітників, моральний дух і задоволення, яке вони отримують на робочому місці, мають вирішальне значення для зміцнення прихильності й створення організаційної репутації; надаючи персоналу змогу стати «ключовими гравцями у виробництві знань і технології, економічним двигуном постіндустріального суспільства» [4, с. 296]. Останнє визначає зростання поваги як власної, так і з боку роботодавця, як наслідок – продуктивності праці робітників і конкурентоспроможності фірми на внутрішньому й зовнішньому ринках. Все вищезгадане зумовлює актуальність вивчення обраної теми.

Аналіз останніх наукових досліджень. Досліджувати роль культури у становленні підприємства вчені почали ще в першій половині минулого століття. Всесвітню відомість у відповідній сфері набули роботи L.V. Becker, P. Bordieu, R. Boyatzis, P. Degeling, D.P. Fritzsche, T. Gallaghe, R.L. Helmreich, A. Hochschild, G. Hofstede, C.A. Hollifield, A.A. Kennedy, J. Kennedy, E. Orozco, E.H. Schein, T.E. Deal, F. Trompenaars. Серед російських вчених різні аспекти, пов'язані з культурним середовищем орга-

нізації, вивчали М.Р. Богатирьов, Г.В. Калекіна, С.В. Луков, В.В. Томілов, А.Н. Чаплина, Е.А. Черних, С.В. Щербіна.

Відповідні питання досліджували такі українські фахівці, як Л. Бурдейна, Н. Держак, О. Дробленко, Г. Захарчин, Ю. Копетинська, Г. Назарова, Л. Орбан-Лембрик, С. Сливка, В. Третьяченко, Г. Хаєта, А. Чухно, Т. Чернявська тощо. Проте, якщо закордонні дослідники вже здійснюють перші спроби певним чином визначити й довести необхідність дотримання певного культурного балансу, то в Україні означене питання все ще залишається відкритим й таким, що потребує розгляду з боку і науковців, і практиків бізнесу.

Мета статі – проаналізувати роль менеджера у побудованні збалансованої організаційної культури на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. В сучасній науковій думці поняття культури давно вже стало міждисциплінарним. Відповідно, важко знайти й остаточно визначитися із акцентами роль та рівень сформованості організаційної культури, коли мова йде про діяльність підприємства. Так, у західній літературі термін є синонімом слова «цивілізація», або «витонченість розуму», що виникає внаслідок отримання освіти, захоплення мистецтвом і літературою тощо (так звана «культура у вузькому сенсі»); соціальні антропологи надають перевагу більш широкому розумінню, застосовуючи сучасний вираз «програмане забезпечення для мозку». У такому сенсі культура стає гаслом для всіх тих, хто поділяє стереотипи на мислення, почуття й дії, звичайні для повсякденного життя [6, с. 1]. Необхідно зауважити, що більшість антропологів розглядають культуру як сукупність переконань, правил, методів, настанов та артефактів, що характеризують людські популяції; її складають певні шаблони поведінки, спільної для членів даного суспільства, які формують унікальний спосіб його життя [7, с. 2].

Об'єднавши два підходи, можна дійти думки, що культура – це колективне програмування свідомості, яке відрізняє членів однієї групи або категорії людей від іншої; «неписані правила соціальної гри». Отриманий таким чином термін може відноситися до країн, регіонів всередині країни, народів, етносів, релігій, професій, організацій, підприємств або статі [8].

J.R. Schermerhorn, американський гуру менеджменту, визначив культуру як «звичайний спосіб сприйняття й описання внутрішнього світу компанії; спосіб диференціації однієї організації від іншої». Він же відокремив чотири типи культури компаній залежно від моральної орієнтації й дій, які їй відповідають: *демонстра-*

тивної непокори; поступливості; зневаги; статусу. Так, підприємства першої категорії в своїй діяльності будуть керуватися гаслом «Ціль виправдує засоби»: опір, ігнорування й порушення етичних стандартів, правил, законів залишаються непокараними й «навіть» можуть бути схвалені, коли вірогідність виявлення сприймається як низька (або кінцева мета, перш за все, економічна, варта ризику). Культура підприємств другої групи пов'язана з оборонною і адаптивною стратегіями корпоративної та соціальної відповідальності: персонал вимушений пристосовуватися до умов і рамок, які не сприймає. «Зневага» законами бізнесу й неможливість лідерів змусити колектив їх усвідомити загрожує колапсом. Останнім з чотирьох типів цієї таксономії є культура статусу (характеру). Їй відповідають організації й особи, які дійсно дотримуються етичної поведінки; зробили її фундаментальним компонентом кожної дії, орієнтиром, що має вирішальне значення. Менеджери таких установ «повинні знати, цінувати й робити те, що правильно» [9, с. 15-16].

Різноманіття практик і артефактів, через які культура знаходить прояв, стало причиною появи трьох різних підходів до концептуалізації культури (табл. 1).

Спосіб, в який культура задумана, концептуалізована, втілена в життя підприємства й реагує на зміни, допомагає визначити, наскільки це поняття набуває практичну значимість і відбиває важливість означеної сфери для досягнення мети. Опитування, що проводилося серед робітників і пацієнтів клінік Великобританії на початку двадцять першого сторіччя, показало: майже 90% з них вважають, що «культура використовується в їхній організації для описання шляхів, досягнення мети». При цьому в ході якісного інтерв'ю стало очевидним, що зміна культури є невід'ємним елементом сукупності заходів з поліпшення результатів діяльності; була виявлена наявність окремих субкультур в рамках різних спеціальностей і груп всередині колективу. З'ясувалось, що люди, в першу чергу, схильні бачити себе належними до своєї власної маленької групи, і лише в другу – до організації. Підгрупи можуть як працювати в тандемі з домінуючою культурою, так і протистояти їй, порушуючи бажаний баланс [11, с. 113].

Поняття «балансу культури» дискутується в західній літературі протягом останніх десяти років, проте й досі чітко не сформульовано. Автор під балансом культури в організації пропонує розуміти такий її стан, коли досягається рівновага інтер-

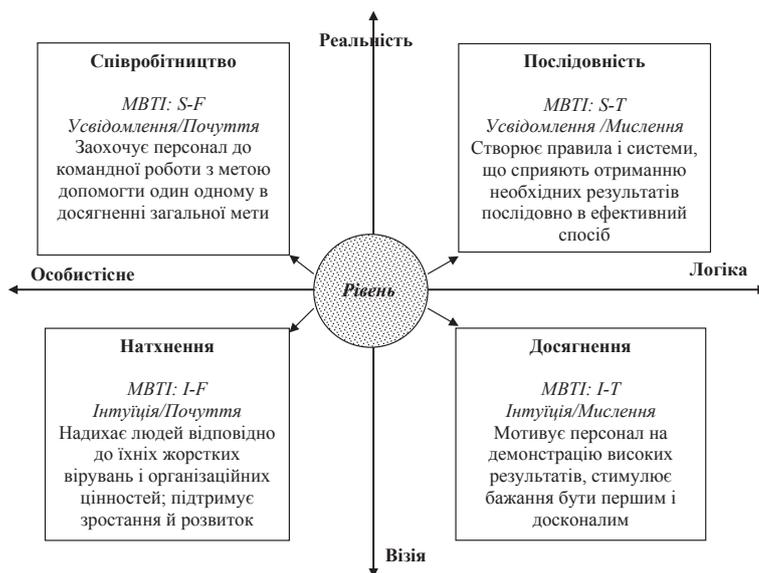


Рис. 1. Оптимально збалансована культура залежно від типу особистості згідно з методологією МВТІ (Myers-Briggs Type Indicator) [12, с. 4].

есів керівництва, акціонерів і персоналу, а також представників окремих професійних, гендерних, соціальних, референтних, етнічних груп з метою підвищення конкурентоспроможності організації шляхом сприяння мотивації прямих і опосередкованих суб'єктів виробничого процесу (її складові наведено на рис. 1; порівняння з незбалансованою культурою в табл. 2). Колектив, в якому досягнута така рівновага, доцільно вважати збалансованою командою. Вона характеризується задоволенням від спільної роботи, що виконується; колег, які оточують; процесу обговорення й прийняття рішень; почуття власної значущості й важливості інших; віри у свої здібності й усвідомлення того факту, що тільки працюючи разом можна добитися успіху.

У випадку незбалансованості команди, відповідно, й робочого середовища, учасники виробничого процесу, або надання послуг, фактично борються один з одним і проти самих себе; відчувають нестачу мотивації, впевненості, довіри; відсутність емпатії й поваги [13].

Така ситуація є загрозливою для компанії. Зміна її на протилежну залежить від наступних факторів: а) місії, що спускається згори й сприймається (усвідомлюється) підлеглими; б) зворотного зв'язку із споживачем, послідовності й стабільності; в) короткострокової продуктивності й довготермінового зростання; інновацій і надійності [15, с. 1].

Як показали дослідження, компанія може стати новітньою більш етичною й соціально відповідальною

Таблиця 1

Трьохперспективна теорія культури [10, с. 606]

	Перспектива		
	Інтеграція	Диференціація	Фрагментація
Ступінь консенсусу	Надання широкого (значна вибірка) консенсусу із значною інтерпретацією проявів	Досягнення консенсусу в межах субкультури	Обмеженість колективу у випадках пошуку згоди (тільки з конкретних пов'язаних питань)
Рівень узгодженості	Прояви мають пов'язані послідовні інтерпретації	Інтерпретації проявів не узгоджені між різними субкультурами	Трактовка проявів не є ні чітко послідовною, ні несумісною
Орієнтація на неоднозначність	Прояви чітко інтерпретовані	Прояви є чіткими в субкультурних рамках; неоднозначними – поза ними	Прояви розуміються двозначно

Порівняльна характеристика збалансованої і незбалансованої культури
[14, с. 10; доповнено автором]

Вид	Незбалансована культура рейтинг – 0	Збалансована культура рейтинг – 5	Культура в організаціях України	
			Характеристика	Оцінка 0-5
Робота в команді	Джерела фінансування неясні; цілі не пов'язані із стратегією або баченням; нереальні терміни; ролі нечіткі	Узгодження з місією; кросфункціональний підхід; персонал достатньо кваліфікований для виконання повноважень	Не ставиться за мету створення команди. Місія й візія по більшості носять формальний характер. Персонал виконує різні функції	1
Комунікації	Інформація поступає згори; більше відомостей, ніж значення; зміцнення субкультурних меж (у т. ч. професійних)	Двостороння комунікація; усвідомлення загальної мети й шляхів її досягнення	Накази спрямовуються від керівництва, не підлягають обговоренню; субкультури не є чітко вираженими; кожен націлений на одержання власної вигоди	0
Збори	Починаються пізно; не мають чіткого порядку денного; плани заздалегідь не узгоджуються	Початок і кінець жорстко регламентовані; питання доводяться до персоналу й використовується для планування й вирішення проблем	Починаються часто в першій половині дня; можуть тривати до вечора й не закінчуватися конструктивними ідеями: останнє слово – за керівництвом	0
Зв'язок з користувачем	Вимагає від клієнта суттєвих затрат енергії з причини недосконалості взаємодії підрозділів (сервісу, наприклад)	Чуйне ставлення до покупця; всіляка допомога; навчання і розвиток триває	Ставлення фірм до клієнтів неоднозначне. Повага з'являється часто під тиском законодавства, а не корпоративної етики	1
Прийняття рішень	Аналіз заміняє дії; проблеми скоріше приховуються, ніж вирішуються; мінімум поглядів розглядається	Знаходиться корінь проблеми; надається перевага предикативному методу над реактивним; має місце розмаїття альтернатив	Здійснюється управлінським апаратом; не спрямоване на рішучі дії; процес – бюрократизований; думки підлеглих до уваги не беруться	0
Зворотній зв'язок	Орієнтовані на встановлення провини; страх керує процесом	Розглядається як вирішальний для успіху; уроки процесу засвоюються; фокусується на коучингу і наставництві	В більшості випадків, відсутній. Русійська сила – страх, проте поступово фірми прибігають до послуг коучерів	1

ною (тобто, збалансованою) шляхом прийняття основних *органічних* цінностей (наприклад, демократичність, відкритість, довірливість, ініціативність, творчість, мотивація) й відходу від *механістичних* (структурованість, урегульованість, жорсткість правил і процедур, авторитарність, закритість); необхідно зауважити, що розповсюдження органічних цінностей не вимагає від організації значних фінансових вкладень [16, с. 15].

Збалансована культура (як і команда) будується у наступні шість етапів:

- встановлюється дедлайн (кінцевий термін). Це стимулює персонал на зміни, які завжди потребують виходу із зони комфорту;

- визначається напрямок реалізації мрій. Фактично – колектив спрямовується «на подвиг» з метою впровадження в життя чітко визначеної бізнес-стратегії;

- створюється команда, що займатиметься змінами. Очолити її має мужня й, водночас, творча особистість, що є (в ідеалі) харизматичним лідером. Відповідальною за ідею й її фінансування може бути зовсім інша особа;

- налагоджується постійний зв'язок, який є основою зміцнення відданості персоналу й появи нових можливостей;

- демонструється готовність лідерів (вищого менеджменту) до «початку змін з себе»;

- забезпечується нескінченний, невпинний, постійний зворотній культурний зв'язок (із співробітниками, клієнтами, постачальниками тощо) [17, с. 9-10].

Зростаючі складність і взаємозалежність підприємств висувають особливі вимоги до управлінського персоналу. Все більші зусилля потрібні на розв'язання завдань, пов'язаних з віковим, культурним, етнічним розмаїттям персоналу; необхід-

ністю спілкуватися із ним, поєднувати його в групи, балансувати діяльність останніх. Ці завдання передбачають, що менеджер має бути висококваліфікованим і стриманим і, що більш важливо, ніколи не повинен робити нічого, що могло б поставити під загрозу професіоналізм і розсуд співробітників.

Для отримання максимальної віддачі менеджмент також повинен створювати відповідні умови, атмосферу відкритості, чесності й справедливості (страх не сприяє творчості й продуктивності); сприяти підлеглим як дорослим особам, а не дітям, які потребують постійної турботи; забезпечувати необхідною кількістю інформації, зокрема щодо зв'язку внеску й винагороди (в протилежному випадку пустота, що утворилася, заповнюється чутками, які відволікають від роботи і вселяють невпевненість в завтрашньому дні. В цьому контексті на особливу увагу заслуговує урахування культурних розбіжностей, зокрема аналіз причин виникнення задоволення й відчуття безпорадності. Культурна складова повинна бути головною в стратегії управління персоналом, метою якої є побудування збалансованої команди [19, с. 25; 20, с. 4].

Висновки і пропозиції. Компіляція бачення, місії і стратегії створюють і визначають подальший розвиток підприємства. Проте цей розвиток без урахування ділових цінностей і професійної етики буде бездуховним, неконтрольованим, нерівномірним, нестабільним, безсистемним. Для отримання успішного, динамічного, енергійного і стійкого бізнесу необхідно усвідомити: його основою є моральні цінності. Виконання завдань, заходів, показників і досягнення цілей в моральній атмосфері, що задовольняє колектив, викликає поліпшення відносин, впевненість у рішеннях, здорову конкуренцію, удосконалення здібностей і

сплеск ідей; стає надійним підґрунтям досягнення командного успіху.

Проте без значних цілеспрямованих зусиль з боку керівництва досягти позитивних змін в організації неможливо. Отже, першим кроком на шляху до успіху повинно стати усвідомлення ме-

неджерями своєї ролі у формуванні й зміцненні збалансованої культури на підприємстві.

В подальших роботах автора буде проаналізований механізм формування та вплив організаційної культури на діяльність підприємств сфери туризму та гостинності.

Список літератури:

- Harris S.G. The Affective Implications of Perceived Congruence with Culture Dimensions During Organizational / S.G. Harris, K.W. Mossholder // Transformation. Journal of Management, 22. – 1996. – P. 527–547.
- Schein E.H. The Corporate Culture Survival Guide: Sense and Nonsense about Culture Change. / E.H. Schein – San Francisco : Jossey-Bass, 1999. – 224 p.
- Bao Yu. Understanding the Motivational Mechanism of Value Congruence: A PhD thesis. / Yu. Bao // ESADE Business School. Ramon Lull University. – Barcelona, Spain. – 2012. – 156 p. [Electronic Resource]. – Mode of access : http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/84179/BAO_PhD%20Thesis_FV.pdf?sequence=1.
- Parding K. New Conditions for Identities, Cultures and Governance of Welfare Sector Professionals: The Teaching Profession / K. Parding, L. Abrahamsson, A. Berg-Jansson // Theory & Politics in Organization. – Volume 12(3). – 2012. – P. 294–308 [Electronic Resource]. – Mode of access : http://www.ephemerajournal.org/sites/default/files/12-3pardingabrahamssons_bergjansson.pdf.
- Rampersad H.K. The way to a high-performance culture with the Total Performance Scorecard / H.K. Rampersad // Strategic Change. Wiley InterScience. – P. 43–55 [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://ehis.ebscohost.com.ludwig.lub.lu.se/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=dbf20be9-1023-48c1-b5df-baf07a2708d7%40sessionmgr14&vid=3&hid=7>.
- Hofstede: Cultures and Organizations – Software of the Mind (Source: Hofstede: Cultures and Organizations) [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://westwood.wikispaces.com/file/view/Hofstede.pdf>.
- Krokosz-Krynke Z. Organizational Structure and Culture: Do Individualism/Collectivism and Power Distance Influence Organizational Structure? / Z. Krokosz-Krynke. – Wrocław Institute of Technology. 2000. – P. 1–13 [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://www.fsb.muohio.edu/abas/1998/krokosz.pdf>.
- Hofstede G. What is Culture? / G. Hofstede [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://www.geerthofstede.nl/culture.aspx>.
- Sauser W. Empowering Leaders to Craft Organizational Cultures of Character: Conceptual Framework and Examples / W. Sauser // Journal of Leadership, Accountability and Ethics. Auburn University. – Vol. 10(10) – 2013. – P.14–27 [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://ehis.ebscohost.com.ludwig.lub.lu.se/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=1457a5ca-b14d-47ac-aa80-8ca2d149d261%40sessionmgr113&vid=3&hid=16>.
- Kappos A. Three-Perspective Model of Culture, Information Systems, and Their Development and Use / A. Kappos // MIS Quarterly. – Vol. 32. – No. 3. – 2008. – P. 601–634 [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://ehis.ebscohost.com.ludwig.lub.lu.se/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=7fb7cbb4-a497-4f38-917c-12fb840357b9@sessionmgr11&vid=2&hid=15>.
- Konteh F. Understanding Culture and Culture Management in the English NHS: a Comparison of Professional and Patient Perspectives / F. Konteh, R. Mannion, H. Davies. // Journal of Evaluation in Clinical Practice. – 17. – 2011. – P. 111–117 [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://ehis.ebscohost.com.ludwig.lub.lu.se/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=b31bad64-a427-4982-a4a6-2fd188a09397%40sessionmgr10&vid=3&hid=17>.
- Haynie S. Putting It into Action: Developing a Balanced Organizational Culture. / S. Haynie. [Electronic Resource]. – Mode of access : https://www.cpp.com/images1/marketing/2011_03_10_Be_Better/Putting_Into_Action_Promoting_Balanced_Org_Culture.PDF.
- Gessler R. Balanced Teams are a Result of Consciously Designed Organizational Culture. / R. Gessler. [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://technicka.net/articles/balanced-teams-are-result-consciously-designed-organizational-culture>.
- Collaborative Leadership for Change / Corporate Culture Pros. – 2011. – P. 1–11 [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://www.corporateculturepros.com/wp-content/uploads/2011/11/CLFC.pdf>.
- Schmidt G. Does Your Organization Have a Balanced Culture? / G. Schmidt, L. Jackson // Matrix Consulting Group, 2006. P. 1–3 [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://www.corporateculturepros.com/wp-content/uploads/2011/11/DoesYourOrganizationHaveBalancedCulture.pdf>.
- Jin K. The Role of Corporate Value Clusters in Ethics, Social Responsibility, and Performance: A Study of Financial Professionals and Implications for the Financial Meltdown / K. Jin, R. Drozdenko, S. DeLoughy // Springer Science+Business Media B.V. – 2012. – P. 15–24 [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://ehis.ebscohost.com.ludwig.lub.lu.se/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=3a4fb5e1-6291-41e7-bea9-15354543a747%40sessionmgr15&vid=3&hid=106>.
- How to Drive Business Performance through Culture: The Case, the Research and the Process. Because Your Culture Matter. Corporate Culture Pros. – 2011. – P. 1–12 [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://www.corporateculturepros.com/wp-content/uploads/2013/02/HowtoDriveBusPerformance.pdf>.
- Less is more. The Esquire Guy Serves up a Lesson on What not to Do // Entrepreneur. – May. – 2013. – P. 22–23 [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://ehis.ebscohost.com.ludwig.lub.lu.se/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=a0badf2b-041e-4efd-a5a7-bb2f01687b73%40sessionmgr111&vid=3&hid=17>.
- Effect of Organizational Culture on Creating Learned Helplessness Attributions in R&D Professionals: A Canonical Correlation Analysis / S. Saxena, H. Shah // Vikalpa. – Vol. 33/2. April–June. – 2008. – P. 25–45 [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://ehis.ebscohost.com.ludwig.lub.lu.se/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=5c42129c-2a25-4490-9462-1cbd52f1ac35%40sessionmgr115&vid=3&hid=109>.
- Koury F. Fair and Balanced. A Good Culture Helps Reinforce Your Human Resources / F. Koury // Smart Business Aflama. February. – 2010. – P. 4 [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://ehis.ebscohost.com.ludwig.lub.lu.se/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=3f8b365e-072a-49e9-9fbf-9d13b6ac05d1%40sessionmgr13&vid=3&hid=7>.

Крупский А. П.

Днепропетровский национальный университет имени Олеса Гончара

КУЛЬТУРА В ОРГАНИЗАЦИИ: РОЛЬ МЕНЕДЖЕРА В ОБЕСПЕЧЕНИИ СБАЛАНСИРОВАННОГО ПОДХОДА

Резюме

В статье исследованы отдельные подходы к определению сущности и составляющих понятий «культура» и «организационная культура», выделены основные точки влияния культуры на эффективность работы предприятия; представлено авторское определение сбалансированной культуры как фактора развития предприятия; проанализирована роль менеджера в построении сбалансированной культуры; рассмотрено понятие баланса культур и предложено авторское определение данного понятия.

Ключевые слова: культура, организационная культура, сбалансированная культура, предприятие, менеджер, сбалансированная команда.

Krupskyy O. P.

Dnipropetrovsk National University Oles Honchar

CULTURE IN THE ORGANIZATION: ROLE OF A MANAGER IN ENSURING A BALANCED APPROACH

Summary

The article explores the particular approaches to the determination of the essence and components of the definitions, such as «culture» and «organizational culture». It highlights the main points of cultural impact on the enterprise's work effectiveness; introduces the author's definition of the balanced culture as the development factor of an enterprise; analyzes the manager's part of the building of a balanced culture; reviews the concept of cultural balance and proposes the author's definition of this concept.

Key words: culture, organizational culture, balanced culture, enterprise, manager, balanced team.

УДК 300.101.52:334.716

Лаврик У. В.

Донецкий национальный технический университет

КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТА МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ЇЇ ВИЗНАЧЕННЯ

У даній статті визначено критерії та показники комплексного оцінювання різних складових стійкого розвитку підприємства з позиції різних зацікавлених сторін.

Ключові слова: стійкий розвиток, підприємство, зацікавлені групи, критерій, показник, методика, комплексна оцінка.

Постановка проблеми. В умовах посилення кризових явищ, зниження платоспроможного попиту та підвищення рівня існуючої конкуренції важливим завданням є забезпечення стійкого розвитку вітчизняних підприємств. Для збереження стійкості свого поточного положення і залучення ресурсів для подальшого розвитку підприємствам доводиться враховувати все більшу кількість факторів зовнішнього та внутрішнього середовища та адаптуватись до їх динамічної зміни. Така природа функціонування підприємств зумовлює необхідність використання підприємствами сучасних підходів до управління, з метою забезпечення їх подальшого існування і розвитку. Одним з найбільш перспективних підходів до управління підприємством є теорія зацікавлених сторін (стейкхолдерів). Основною ідеєю даного підходу є передумова про те, що успіх підприємства вимірюється ступенем задоволеності легітимних інтересів всіх релевантних зацікавлених сторін. У свою чергу, налагодження діалогу та формування міцних взаємин зі стейкхолдерами є способом мінімізації ризику, запорукою зниження невизначеності і, як результат, досягнення стійкої конкурентної переваги підприємства. Таким чином, довгострокове виживання та сталий розвиток підприємства визначається

його здатністю встановлювати та підтримувати відносини всередині мережі стейкхолдерів. Як результат, підприємство, орієнтоване на стейкхолдерів, має великі шанси на стабільний стійкий розвиток і, як наслідок, зростання його вартості.

Важливість і необхідність удосконалення теоретико-методичних та прикладних аспектів оцінки стійкого розвитку підприємств з позицій зацікавлених сторін зумовлюють актуальність обраної теми, завдання та напрями дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика стійкого розвитку присвячено дослідження багатьох зарубіжних вчених, таких як К. Роберт, Г. Броман, Д. Уолдрон, Д. Кембел, Дж. Бучанан та ін. Серед вітчизняних досліджень велике значення мають роботи таких вчених, як О. Амоша, В. Геєць, Ю. Лисенко, В. Пономаренко, С. Чимшит та інших.

Істотний внесок у розвиток теорії зацікавлених сторін зробили зарубіжні вчені Т. Дональдсон, М. Кларксон, Л. Престон, С. Сакс, Е. Фрімен та ін. Разом з тим існуючі розробки щодо практичного застосування теорії стейкхолдерів у працях І. Гуркова, М. Петрова, К. Редченка, О. Хазова носять фрагментарний характер, слабо структуровані та формалізовані.

Виділення невирішеної проблеми. Дослідження літературних джерел та практичного досвіду функціонування вітчизняних підприємств доводить, що більшість теоретичних положень та практичних рекомендацій у цій сфері присвячено вирішенню проблеми на національному та регіональному рівні, в той час як низка принципово важливих питань, пов'язаних з комплексним оцінюванням стійкості розвитку підприємства, не дістала належного висвітлення. До того ж, зважаючи на постійну динаміку та зміни у процесах розвитку економіки країни, на постійне виникнення нових проблем функціонування підприємств, питання дослідження та систематичного аналізу стійкого розвитку підприємств потребує подальшого дослідження.

Метою статті є обґрунтування методичного інструментарію комплексної оцінки стійкого розвитку підприємств з позиції задоволення домінуючих потреб ключових стейкхолдерів.

Викладення основного матеріалу. Сучасні умови господарювання характеризуються відкритістю, інтерактивними мережевими взаємодіями і доступністю інформації, що змушує підприємство з усією серйозністю поставитися до побудови міцних взаємодій зі стейкхолдерами. Сучасне підприємство для забезпечення стійкого розвитку та життєздатності при розробці своєї стратегії повинне враховувати інтереси широкого кола зацікавлених осіб. Однак в умовах обмеженості ресурсів менеджменту підприємства необхідно перерозподіляти існуючі ресурси пропорційно значущості зацікавлених сторін. Тому для визначення основних стратегічних завдань підприємству необхідно дослідити та структурувати основні очікування стейкхолдерів з урахуванням їх взаємодії, впливу та значущості. Порівняльний аналіз різних типів

стейкхолдерів, їх інтересів і способів впливу на підприємство представлений в табл. 1.

У ході дослідження автором встановлено, що оцінку стійкості розвитку підприємств необхідно здійснювати на основі виділення і систематизації окремих її компонентів, що дозволяють врахувати значну кількість легітимних інтересів ключових стейкхолдерів. Зважаючи на складність і комплексність вирішуваної проблеми та необхідність задоволення інтересів значної кількості зацікавлених осіб, на першому рівні декомпозиції генеральної мети в рамках оцінювання рівня стійкості розвитку доцільно виділити шість взаємопов'язаних складових: промислово, інвестиційну, комерційну, фінансову, соціальну та екологічну. Визначення цільових установок та складу показників, які включені в модель комплексної оцінки, заснована на побудові дерева цілей стійкого розвитку підприємства (рис. 1). Дерево формується таким чином, щоб включені в нього цілі відображали реалізацію інтересів найважливіших груп стейкхолдерів і в сукупності сприяли досягненню головної мети – забезпеченню стійкого розвитку підприємства. Для вимірювання виділених складових були сформовані цілі нижчого рівня (завдання), виконання яких оцінюється співвідношенням темпів зростання показників, що визначають ступінь досягнення кожного з завдань. Тобто дерево цілей підприємства показує шляхи досягнення головної мети через систему завдань підприємства.

Для забезпечення балансу інтересів стейкхолдерів використовується упорядкування темпів зростання показників у розрізі окремих складових, назване еталонною динамікою розвитку [1], яка наведена в табл. 2.

Обрані еталонні співвідношення показників, які у динаміці стають індикаторами стійкості роз-

Таблиця 1

Порівняльна характеристика основних стейкхолдерів підприємства

Найменування групи стейкхолдерів	Очікування	Ресурси впливу	Спосіб впливу	Показники роботи підприємства, що цікавлять
Власники та акціонери	Зростання вартості інвестованого капіталу, іміджу	Фінансовий, адміністративний інформаційний	Вилучення капіталу, прибутку у формі дивідендів, зміна вищого менеджменту	Зростання капіталізації компанії, прибутку, дивідендів, цін на акції
Менеджери	Можливість росту, професійного розвитку та добробуту	Культурно-інформаційний	Ігнорування стратегічних цілей підприємства	Фінансове благополуччя, кар'єрне зростання, соціальний статус
Співробітники	Якість життя, позитивна робоче середовище	Культурно-інформаційний	Зниження ефективності праці, недотримання трудової і виробничої дисципліни	Рівень оплати, забезпечення безпечних умов праці, плінність кадрів, рівень задоволеності працею
Споживачі	Задоволення потреб	Фінансовий, інформаційний	Відмова від придбання, вимоги зниження цін, вимоги поліпшення якісних параметрів продукту та сервісного обслуговування	Низькі ціни, прийнятна якість, гарне обслуговування, широкий вибір, гарантії безпеки та роботодавності, наявність інноваційної продукції
Постачальники, підрядні організації	Партнерські відносини на взаємовигідних умовах	Фінансовий	Підвищення цін, зниження якості виконуваних робіт, збої поставок	Довгострокова взаємодія, платоспроможність
Громада	Благополуччя соціального та екологічного середовища	Інформаційний	Формування позитивного чи негативного іміджу компанії, боротьба за поліпшення середовища проживання	Зайнятість населення, зниження шкідливих викидів, реалізація програм по збереженню навколишнього середовища
Власні структури	Економічне зростання, соціальний розвиток	Правовий, адміністративний	Зміна податкового режиму, законодавче регулювання бізнесу, фінансова та інформаційна підтримка	Податкові надходження, створення робочих місць
Фінансові організації	Гарантія повернення капіталу	Адміністративний, фінансовий	Зниження вартості, а також та збільшення обсягу наданих позикових коштів	Довгострокова взаємодія, платоспроможність

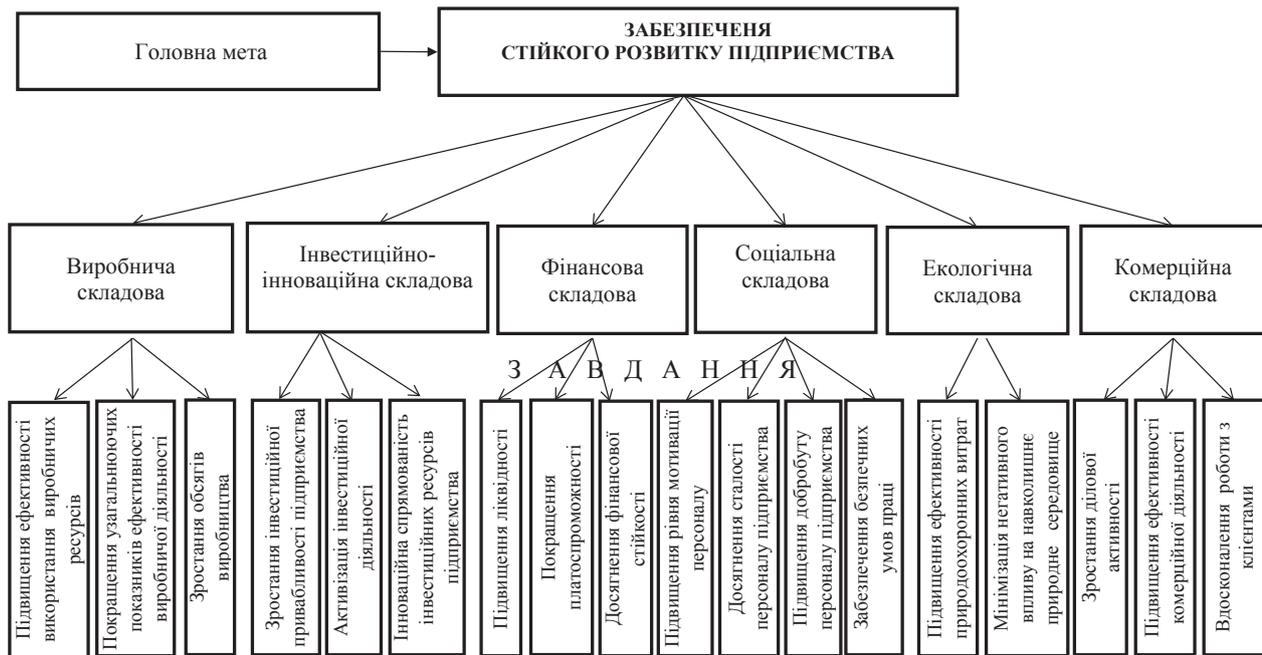


Рис. 1. Дерево цілей стійкого розвитку підприємства

Таблиця 2

Еталонна динаміка показників оцінювання стійкого розвитку підприємства

Складові стійкого розвитку	Перелік показників	Позначення	Еталонна динаміка показників (I – темп зростання)
Комерційна	тривалість обороту запасів	Tз	$I(Tз) < I(Tдз) < I(Tкз) < I(Kреал) < I(Чрин) < I(Рпр) *$
	тривалість обороту дебіторської заборгованості	Tдз	
	тривалість обороту кредиторської заборгованості	Tкз	
	коефіцієнт реалізації продукції	Kреал	
	частка ринку збуту підприємства	Чрин	
Виробнича	рентабельність продаж	Рпр	$100\% < I(Ч) < I(СА) < I(ЧД) < I(ФРо)$
	фінансовий результат від операційної діяльності	ФРо	
	чистий дохід від реалізації продукції	ЧД	
	величина сукупних активів	СА	
Фінансова	чисельність персоналу підприємства	Ч	$100\% < I(KПК) < I(ДПК) < I(НА) < I(OA) < I(BK) < I(ЧД)$
	величина власного капіталу	BK	
	величина довгострокового позикового капіталу	ДПК	
	величина короткострокового позикового капіталу	KПК	
	величина оборотних активів	OA	
Соціальна	величина необоротних активів	НА	$I(Kн) < I(Kпл) < I(Kзп) < I(ПП)$
	коефіцієнт невідповідності умов праці	Kн	
	коефіцієнт плинності кадрів	Kп	
	співвідношення середньої заробітної плати робітників підприємства з середньогалузевою	Kзп	
Екологічна	продуктивність праці	ПП	$I(Пекол) < 100\% < I(Впр) < I(ФРзв)$
	величина екологічних платежів та платежів за користування природними ресурсами на одиницю товарної продукції	Пекол	
	частка витрат на охорону навколишнього середовища у загальних витратах	Впр	
Інвестиційно-інноваційна	фінансовий результат від звичайної діяльності підприємства до оподаткування	ФРзв	$I(Впідпр) > I(ЧПкап) > I(Фінн.д.) > I(ЧІ) > I(ВІ) > 100\%$
	показник ринкової вартості підприємства	РВ	
	капіталізований чистий прибуток, спрямований на розвиток підприємства	ЧПкап	
	витрати на фінансування інноваційної діяльності	ВІД	
	величина чистих інвестицій	ЧІ	
	величина валових інвестицій	ВІ	

* запропонована динаміка показників обґрунтована у попередніх роботах автора [2]

витку підприємства в цілому, є чутливими до цільових орієнтирів, суб'єктивних аналізів, їх інтересів, впливу та значущості. Тобто ці співвідношення є пластичною та гнучкою цілісністю, здатною до ефективної трансформації у потрібному напрямку.

Отже, для забезпечення стійкого розвитку підприємства необхідно прагнути до дотримання еталонної динаміки показників. Зрозуміло, що фактична динаміка показників збігається з нормативною далеко не завжди.

Для кількісного виміру ступеню такого збігу та побудови зведеного показника в роботі був використаний апарат теорії матриць.

Представлення еталонної динаміки у матричній формі здійснюється за наступним правилом:

$$M[EP] = \{\mu_{ij}\}, \quad (1)$$

$$\begin{cases} 1, & \text{якщо } \text{Темп}^E(i) > \text{Темп}^E(j) \text{ та } \text{для } i = j \\ -1, & \text{якщо } \text{Темп}^E(i) < \text{Темп}^E(j), \end{cases}$$

де μ_{ij} – елемент матриці еталонного упорядкування;

i, j – номери показників, i – номер строки, j – номер стовпця;

$\text{Темп}^E(i)$, $\text{Темп}^E(j)$ – еталонні темпи зростання показників i, j .

Використавши ці правила, отримуємо матрицю еталонної динаміки показників фінансової складової стійкого розвитку підприємства, яка представлена в таблиці 3.

Таблиця 3

Матриця еталонної динаміки показників фінансової складової стійкого розвитку підприємства М [EP]

Показники	100%	КПК	ДПК	НА	ОА	ВК	ЧД
100%	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1
КПК	1	1	-1	-1	-1	-1	-1
ДПК	1	1	1	-1	-1	-1	-1
НА	1	1	1	1	-1	-1	-1
ОА	1	1	1	1	1	-1	-1
ВК	1	1	1	1	1	1	-1
ЧД	1	1	1	1	1	1	1

В той же час поширеною є ситуація, коли фактична динаміка показників відрізняється від рекомендованої (еталонної). Для визначення ступеню відповідності, проведемо аналіз фактичної динаміки показників роботи підприємства на прикладі ОП Шахта Октябрьський рудник. Результати роботи підприємства представлені в таблиці 4.

Таблиця 4

Показники діяльності ОП «Шахта Октябрьський рудник»

Показники	Позначення	Величина, тис. грн.:	
		31.12.2011	31.12.2012
Величина короткострокового позикового капіталу	КПК	198925	187772
Величина довгострокового позикового капіталу	ДПК	19760	17092
Величина необоротних активів	НА	238415	229013
Величина оборотних активів	ОА	9299	8067
Величина власного капіталу	ВК	8819	10172
Чистий дохід від реалізації продукції	ЧД	3027	2558

Як видно з таблиці, в 2012 році спостерігається зниження практично усіх показників діяльності ОП Шахта Октябрьський рудник, що аналізуються в рамках цієї роботи за виключенням величини власного капіталу. Для формування фактичної динаміки визначимо темпи зростання показників та порівняємо їх з бажаними значеннями. Результати розрахунків представлені в табл. 5.

Таблиця 5

Темпи показників діяльності ОП Шахта Октябрьський рудник

Показники	Позначення	Темпи зміни показників	Бажані темпи зміни показників
Величина короткострокового позикового капіталу	КПК	0,944	>1
Величина довгострокового позикового капіталу	ДПК	0,865	>1
Величина необоротних активів	НА	0,961	>1
Величина оборотних активів	ОА	0,868	>1
Величина власного капіталу	ВК	1,153	>1
Чистий дохід від реалізації продукції	ЧД	0,845	>1

Для зручності динаміку ключових показників діяльності ОП Шахта Октябрьський рудник можна записати у вигляді графа настійності пріоритетів (рис. 2).

ЧД → ДПК → ОА → КПК → НА → 100% → ВК

Рис. 2. Графи впорядкування показників стійкого розвитку ОП Шахта Октябрьський рудник

Для перевірки досягнутих результатів на відповідність еталонному впорядкуванню представимо отримані дані у вигляді аналогічної матриці (табл. 6). Правило представлення фактичної динаміки показників у матричній формі наведено у вигляді системи рівняння 2.

$$M[\Phi P] = \{\eta_{ij}\}, \quad (2)$$

$$\begin{cases} 1, & \text{якщо } \text{Темп}^\Phi(i) > \text{Темп}^\Phi(j) \text{ та } \text{для } i = j \\ -1, & \text{якщо } \text{Темп}^\Phi(i) < \text{Темп}^\Phi(j), \end{cases}$$

де η_{ij} – елемент матриці фактичного упорядкування;

i, j – номери показників, i – номер строки, j – номер стовпця;

$\text{Темп}^\Phi(i)$, $\text{Темп}^\Phi(j)$ – фактичні темпи зміни показників i, j .

У таблиці 6 відповідно до правила (2) представлена матриця фактичної динаміки показників фінансової складової стійкого розвитку підприємства.

Для оцінки міри дотримання балансу інтересів необхідно порівняти еталонну та фактичну динаміку показників діяльності підприємства. Для цього відніmemo з кожного елемента матриці еталонного впорядкування М [EP] відповідний йому

елемент матриці фактичних результатів М [ФП]. Крім того, для подальших розрахунків візьмемо не саму різницю значення еталонних і фактичних матриць, а її модуль.

Для тих пар елементів, фактичний порядок темпів зростання яких відповідає рекомендованому еталонному, різниця складе нуль, на перетині рядків і стовпців розглянутих елементів стоятимуть рівні значення: або «1», або «-1». Різниця буде спостерігатися для тих пар елементів, для яких фактичний порядок темпів не співпадає з еталонним. Тут модуль різниці складе 2. Представимо отриманий результат також у вигляді матриці М [Р].

$$M[P] = \{v_{ij}\}, \quad (3)$$

де $v_{ij} = |\mu_{ij} - \eta_{ij}|$, i, j – номери показників, i – номер строки, j – номер стовпця.

М [Р] для ОП Шахта Октябрьский за період 2011-2012 рр. буде виглядати наступним чином (табл. 7).

У тих клітинах, де стоять двійки, спостерігається порушення (інверсія) еталонного порядку темпів зростання показників. Сума двійок являє собою відстань між матрицями еталонного і фактичного упорядкування показників і у нашому випадку дорівнює 52. Для спрощення інтерпретації отриманих результатів нормуємо отриману відстань за формулою 4.

$$I_j = \left(1 - \frac{M(\Phi, E)}{2 \cdot n \cdot (n - 1)}\right) \cdot 100\%, \quad (4)$$

де I_Φ – узагальнений показник j -ої складової стійкого розвитку підприємства; n – число показників оцінювання j -ої складової стійкого розвитку підприємства; $M(\Phi, E)$ – сума інверсій в фактичному порядку показників (Ф) щодо еталонного порядку (Е), заданого в динамічній моделі.

Оцінка I_j – величина нормована і варіюється в діапазоні від 0 до 100%. Збіг фактичного і еталонного порядку показників свідчить про найвищий рівень реалізації економічної політики підприємства, спрямованої на забезпечення його стійкості, коли всі нормативно встановлені співвідношення темпів зростання показників фактично виконуються, при цьому $I_j = 100\%$. Фактичний порядок показників, повністю протилежний еталонному, дає оцінку $I_j = 0$. Чим ближче оцінка до одиниці,

тим більша частка еталонних співвідношень між показниками реалізована в реальній господарській діяльності підприємства.

Для ОП Шахта Октябрьский рудник узагальнений показник фінансової стійкості (I_Φ) складе: $I_\Phi = \left(1 - \frac{52}{2 \cdot 7 \cdot (7-1)}\right) \cdot 100\% = 38\%$. Тобто результати розрахунків свідчать про нестійкий стан фінансової діяльності підприємства.

Оскільки метою статті є формування методичного інструментарію комплексної оцінки стійкого розвитку підприємства, а не визначення його конкретної величини, тому механізм оцінювання представлений на прикладі лише фінансової складової. Слід зазначити, що розрахунок узагальнюючих показників інших складових стійкого розвитку підприємства здійснюється за аналогічним алгоритмом.

Розрахунок підсумкової комплексної оцінки стійкого розвитку підприємства (ІСПП) буде враховувати значення узагальнених показників за кожною складовою та коефіцієнтів їх вагомості за формулою:

$$I_{СПП} = \sum_{j=1}^n d_j \cdot I_j, \quad (5)$$

де I_j – узагальнюючий показник j -ої складової стійкого розвитку підприємства, d_j – коефіцієнт вагомості показник j -ої складової стійкого розвитку підприємства.

Коефіцієнти вагомості складових стійкого розвитку підприємства визначається за допомогою методу аналізу ієрархій з урахуванням значущості інтересів основних груп стейкхолдерів. Запропоновані в рамках статті рекомендації в узагальненому вигляді можливо представити у вигляді механізму оцінювання стійкого розвитку підприємства, алгоритм реалізації якого наведений на рис. 2.

Комплексна оцінка стійкого розвитку підприємства також є нормованою величиною і варіюється в діапазоні від 0 до 100%. Завдяки тому, що задані межі зміни показника, а його значення представлені в загальноживаній розмірності, отримані дані досить легко інтерпретуються. Однак необхідно позначити відмінності між таким розмаїттям результатів, визначити, до якого типу стійкості відноситься те чи інше підприємство.

Таблиця 6

Матриця фактичної динаміки показників фінансової складової стійкого розвитку підприємства М [ФП]

Показники	100%	КПК	ДПК	НА	ОА	ВК	ЧД
100%	1	1	1	1	1	-1	1
КПК	-1	1	1	-1	1	-1	1
ДПК	-1	-1	1	-1	-1	-1	1
НА	-1	1	1	1	1	-1	1
ОА	-1	-1	1	-1	1	-1	1
ВК	1	1	1	1	1	1	1
ЧД	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1

Таблиця 7

Різниця матриць еталонного і фактичного упорядкування показників фінансової складової стійкого розвитку М [Р]

Показники	100%	КПК	ДПК	НА	ОА	ВК	ЧД
100%	0	2	2	2	2	0	2
КПК	2	0	2	0	2	0	2
ДПК	2	2	0	0	0	0	2
НА	2	0	0	0	2	0	2
ОА	2	2	0	2	0	0	2
ВК	0	0	0	0	0	0	2
ЧД	2	2	2	2	2	2	0

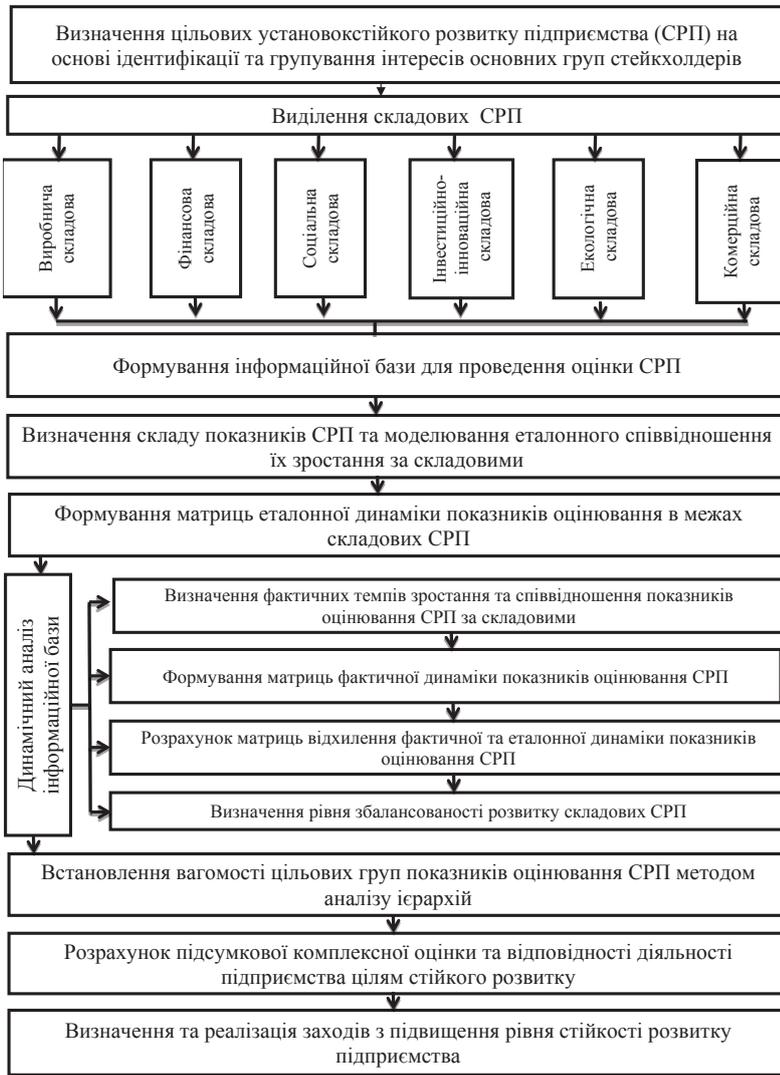


Рис. 2. Механізм оцінювання стійкого розвитку підприємства

Тому для подальшого аналізу показників експертним шляхом були встановлені критерії стійкості розвитку підприємства (табл. 8).

Висновки та перспективи подальших досліджень.

У статті запропонований методичний інструментарій оцінювання, результати проведення якого є інформаційною базою для прийняття управлінських рішень, спрямованих на забезпечення довгострокової стійкості і конкурентоспроможності підприємства. Використані в рамках обґрунтованого підходу цільові установки і показники є інструментарієм кількісної та якісної інтерпретації цілей підприємства і вимірювання результатів її діяльності, які дозволяють перевести її стратегічні і тактичні дії в галузі сталого розвитку на «мову цифр». Перевагами запропонованого інструментарію оцінювання є простота у використанні, інформаційна доступність розрахункових даних, відносно невелика кількість показників, можливість проводити діагностику та виявляти резерви підвищення стійкості розвитку підприємства. У той же час подальшого дослідження потребують етапи ідентифікації існуючих проблем і визначення коригувальних заходів щодо підвищення стійкості розвитку підприємства.

Список літератури:

1. Сыроежин И.М. Совершенствование показателей эффективности и качества / И.М. Сыроежин. – М. : Экономика, 1980. – 192 с.
2. Лаврик У.В. Формування комплексного підходу до оцінювання збалансованості розвитку підприємства/ В.М. Хобта, У.В. Лаврик, І.С. Кладченко // Вісник економічної науки України. – 2014. – №1. – С. 149–154.

Лаврик У. В.

Донецький національний технічний університет

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ЕЕ ОПРЕДЕЛЕНИЮ

Резюме

В данной статье определены критерии и показатели комплексной оценки различных составляющих устойчивого функционирования предприятия с позиции различных заинтересованных сторон.

Ключевые слова: устойчивое развитие, предприятие, заинтересованные стороны, критерий, показатель, методика, комплексная оценка.

Таблиця 8

Критеріальні оцінки стійкості розвитку підприємства

Інтервал значень	Класифікація рівня розвитку
від 0 до 20 %	Кризовий стан
від 20% до 30%	Критичне положення
від 30% до 40%	Нестійкий розвиток
від 40% до 50%	Слабостійкий стан
від 50% до 60%	Задовільний стан стійкості
від 60% до 70%	Відносна стійкість
від 70% до 80%	Нормальний стійкий розвиток
від 80% до 90%	Високий стійкий розвиток
від 90% до 100%	Абсолютно стійкий розвиток

Lavrik U. V.

Donetsk National Technical University

COMPREHENSIVE EVALUATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT COMPANIES AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO ITS DEFINITION

Summary

Criteria and indicators of enterprise sustainable development are identified from position of crucial stakeholders. Integrated evaluation of sustainable development financial component is accomplished.

Key words: sustainable development, enterprise, stakeholders, criteria, indicator, method, integrated evaluation.

УДК 334.72.001.8

Лазарева М. Г.

Донецький національний технічний університет

УМОВИ ДИНАМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ХОЛДИНГОВИХ КОМПАНІЙ

Розглянуто поняття динамічної стійкості холдингів з точки зору загальної теорії систем. Сформульовано базові характеристики концепції управління динамічною стійкістю холдингів компаній. Досліджено умови динамічної стійкості холдингів компаній з точки зору властивостей системи.

Ключові слова: динамічна стійкість, холдингова компанія, властивість системи, зв'язок із середовищем, ієрархічність, різноманітність, цілісність, самоорганізація, адаптивність, еволюційність, інформаційність.

Постановка проблеми. Однією із складних соціально-економічних систем є холдинг, що належить до відкритих систем, які живуть у постійній взаємодії із зовнішнім середовищем, що, у свою чергу, завжди несе в собі велику низку ризиків і практично завжди характеризується невизначеністю. Особливо це відчутно в кризові періоди. Вибіркова державна підтримка фірм, банкрутство великої кількості підприємств в умовах значного податкового навантаження малих і середніх підприємств, корупційні схеми надання дозвільних документів на відкриття бізнесу – всі ці явища збільшують негативний зовнішній тиск на фірми і гальмує економічний розвиток країни. В будь-який час внаслідок непередбачуваних збуджень з боку держави, ринку та інших суб'єктів холдинг може втратити стійкість, що призведе до зміни загальноекономічних процесів та, у свою чергу, вплине на інших учасників ринку. В кінцевому підсумку відбудеться втрата стійкості країни.

Протягом всього періоду функціонування холдингу відбувається постійний перехід від одного стану до іншого. Така зміна стану холдингу як системи відображає особливості функціонування її в часі. Ціллю системи є бажаний стан її виходу, що може бути виражено сукупністю значень функції системи. Враховуючи це, сукупність точок у просторі, в яких підприємство досягає стану динамічної рівноваги, можна розглядати як лінію бажаної поведінки системи, коли узгоджуються потреби та ресурси холдингу. Тому стійкість функціонування холдингу являтиме собою стійкість щодо досягнення встановлених цілей у конкретний період часу. Перехід системи від однієї траєкторії функціонування до іншої являє собою зміну динамічної рівноваги та встановлення її на іншому рівні, що відображає перехід до нового ступеня розвитку системи. Кожна система для забезпечення її ефективного функціонування в перспективі має не тільки кількісно змінюватись, а, перш за все, розвиватись. З позицій теорії систем та концепції самоорганізації розвиток системи-холдингу передбачає суттєві якісні зміни

її структури, зв'язків та режиму функціонування. В процесі розвитку може змінюватись не лише структура та механізм функціонування холдингу, а й види діяльності. Така реакція холдингу є проявом його динамічної стійкості, яка досягається за умов наявності резервів відповідних ресурсів та потенціалу. Тому питання дослідження динамічної стійкості як особистої категорії та умов досягнення стану динамічної рівноваги є в достатній мірі актуальною потребою науки та практики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджуючи стійкість різних економічних систем, у тому числі холдингів компаній, переважна більшість науковців не виділяють окремо такий вид стійкості як динамічна. Так, В.В. Данніков, розглядаючи проблеми функціонування холдингів компаній у нафтогазовому бізнесі, де вони є найбільш притаманними, дає тільки загальну характеристику стійкості, як здатності системи повертатися в стан рівноваги після того, як вона була виведена із цього стану під впливом зовнішніх збуджень [1, с. 90]. Водночас проблематика динамічної стійкості залишається поза увагою автора, незважаючи на дослідження її певних аспектів та властивостей.

Численна кількість досліджень стійкості соціально-економічних систем обмежена констатацією тільки наявності властивості системи зберігати параметри незмінними в заданих межах при зовнішніх або внутрішніх збуреннях. Розглядаючи економічну систему у взаємодії з мінливим середовищем, М.В. Самосудов не використовує поняття «динамічна стійкість», виділяючи системну стійкість у взаємозв'язку з економічною ефективністю: «завдання управління соціальною системою вирішується щодо виживання системи у соціальному просторі полягає у забезпеченні системної стійкості в процесі зміни стану системи і стану середовища» [2, с. 71]. Автор підкреслює, що, крім системної стійкості, необхідно також забезпечити управління з метою досягнення максимальної економічної ефективності, або вартості акцій компанії на фондовому ринку, або захоплення

максимальної частки ринку [2, с. 71]. Водночас М.В. Самосудов пропонує рівняння динамічного балансу системи залежно від її ресурсів, витрат і економічної вигоди:

$$\frac{dr}{dt} = \frac{d_{i, \text{очік.}}}{dt} + \frac{dc}{dt},$$

де r – ресурси компанії;
 $i_{\text{очік.}}$ – очікувані вигоди учасників корпоративних відносин;

c – витрати компанії [2, с. 77].

Досліджуючи сутність та види стійкості, О.В. Міхальов вказує, що багато дослідників розрізняють статичну стійкість, ототожнюючи її зі спокоєм, пасивністю, та динамічну стійкість, яка дозволяє системі стабільно розвиватися [3, с. 15]. Автор стверджує, що «стійкість економічної системи в світлі уявлень синергетики стає найважливішим фактором її динаміки» [3, с. 26].

У загальному випадку статичну стійкість можна розглядати як сталий режим функціонування підприємства при малих збуреннях, тобто без розвитку, а динамічну стійкість – як режим роботи при великих збуреннях, тобто за наявності розвитку. У більшості авторів поняття стійкості включає окремі характеристики динамічної стійкості фірми. Наприклад, В.М. Фунтів розглядає управління стійкістю фірми через процес управління проектами, який фактично реалізує процес розвитку [4].

У свою чергу, В.Ф. Мерзляков пов'язує розвиток економічної системи з її динамічною рівновагою: «Економічний розвиток означає здатність економічної системи (регіону, фірми) знаходитися в стані динамічної рівноваги і підтримувати річні темпи зростання продукту (обсягу виробництва товарів і послуг) на рівні більше 5%» [5].

Процес динамічної стійкості без її визначення, як економічної категорії або феномену, описують В.Ф. Мерзляков та О.Є. Ягунов, які відзначають, що в сучасній теорії сталого розвитку фірми прогрес розглядається як зростання запасу стійкості систем, що розвиваються, по відношенню до зовнішніх впливів. При цьому на основі еволюції відбувається розвиток невеликої кількості елементів системи, в результаті якого не відбувається порушення загальної рівноваги системи. Поступово прогрес охоплює інші елементи системи, а сама система розвивається без криз і катастроф. Відбувається перехід від накопичення кількісних змін у нову якість, і система переходить через поріг стійкості на новий рівень зі зміненим способом функціонування, структурою і новою стійкістю [5].

Розглядаючи розвиток економічних систем з точки зору процесу самоорганізації, Д. Шервуд вказує, що іноді самоорганізована система, яка знаходиться в стані упорядкованої динамічної рівноваги, відчуває вплив зовнішнього фактора, з яким її внутрішній механізм самокорекції впоратися не може. Отже, впорядкований стан системи змінюється хаотичним [6, с. 3]. З приводу місця і ролі самоорганізації в процесі розвитку Ф. Капра стверджує, що самоорганізація «являє собою одну з найбільш важливих концепцій нового розуміння життя. ... Вважається, що саме вона є динамічним джерелом розвитку, навчання та еволюції. Іншими словами, творча здатність, властивість породжувати нові форми є основною властивістю всіх живих систем» [7]. Цей «феномен має місце в критичних точках нестійкості, які виникають завдяки флуктуаціям навколишнього середовища, посиленям зворотними зв'язками» [7].

Дослідження системних структур і поведінки дозволило Д. Медоузу дійти висновку, що «структура визначає, яка поведінка спочатку властива системі. Балансуючий цикл зворотного зв'язку, який прагне домогтися конкретної мети, сприяє досягненню динамічної рівноваги, а потім підтримує його. Підсилюючий цикл породжує експоненціальне зростання. Пов'язані разом, ці цикли можуть демонструвати і зростання, і занепад, і рівновагу. Якщо в них, до того ж, закладені запізнювання, то можуть виникати ще й коливання» [8]. Далі Д. Медоуз стверджує, що стійкість – це не є сталість системи в часі: «Незмінні, постійні в часі системи, навпаки, можуть бути дуже крихкими. Статичну стабільність можна побачити. Її параметри можна виміряти в будь-який момент часу. Пружність і здатність переносити зовнішні впливи розглядати надзвичайно важко. Через те, що стійкість неочевидна, люди часто нехтують нею і прагнуть досягти видимої стабільності, продуктивності або інших легко пізнаваних характеристик і якостей системи» [8]. Автор вважає, що «системами потрібно управляти, приділяючи увагу не тільки продуктивності або стабільності. Необхідно підтримувати їх стійкість і пружність – здатність витримувати зовнішні впливи і успішно відновлюватися після них» [8].

Найбільш дослідженим на сьогоднішній день є питання управління фінансовою стійкістю підприємства. Різним аспектам даної проблематики присвячені праці Х.С. Абаєва, М.Л. Асаула, Д.А. Гордєєва, А.С. Паршенцева, А.С. Кокіна та Г.Н. Яковлевої, В.І. Павлова, Ф.І. Бескєрь, О.А. Мишко. На думку авторів, цільові прагнення фірм пов'язані із забезпеченням їх довгострокової стійкості, а не з максимізацією приватного результату. Ключову роль у цьому відіграє не пристосування до мінливих умов, а здатність перетворювати самі умови господарювання відповідно до тенденцій розвитку суспільних потреб і виробництва.

Управління стійкістю, як вказує М.Л. Асаул, передбачає поєднання інструментів управління змінами, ризик-менеджменту та антикризового управління, які забезпечують стійке економічне зростання [9].

Холдинг, як соціально-економічна система, являє собою унікальну складну ієрархічну організацію, учасники якої мають індивідуальні уявлення про духовні і матеріальні цінності. Здійснюючи процес управління, людина, як елемент системи, володіє індивідуальним сприйняттям зовнішнього середовища і холдингу зокрема, а також себе як частини системи. Поведінка людини як учасника, що приймає управлінські рішення в холдингу, може суттєво впливати на стан холдингу як системи. Тому вкрай важливим є створення механізмів захисту системи управління холдингу від ризиків прийняття необґрунтованих управлінських рішень задля забезпечення його динамічної стійкості.

Багато холдингів мають аналітичні служби, які регулярно здійснюють аналіз фінансового стану дочірніх підприємств і холдингу в цілому. Зокрема, на основі фінансової звітності проводиться аналіз показників стійкості фінансового стану підприємств. Деякі холдинги мають у своїй структурі служби управління ризиками, які здійснюють аналіз та структурування ризиків, прогнозування і розробку рекомендацій щодо мінімізації ризиків і втрат. Управління ризиками є важливим елементом системи управління динамічною стійкістю холдингів. Основою системи управління ризиками в

холдингах становить система управління зовнішніми ризиками. В основному ці служби займаються управлінням валютними ризиками для подальшого їх хеджування.

Функціонуючі системи управління ризиками є переважно у відкритих (публічних) компаніях, оскільки питання управління ризиками є частиною корпоративного управління. В управлінській звітності публічні компанії зобов'язані показувати інвесторам, як вони реалізують політику управління ризиками. Українські публічні холдинги у річних звітах надають інформацію про роботу систем управління ризиками. Зазначені системи мають такі компанії, як агрохолдинги «Овостар», «Миронівський Хлібопродукт», Кернел. Застосовувані підходи до управління ризиками у кожного холдингу є індивідуальними. Наприклад, у найбільшої бізнес-групи в Україні «СКМ» система управління ризиками базується на поєднанні диверсифікації бізнес-портфеля, управління фінансовою стійкістю, інвестиційної стратегії та системи прийняття рішень. У такій системі простежується комплексний підхід, який не обмежується лише управлінням фінансовою стійкістю, а й включає елементи управління динамічною стійкістю: формування збалансованого бізнес-портфеля із застосуванням критеріїв відбору нових бізнесів, обґрунтування інвестиційної стратегії, а також гнучка система прийняття рішень.

Холдинг «ДПЕК», що входить до складу бізнес-портфеля «СКМ», управління ризиками здійснює в рамках комплексної системи управління ризиками, яка спрямована на виявлення, прогнозування, оцінку і мінімізацію потенційно несприятливих подій, що можуть негативно позначитися на досягненні цілей компанії. Система охоплює всі профільні області та передбачає виявлення ризиків, їх ранжування, розробку методів контролю для запобігання настанню ризикових подій, проведення відповідних заходів та моніторинг [10]. У субхолдингу СКМ «Метінвест» побудована інтегрована система управління ризиками відповідно до провідних міжнародних практик: COSO Enterprise Risk Management – Integrated Framework. Система охоплює всі рівні управління: стратегія – цілі – ризики – реагування на ризики – контроль. У процесі управління складається карта ризиків, розробляються плани заходів щодо зменшення ризиків, правила і процедури по критичних напрямках діяльності [11].

Інформація про наявність систем управління ризиками є відсутня в таких компаніях, як «Універсальна інвестиційна група», корпорація «Індустріальний союз Донбасу», група «Приват», Group DF, група «Укрпромінвест», група «ТАС», група «Фінанси і кредит», які є закритими, за винятком банків і страхових компаній, що входять до складу холдингової компанії і мають таку систему за визначенням.

У бізнес-групі «Смарт-холдинг» створено єдиний інформаційний простір, який є частиною необхідних бізнес-процедур і одночасно системою підтримки прийняття рішень. У холдингу застосовується модель управління непрофільними активами як для інвестиційного фонду [12]. Холдинг «Донецьксталь» функціонує як відкрита компанія, якій присвоєно міжнародні рейтинги, що свідчить про наявність системи ризик-менеджменту [13].

Холдинг «EastOne» застосовує інтерактивний підхід до управління ризиками. У групі компаній використовуються такі елементи управління дина-

мічною стійкістю, як збалансований бізнес-портфель (управління здійснюється за принципами фонду прямих інвестицій), коректно вибудовані відносини власності, бізнес-процедури, професійно підібраний топ-менеджмент [14].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Таким чином, досить поширеним є спрощений підхід авторів до стійкості, який не розмежовує поняття статичної та динамічної стійкості.

У науки не вирішено питання щодо створення ефективної системи управління динамічною стійкістю холдингових структур.

У практичній діяльності всі холдинги в тому чи іншому вигляді здійснюють управління процесом розвитку, яке є об'єктом управління динамічною стійкістю холдингу. При цьому періодично холдинги здійснюють процеси реорганізації, модернізації обладнання, оновлення технологій, купівлі (продажу) бізнесу. Однак управління динамічною стійкістю як системний процес у діяльності холдингу практично відсутній.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження поняття динамічної стійкості холдингових компаній та умов, за якими вона існує та дозволяє холдингу підтримувати рівноважний стан з урахуванням позиції загальної теорії систем.

Виклад основного матеріалу. Система управління динамічною стійкістю холдингу має бути побудована на рівні керуючої компанії холдингу і впроваджена на всіх підприємствах групи компаній. Холдинг, як систему, можна умовно розділити на два контури: керуючий і керований. В якості керуючого контуру виступає керуюча компанія, в якості керованого контуру – підприємства, які входять до складу холдингу. В якості керуючої може бути окрема компанія або одне із підприємств холдингу, яке є юридичною особою. Межі системи на даному етапі дослідження визначимо набором юридичних осіб (елементів), що входять до складу холдингу і формують взаємовідносини між ними. Передача частини функцій холдингу до керуючої компанії дозволяє провести аналіз життєдіяльності компанії і розробити для неї стратегію розвитку, спрямовану на підтримку її динамічної стійкості.

Холдингова компанія є системою більш високого рівня у порівнянні з підприємствами, які входять до її складу. Для кожного елемента структури холдингу взаємини з іншими підприємствами, а також із керуючою компанією є взаємодією із зовнішнім середовищем. По відношенню до окремого підприємства як елемента холдингу внутрішня середа холдингу являє собою багаторівневу систему. Взаємини між елементами – підприємствами, а також між підприємствами та керуючою компанією є зовнішнім середовищем. Для окремого підрозділу підприємства всі відносини поза цього підрозділу являють собою зовнішнє середовище.

Концепція управління динамічною стійкістю холдингової компанії ґрунтується на її властивостях як системи, що полягають у наступному.

1. В основі механізму самоорганізації, адаптації та розвитку холдингової компанії має бути покладена система зворотних зв'язків з метою регулювання процесів прийняття рішень, спрямованих на забезпечення динамічної стійкості. Планований результат або певна подія у майбутньому впливає на прийняття рішень у теперішньому часі, тобто очікуване майбутнє впливає на сьогоднішнє. Ця ситуація проявляється при функціонуванні

фінансових ринків: чутки про майбутнє падіння курсу акцій, валют може призвести якщо не до обвалу, то до тимчасового падіння, тобто очікування негативного майбутнього прискорює його наступ. Врахування дії зворотних зв'язків має принципове значення для управління динамічною стійкістю холдингу. Зворотні зв'язки необхідні для регулювання процесу прийняття рішень, спрямованих на збереження динамічної стійкості.

Зв'язок із зовнішнім середовищем холдингова компанія здійснює за допомогою вхідних і вихідних інформаційних, матеріальних і енергетичних потоків. З довкілля надходять інформаційні потоки, які обробляються аналітичними підрозділами компанії, а також матеріальні потоки на входи дочірніх підприємств, які перетворюються в продукти та фінансові ресурси. При зупиненні надходження людських, матеріальних та фінансових ресурсів холдингова компанія може втратити стійкість і перейти в режим фрустрації, а у разі припинення надходження інформації ззовні, холдинг втрачає динамічну стійкість.

На підприємства холдингової компанії надходить внутрішня інформація: в керуючу компанію – від дочірніх підприємств, на дочірні – з керуючої компанії. На основі аналізу зовнішньої та внутрішньої інформації і фінансових можливостей приймаються управлінські рішення на дочірніх підприємствах і в керуючій компанії. Прийняті рішення на дочірніх підприємствах, а також інформація про результати їх діяльності передаються в керуючу компанію для використання при формуванні та коригуванні стратегії холдингу в цілому. Розроблені стратегії передаються до всіх аналітичних підрозділів холдингу для їх реалізації. Ці рішення стосуються модернізації виробництва, реінжинірингу та у загальному випадку можуть стосуватися не тільки виробництва, а й будь-якої сфери функціонування дочірнього підприємства. За результатами прийнятих стратегій формуються фінансові та документальні потоки, які являють собою внутрішні зворотні зв'язки, що впливають на динамічну стійкість дочірніх підприємств і холдингу в цілому. Одночасно в холдингу існує зворотний зв'язок, завдяки якому враховуються прийняті управлінські рішення.

Вихідні потоки являють собою результати перетворення підприємствами, що входять до складу холдингу, вхідних потоків і включають інформаційні (відомості про ціни продуктів, що надходять на ринок, звіти перед державними органами влади, інформування громадських організацій), фінансові (кредити стороннім фірмам, сплата відсотків за кредитами і податків, напрямок грошових ресурсів громадським організаціям та на соціальні потреби), матеріальні (продукти, сировина, енергопостачання, послуги) потоки. За допомогою вихідних потоків холдинг впливає на зовнішнє середовище. Надходження фінансових ресурсів до холдингової компанії є результатом реакції та впливу зовнішнього середовища, який відображає зовнішній зворотний зв'язок, що, в свою чергу, суттєво впливає на стабільність і динамічну стійкість функціонування холдингової компанії.

Холдингові компанії, виконуючи соціально значущу функцію для суспільства в певному регіоні, забезпечують зайнятність та соціальний захист своїх працівників і членів їх сімей, сприяють розвитку міст шляхом розвитку інфраструктури, благодійної діяльності, створення культурних цінностей, сприяння здоровому способу життя, екологічного захисту. Будь-які взаємини холдингу і

зовнішнього середовища призводять до взаємодії через дію зворотних зв'язків, які можуть мати позитивний або негативний характер.

2. Поняття динамічної стійкості припускає протидію збурень і визначає цілісність системи. Цілісність системи, як її внутрішня єдність, яка не ототожнюється із алгебраїчною сумою складових її елементів, є важливою властивістю системи [15]. Для підтримки холдингу в стані динамічної стійкості під впливом внутрішніх процесів і при взаємодії із зовнішнім середовищем необхідно мати певну організацію чи структуру, обумовлену формою просторово-часових зв'язків або взаємодій холдингу. Холдинг, як перетворювач ресурсів у продукти, в якому присутній поділ та спеціалізація праці, має не тільки юридичну та організаційну структуру, а й портфель бізнесів, як елемент внутрішньої побудови групи компаній. Холдингова компанія має бути організована таким чином, щоб забезпечити свій стабільний стан за будь-яких збурюваннях з боку зовнішнього або внутрішнього середовища і в той же час здійснювати рух до визначеної мети, тобто розвиватися, еволюціонувати. Будь-яка холдингова компанія прагне до такого стану, при якому вона може з мінімальними втратами реалізовувати свою функцію виживання, з максимальною вигодою взаємодіяти з середовищем і при цьому перебувати в деякому діапазоні стабільності. Внутрішня організація холдингу для підтримки динамічної стійкості має забезпечувати оптимальну ступінь спеціалізації для перетворення ресурсів у продукти, правильно розроблені інститути (правила), що обмежує опортуністична поведінка, як внутрішніх, так і зовнішніх агентів.

Суттєве значення для холдингової компанії мають трансакційні витрати, оскільки вони відображають ступінь єдності холдингу як системи. Чим меншими є ці витрати, тим більшим є ефект синергії. Кожен холдинг прагне зменшити свої витрати, тому ретельно контролює рівень трансформаційних і трансакційних витрат.

3. Різноманітність як властивість системи обумовлена сутністю холдингової компанії та реалізується на вищому рівні управління шляхом об'єднання підприємств різних галузей. Кожне підприємство у складі портфелю бізнесів холдингової компанії характеризується відповідним рівнем поділу і спеціалізації праці, що повною мірою відображає властивість різноманітності.

4. Внутрішня організація холдингової компанії як системи передбачає наявність інформаційного обміну між його елементами. Як зазначає В.Д. Могилевський, організація інформаційного обміну між елементами системи, в першу чергу, вимагає створення лінії чи каналу передачі інформації, властивості яких мають забезпечити точну, надійну та швидку передачу інформації; отже, необхідна адекватність типу каналу виду сигналу [16, с. 41]. Тому в холдингу мають бути організовані інформаційні канали, які забезпечують надійну і точну інформацію та її швидку передачу, що є досить складним процесом з огляду на обмежену раціональність холдингу та опортуністичну поведінку елементів системи.

5. Ієрархічність холдингової компанії як системи полягає у підпорядкуванні нижчих ланок вищим рівням ієрархії та передбачає передачу частини повноважень та відповідальності відповідно до ієрархічних елементівна більш вищий рівень. Оскільки в холдингу присутній поділ і спеціалізація праці між підприємствами, то в будь-якому

випадку є в наявності принцип ієрархічності, як безпосередньо на певному підприємстві, так і між керуючою компанією і підприємствами холдингу. Необхідною умовою такої ієрархічності є чітке розмежування повноважень і відповідальності та їх закріплення у відповідних документах холдингу.

6. Холдингова компанія є складною системою, яка в процесі еволюційних перетворень має властивість самоорганізації. Самоорганізована система є завжди відкритою, і процеси, що в ній відбуваються, є узгодженими. У практичній діяльності холдингова компанія отримує прибуток або несе збитки на стільки, на скільки дозволяє ступінь її самоорганізації.

7. Розвиток холдингової компанії може відбуватися як поступово, що характеризує його еволюційний розвиток, так і стрибкоподібно, при накопиченні необхідних передумов згідно із законом діалектики про перехід кількості в якість. Такий перехід може відбуватися як на новий, більш високий рівень розвитку, так і на більш низький рівень. Якісні переходи холдингу істотно змінюють його властивості та спостерігаються після досягнення холдингом точок біфуркації, тобто стану, в якому відбувається зміна колишнього шляху еволюції. При виборі складу бізнес-портфеля, а також при побудові стратегії розвитку холдинг має зберігати властивість еволюційності.

8. Адаптивність є однією з головних властивостей холдингової компанії, яка визначає її динамічну стійкість. Холдинг постійно відчуває на собі різного роду впливи, як з боку зовнішнього середовища, так і всередині. Кожен раз, коли відбувається збурення, холдинг реагує на нього. Разом з тим необхідно, щоб реакція дозволяла залишатися холдингу в межах коридору стабільності, тобто має бути побудовано механізм адекватного реагування, що передбачає наявність альтернативних варіантів реакції для адаптації компанії до нових умов і шляхів виходу з кризових ситуацій у разі їх виникнення.

Наведені властивості холдингової компанії пов'язані між собою, а саме одна властивість системи може як посилювати, так і зменшувати свій вплив на інші властивості компанії. Тому холдингову компанію слід розглядати як систему, зумовлену дією всіх властивостей, іманентних системі, що має знайти своє відображення в концепції управління динамічною стійкістю холдингової компанії. Кожна властивість холдингової компанії є умовою забезпечення її сталого функціонування та розвитку. Водночас окрема властивість холдингової компанії є необхідною, але недостатньою умовою її динамічної стійкості.

Дослідження властивостей діючих холдингових компаній та їх впливу на формування динамічної стійкості дає підстави стверджувати, що процес формування динамічної стійкості відбувається за трьома рівнями, рис. 1.2.

Основу формування динамічної стійкості складають чотири базові властивості, які є також основою побудови будь-якої холдингової компанії: ієрархічність, різноманітність, цілісність і самоорганізація. Ієрархічність знаходить своє відображення в побудові збалансованої структури холдингової компанії, в якій реалізується принцип підпорядкування нижчих рівнів управлін-

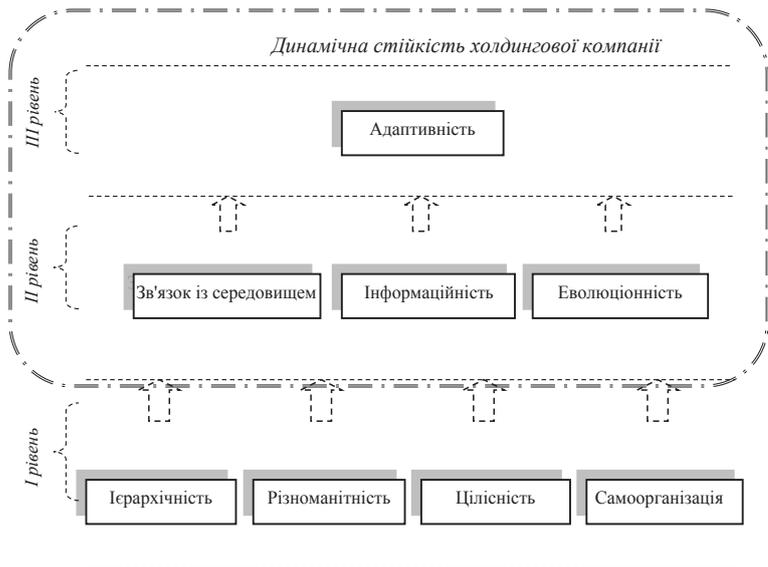


Рис. 1.2. Формування динамічної стійкості холдингової компанії за рівнями властивостей системи

ня вищим. Вищий рівень зазвичай представлено власниками компанії. Більшість управлінських повноважень концентрується на рівні керуючої компанії, яка являє собою середній управлінський рівень та здійснює функції координаційного та керуючого центру холдингової компанії. Підприємства як бізнес-одиниці формують нижній управлінський рівень у складі холдингової компанії. Самоорганізація як властивість системи проявляється в холдингових компаніях зазвичай в нестандартних ситуаціях: під час криз або інших подій, що несуть в собі елементи невизначеності.

В основу другого рівня формування динамічної стійкості покладено такі властивості, що пов'язані з умовами функціонування та розвитку холдингової компанії: зв'язок із середовищем, еволюційність та інформаційність. Зв'язок із середовищем визначає взаємини холдингової компанії під час її функціонування. Інформаційність відображає здатність системи приймати, переробляти та розподіляти інформацію, яка отримується внаслідок зворотних зв'язків із зовнішнім середовищем. Еволюційність лежить в основі розвитку будь-якої системи. Третій рівень ієрархії, який є найвищим, представлено такою властивістю, як адаптивність, що поєднує та синтезує прояв всіх властивостей, покладених в основу першого та другого рівнів. Саме адаптивність, з одного боку, потребує створення відповідних умов функціонування холдингової компанії, з другого боку, здійснює вплив на стан холдингової компанії, забезпечуючи в остаточному підсумку її динамічну стійкість. Тому вкрай необхідною є побудова моделі управління динамічною стійкістю холдингових компаній із врахуванням рівнів її властивостей.

Висновки та пропозиції. Таким чином, ми можемо сформулювати необхідні умови динамічної стійкості щодо холдингових компаній з урахуванням особливостей властивостей систем. Система-холдинг стійка, якщо:

- взаємодії системи з середовищем, пов'язані з обміном ресурсами, оформлені у вигляді договорів (контрактів), що обмежують опортуністичну поведінку партнерів взаємовідносин;
- вона зберігає свою цілісність завдяки наявності позитивних синергетичних ефектів і кооперативному мисленню;

- в ній існує різноманітність елементів. Різноманітність може бути класифікована як різноманітність кількості, різноманітність якості, різноманітність відносин між елементами системи;

- в неї ефективно організовані внутрішні інформаційні потоки між її елементами, а також потоки взаємодії системи з середовищем;

- вона має ієрархічно коректно вибудовану структуру при безумовному підпорядкуванні нижчих елементів вищим. Кожному елементу представляється в певному обсязі свобода творчості;

- вона має здатність до самоорганізації;

- вона дотримується еволюційного шляху. Тут еволюційний шлях розвитку передбачає вибір оптимальних шляхів розвитку системи, наявність

ансамблю адекватних реакцій на внутрішні і зовнішні збудження;

- в ній розроблен та реалізован адаптаційний механізм управління таким чином, що реагування на обурення відбувається в реальних масштабах часу.

Умови стійкості, сформульовані для холдингу-системи, дозволяють в достатній мірі сформулювати теоретичні основи для побудови моделі соціально-економічної системи з точки зору її стійкості до збурень внутрішнього і зовнішнього характеру. Це буде сприяти подальшому дослідженню явищ динамічної стійкості в холдингових структурах щодо розробки дієвого механізму реагування системи-холдингу на практиці.

Список літератури:

1. Данников В.В. Холдинг в нефтегазовом бизнесе. – М. : ЭЛВОЙС-М, 2004. – 464 с.
2. Самосудов М.В. Основы корпоративной динамики. – Химки : Институт международных экономических отношений, 2007. – 248 с.
3. Михалев О.В. Экономическая устойчивость хозяйственных систем: методология и практика научных исследований и прикладного анализа. – СПб. : Издательство Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2010. – 200 с.
4. Фунтов В.Н. Управление проектами развития фирмы: теория и практика. – СПб. : Питер, 2009. – 486 с.
5. Мерзляков В.Ф., Ягунов А.Е. Влияние экономической устойчивости на процесс развития фирмы / В.Ф. Мерзляков, А.Е. Ягунов // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Экономика и финансы. – 2002. – № 1. – С. 163–166.
6. Шервуд Д. Видеть лес за деревьями. Системный подход для совершенствования бизнес-модели. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 344 с.
7. Фричь К. Скрытые связи. – М. : ООО Издательский дом «София», 2004. – 336 с.
8. Медоуз Д. Азбука системного мышления: Пер. с англ. Тарасова Н., Оганесян Е. – М. : Бином. Лаборатория знаний, 2011. – 344 с.
9. Асаул М.А. Управление устойчивостью предпринимательских структур. – СПб. : Издание института проблем экономического возрождения, 2008. – 285 с.
10. Управление рисками [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.dtek.com/ru/investor-relations/risk-management#.Uyr_2P1_t3p.
11. Финансовые услуги. Метинвест. Социальный отчет [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.izdai24.net/i/32819/6>.
12. Smart-холдинг создает собственный сервис предоставления ИТ-услуг на основе линейки решений IBM Collaboration Solutions (ICS) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.smart-holding.com/ru/press-centre/news/1862/>.
13. Корпоративные рейтинги и международные отчеты [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://donetsksteel.com/ru/investors/ratings>.
14. Интерпайп. Ежегодный отчет для «Глобального договора ООН» о достигнутых результатах и общем прогрессе 2007 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.interpipe.biz/files/Social%20report-ru.pdf>.
15. Шрейдер Ю.А., Шаров А.А. Системы и модели. – М. : Радио и связь, 1982. – 152 с.
16. Могилевский В.Д. Методология систем: вербальный подход/ Отд-ние экон. РАН; науч. ред. совет изд-ва «Экономика». – М. : ОАО Издательство «Экономика», 1999. – 251 с.

Лазарева М. Г.

Донецкий национальный технический университет

УСЛОВИЯ ДИНАМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ХОЛДИНГОВЫХ КОМПАНИЙ

Резюме

Рассмотрено понятие динамической устойчивости холдингов с точки зрения общей теории систем. Сформулированы базовые характеристики концепции управления динамической устойчивостью холдинговых компаний. Исследованы условия динамической устойчивости холдинговой компании с точки зрения свойств систем.

Ключевые слова: динамическая устойчивость, холдинговая компания, свойство системы, связь со средой, иерархичность, разнообразие, целостность, самоорганизация, адаптивность, эволюционность, информативность.

Lazareva M. G.

Donetsk National Technical University

CONDITIONS OF DYNAMIC STABILITY OF HOLDING COMPANIES

Summary

It was considered the concept of holdings' dynamic stability from the positions of general systems theory. It was formulated the basic characteristics of the concept of dynamic stability control system of holding companies. It was investigated the conditions of dynamic stability of holding companies from the point of view the properties of the systems.

Key words: dynamic stability, holding company, properties of the systems, the relationship with the environment, hierarchical, diversity, integrity, self-organization, adaptability, evolutionary, information.

УДК 338.436

Лановська Г. І.

Національний університет харчових технологій

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Досліджено теоретичні аспекти формування інноваційної політики в контексті розробки інноваційної стратегії та вирішення тактичних завдань. Проаналізована сутність тактики та інноваційної стратегії та запропонована їх класифікація. Розроблено авторське бачення типів інноваційної політики підприємства.

Ключові слова: стратегія, тактика, інноваційна політика, інноваційна стратегія, інноваційна діяльність.

Постановка проблеми. Однією з відмінних особливостей функціонування більшості інноваційних підприємств є те, що їх зовнішнє середовище характеризується надзвичайною динамічністю та турбулентністю. В свою чергу, інноваційні підприємства – це підприємства, які стрімко розвиваються у своїй галузі, сприяючи появі та поширенню нових технологій, що призводить до швидкої появи нових продуктів і, як наслідок, до розвитку нових галузевих ринкових сегментів. Це, як правило, спонукає до зміни розстановки сил конкуруючих компаній на галузевому ринку і загострення напруження конкурентної боротьби.

Актуальною проблемою будь-якого сучасного підприємства є формування стійких довгострокових конкурентних переваг на ринку і підтримання їх у перспективі за рахунок професійного стратегічного управління підприємством та вирішення тактичних завдань, а також використання ефективних інструментів як при розробці інноваційної політики, так і при її реалізації. З цього випливає необхідність дослідження формування інноваційної політики в контексті розробки інноваційної стратегії та вирішення тактичних завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження загальнотеоретичних питань щодо інноваційної політики, тактики та стратегії зробили вчені: Ю. Вертакова, С. Ілляшенко, М. Йохна, Б. Кузнецов, Н. Краснокутська, В. Стадник, О. Сумець, Є. Симоненко, І. Тульпа. Незважаючи на значну кількість публікацій в сфері дослідження формування інноваційної політики підприємства, необхідно вирішити ряд завдань: уточнення економічного змісту поняття «тактика», «стратегія», «інноваційна стратегія» та їх вплив на формування конкурентних переваг підприємства.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є обґрунтування науково-методичних засад щодо формування інноваційної політики підприємства, що включає в себе розробку інноваційної стратегії та рішення тактичних завдань щодо реалізації попиту споживачів на інноваційну продукцію.

Виклад основного матеріалу. Прискорення темпів науково-технічного розвитку призводить до підвищення швидкості оновлення продукції (послуг) та звикання споживачів до новинок, а отже, до скорочення життєвих циклів продукції, технології, попиту, до підвищення інтенсивності конкурентної боротьби на ринках збуту підприємств. Досвід розвитку західних фірм показує, що важливим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому і його продукції зокрема є інновації. Для українських підприємств активізація інноваційної діяльності стає не тільки ключовим фактором успіху в конкуренції, а й умовою виживання на ринку. Модернізація технологій, оновлення і модифікація товарного асортименту, вдосконалення систем організації

та управління дозволяють вітчизняним підприємствам адаптувати свою продукцію до вимог ринку, підтримувати необхідний рівень попиту, скорочувати витрати, стабілізувати і покращувати фінансово-економічні результати діяльності. Висока динамічність зовнішнього середовища інноваційних підприємств істотно збільшує значущість для їх успішного функціонування стратегічного підходу до управління.

Нааявність на підприємстві ефективно сформованої інноваційної політики дозволяє отримати підприємству конкурентні переваги в ринковому середовищі. Формування довгострокових планів, існування відділу або будь-який інший структурної одиниці з планування або прогнозування, чітке формулювання місії і цілей функціонування – все це ще не є свідченням стратегічного підходу до управління цим підприємством. Стратегія поведінки інноваційного підприємства в ринковій економіці повинна нести в собі можливість отримання переваг від все більш динамічних змін зовнішнього середовища організації.

Стратегія підприємства визначає концепцію досягнення ним успіху, однак вірно обрана стратегія розвитку – це лише частина потенційного успіху.

Не менш важливим є ефективна реалізація розробленої стратегії, якою часто нехтують, вважаючи, що успіх вже повинен бути закладений у вірно обраній стратегії, хоча на практиці це не завжди так. Реалізація стратегії підприємства знаходить своє відображення у його тактиці, розробленій на найближчу перспективу. І якщо питання розробки стратегій дуже добре пророблені, то питанням розробки і реалізації тактики такої уваги в літературі не приділяється.

Існує два основних підходи до визначення сутності тактики. Найчастіше під тактикою розуміються поточні плани з реалізації стратегії, короткострокові стратегії, дії з реалізації стратегій, тобто те, що слід зробити для їх реалізації. З іншого боку, тактикою також є сукупність засобів, прийомів і методів досягнення цілей у конкретних умовах, тобто те, як реалізуються стратегії, за допомогою яких методів вони здійснюються. Обидва ці аспекти є важливими і невід'ємними елементами розгляду тактики.

Р.А. Фатхудинов визначає тактику як сукупність методів і засобів щодо виконання стратегічних цілей і завдань в короткостроковий період [8, с. 603]

Майкл Мескон, Майкл Альберт та Франклін Хедоурі стверджують, що подібно до того, як керівництво виробляє короткострокові цілі, узгоджуючись з довгостроковими і полегшують їх досягнення, воно також часто має розробляти короткострокові плани, узгоджуючись з його загальними довгостроковими планами – такі короткострокові стратегії називаються тактикою [4, с. 204].

Т.С. Броннікова та А.Г. Чернявський визначають тактику як формування і вирішення завдань підприємства на кожному ринку і по кожному товару в конкретний період часу (короткотерміновий) на основі стратегії і оцінки поточної ринкової ситуації при постійному коригуванні завдань по мірі зміни кон'юнктурних та інших факторів [2, с. 56].

Згідно навчального економічного словника-довідника тактика – це засіб і прийоми суспільної політичної боротьби; прийоми, способи досягнення якої-небудь мети, лінія поведінки кого-небудь [5, с. 523].

Таким чином, відповідно до загальноприйнятого вживання слів стратегія визначає, куди, в якому напрямку рухатися, куди тримати курс. А тактика визначає, як, яким способом рухатися, які конкретні дії робити. Отже, тактика – це спосіб руху по генеральному шляху до мети, що є формою реалізації стратегії.

У науковій літературі досить часто змішують ці два поняття – «стратегія» і «тактика». Тактичні завдання «зростання», «розширення» і «диверсифікація» представляють досить часто як самостійні стратегії. Причому без чіткого розрізнення та виділення їх видів. Не можна ці тактики (або тактичні завдання) називати стратегіями хоча б тому, що існують фірми, які одночасно використовують і розширення ринку, і розширення виробництва, і зростання. Але на даному етапі розвитку фірми стратегія може бути тільки одна, бо, йдучи до мети, неможливо рухатися в різних напрямках. Генеральний шлях або курс руху до мети може бути тільки один. Слід відзначити, що правильно поставлена мета, обґрунтована стратегія і добре продумана тактика допомагають успішно впоратися з багатьма труднощами і проблемами підприємства. Отже, тактика – це комплекс підходів, принципів і методів формування та встановлення цін на вироблені товари (послуги). Тактичні завдання повинні мати конкретні терміни здійснення і критерії оцінки виконання.

Формування інноваційної стратегії підприємств необхідно проводити з урахуванням їх тактики інноваційного розвитку, що склалася за останні роки. На теперішній час підприємства використовують різну тактику інноваційного розвитку. Одні підприємства віддають перевагу придбанням «ноу-хау» та ліцензій, інші – комплексу «технологія-обладнання», треті – використанню інноваційних розробок самостійних НДДКР, четверті – створенню внутрішніх інноваційних підрозділів. З урахуванням сформованої тактики інноваційного розвитку підприємства можуть бути поділені на чотири групи:

- підприємства першої групи (**наступальна тактика**) – великі підприємства, акціонерні товариства (незалежно від галузевої належності), що зберегли свої науково-технічні підрозділи (дослідницькі центри, конструкторські та технологічні бюро). Тут може бути використаний наявний науковий потенціал підрозділів та його розвиток за рахунок формування нових науково-технічних підрозділів і зміни характеру функціонуючих робіт. Для першої групи підприємств в інноваційному розвитку характерна наступальна стратегія;

- підприємства другої групи (**захисна тактика**) підтримують зв'язки з науково-дослідними інститутами, хоча ступінь участі наукових організацій у інноваційному процесі на різних підприємствах і форми цих зв'язків розрізняються. Необхідно встановлення взаємодії підприємств традиційних

галузей з новими інноваційними фірмами в області НДДКР. Така форма інноваційного розвитку більш бажаною є для середніх підприємств, у яких немає власної науково-технічної бази (за винятком серійно-конструкторського відділу і різних технологічних бюро по цехах). Ці підприємства в інноваційному розвитку в основному можуть займати позиції захисної стратегії;

- підприємства третьої групи (**імітаційна тактика**) – малі підприємства (частково і середні), не ведуть власних НДДКР, а купують ліцензії, технології або адаптують зарубіжні зразки, конструкторські та технологічні рішення. Ця група підприємств добре знає вимоги ринку і має певний організаційно-технічний потенціал виробництва. Але підприємства цієї групи в інноваційному розвитку можуть займати лише позиції імітаційної стратегії;

- до четвертої групи відносяться підприємства (**хаотична тактика**), які хаотично, спонтанно займаються інноваційною діяльністю. До складу цієї групи можуть бути включені середні, малі і деякі великі підприємства. Для них характерна відсутність не тільки стратегії, а й тактики інноваційного розвитку.

Ряд науковців пов'язують інноваційну стратегію з бажанням фірми досягти технічного і ринкового лідерства шляхом створення й упровадження нових продуктів. Така стратегія передбачає тісний зв'язок фірми зі світовими досягненнями науки і технології, пряму залежність від наукових розробок, що фінансуються і здійснюються самою фірмою, можливість останньої швидко реагувати і пристосовуватися до нових технологічних можливостей. [7, с. 137].

І.А Павленко визначає, що «інноваційна стратегія, будучи складовою загальної стратегії підприємства, являє собою ціленаправлену діяльність щодо визначення найважливіших напрямів, вибору пріоритетів перспективного розвитку підприємства і вироблення комплексу заходів, потрібних для їх досягнення» [6, с. 95]. Схожою думки притримується російський науковець Р.І. Акмаєва: «Інноваційна стратегія являє собою ціленаправлену діяльність за визначенням пріоритетів перспективного розвитку підприємства та їх досягненню, в результаті якої забезпечується нова якість виробництва і управління» [1, с. 133].

Вибір інноваційної стратегії підприємства залежить від багатьох чинників: умов і факторів зовнішнього середовища; сфери діяльності фірми; номенклатури та асортименту її продукції; тривалості життєвого циклу товарів; можливості підприємства здійснювати моніторинг науково-технічної інформації щодо ринку новацій; наявності відповідного науково-технічного та технологічного потенціалу і т.д. Також при виборі інноваційної стратегії повинна враховуватись її відповідність до загальної стратегії розвитку організації та передбачати готовність ринку до сприйняття новинки. На основі цих чинників ми виділяємо наступні типи інноваційних стратегій:

- традиційна інноваційна стратегія – вона полягає в проведенні дослідно-конструкторських робіт у порівнянні з науково-дослідними роботами та її доцільно застосовувати для продуктів, які знаходяться на стадії зрілості, коли технологія виробництва вже відпрацьована. Ця продукція реалізовується на стабільному ринку та підприємство не має серйозних конкурентів;

- інноваційна стратегія наступу – передбачає використання світових досягнень науки і технологій,

наявність власних наукових доробків, можливість підприємства швидко пристосовуватись до нових технологічних можливостей. Цю стратегію можуть використовувати малі інноваційні фірми та великі підприємства, які активно вивчають ринок для поширення свого впливу на інші привабливі сфери діяльності. Завдяки потужним науково-дослідним відділам вони можуть генерувати власні ідеї і втілювати їх в життя, захищаючи своє виняткове право на нову продукцію через систему патентування;

- інноваційна стратегія захисту – спрямована на утримання конкурентних позицій на існуючих ринках. Цієї стратегії дотримуються більшість підприємств, які уникають надмірного ризику. Вони йдуть на крок позаду від фірм-піонерів і впроваджують новацію лише тоді, коли впевнені у її перспективності;

- інноваційна стратегія імітації – розробляється для підприємств, які не є піонерами в випуску на ринок певних нововведень, але залучилися до їх виробництва, придбавши у фірми-піонера ліцензію. Для українських підприємств така стратегія є одним із способів підвищення наукоємності та технологічності виробництва;

- залежна інноваційна стратегія – спрямована на розробки великих фірм, що мають більш високу ступінь ефективності виробництва і мають зв'язок з діяльністю підприємств-субпідрядників. Характер змін залежить від політики головного підприємства. Цей тип інноваційної стратегії поширений в Україні. Світові лідери у високотехнологічних галузях приходять в Україну саме через створення місцевих фірм субвиробників комплектуючих або провайдерів послуг. Завдяки цій стратегії українські фірми можуть брати активну участь у світовому інноваційному процесі;

- інноваційна стратегія «за нагодою» – полягає у пошуку інформації щодо можливостей, які відкриваються перед підприємством в нових обставинах. Також у відшукуванні особливих ніш на існуючих ринках товарів та послуг, що мають споживача з нетиповим, але значущим різновидом потреб;

- змішана інноваційна стратегія – спрямована на використання підприємствами, які працюють у різних сферах бізнесу і на різних ринках. Ця стратегія дозволяє підприємству для одного виду бізнесу обрати стратегію наступу, а для іншого захисту чи традиційну.

Будь-яка стратегія буде визнана успішною тільки в тому випадку, якщо отримані в процесі її реалізації результати виявляться максимально наближеними до запланованої мети. Тому в рамках стратегічного підходу розуміння стратегії виключає детермінізм в поведінці організації, зумовленість характеру зміни її середовища. У цьому випадку стратегія складається з двох частин: планованої частини, яка включає навмисні і цілеспрямовані дії, і адаптивної частини, яка включає реакції «по ходу справи», тобто реакції на непередбачувані тенденції розвитку та нові, тільки що з'явилися впливи з боку зовнішнього середовища організації.

Проведений аналіз наукових надбань свідчить про те, що більшість науковців визначає три типи інноваційної політики, а саме: наступально-ризиковий, наступальний та еволюційний, але, на нашу думку, дана класифікація є досить обмеженою та узагальнюючою. Насамперед, потрібно врахувати:

- специфіку підприємств різних галузей та їх можливостей щодо формування та реалізації інноваційної політики за складовими та напрямками;

- перспективу кожного підприємства реалізувати стратегічні цілі з урахуванням його наявних і потенційних ресурсних можливостей;

- шанс будь-якого підприємства здійснювати стратегічні цілі з огляду на ринкову ситуацію.

Виходячи з цього, ми вважаємо за потрібне розширити можливості вибору підприємств щодо типу інноваційної політики. Отже, ми пропонуємо таку класифікацію типів інноваційної політики підприємства:

наступально-силовий тип інноваційної політики – політика, спрямована на створення принципово нових або на радикальне перетворення старих сегментів ринку, пошук та реалізацію революційних рішень.

Наступально-ризиковий тип інноваційної політики – політика спрямована на: збільшення масштабів виробництва; створення наукоємної інноваційної продукції та оперативність її впровадження; готовність менеджерів вищої ланки до ризику.

Наступальний тип інноваційної політики – політика, спрямована на: створення власних дослідницьких лабораторій та відділів, що постійно працюють над створенням нових продуктів у відповідній галузі; виділення коштів для придбання права випуску нового продукту іншого підприємства; спроможність швидко розгорнути масове виробництво нової продукції, завдяки своїм фінансовим можливостям.

Наступально-стабільний тип інноваційної політики – політика, спрямована на: збільшення масштабів виробництва за рахунок масового виробництва продукції достатньої якості за низькими цінами; освоєння нових товарів і послуг та вихід на нові ринки збуту; завоювання конкурентних переваг.

Еволюційний тип інноваційної політики – політика, спрямована на: підтримання існуючих розмірів підприємства і його ділової активності; підвищення конкурентоспроможності продукції із тривалим життєвим циклом з метою утримання позицій і частки ринку.

Еволюційно-стабільний тип інноваційної політики – політика, спрямована на формування умов для досконалих рішень поточної діяльності підприємства: технології виготовлення продукції, її модифікації в межах базової конструкції; розширення ринкової ніші; вдосконалення маркетингових інструментів.

Еволюційно-захисний тип інноваційної політики – політика, спрямована на утримання позицій на ринку, вносячи поліпшувальні зміни у технологію, дизайн продукту, заохочення та ініціативність усіх працівників підприємства у вдосконаленні своєї роботи, підвищення її якості, продуктивності та результативності збуту.

Стабільний тип інноваційної політики – політика, спрямована на пошук споріднених видів бізнесу, перехід до яких не потребує значних витрат, водночас даючи змогу підприємству ще певний час протриматись на ринку.

Захисний тип інноваційної політики – політика, спрямована на утримання позицій підприємства на ринку і попередження банкрутства, інноваційний пошук, що через обмеженість фінансових ресурсів зосереджується на заходах, які дають змогу скорочувати витрати на випуск продукції з метою зниження її ціни і збереження конкурентоспроможності.

Висновки і пропозиції. Таким чином, розроблення інноваційної стратегії підприємства по-

винно ґрунтуватися на його ринковій позиції, пов'язаній з життєвим циклом виробленого продукту. Вона повинна враховувати головні фази і критичні моменти переходу однієї фази в іншу при здійсненні повного життєвого циклу продукту. При цьому слід враховувати властиву кожній окремій фазі організаційну структуру інноваційного підприємства. Ефективне функціонування інноваційного механізму на рівні підприємств і організацій конкретно проявляється як досягнення їх стратегічних і тактичних цілей, з урахуванням впливу факторів (зовнішніх і внутрішніх) на інноваційну діяльність. Стра-

тегія і тактика, в загальному плані, мають родинні цілі, і їх сутність полягає у визначенні засобів, за допомогою яких підприємство прагне до досягнення поставлених цілей і завдань. Застосування концепції стратегічної організації інноваційної діяльності дозволить підприємству підвищити якість прийнятих управлінських рішень і забезпечить підвищення ефективності інноваційної політики підприємства в цілому і кожної інновації зокрема за рахунок скорочення витрат часу на розробку і впровадження нововведення, а отже, і мінімізації витрат матеріальних і фінансових ресурсів.

Список літератури:

1. Акмаева Р.И. Инновационный менеджмент : учеб. пособ. / Р.И. Акмаева. – Ростов на Дону : Феникс, 2009. – 347 с.
2. Бронникова Т.С. Маркетинг. Учебное пособие./ Бронникова Т.С., Чернявский А.Г. – Таганрог : Таганрогский государственный радиотехнический университет, 1999. – 103 с.
3. Голубков Е.П. Основы маркетинга : учеб. / Е.П. Голубков. – Москва: Издательство «Финпресс», 1999. – 656 с.
4. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – [перевод с английского, общ. ред. док. экон. наук Л.И. Евенко]. – Москва : Издательство «ДЕЛО», 2004. – 482 с.
5. Навчальний економічний словник-довідник : Терміни, поняття, персоналії / В.С. Іфтемічук, В.А. Григорев, М.І. Манілич, Г.Д. Шутакза. – [наук. ред. Г.І. Башнянина, В.С. Іфтемічука]. – Львів : «Магнолія 2006», 2008. – 688 с.
6. Павленко І.А. Економіка та організація інноваційної діяльності : навч. посіб. / І.А. Павленко. – [2-ге вид. без змін]. – К. : КНЕУ, 2006. – 204 с.
7. Тульпа І.А. Інноваційні стратегії : навч. посіб. / І.А. Тульпа, О.М. Сумець. – Харків : Студцентр, 2005. – 208 с.
8. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент : учеб. / Р.А. Фатхутдинов. – [2-е изд.] – Москва. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. – 624 с.

Лановская Г. И.

Национальный университет пищевых технологий

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Резюме

Исследованы теоретические аспекты формирования инновационной политики в контексте разработки инновационной стратегии и решения тактических задач. Проанализирована сущность тактики, инновационной стратегии и предложена их классификация. Разработано авторское виденье типов инновационной политики предприятия.

Ключевые слова: стратегия, тактика, инновационная политика, инновационная стратегия, инновационная деятельность.

Lanovska G. I.

National University of Food Technologies Kyiv

FEATURES OF THE FORMATION OF INNOVATION POLICY IN PRESENT CIRCUMSTANCES

Summary

The theoretical aspects of innovation policy in the context of the development of innovative strategies and solve tactical problems. The essence of innovation strategy and tactics and proposed classification. A vision of the types of innovative copyright policy of the company.

Key words: strategy, tactics, innovationpolicy, innovationstrategy, innovation.

УДК 339.138

Лозовська Г. М.

Одеська національна академія харчових технологій

ОЦІНКА СОЦІАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ ПОСЛУГ НАЦІОНАЛЬНОГО ЦИФРОВОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ)

Проведена оцінка соціальної ефективності впровадження інноваційних послуг (на прикладі послуг національного цифрового телебачення). Визначається роль телебачення як соціально-значуща у суспільстві. Автором проведений аналіз існуючих рішень у сфері оцінки соціальної ефективності. На його основі розроблений метод комплексної оцінки соціальної ефективності впровадження послуг національного цифрового телебачення.

Ключові слова: соціальна ефективність, інновація, інноваційна послуга, цифрове телебачення.

Постановка проблеми. У сучасних умовах підприємству для реалізації своїх економічних цілей недостатньо орієнтуватися тільки на отримання прибутку. Довгостроковий розвиток припускає рух у напрямі соціальної відповідальності, яка не лише створює позитивний імідж підприємства, але і розширює ринок збуту, підвищує інвестиційний рейтинг. Усе це спонукає підприємство вносити в громадський розвиток свій соціальний вклад – у вигляді податків, якісних товарів і послуг. Проте для того, щоб отримати відомості про соціальні наслідки (у тому числі довгострокові) своєї діяльності, а також для підвищення цінності програм, що реалізуються, підприємству необхідно враховувати розмір соціального ефекту, що вноситься ним, та мати можливість оцінити соціальну ефективність заходів, що проводяться, для поліпшення добробуту суспільства [1, с. 140].

У сучасному світі з розвиненими масовими комунікаціями телебачення перетворюється на значний і багатофункціональний соціокультурний інститут, що бере активну участь у глобальних процесах сучасності. В усьому світі воно є найпопулярнішим засобом масової комунікації, виступаючи як невід’ємна частина життя безлічі людей. Воно здатне формувати смаки, погляди, систему поведінки, задавати координати розвитку особистості [2, с. 129]. Значення телебачення і його вплив на соціальний прогрес держави важко переоцінити.

Саме тому державний план переходу на цифрове телебачення до 2015 року, що був підписаний Україною згідно регіональної угоди «Женева-2006» від 16.06.2006 р. [3], серед іншого вимагає оцінки соціальної ефективності при впровадженні національного цифрового телебачення (НЦТВ).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, присвячені оцінці соціальної ефективності інноваційних проектів, досліджували Е.Н. Синдяшкіна [1, с. 140], П.Л. Виленский, В. Беренс, П.М. Хавранек та ін. [4, с. 218].

Поняття «інноваційна послуга» є складовою частиною системи інноваційної діяльності підприємства. Його сутність, функції й основні принципи розглянуті в роботах І. Ансоффа, Д. Грейсона, А.К. Завліна, А.І. Пригожина.

Проблематику в сфері телебачення займалися Я.В. Мальковская, Е.Л. Вартанова, Э.Г. Багиров, В.В. Савчук [5].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Досліджень в області саме соціальної ефективності інноваційних послуг є порівняно небагато. Більшість робіт орієнтована на оцінку економічного ефекту впровадження інновацій.

Що стосується НЦТВ, то перехід на нього є не лише важливим економічним і політичним рішенням, але і має величезне соціальне і громадське значення, оскільки телебачення являється для більшості людей одним з основних джерел інформації. Саме тому оцінка соціальної ефективності при впровадженні інноваційних послуг (на прикладі послуг НЦТВ) є актуальною.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є оцінка соціальної ефективності впровадження інноваційних послуг (на прикладі послуг національного цифрового телебачення).

Виклад основного матеріалу. У сучасних ринкових умовах підвищуються вимоги до економічних вимірів і економічних обґрунтувань прийнятих рішень стосовно інноваційних проектів. Фінансування таких проектів відбувається, як правило, після різносторонньої оцінки кожного з можливих варіантів розвитку, а також після розрахунку ефективності запропонованих заходів.

Перш за все, визначимось із поняттями «інновація» та «інноваційна послуга».

Відповідно до міжнародних стандартів інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, що одержав втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринок, нового або вдосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг [6, с. 154]. Тобто інновацією в сфері послуг виступає результат інноваційної діяльності (сервісний продукт, технологія або її окремі елементи, нова організація сервісної діяльності й ін.), що здатний більш ефективно задовольняти суспільні потреби.

При впровадженні інноваційної послуги гостро стоїть проблема оцінки її ефективності. При цьому ефективність проявляється не тільки в економічному чи технічному результаті, але і соціальному, що є надважливим для громадського і загальнодержавного розвитку. Саме тому розглянемо проблематику соціальної ефективності більш детально.

Залежно від врахованих результатів і витрат розрізняються наступні види ефекту (табл. 1) [7, с. 53].

Виходячи з таблиці 1, можна побачити, що про ефективність реалізації інновацій свідчать не лише економічні результати. Інновації можуть зменшувати потребу в поновлюваних ресурсах, поліпшувати умови життя і праці, формувати нові напрями науково-технічного розвитку, тобто мати значний соціальний ефект.

Соціальний ефект – це результат, який отримує суспільство як в процесі виробництва того або

Таблиця 1
Види ефекту при реалізації інноваційних послуг

Вид ефекту	Що відображають показники	
1.	Економічний	Показники враховують у вартісному вираженні усі види результатів і витрат, обумовлених реалізацією інноваційних проектів.
2.	Науково-технічний	Показники відображають новизну, простоту, корисність, естетичність, компактність.
3.	Фінансовий	Розрахунок показників базується на фінансових показниках.
4.	Ресурсний	Показники відбивають вплив інновації на обсяг виробництва і споживання того або іншого виду ресурсу.
5.	Соціальний	Показники враховують соціальні результати реалізації інноваційних проектів.
6.	Екологічний	Показники враховують вплив інноваційного проекту на довкілля. У їх числі може бути: шум, електромагнітне поле, освітленість (зоровий комфорт), вібрація і т. п.

іншого продукту (послуги) або виконання певного роду роботи, так і при споживанні відповідних матеріальних, соціальних і духовних цінностей.

Види соціальних ефектів можна класифікувати наступним чином [8, с. 47]:

1) *По рівню виникнення:*

– *локальний*, тобто пов'язаний зі зниженням негативної дії чинників внутрішнього виробничого середовища підприємства на його працівників, в число яких включається несприятливий стан умов праці, психологічний клімат в колективі і тому подібне;

– *територіальний*, що утворюється в результаті поліпшення виробництва і, як наслідок, поліпшення стану зовнішнього (природного і соціального) середовища підприємства.

2) *За часом виникнення:*

– *первинні*, такі, що є метою технічного переозброєння виробництва;

– *вторинні*, такі, що є наслідком отриманих первинних результатів.

3) *За економічним змістом:*

– *мають вартісне вираження;*

– *не мають вартісного вираження*, тобто економічній оцінці може бути підданий не увесь комплекс соціальних результатів.

4) *Громадське значення ефекту:*

– *позитивне;*

– *негативне.*

За кожним з видів соціального ефекту існує можливість визначити доцільність впровадження інноваційного проекту (послуги). В той же час слід відзначити необхідність розробки підходу, який надає можливість комплексної оцінки ефективності інноваційних послуг за різними видами соціального ефекту. Для комплексної оцінки соціальної ефективності впровадження інноваційних послуг (на прикладі послуг НЦТБ) автором була розроблена методика, яка складається в виконанні наступних етапів.

Етап 1. Визначення показників, за допомогою яких можна оцінити соціальну ефективність інноваційних послуг (на загальнодержавному рівні і на рівні споживача).

Етап 2. Визначення ваги і значення показників, які впливають на оцінку соціальної ефективності інноваційних послуг на усіх рівнях (на загальнодержавному рівні і на рівні споживача).

Етап 3. Виконання розрахунків (при їх неможливості – якісних оцінок), а також на їх основі висновків про ступінь визначення соціальної ефективності при впровадженні інноваційних послуг.

Етап 4. Виведення комплексної оцінки, яка показує ступінь визначення соціальної ефективності інноваційних послуг на усіх рівнях, яких вона торкається (на загальнодержавному і на рівні споживача).

Проаналізуємо кожен із етапів більш детально.

Етап 1. Визначення соціальних ефектів, які проявляються на різних рівнях. Необхідно чітко і детально описати усі показники, які тим чи іншим чином впливають на проблему визначення соціальної ефективності інноваційних послуг, розділити їх по рівнях і ступенях впливу. Також доцільним буде їх об'єднати в окремі групи показників, що схожі за своїми якісними характеристиками.

Етап 2. Визначення ваги і значення показників соціальної ефективності. Оскільки при визначенні комплексної оцінки соціальної ефективності інноваційних послуг через те, що одна група

показників може бути кількісною, а інша – якісною, виникає необхідність звести усі показники до єдиної системи вимірювання, для чого доцільно визначити вагу і значення показників, які впливають на вирішення задачі.

Етап 3. На основі визначених ваги і значень показників розрахунок значень усіх показників по кожному окремо і по групах загалом (при неможливості розрахунків потрібно визначити якісні оцінки). Це дозволить оцінити ступінь впливу кожної групи показників у складі комплексної оцінки соціальної ефективності інноваційних послуг.

Етап 4. Виведення комплексної оцінки, яка показує ступінь соціальної ефективності при впровадженні інноваційних послуг на усіх рівнях, яких вона торкається.

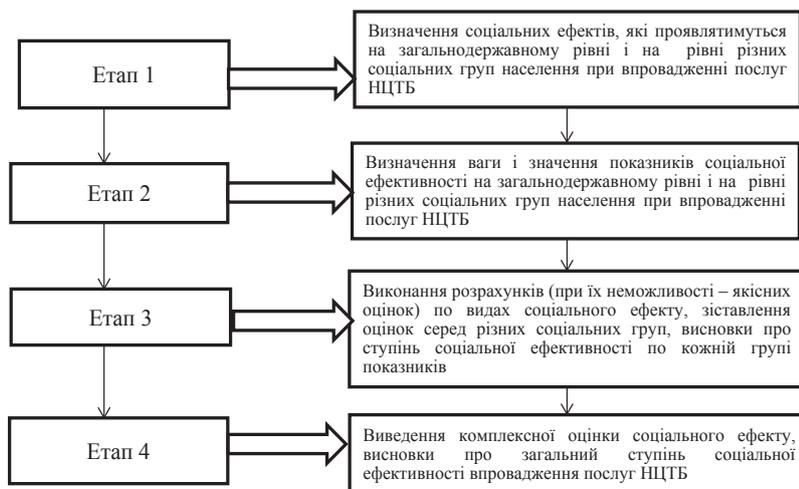


Рис. 1. Оцінка соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ

На основі наведених етапів оцінки соціальної ефективності інноваційних послуг автором була запропонована схема для оцінки соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ (рис. 1).

Надамо характеристику кожному із етапів:

1. Визначення соціальних ефектів, які проявлятимуться на загальнодержавному рівні і на рівні різних соціальних груп населення при впровадженні послуг НЦТБ. Соціальний ефект при впровадженні таких інноваційних послуг, як послуги НЦТБ, проявляється у подоланні територіальної роз'єднаності, створенні умов для між-сімейних та дружніх контактів, економії часу при вирішенні побутових проблем та збільшенні вільного часу, необхідного для задоволення матеріальних та духовних потреб. Використання послуг цифрового телебачення допоможе розширити можливості спілкування, сприятиме більш швидкому обміну інформацією й даних. Головний ефект цифрового телебачення як засобу, який скорочує час та простір, проявляється при особистому споживанні в збільшенні фонду вільного часу населення, який з урахуванням економічної (грошової) оцінки неробочого часу може бути еквівалентним економії грошових коштів суспільства в результаті застосування й подальшого інноваційного розвитку цих сфер.

Ефект, який отримує населення країни від впровадження на підприємствах зв'язку інноваційних послуг, має велике соціальне значення, оскільки основною задачею НЦТБ є задоволення зростаючих потреб споживача та суспільства в цілому в передачі та отриманні різноманітної інформації, підвищенні культурного та освітнього рівня людей тощо.

При впровадженні послуг НЦТБ доцільно розділити соціальні ефекти, що є складовими загальної соціальної ефективності, на загальнодержавний рівень і на рівні соціальних груп населення.

Основні види соціальних ефектів при впровадженні послуг НЦТБ в Україні на загальнодержавному рівні є такими:

1. Пріоритетність. Відповідність мети впровадження послуг НЦТБ пріоритетам, цілям і стратегії соціально-економічного розвитку держави.

2. Забезпеченість послугами. Рівень забезпеченості держави послугами НЦТБ, у порівнянні зі світовим рівнем.

3. Галузева приналежність НЦТБ. Ступінь приналежності до галузі, до якої належить соціальна проблема, що вирішується при впровадженні послуг НЦТБ.

4. Охоплення результатами послуг НЦТБ. Населення, що використовує результати реалізації послуг НЦТБ.

Основні види соціальних ефектів при впровадженні послуг НЦТБ в Україні на рівні різних соціальних верств населення є такими:

1. Ціни на послуги НЦТБ у порівнянні з цінами конкурентів:

1.1. Доступність;

1.2. Можливість знижок;

1.3. Цінова гнучкість для соціально незахищених верств населення.

2. Підвищення рівня ефективності праці:

2.1. Зменшення трудовитрат на обслуговування обладнання і його моніторинг;

2.2. Покращення умов праці для робітників сфери послуг зв'язку.

3. Вплив на об'єм послуг:

3.1. Можливість надання населенню соціальних послуг в результаті впровадження послуг НЦТБ;

3.2. Збільшення об'єму соціальної послуги, потреба в якій зростає в результаті впровадження послуг НЦТБ.

4. Вплив на якість послуг у результаті впровадження послуг НЦТБ:

4.1. Підвищення якості надання соціальних послуг населенню;

4.2. Удосконалення технології надання соціальних послуг населенню;

4.3. Підвищення оперативності надання соціальних послуг населенню;

4.4. Гнучкість у підході до роботи зі споживачами.

5. Підвищення якості життя громадян у результаті впровадження послуг НЦТБ:

5.1. Розширення можливостей спілкування;

5.2. Пришвидження обміну інформацією між користувачами;

5.3. Збільшення фонду вільного часу.

Показники було запропоновано розділити на такі групи через те, що вони відображають рівень соціальної захищеності і добробуту користувачів послуг НЦТБ. Тобто кожен із показників тим чи іншим чином відображає інтереси споживача.

Такі показники для оцінки соціальних ефектів при впровадженні послуг НЦТБ були обрані для того, щоб показати всю важливість і необхідність цього кроку для держави загалом і для користувача зокрема. Дані показники допомагають розкрити усі переваги цифрового мовлення, такі як:

- підвищення ресурсної ефективності держави;
- покращення якості сигналу, а відповідно і якості послуги телевізійного мовлення;
- розвиток комунікацій, розширення можливостей спілкування та ін.

2. Визначення ваги і значення показників соціальної ефективності на загальнодержавному рівні і на рівні різних соціальних груп населення при впровадженні послуг НЦТБ. Нині не існує єдиної методики оцінки ефективності соціальних послуг або інноваційних проектів на певній території. Усі пропонувані оцінки не є комплексними та охоплюють лише одну сторону (чи деякі сторони) діяльності досліджуваного об'єкту [1].

Так, кількісні показники охоплення населення інноваційним проектом або соціальними послугами не дають уявлення про якісну сторону об'єкту; суб'єктивні оцінки користувачами соціальних послуг або інноваційним проектом є досить важливими, але, в основному, відбивають їх емоції. Нарешті, міра усвідомлення населенням потреби в соціальних послугах значно впливає на характер оцінки, даної клієнтами. Тому хоча постійне дослідження думки клієнтів є обов'язковою частиною діяльності підприємства, професіонали повинні добре усвідомлювати відносність результатів, отриманих з використанням такого інструментарію. Серед методів оцінки найбільш прийнятними для вирішення поставлених задач слід згадати соціальну експертизу і метод експертних оцінок.

Вага і значення показників для оцінки загальнодержавного соціального ефекту від впровадження послуг НЦТБ визначається на основі переваг замовника інноваційного проекту, тобто держави. Показники громадської ефективності можуть враховувати результати реалізації інноваційного проекту для суспільства, у тому числі як безпосередні результати і витрати проекту, так і втрати і результати в суміжних секторах економіки, екологічній, соціальній і інших позаекономічних ефектах.

3. Виконання розрахунків (при їх неможливості – якісних оцінок) по видах соціального ефекту,

зіставлення оцінок серед різних соціальних груп, висновки про ступінь соціальної ефективності по кожній групі показників.

Коефіцієнт соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ по кожній n -й групі показників розраховується по формулі (1) [9, с. 96]:

$$C_n = \sum_{i=1}^{N_n} f_i Z_i \quad (n = \overline{1, N}), \quad \sum_{i=1}^{N_n} f_i = 1, \quad (1)$$

де Z_i – значення i -го показника соціальної ефективності у балах;

n – номер групи;

f_i – значимість i -го показника;

N – загальна кількість груп показників соціальної ефективності;

N^n – кількість показників в n -й групі.

4. Виведення комплексної оцінки соціального ефекту, висновки про загальний ступінь соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ. В якості базового показника для розрахунку загальної соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ візьмемо комплексний показник соціального ефекту (S) від реалізації інноваційного проекту (2):

$$S = \sum_{n=1}^N C_n * 3K_n \quad \left(\sum_{n=1}^N 3K_n = 1 \right), \quad (2)$$

де $3K_n$ – значимість n -ої групи показників соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ.

Маючи поетапну характеристику оцінки соціальної ефективності, розраховуємо комплексну соціальну ефективність впровадження послуг НЦТБ.

Основні види соціальних ефектів як на загальнодержавному рівні, так і рівні різних соціальних груп представлені в таблицях 2 і 3.

Одним із найбільш прийнятних методів оцінки для вирішення поставленої задачі, а саме визначення соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ, є метод експертних оцінок. Даний метод був обраний через його доступність, ефективність і можливість привести різні соціальні показники до єдиної системи вимірювання. Для цього було проведено дослідження серед різних груп споживачів: пенсіонери, працюючі, непрацюючі, студенти. Усі бали, які надані у таблицях 2 і 3, були отримані за допомогою анкетування користувачів телевізійних послуг, що було проведено авторами у статті [10]. Цим групам респондентів було запропоновано оцінити важливість різних показників соціальної ефективності, виставляючи

вагові оцінки в балах (по 10-ти бальній шкалі оцінок), залежно від ступеня відповідності показника їх вимогам (табл. 3).

Дані, що відображені у таблиці 2, були отримані а допомогою формули (1). Спочатку були розраховані коефіцієнти соціальної ефективності по кожному показнику окремо. За допомогою методу «сценаріїв розвитку» були оцінені ризики впровадження послуг НЦТБ шляхом встановлення впливу на послуги одночасної варіації декількох чинників через вірогідність кожного сценарію [4, с. 218]. Потім по кожному із варіантів сценарію впровадження послуг НЦТБ (а) – оптимістичний сценарій, б) – реалістичний, в) – песимістичний) були знайдені зважені суми усіх груп соціальних ефектів і були отримані загальні зважені значення у відсотках:

- по сценарію а) – 92,5%;
- по сценарію б) – 56,5%;
- по сценарію в) – 22%.

Виходячи з таблиці 2, можна зробити висновки, що сценарії а) і б) (що відповідають оптимістичним і реалістичним прогнозам впровадження послуг НЦТБ) мають високий ступінь соціальної ефективності (92,5% і 56,5%, відповідно). Це свідчить про те, що навіть при частковому впровадженні серед населення послуг НЦТБ соціальна значущість цього проекту є досить великою (56,5%).

Після оцінки соціальних ефектів на загальнодержавному рівні розглянемо окремо показники для оцінки ступеню соціальної ефективності при впровадженні послуг НЦТБ для різних верств населення (табл. 3), а також із урахуванням коефіцієнтів значимості (табл. 4).

Автором була оцінена значимість (вага) кожного показника. За допомогою формули (1) були розраховані комплексні оцінки для кожної групи показників соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ (табл. 4).

За допомогою формули (2) була розрахована комплексна оцінка соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ.

Усі розрахунки представлені в таблиці 5.

Оцінка соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ характеризує соціальний розвиток, рівень якого визначається ступенем досягнення нормативного рівня життя, підвищенням його

Таблиця 2

Показники для оцінки ступеню соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ на загальнодержавному рівні

Показник соціальної ефективності	Зміст показника	Вага показника, бали	Значення показника	Зважене значення, %
1. Пріоритетність Відповідність мети впровадження послуг НЦТБ пріоритетам, цілям і стратегії соціально-економічного розвитку держави	а) відповідають; б) частково відповідають заявленим пріоритетам і цілям; в) не відповідають.	а) 10 б) 5 в) 0	0,2	а) 20 б) 10 в) 0
2. Забезпеченість послугами. Рівень забезпеченості держави послугами НЦТБ, у порівнянні зі світовим рівнем.	а) < 50%; б) від 50 до 75%; в) > 75%.	а) 8 б) 6 в) 3	0,3	а) 24 б) 18 в) 9
3. Галузева приналежність послуг НЦТБ Ступінь приналежності до галузі, до якої належить соціальна проблема, що вирішується при впровадженні послуг НЦТБ	а) > 75%; б) від 50 до 75%; в) < 50%.	а) 9 б) 5 в) 4	0,15	а) 13,5 б) 7,5 в) 6
4. Охоплення результатами послуг НЦТБ Населення, що використовує результати реалізації послуг НЦТБ	а) усе населення; б) не менше 50% населення; в) не менше 25% населення.	а) 10 б) 6 в) 2	0,35	а) 35 б) 21 в) 7
Всього по групі:				92,5%; 56,5%; 22%

Таблиця 3

Показники для оцінки ступеню соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ для різних верств населення

Показник соціальної ефективності	Значимість показника	Оцінки показників, бали			
		пенсіонери	працюючі	непрацюючі	студенти
1. Ціни на послуги НЦТБ у порівнянні з цінами конкурентів					
1.1. Доступність	0,6	10	6	8	7
1.2. Можливість знижок	0,3		5	5	6
Цінова гнучкість для соціально незахищених верств населення	0,1	5	3	6	5
		6			
2. Підвищення рівня ефективності праці					
2.1. Зменшення трудовитрат на обслуговування обладнання і його моніторинг	0,7	3	5	8	6
2.2. Покращення умов праці для робітників сфери послуг зв'язку	0,3	2	5	5	4
3. Вплив на об'єм послуг					
3.1. Можливість надання населенню соціальних послуг в результаті впровадження послуг НЦТБ	0,6	7	5	6	6
3.2. Збільшення об'єму соціальної послуги, потреба в якій зростає в результаті впровадження послуг НЦТБ	0,4	5	3	5	4
4. Вплив на якість послуг у результаті впровадження послуг НЦТБ					
4.1. Підвищення якості надання соціальних послуг населенню	0,5	9	7	8	8
4.2. Удосконалення технології надання соціальних послуг населенню	0,25	3	5	4	5
4.3. Підвищення оперативності надання соціальних послуг населенню	0,15	7	8	7	8
4.4. Гнучкість у підході до роботи зі споживачами	0,1	6	5	4	5
5. Підвищення якості життя громадян у результаті впровадження послуг НЦТБ					
5.1. Розширення можливостей спілкування	0,55	9	9	8	9
5.2. Пришвидчення обміну інформацією між користувачами	0,35	7	8	7	9
5.3. Збільшення фонду вільного часу	0,1	5	7	5	6

Таблиця 4

Показники для оцінки ступеню соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ для різних верств населення з урахуванням коефіцієнтів значимості

Показник соціальної ефективності	Оцінки показників, бали			
	пенсіонери	працюючі	непрацюючі	студенти
1. Ціни на послуги НЦТБ у порівнянні з цінами конкурентів				
1.1. Доступність	6	3,6	4,8	4,2
1.2. Можливість знижок	1,5	1,5	1,5	1,8
1.3. Цінова гнучкість для соціально незахищених верств населення	0,6	0,3	0,6	0,5
Взагалі по групі 1	8,1	5,4	6,9	6,5
2. Підвищення рівня ефективності праці				
2.1. Зменшення трудовитрат на обслуговування обладнання і його моніторинг	2,1	3,5	5,6	4,2
2.2. Покращення умов праці для робітників сфери послуг зв'язку	0,6	1,5	1,5	1,2
Взагалі по групі 2	3,2	5	7,1	5,4
3. Вплив на об'єм послуг				
3.1. Можливість надання населенню соціальних послуг в результаті впровадження послуг НЦТБ	4,2	3	3,6	3,6
3.2. Збільшення об'єму соціальної послуги, потреба в якій зростає в результаті впровадження послуг НЦТБ	2	1,2	2	1,6
Взагалі по групі 3	6,2	4,2	5,6	5,2
4. Вплив на якість послуг у результаті впровадження послуг НЦТБ				
4.1. Підвищення якості надання соціальних послуг населенню	4,5	3,5	4	4
4.2. Удосконалення технології надання соціальних послуг населенню	0,75	1,25	1	1,25
4.3. Підвищення оперативності надання соціальних послуг населенню	1,05	1,2	1,05	1,2
4.4. Гнучкість у підході до роботи зі споживачами	0,6	0,5	0,4	0,5
Взагалі по групі 4	6,9	6,45	6,45	6,95
5. Підвищення якості життя громадян у результаті впровадження послуг НЦТБ				
5.1. Розширення можливостей спілкування	4,95	4,95	4,4	4,95
5.2. Пришвидчення обміну інформацією між користувачами	2,45	2,8	2,45	3,15
5.3. Збільшення фонду вільного часу	0,5	0,7	0,5	0,6
Взагалі по групі 5	7,9	8,45	7,35	8,7

Таблиця 5

Розрахунок комплексних оцінок показників соціальної ефективності при впровадженні послуг НЦТБ для різних верств населення

Показник соціальної ефективності	Значимість показника	Комплексні оцінки показників, бали			
		пенсіонери	працюючі	непрацюючі	студенти
1. Ціни на послуги НЦТБ у порівнянні з цінами конкурентів	0,35	2,84	1,89	2,42	2,28
2. Підвищення рівня ефективності праці	0,15	0,48	0,75	1,07	0,81
3. Вплив на об'єм послуг	0,1	0,62	0,42	0,56	0,52
4. Вплив на якість послуг у результаті впровадження послуг НЦТБ	0,2	1,38	1,29	1,29	1,39
5. Підвищення якості життя громадян у результаті впровадження послуг НЦТБ	0,2	1,58	1,69	1,47	1,74
Узагальнені оцінки, бали		6,9	6,04	6,81	6,74

якості, збільшенням фонду вільного часу ті ін. Ця оцінка свідчить про те, що найбільший соціальний ефект від впровадження послуг НЦТБ отримують пенсіонери. Комплексна оцінка показників соціальної ефективності при впровадженні послуг НЦТБ склала 6,9 бала і є найбільшою серед інших верств громадян. Непрацюючі (6,81) і студенти (6,74) займають друге і третє місця, відповідно, що дозволяє говорити про досить високий ступінь соціальної ефективності при впровадженні послуг НЦТБ для цих верств громадян.

Розрахунок комплексних оцінок показників соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ свідчить про необхідність підвищення рівня соціальної ефективності для такої верстви громадян, як працюючі – тобто необхідно залучати додаткові послуги (такі як, наприклад, IPTV, Інтернет) при впровадженні послуг НЦТБ, щоб зацікавити додаткових клієнтів. Таким чином, збільшиться не тільки економічна вигода провайдера послуг НЦТБ, але й зросте загальний соціальний ефект від його впровадження.

Висновки і пропозиції. Неухильне зростання соціальної ефективності є кінцевою метою багатоаспектної діяльності підприємств та організацій. Щоправда, об'єктивне оцінювання соціальної ефективності наражається на істотні труднощі,

оскільки їй досі бракує науково обґрунтованої і загальноновизнаної методики її визначення.

Впровадження послуг НЦТБ, яке зараз відбувається у нашій державі, потребує багаторівневої (як на рівні держави, так і на рівні користувача) оцінки їх соціальної ефективності, оскільки це не тільки економічно вигідний, але й соціальний проект, який торкнеться кожного громадянина держави.

Запропонована автором оцінка соціальної ефективності впровадження інноваційної послуги на прикладі послуг НЦТБ дозволяє:

- визначити соціальні ефекти, які проявлятимуться на загальнодержавному рівні і на рівні різних соціальних груп населення при впровадженні послуг НЦТБ;

- оцінити соціальну ефективність інноваційних послуг на прикладі послуг НЦТБ, та за допомогою цього скоригувати маркетингову стратегію впровадження послуг НЦТБ;

- підвищити соціальну ефективність послуг НЦТБ через розширення глядацької аудиторії ті врахування інтересів кожного конкретного користувача і найбільш повне задоволення його потреб.

Перспективою подальших наукових розробок є розробка дієвої маркетингової стратегії впровадження послуг НЦТБ з урахуванням соціальної компоненти.

Список літератури:

1. Синдяшкіна Е.Н. Вопросы оценки видов социального эффекта при реализации инвестиционных проектов / Е.Н. Синдяшкіна // Проблемы прогнозирования. – 2010. – № 1. – С. 140–147.
2. Эрзанукаева Л.Р. Социокультурные проблемы развития телевизионных коммуникаций (на примере российского телевидения) / Л.Р. Эрзанукаева // Социология. – М.: Граница. – 2009. – № 4. – С. 129–132.
3. «Про затвердження Державної програми впровадження цифрового телерадіомовлення» / Постанова Кабінету міністрів України від 26 листопада 2008 р. № 1085. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/>.
4. Беренс В., Хавранек П.М. Руководство по оценке эффективности инвестиций / В. Беренс, П.М. Хавранек // АОЗТ «Интерэкспорт», «Инфра – М», 1999. – 343 с.
5. Савчук В.В. Медиа философия: формирование дисциплины / В.В. Савчук // Медиа философия. Основные проблемы и понятия. Материалы международной научной конференции «Медиа как предмет философии» СПб ГУ, Санкт-Петербург. – 2008. – 20-22 ноября.
6. Чорна М.В. Дослідження сутності поняття «інновація» та його сучасних особливостей / М.В. Чорна., С.В. Глухова // Вісник Хмельницького Національного університету. Економічні науки. – 2009. – № 1 (125). – С. 154–159.
7. Капорцева +О.Н. Эффективность инноваций и пути ее повышения / О.Н. Капорцева // Вести Института современных Знаний. – 2004. – № 2. – С. 53–57.
8. Михайлов С.П. Социальная эффективность стратегии экономического развития / С.П. Михайлов // СПб.: «Терция», 2006. – 245 с.
9. Овчарик Р.Ю. Статистика / Р.Ю. Овчарик, В.І. Крисюк, О.В. Юрченко // Київ: Європейський університет, 2004. – 139 с.
10. Князева Н.О., Лозовська Г.М. Маркетинговий інструментарій впровадження соціально-значущих інноваційних послуг (на прикладі послуг національного цифрового телебачення) / Н.О. Князева, Г.М. Лозовська // Бізнес Інформ. – 2014. – № 4.

Лозовская А. Н.

Одесская национальная академия пищевых технологий

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ УСЛУГ НАЦИОНАЛЬНОГО ЦИФРОВОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ)

Резюме

Проведена оценка социальной эффективности внедрения инновационных услуг (на примере услуг национального цифрового телевидения). Определяется роль телевидения как социально-значимая в обществе. Автором проведен анализ существующих решений в сфере оценки социальной эффективности. На его основе разработан метод комплексной оценки социальной эффективности внедрения услуг национального цифрового телевидения.

Ключевые слова: социальная эффективность, инновация, инновационная услуга, цифровое телевидение.

Lozovskaya A. N.

Odessa National Academy of Food Technologies

ESTIMATION OF SOCIAL EFFICIENCY OF INTRODUCTION OF INNOVATIVE SERVICES (ON THE EXAMPLE OF SERVICES OF NATIONAL DIGITAL TELEVISION)

Summary

Conducted estimation of social efficiency of introduction of innovative services (on the example of services of national digital television). The role of television as social meaningful is determined in society. By an author the conducted analysis of existent decisions in the field of the estimation of social efficiency. There was the worked out method of complex estimation of social efficiency of introduction of services of national digital television on his basis.

Key words: social efficiency, innovation, innovative service, digital television.

УДК 338.49

Малюк С. О.

Росинець В. Ю.

Миколаївський інститут права

Національного університету «Одеська юридична академія»

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

У статті досліджено проблеми функціонування малого підприємництва в Україні. Зазначено фактори, які негативно впливають на темпи росту малого підприємництва та гальмують його розвиток. Розкрито історію формування державної підтримки малого бізнесу та проаналізовано її роль у цій сфері.

Ключові слова: мале підприємництво, суб'єкти малого підприємництва, державне регулювання, система оподаткування, зайнятість населення.

Постановка проблеми. Розвиток продуктивних сил, територіальний та галузевий поділ праці призвели до того, що, вже починаючи за ХХ століття, мале підприємництво перетворилося переважно з ремісничої діяльності в однопорядкову за технічною оснащенням і формою організації ланку великомасштабного суспільного виробництва. В Україні цей процес проходив дуже повільно у порівнянні з іншими економічно розвиненими країнами світу. Наукові теорії та практична діяльність держави довгий час орієнтувались лише на великі державні проекти. Тож, нові тенденції в еволюції малого підприємництва були помічені і оцінені в Україні із запізненням. Однак на сьогодні вже не можна не зважати на важливу роль малих підприємств у забезпеченні ефективного функціонування сучасної ринкової економіки. Малі підприємства є найбільш масовою формою ділової активності і більш стійкою до несприятливих умов, які можуть виникнути в сфері бізнесу. Саме діяльність цих підприємств є основним шляхом формування в суспільстві найбільш демократичного суспільного прошарку, так званого «середнього класу», завдяки якому значною мірою відбувається якісне зростання

економіки та рівня життя населення і водночас – укріплюються демократичні засади в державі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблемних питань державного регулювання та розвитку підприємництва присвячені праці таких вчених, як В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погірчук, Б.М. Данилишин, О.П. Кавтиш, Т.О. Колісна, О.М. Кондрашов, Т.В. Корягіна, Ю.Є. Осацька, Р.В. Рудник та інших.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, незважаючи на досить великий масив теоретичних напрацювань вітчизняних вчених, на сьогоднішній день недостатньо дослідженими та не вирішеними залишаються питання, які стосуються вдосконалення механізмів реалізації державної політики підтримки малого підприємства, не досягнуто системного узагальнення фундаментальних проблем, які стримують розвиток малих підприємств, відсутні комплексні наукові рекомендації щодо створення цілісної ефективної системи регулювання їхньої діяльності, що і обумовлює актуальність даного дослідження.

Мета статті. Головною метою дослідження є вивчення особливостей та визначення ролі дер-

жавного регулювання діяльності малих підприємств в Україні, враховуючи специфіку сучасного розвитку країни, а також виявлення та розкриття пріоритетних напрямків державної політики у сфері малого підприємництва.

Виклад основного матеріалу. Відповідно до Господарського кодексу України поняття «підприємництво» визначається як самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. Виходячи з даного визначення, можна визначити сутність поняття «малого підприємництва». Це також є самостійна, ініціативна господарська діяльність, але з незначною кількістю працівників та невеликими обсягами діяльності. Суб'єктами малого підприємництва є фізичні та юридичні особи у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб, та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України [1].

Головними цілями діяльності малих підприємств є виробництво товарів та послуг високої якості та низької собівартості, задоволення споживчого попиту населення тощо. Потреба у стабільній та ефективній державній підтримці обумовлена багатьма позитивними рисами малих підприємств. По-перше, воно є досить гнучким та мобільним, тобто досить швидко реагує на зміни певних умов його функціонування. По-друге, воно досить швидко адаптується до кон'юнктури ринку, місцевих умов та запитів споживачів, потребує достатньо невисоких експлуатаційних витрат та відносно невеликий капітал для його створення. По-третє, мале підприємництво відіграє величезну роль у створенні нових робочих місць, формуванні середнього класу населення та створенні конкурентного середовища як важливої рушійної сили економічного прогресу.

На жаль, мале підприємництво має і свої недоліки. До них можна віднести: низьку продуктивність праці у порівнянні з крупними підприємствами; нездатність впроваджувати дуже важливі капіталомісткі досягнення науки і техніки у виробництві; вища інтенсивність праці за рахунок збільшення тривалості робочого дня, використання сімейної праці; економія на створенні необхідних умов для технічної безпеки. На сьогоднішній день малі підприємства мають великі труднощі з фінансуванням, отриманням кредитів та велику заборгованість. Тож, як свідчать останні світові тенденції, саме цілеспрямована та ефективна державна підтримка підприємств, особливо малих форм господарювання, є найбільш важливою особливістю сучасної політики у галузі підприємництва, що допоможе усунути всі недоліки та посилити позитивні сторони малого підприємства. Окрім того, саме в середовищі малого бізнесу, особливо новоствореного, досить слабкі традиції ринкової культури, легко сприймаються методи недобросовісної конкуренції, відбувається нехтування екологічними та санітарними вимогами і інтересами споживачів, тому у цій сфері потрібен дієвий державний контроль. В Україні, незважаючи на декларовану підтримку малого підприємництва з боку держави, її вплив на його становлення є явно недостатнім [2, с. 60].

Взагалі формування державної підтримки малого бізнесу почалося в Україні з 1991 року, з прийняття Закону України «Про підприємни-

цтво» (втратив чинність 01.01.2004 року), який визначив загальні правові, економічні та соціальні засади, умови здійснення підприємницької діяльності, правові основи державного регулювання та підтримки підприємництва. Для того, щоб реалізувати державну політику сприяння розвитку підприємництва, у тому числі малого бізнесу, у березні 1993 року Кабінетом Міністрів України була схвалена перша Програма державної підтримки підприємництва в Україні.

Наступним етапом стало прийняття у 1999–2001 роках 20 указів Президента з питань розвитку підприємництва. Верховна Рада також прийняла закони України «Про захист економічної конкуренції», «Про ліцензування певних видів господарської діяльності». Окремі норми цих законів передбачали виняток для суб'єктів малого та середнього підприємництва у тій частині положень, що жорстко регулювали дії суб'єктів господарювання у сфері економічної конкуренції.

Ще одним важливим заходом державної підтримки малого бізнесу в Україні стало впровадження ефективної податкової політики та надання пільг у сфері оподаткування суб'єктів малого бізнесу. В результаті впровадження цієї політики Указом Президента України «Про спрощену систему оподаткування обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» з 1 січня 1999 року для суб'єктів малого підприємництва було запроваджено сплату єдиного податку. Цим же указом відбувалося спрощення бухгалтерського, податкового обліку та звітності для суб'єктів малого підприємництва.

Новий етап в історії створення регіональних програм пов'язаний з затвердженням постановою Кабінету Міністрів України Державної стратегії регіонального розвитку від 21.07.2006 року на період до 2015 року, що стало поштовхом для розробки стратегій соціально-економічного розвитку окремих регіонів України [4, с. 182]. Підтримка розвитку малого підприємництва повинна носити регіональний характер та враховувати рівень розвитку підприємництва в окремих районах та видах економічної діяльності. При розробці регіональних програм підтримки необхідно враховувати економічну спеціалізацію того чи іншого регіону, рівень його виробничого потенціалу та наявність відповідної сировинної бази. Такий стан справ дуже позначився на ефективності функціонування державної системи підтримки малого бізнесу. За даними державного комітету статистики 2009 році у малому бізнесі України працювало близько 6,5 млн. найманих працівників. У 2010 році за даними Державної служби статистики цей показник зменшився до 4,9 млн. зайнятих осіб. Як бачимо, ці показники свідчать про тривожну тенденцію згортання сектора по кількості зайнятих у ньому. З одного боку, це пояснюється негативним впливом економічної кризи, а з іншого боку, це пояснюється наслідками так званого «негативного бізнес-клімату» в Україні і щорічного його погіршення.

У грудні 2010 року було створено Координаційну раду з питань розвитку малого та середнього підприємництва. Також за ініціативою Уряду Верховною Радою України було прийнято ряд законодавчих актів, які були направлені на спрощення та здешевлення започаткування і припинення підприємницької діяльності.

Наступним важливим кроком стало прийняття у 2012 році Закону «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в

Україні», який визначив правові та економічні засади державної політики у сфері підтримки та розвитку малого і середнього підприємництва.

Проаналізувавши зміст даних програм, можна визначити їх найбільш суттєві недоліки, а саме: неузгодженість елементів програм; неконкретність поставлених завдань та дуже широкий спектр планованих заходів, що веде до розпорошення. Виходячи з цих програм, ми можемо також встановити, що за роки незалежності в Україні практично сформована законодавча база та створені необхідні умови для діяльності цих підприємств, а малий бізнес виділений в окрему сферу, яку держава намагається підтримувати. Проте підприємництво в Україні розвивається в дуже складних умовах, пов'язаних з наявністю низки проблем об'єктивного і суб'єктивного характеру, які зумовлені відсутністю спільних думок щодо шляхів подальшого розвитку країни, єдиного уявлення про цілі і зміст регулювання підприємницької діяльності, в тому числі малого бізнесу [6, с. 71-72].

Згідно зі статистикою у сфері малого бізнесу в Україні станом на 1 січня 2011 року було зареєстровано 151,4 тис. підприємств, які забезпечували 7% ВВП. Тоді як у Чехії, Словаччині та Угорщині частка малих підприємств у ВВП знаходиться на рівні 30-40%. В Україні найбільша кількість малих підприємств знаходиться в Києві, на другому місці – Автономна республіка Крим. По областях України статистика виглядала таким чином: найвищі показники концентрації малого бізнесу в Київській, Дніпропетровській та Донецькій областях, найнижчі в Рівненській, Чернівецькій та Волинській областях.

За даними державного комітету статистики України малі підприємства складають 93,7% від загальної кількості усіх підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності. Так, станом на кінець 2012 року їх число склало 150,8 тис. підприємств. Основні показники розвитку малих підприємств за 2009-2012 роки ми можемо побачити в таблиці 1 [5].

Таблиця 1
Основні показники діяльності малих підприємств в Україні за 2009-2012 рр.

Показник	Роки			
	2009	2010	2011	2012
Кількість підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	75	70	70	63
Кількість зайнятих працівників, тис. осіб	2152	2073,6	2070,8	2054,7
Кількість найманих працівників, тис. осіб	2067,8	1992,5	1991,1	1990,5
Середня заробітна плата по малих підприємствах, грн	950,21	1185,5	1317,7	1623,15
Частка обсягу реалізованої продукції малих підприємств до загального обсягу реалізації, %	16,7	14,2	13,8	12,2
Частка підприємств, що одержали збитки, до загальної кількості малих підприємств, %	39,9	41,4	42,5	45,6

Наведені дані свідчать про погіршення стану даного сектору економіки. Всі показники, окрім середньої заробітної плати, яка збільшилась за аналізований період на 672,94 грн, що в більшій мірі зумовлено зростанням мінімальної заробітної плати, відображають зростання негативних тенденцій. З 2009 по 2012 роки спостерігається зменшення кількості малих підприємств на 10 тис. наявного населення на 12 одиниць, зайнятих і найманих працівників майже на 5% та 4% відповідно. Також відбувається зменшення частки обсягу реалізованої продукції малими підприємствами до загального обсягу реалізації.

Таким чином, проаналізувавши вищевказані факти, ми можемо виявити саме ті головні фактори, які гальмують розвиток даних підприємницьких структур. На перше місце треба поставити саме недостатню державну підтримку, а саме фінансову, інформаційну та консультативну. Особливо гостро стоїть проблема фінансової підтримки, рівень якої є дуже низьким та не відповідає затвердженому державним бюджетом (таблиця 2).

Таблиця 2
Фінансування заходів регіональних програм розвитку малого підприємництва

Рік	Передбачено фінансування	Фактично профінансовано	Відсоток використаних коштів
2010	37656,1	6959,1	18,5
2011	42139,5	11094,7	26,3
2012	30708,7	14814,7	48,25

Проблема державної підтримки полягає також у тому, що в Україні малий бізнес практично не бере участі у закупівлі державою товарів, робіт і послуг. Таким чином, механізм державних закупівель не використовується як інструмент державної політики сприяння розвитку малого бізнесу, порушується принцип права рівної участі всіх суб'єктів підприємницької діяльності у тендерах. Основні причини того, що малий бізнес майже не бере участі в системі державних закупівель, – це висока корумпованість системи державних закупівель та відсутність належного рівня прозорості процесу державних закупівель [7].

Другим фактором, який гальмує розвиток малих підприємств, є недосконалість, нестабільність та обтяжлива система оподаткування. Розвиток системи оподаткування малого бізнесу в Україні характеризується постійним зростанням на нього податкового навантаження. Прийняття нового Податкового кодексу також не дало очікуваних позитивних змін, а, навпаки, ускладнило проблему вибору оптимальної системи оподаткування та сприяє розвитку лише великому бізнесу.

Третя причина гальмування – це проблеми в отриманні кредитів. Як свідчать офіційні дані, стан кредитування малого бізнесу знаходиться в досить скрутному становищі (таблиця 3). Через ризик неповернення кредитних зобов'язань та недосконалість державне регулювання і систему правового захисту, переважна більшість українських банків відмовляються співпрацювати з малими суб'єктами господарювання [4, с. 30].

Також до основних проблем можемо віднести: незадовільну інтеграційну підтримку, тобто малі підприємства України постійно зазнають тиску з боку великих корпорацій та конкурують між собою; недостатня урегульованість відносини між суб'єктами підприємницької діяльності і органами

Таблиця 3
Питома вага кредитів, наданих банками України малим підприємствам у загальному обсязі кредитного портфелю банку

Роки	Питома вага кредитів, %
2010	10,7
2011	12,6
2012	13,7

влади; негативні інфляційні процеси, що ведуть до збільшення витрат підприємства на сировину, матеріали та всі інші елементи, що включаються до собівартості. Отже, як бачимо, означені проблеми функціонування та розвитку малого бізнесу в Україні потребують кардинального перегляду державної регуляторної політики у цій сфері [8, с. 8].

Державне втручання щодо забезпечення умов розвитку малого бізнесу, на нашу думку, має здійснюватися через проведення соціально-економічної, валютно-фінансової, структурно-інвестиційної і науково-технічної політики у вигляді різних важелів: розробки цільових програм з ресурсним забезпеченням, проведення податкової та тарифної політики, системи держзамовлень, субсидій, кредитів, гарантій, інформаційно-маркетингового забезпечення, системи державного прогнозування та програмування. Іншими словами, можемо сказати, що державне регулювання – це форма цілеспрямованого впливу держави через систему економічних та адміністративних методів з метою підтримки та забезпечення розвитку сфери платних послуг та інших видів економічної діяльності.

Державна підтримка особливо необхідна малому підприємству в умовах кризи, оскільки дозволить активізувати його діяльність, забезпечити зайнятість населення і завдяки цьому посприяти переходу населення від бідності – через самозайнятність і розвиток малого підприємства – до середнього класу. Тому всі інструменти державної політики мають бути спрямовані на стимулювання людей сміливо займатись малим бізнесом та, відповідно, на легкість ведення підприємницької

діяльності. Сьогодні державі потрібно провести роботу по залученню нових кваліфікованих кадрів для сфери підприємництва та навчання незайнятого населення основам підприємницької діяльності. Вирішення цих завдань полягає в створенні умов для самозайнятості безробітного населення шляхом навчання зареєстрованих безробітних за професіями, що дають змогу займатися підприємницькою діяльністю; здійсненні професійної підготовки і підвищення кваліфікації підприємців; надання консультаційної та організаційної допомоги підприємцям-початківцям з питань законодавства й оподаткування. Також необхідно удосконалити інформаційне та нормативно-правове забезпечення діяльності підприємців у сфері малого бізнесу; підвищувати якість рекламно-виставкової та видавничої діяльності у цій сфері; розвивати інноваційну діяльність в підприємницьких структурах, сприяти освоєнню нових технологій і винаходів.

Висновки. В результаті проведеного дослідження було проаналізовано проблеми функціонування малих підприємств в Україні та визначено роль держави в стимулюванні підприємницької активності. За аналізований період спостерігається відчутне зменшення кількості малих підприємств на 10 тис. наявного населення та збільшення кількості збиткових підприємств майже на 15%. На основі визначених проблем було запропоновано варіанти підвищення прибутковості малих підприємств, а саме: проведення податкової реформи, залучення нових кваліфікованих кадрів, усунення проблем отримання підприємствами кредитів тощо. Було також виявлено, що реалізація цих завдань визначить майбутнє українського малого підприємництва, яке безпосередньо залежить саме від державного регулювання від вдосконалення механізмів, форм і методів управління його розвитком. Створення сприятливого підприємницького середовища в країні призведе до зменшення чисельності безробітних, наповнення місцевих бюджетів та насичення ринку якісними товарами і послугами.

Список літератури:

1. Господарський кодекс України : науково-практичний коментар // станом на 18 березня 2013 р. / Д.Л. Тупчієнко, С.В. Мостовенко, С.Г. Деледівка [та ін.] – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 672 с.
2. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства : навчальний посібник / В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карпетян, Б.В. Погірчук. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 304 с.
3. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Данилишин Б.М. Державна підтримка та податкове регулювання підприємницької діяльності в Україні : монографія / Б.М. Данилишин, О.М. Кондрашов. – Донецьк : Юго-Восток, 2010. – 296 с.
5. Кавтиш О.П. Аналіз діяльності підприємств малого бізнесу та шляхи підвищення її прибутковості / О.П. Кавтиш, Т.О. Колісна // Ефективна економіка. – 2013. – № 3. – С. 30–34.
6. Корягіна Т.В. Особливості державного регулювання малого підприємництва в Україні / Т.В. Корягіна, Ю.С. Осацька // Економічні науки. – 2012. – № 4. – С. 69–76.
7. Малий бізнес: надежды и реальность [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ubr.ua/top/malyi-biznes-nadejdy-i-realnost>.
8. Рудник Р.В. Державне регулювання діяльності малих і середніх підприємств: домінанта національної стратегії: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08. 00. 03 «Економіка та управління національним господарством» / Р.В. Рудник. – К., 2010. – 19 с.

Малюк С. А.
Росинец В. Ю.

Николаевский институт права Национального университета «Одесская юридическая академия»

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УКРАИНЕ

Резюме

В статье исследованы проблемы функционирования малого предпринимательства в Украине. Определены факторы, которые негативно влияют на темпы роста малого предпринимательства и сдерживают его развитие. Раскрыта история формирования государственной поддержки малого бизнеса и проанализирована ее роль в этой сфере.

Ключевые слова: малое предпринимательство, субъекты малого предпринимательства, государственное регулирование, система налогообложения, занятость населения.

Malyuk S. O.
Rosynet's V. Y.

Nikolaev Institute of Law of the National University «Odessa Law Academy»

STATE REGULATION OF SMALL ENTERPRISES IN UKRAINE

Summary

The article deals with the problems of functioning of small enterprises in Ukraine. It was indicated the factors, which negatively affect on tempo of small business growth and restrain it development. It was disclosed the history of formation of state support of the small business and it was analyzed its role in this sphere.

Key words: small enterprises, small business subjects, state regulation, system of taxation, employment of the population.

УДК 338.012

Марковська О. К.

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ФАКТОР УСПІШНОГО РОЗВИТКУ ВИДАВНИЧОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Обґрунтовано роль конкуренції в ринкових умовах. Визначено особливості ведення конкурентної боротьби на видавничому ринку. Виявлено можливі ризики у діяльності видавничих підприємств. Розкрито специфіку забезпечення конкурентоспроможності видавничих підприємств.

Ключові слова: видавничий бізнес, конкуренція, конкурентоспроможність, особливість, ризик.

Постановка проблеми. Сьогодні для того, щоб виробникові добитися успіхів в конкурентній боротьбі, необхідно не просто вивчати ринок, правильно оцінювати свою конкурентоспроможність, можливості конкурентів і чинники що їх визначають, але так само ще й надавати керуючий вплив на конкурентоспроможність, формувати основні напрямки її підвищення.

Ще в далекі історичні часи зародився прототип видавничого бізнесу, а саме зі створенням і переписуванням книг для власних потреб людей за деякі винагороди. Саме використання друкованої техніки стало важливим етапом в становленні цієї галузі. І вже зі становленням і розвитком ринку видавничий бізнес сформувався як один з його елементів.

Необхідність ведення конкурентної боротьби за цільові ринки спонукає управлінців підприємств до вдосконалення якісного рівня розвитку бізнес-процесів та формування конкурентних переваг. Очевидно, що управлінські рішення щодо активізації джерел конкурентних переваг не можуть бути аргументованими та ефективними без попереднього здійснення оцінки та аналізу конкурентоспроможності підприємства. Специфіка методичних аспектів здійснення оцінки конкурен-

тоспроможності підприємства суттєво впливає на змістовне наповнення кінцевого результату оцінки – підґрунтя подальшого управлінського рішення.

Для аналізу рівня конкурентоспроможності підприємств попередньо слід проводити моніторинг стану ринку, стану конкуренції на даному ринку, визначення основних та потенційних конкурентів, визначення можливих ризиків для підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями, що стосуються видавничої галузі, присвячено наукові роботи Ю.О. Барнича, О.В. Афоніна, Б.В. Никифорука, В.І. Теремка, Є.М. Палиги, З.М. Холода, О.М. Боженко, Л.А. Швайки, Х.Я. Яремик, О.А. Сухорукової, А.А. Мохонько, А.М. Штангрета та ін. Більшість розглянутих наукових досліджень та публікацій пов'язано з висвітленням тенденцій розвитку галузі, сучасних проблем її функціонування та напрямів їх вирішення. Автори Л.А. Швайка, А.М. Штангрет відобразили особливості та закономірності функціонування сукупності видавничих, поліграфічних, видавничо-поліграфічних господарських структур, а також організації книгорозповсюдження [8]. Л.А. Швайкою здійснено комплексну оцінку функціонування видавничого

підприємництва, з врахуванням впливу зовнішнього середовища на підприємницьку активність у видавничо-поліграфічній галузі та охарактеризовано внутрішнє середовище функціонування видавничо-підприємницьких структур [8]. А.А. Мохонько в своїх працях пропонує методичку оцінювання ризику втрати стратегічної стійкості та проводить дане оцінювання на прикладі діяльності підприємств видавничо-поліграфічної галузі [5]. У роботі В.І. Теремка висвітлені основні положення щодо визначення суті видавничого бізнесу (його економічної специфіки, потенціалу, ресурсів, активів та особливостей організації), видавничого маркетингу та менеджменту [6].

Вагомий внесок у розроблення теоретико-методичних засад вирішення проблем управління підприємствами у контексті оцінки, підвищення, забезпечення рівня їх конкурентоспроможності здійснили такі українські вчені: І.В. Багрова, А.Е. Воронкова, О.А. Гавриш, В.Г. Герасимчук, В.В. Дергачова, Л.Є. Довгань, О.В. Зозульов, Д.М. Стеченко, Н.П. Тарнавська, Л.М. Шульгіна, О.М. Ястремська.

Разом з тим в наукових працях мало приділено уваги питанням, що стосуються особливостей конкуренції між видавничими підприємствами, забезпечення конкурентоспроможності підприємств видавничої галузі, вирішення яких важливо, особливо при сучасних ринкових умовах.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Видавничу галузь знаходиться на тлі серйозної конкурентної боротьби. Дедалі гострішими стають економічні проблеми видавничих підприємств. Скоротились кількісні та знизилась якісні показники випущеної друкованої продукції, зростає собівартість видань, зменшується купівельна спроможність населення, слабшає інтерес до читання.

Видавничі підприємства як суб'єкти виробничо-комерційної діяльності функціонують в умовах нестабільного ринкового середовища та конкурентного тиску, особливо з боку виробників електронних засобів інформації. Тому важливого значення набуває вивчення, обґрунтування теоретико-методичних засад особливостей конкуренції, забезпечення конкурентоспроможності видавничих підприємств, визначення ризиків на видавничих підприємствах в сучасних ринкових умовах.

Мета статті. Метою даної статті є обґрунтування ролі конкуренції в ринкових умовах, розгляд особливостей видавничого бізнесу; виявлення можливих ризиків у діяльності видавничих підприємств, визначення специфіки забезпечення конкурентоспроможності видавничих підприємств.

Виклад основного матеріалу. Основним терміном, що виражає сутність ринкових відносин, є поняття конкуренції. Протягом розвитку суспільства відбувались зміни у відображенні форм та методів введення конкурентної боротьби. Основні уявлення про суть конкуренції та її руйнівні сили сформувались близько до середини ХХ століття, коли товар став як найбільший конкурентний носій матеріальної та духовної культури суспільства, як індикатор економічної сили виробника, підприємства чи країни.

Багатоманітність форм власності, полісуб'єктивність ринку, насиченість його товарами, вільне ціноутворення, свобода поведінки покупців спонукають виробників дбати про якомога вигідніші умови придбання ресурсів, виробництва, продажу товарів і послуг. Саме в цьому полягає сут-

ність конкуренції як органічної складової ринкової економіки, механізму її саморегулювання, одного з чинників економічного прогресу. Тому можна стверджувати, що без конкуренції неможливий ринок, а без ринку неможлива конкуренція.

Роль конкуренції в ринкових умовах можна визначити в наступних твердженнях.

По-перше, конкуренція сприяє встановленню рівноважної ціни, рівноваги між попитом та пропозицією. Виробник, як і споживач, повинен орієнтуватися на ринкову ціну. Таким чином, конкуренція сприяє досягненню компромісу між продавцем та покупцем.

По-друге, стимулює науково-технічний прогрес та підвищення ефективності виробництва. В сучасних умовах виживання багато підприємств ризикують при виробництві товарів з використанням нових технологій наприклад.

По-третє, конкуренція підтримує суспільно нормальні умови виробництва та реалізації товарів та послуг. Відомий науковець К.Р. Макконелл зазначає, що в умовах чистої конкуренції керуючись мотивом прибутку підприємці будуть виробляти кожен товар до тієї точки, в якій ціна та граничні витрати прирівнюються. Тобто в умовах конкуренції ресурси розподілені ефективно.

Конкуренція, як змагання між учасниками ринкової економіки в цілях задоволення різноманітних забаганок споживачів та отримання якомога більшого прибутку, є спонукаючим мотивом та рушійною силою підвищення конкурентоспроможності та як наслідок збільшення ефективності діяльності підприємства.

Конкуренція для видавництва є одним з важливіших факторів підвищення господарської діяльності, що, наприклад, відображається у багатстві та різноманітності асортименту, високій якості друкованих видань, що були видані, відносно низьких цінах. Таких результатів видавництво зможе добитися шляхом прийняття адекватних мір по підвищенню ефективності власної діяльності.

Конкуренція на видавничому ринку – це змагання авторів, видавців, виготовлювачів, розповсюджувачів видавничої продукції та інших суб'єктів видавничої справи за якнайвигідніші умови придбання прав, випуску у світ і продажу видавничого продукту [6]. Тобто боротьба на видавничому ринку йде не лише за фінансові чи матеріальні активи, а й за продукт таланту людини – творчість. Саме нематеріальні ресурси, до яких треба віднести знання, ідеї, місце на ринку, гнучкість, адаптивність організаційної структури, якість відносин з партнерами, цінності й авторитет видавництва та сильне бажання досягти успіху, є одними з найважливіших аспектів, що визначають конкурентоспроможність суб'єкта видавничого бізнесу.

Видавничий бізнес – підприємницька, комерційна діяльність видавництва, видавничих, книгорозповсюджувальних організацій, інших причетних до видавничої справи суб'єктів діяльності щодо підготовки, випуску у світ, просування і продажу видавничої продукції з метою досягнення економічної вигоди [6].

Для створення сприятливих умов видавничого бізнесу необхідно сформулювати розвинений цивілізований видавничий ринок. Видавничий ринок – це сукупність економічних відносин між суб'єктами видавничої справи щодо купівлі-продажу авторських прав, видавничої продукції, послуг із її підготовки, виготовлення, просування тощо.

Його суб'єктами є автор, видавництво, поліграфічні, книгорозповсюджувальні підприємства, агенції, що спеціалізуються на купівлі-продажу авторських прав, редакційні підрозділи, дизайн-центри тощо, а також споживачі їх продукції та послуг [6].

На рисунку 1. відобразимо склад основних учасників видавничого бізнесу та їх взаємозв'язок.

Як видно з наведеної схеми, видавництво є рушійною силою всього видавничого процесу, від оптимальності взаємовідносин якого з іншими учасниками залежить ефективність усієї видавничої діяльності.

Для забезпечення збільшення результативності видавничої діяльності необхідно мати чітке уявлення о факторах, які впливають на її рівень та динаміку. Її можна підвищити: коригуючи внутрішню діяльність в залежності від зовнішніх умов; враховуючи внутрішній потенціал, максимально використовувати зовнішні умови.

Під факторами конкурентоспроможності маються на увазі явища та процеси виробничої, фінансової та господарської діяльності видавництва, а також соціально-економічного життя суспільства, які спонукають до змін абсолютної та відносної величини витрат на виробництво і, відповідно, рівня конкурентоспроможності видавництва. Ці фактори впливають на конкурентоспроможність видавництва в сторону її збільшення чи зниження. Тобто перетворюють можливості та загрози, що виникли на видавництві, в його сильні, нейтральні чи слабкі сторони. Крім того, фактори визначають способи використання резервів видавництва для підвищення його конкурентоспроможності.

Виділяють такі особливості видавничого бізнесу:

- специфічні умови ринку;
- недотримання закону попиту і пропозиції;
- особливості споживаної сировини і матеріалів;
- особливості технологічного процесу;
- специфіка виготовленої продукції;
- особливі умови збуту і реалізації виготовленої продукції [9].

Головною особливістю видавничого ринку є те, що йому притаманний найвищий рівень невизначеності і ризику.

Видавничий ризик можна розглядати як сумарний вплив двох груп факторів: невизначених, тобто ті, які мають деяку ймовірність настання, але очікуваних факторів, а також непередбачуваних не прогнозованих факторів зміни економічної ситуації на підприємстві, які не завжди можливо передбачити до моменту їх настання.

На видавничому ринку ризик пояснюється тим, що більша частина цього ринку має співпрацювати з авторами, які пишуть наукові, художні, суспільно-політичні праці і статті, що фактично утворює головний елемент видавничої діяльності. Але цьому елементу притаманні такі негативні властивості: по-перше, вони є результатом творчої або наукової діяльності, точно спрогнозувати хід виконання якої і всі наслідки у більшості випадків досить складно; по-друге, значна частина такого матеріалу (особливо суспільно-політичного і інформаційного) має подаватись оперативно, що



Рис. 1. Схема взаємозв'язків учасників видавничого процесу

також негативно впливає на всі етапи видавничого процесу написання, редагування, друкування, розсилка тощо.

Конкурентоспроможність є одним з основних факторів успішного розвитку видавничого бізнесу. Під конкурентоспроможністю видавництва розуміють можливість ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку.

Забезпечення конкурентоспроможності досягається шляхом реалізації стратегій, які є основою здатності підприємства до попередження чи прийняття загроз зовнішнього середовища без прояву їх негативного впливу на діяльність підприємства або зменшення зовнішнього впливу до рівня несуттєвого.

Слід зазначити, що основними чинниками конкурентоспроможності у видавничому бізнесі є:

- унікальні видавничі ідеї;
- потенціал авторів і характер відносин з ними;
- тематичний план;
- особливості видавничих угод;
- позиціонування суб'єкта діяльності і його продукції, послуг на ринку;
- якість редакційної роботи, асортимент видань, наділення їх ознаками сильного виробу;
- висока видавнича культура, привабливість видавничої марки, цінова політика;
- ефективність комунікацій, ділова надійність і надійність партнерських відносин;
- креативність, мобільність і зручність;
- кваліфікація, відданість справі кадрів, конструктивний дух та ін. [6].

Таким чином, в сучасних умовах конкурентоспроможним є видавництво, яке економічно ефективно здійснює свою діяльність та випуск видавничої продукції високої якості та широкого асортименту при відносно низьких витримках та доступних цінах.

Успіх функціонування підприємства в умовах ринкових методів господарювання в найбільш агрегованому виді може бути охарактеризовано двома важливими економічними категоріями – конкурентоспроможністю та ефективністю. При цьому, конкурентоспроможність безпосередньо відображає успіх діяльності підприємства саме при ринкових відносинах, оскільки залежить від

впливу як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Ефективність опосередковано сприяє успіху функціонування видавничого підприємства, будучи передумовою підвищення його конкурентоспроможності на ринку. Разом з тим збільшення ефективності є наслідком підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства. Тому слід констатувати, що конкурентоспроможність та ефективність – двоєдиний процес, який забезпечує успіх і тим самим стійкість функціонування підприємства у ринковому середовищі.

Висновки і пропозиції. Українське книговидавництво сьогодні переживає не найкращі часи: нерентабельність видавництва, висока собівартість продукту тощо. Не дивлячись на прогресуючу тенденцію заміни друкованої продукції засобами інформації на електронних носіях, попит на книжкову продукцію у світі та Україні завжди буде. Задоволення потреб населення в інтелектуальному та духовному товарі у сучасну епоху розвитку науки, техніки та цивілізації – безперечно об'єктивний процес.

Всебічне дослідження особливостей господарської діяльності підприємницьких структур видавничої галузі дозволило виділити наступні чинники, які негативно впливають на їх розвиток:

- низький рівень платоспроможності населення, який стримує зростання попиту на друковану продукцію;
- загальна тенденція зменшення інтересу до читання і перегляду видавничої друкованої продукції;
- технічне і технологічне відставання більшості підприємств від середнього світового рівня;
- залежність від імпорту матеріалів і устаткування; відсутність ефективного забезпечення вітчизняними матеріалами;
- втрати від розміщення замовлень на зрубній поліграфічній базі; наявність високих податків і митного збору на ввезення матеріалів;
- низька інвестиційна активність видавничих підприємств.

Конкуренція для видавництва є одним з важливіших факторів підвищення господарської діяльності. Боротьба на видавничому ринку йде не лише за фінансові чи матеріальні активи, а й за продукт таланту людини – творчості. З метою вдосконалення ведення конкурентної боротьби у видавничій галузі необхідно враховувати такі осо-

бливості: специфічні умови ринку продукції; недотримання закону попиту та пропозиції; особливості споживаної сировини та матеріалів; особливості технологічного процесу; специфіка виготовлення продукції; особливі умови збуту і реалізації продукції.

Головною особливістю видавничого бізнесу є те, що йому характерна висока ступінь ризику, тобто витрачання значної частки коштів на перших етапах процесу створення нових видань. Ризик незатребуваності продукції може стати наслідком вибору неуспішної організації мережі збуту та системи просування товарів до споживачів. Тому специфіка книговидавництва потребує пильної уваги до ризиків, які входять в категорію реалізаційних, що називаються ще комерційними ризиками.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у вдосконаленні методичних підходів до визначення особливостей конкуренції на видавничих підприємствах. Окрім того, набули подальшого розвитку пропозиції щодо мінімізації комерційних ризиків для видавничих підприємств. Мінімізація будь-якого комерційного ризику потребує: по-перше, проведення відповідних фінансових розрахунків; по-друге, орієнтації на дотримання принципів умов, що забезпечують надійне фінансування видавничих проєктів, які включають:

- взаємну ув'язку обсягів видавничих робіт та строків надходження фінансових ресурсів з урахування різноманітних строків окупності книжкових видань;
- платоспроможність на будь-якій стадії здійснення видавничого проєкту;
- економних способів фінансового забезпечення видавничих проєктів із залученням коштів у випадку збільшення рентабельності власних коштів;
- скорочення строків окупності окремих книжкових видань та збільшення рентабельності використаних фінансових ресурсів.

В умовах конкуренції кожному видавничому підприємству для підтримки належного рівня конкурентоспроможності необхідно вибирати найбільш досконалі способи розвитку, що гарантують йому конкурентні переваги. При цьому важливо, щоб основу конкурентоспроможності становили конкурентні переваги вищого рівня, які складно скопіювати конкурентам, і чітко розроблена конкурентна стратегія.

Список літератури:

1. Акимова І.М. Промышленный маркетинг: монография / И.М. Акимова. – 2-е изд., стер. – К. : Знання, 2001. – 294 с.
2. Блонська В.І. Вдосконалення конкурентоспроможності та підвищення ефективності діяльності підприємства внаслідок ефективного управління / В.І. Блонська, І.В.Шморган // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип.20. – С. 174–180.
3. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія/за ред. О.Г.Янкового] – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
4. Михайловська О.В. Проблеми розвитку підприємств видавничо-поліграфічної галузі в умовах ресурсних обмежень / О.В. Михайловська // Nauka i inowacja – 2010: materiały VI międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji, 7-15 okt. 2010. – Volume 3. Ekonomiczne nauki. – С. 76–78.
5. Мохонько Г.А. Оцінювання стратегічної стійкості підприємств видавничо-поліграфічної галузі в умовах нестабільного ринкового середовища / Мохонько Г.А. [Електрон. ресурс] // Ефективна економіка. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/>.
6. Теремко В.І. Основні засади видавничого бізнесу: навч.посіб. / Теремко В.І. – К. : «Академвидав». – 2009. – 216 с.
7. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации : учеб.пособ. / Р.А. Фатхутдинов – М. : Изд-во Эксмо, 2004. – 544 с.
8. Швайка Л.А. Економіка видавничо-поліграфічної галузі: підруч. / Л.А. Швайка, А.М. Штангрет. – Львів : Укр.акад. друкарства, 2008. – 480 с.
9. Яремик Х.Я. Економічні особливості видавничого бізнесу / Х.Я. Яремик // Вісник Хмельницького національного університету України. – Хм. – 2012. – № 1. – С. 111–116.

Марковская А. К.

Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт»

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК ФАКТОР УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ ИЗДАТЕЛЬСКОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ

Резюме

Обоснована роль конкуренции в рыночных условиях. Определены особенности ведения конкурентной борьбы на издательском рынке. Найдены возможные риски в деятельности издательских предприятий. Раскрыта специфика конкурентоспособности издательских предприятий.

Ключевые слова: издательский бизнес, конкуренция, конкурентоспособность, особенность, риск.

Markovskaya A. K.

National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute»

COMPETITIVENESS AS A FACTOR SUCCESSFUL DEVELOPMENT IN UKRAINE PUBLISHING

Summary

The role of competition in the market conditions. The features to compete in the publishing market. Revealed the possible risks in the publishing business. The specific competitive publishing companies.

Key words: publishing business, competition, competitive, feature, risk.

УДК 331.1

Мацькевич О. Ю.

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ НАФТОГАЗОВОГО КОМПЛЕКСУ

У статті обґрунтовано концепцію управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу. Визначено складові концептуального підходу до управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу: умови реалізації концепції, мета, завдання, об'єкт, предмет, категорії, управлінський інструментарій, критерії, принципи та функції управління людським капіталом.

Ключові слова: людський капітал, концепція управління, функції, принципи, інструменти управління.

Постановка проблеми. В сучасних умовах формування та розвитку нової економіки зростає роль людського капіталу, оскільки саме від його якісних характеристик практично в цілому залежить успіх розвитку і процвітання України як незалежної, суверенної і правової держави європейського типу. Різке зростання вартості окремих виробництв, компаній, виробничих потужностей в сьогоденні відображає не тільки їх фінансовий стан, але й потенціал, який формується із знань, умінь, здатності працівників до пошуку нових рішень, особливо в кризові періоди розвитку економіки. У зв'язку з цим системне дослідження процесу формування, нагромадження й ефективного використання людського капіталу здобуває все більшу актуальність для підприємств нафтогазового комплексу, функціонування яких визначається низкою проблем, основними з яких є: невідповідність обсягів і структури підготовки робітників і фахівців реальній потребі нафтогазової промисловості в кадрах; якість базової підготовки працівників, яка не завжди відповідає вимогам нафтогазових підприємств; застаріла структура управління і матеріально-технічна база підприємств нафтогазового комплексу, що потребує їх модернізації з використанням сучасних досягнень у науці, техніці, технології і ставить високі вимоги до людського капіталу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасна уява щодо людського капіталу і процесу його відтворення є результатом синтезу різносторонніх поглядів зарубіжних та вітчизняних нау-

ковців і знаходиться у процесі постійної еволюції. Основоположниками теорії людського капіталу є класики економічної думки: А. Сміт, Д. Рікардо, У. Петті, Дж. Міль, А. Маршал. Серед західних економістів-теоретиків, які розглядали людей та їхню майстерність як капітал, є такі автори, як Т. Шульц, Г. Беккер, Л. Туроу, Дж. Кендрик та ін. Різні аспекти формування людського капіталу були досліджені такими вітчизняними вченими: О. Грیشнова, В. Антонюк, О. Бородіна, В. Близнюк, О. Захарова, А. Колот, Г. Євтушенко, В. Куценко, В. Данюк та ін.

Однак в сучасній економічній літературі недостатньо уваги приділяється концептуальному підходу щодо управління людським капіталом підприємства, що підтверджує необхідність подальших досліджень.

Мета статті. Головною метою даного дослідження є розробка концепції управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу.

Виклад основного матеріалу. Концепція управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу являє собою науково обґрунтовану інтегровану парадигму діяльності суб'єкта господарювання, спрямовану на ефективне формування, використання та відтворення продуктивних здібностей працівника в якості ресурсу економічного розвитку.

Складові концептуального підходу до управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу відображено на рисунку 1.

Умови реалізації концепції управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу			
Становлення та розвиток економіки знань	Безперервність навчання та нерозривний зв'язок освіти з виробничою діяльністю людини	Інноваційна активність	Індивідуалізація економічно активної людини
Мета: забезпечення економічного зростання підприємств нафтогазового комплексу (інноваційності, прибутковості, конкурентоспроможності, технологічності, інвестиційної привабливості) на засадах ефективного управління людським капіталом.		Завдання: - планування стратегії та тактики управління людським капіталом; - забезпечення ефективного функціонування людського капіталу; - раціонально-продуктивне використання всіх складових елементів людського капіталу.	
Об'єкт – процеси управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу.		Предмет – теоретично-методичні та практичні положення, механізми управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу.	
Категорії: людський капітал, освіта, знання, здібності, досвід, навик, професійне навчання, мотивація, кваліфікація, компетенція, формування людського капіталу, використання людського капіталу, відтворення людського капіталу, інвестиції в людський капітал, оцінка людського капіталу, ефективність управління людським капіталом.			
Управлінський інструментарій: - нормативно-правовий; - фінансовий; - соціально-економічний; - організаційно-інформаційний; - соціально-психологічний.	Концепція управління людським капіталом підприємства – це науково обгрунтована інтегрована парадигма діяльності підприємства, спрямована на ефективне формування, використання та відтворення продуктивних здібностей працівника в якості ресурсу економічного розвитку.	Критерії: - зростання обсягу та якості професійно-кваліфікаційного капіталу; - інноваційний розвиток; - збільшення нематеріальних активів; - підвищення конкурентоспроможності й одержання більш високого прибутку.	
Принципи: цілеспрямованість, комплексність, розвиток, синергізм, ітеративність, результативність, безперервність, прогресивність, інноваційність, гнучкість, інвестиційність, ітеративність, результативність.		Функції: - загальні (планування, організація, мотивація, контроль, координація); - специфічні (управління формуванням людського капіталу, управління використанням людського капіталу, управління відтворенням людського капіталу).	

Рис. 1. Концептуальний підхід до управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу

Джерело: [розробка автора]

В умовах економіки знань рівень розвитку людського капіталу визначає темпи економічного розвитку і науково-технічного прогресу. В організаційно-технологічному, трудовому аспекті економіка знань – це економіка, основою якої є високопродуктивні, конкурентоспроможні робочі місця, де працюють висококваліфіковані, інноваційно орієнтовані працівники; в ній упродовжуються інформаційні, комунікаційні та інші сучасні прогресивні технології, виготовляється високотехнологічна, наукомістка, конкурентоспроможна продукція. Ключовою характеристикою економіки знань є концентрація знань, за якої їх сума не збігається з сумою арифметичною, в ній складові примножуються і це підтверджує дію в цій царині законів нелінійного характеру [1, с. 4].

Важлива виняткова роль у формуванні людського капіталу відведена системі безперервного навчання (*life-long learning*). Потреба в безперервному поповненні й відновленні професійних знань, їхньої актуалізації на продуктивному етапі людського життя обумовлена темпами науково-технічного прогресу, переходом до інформаційного розвитку суспільства, широким застосуванням ін-

формаційних технологій. Підвищення рівня та якості освіти на усіх рівнях, як рушійного чинника соціально-економічного розвитку, і забезпечення можливості навчатися та підвищувати кваліфікацію, відноситься до пріоритетних напрямів формування конкурентоспроможного людського капіталу. Одержання освіти та кваліфікації – це процес інвестування в інноваційний тип розвитку промисловості.

Ефективне функціонування підприємств нафтогазового комплексу в умовах конкурентного ринкового середовища стає можливим за умови, що в системі менеджменту сформована стратегія, яка визначає принципи формування, розвитку та ефективного використання людського капіталу в контексті інноваційного розвитку підприємства. Інноваційна активність підприємства напряму залежить від людського капіталу, яким воно розпоряджається та від організаційних зв'язків, що дозволяють його ефективно використовувати й нарощувати [2, с. 46].

Із появою нової психології діяльності підприємства в умовах інноваційного курсу розвитку, інтелектуалізація праці призводить до трансформації уяви про кваліфікацію як основу людського капіталу даного підприємства. Зокрема, в роботі [3, с. 176] автор зазначає, що до кожного індивіда пред'являються все більш жорсткі вимоги стосовно його професійно-кваліфікаційного, інтелектуально-творчого потенціалу. Крім поняття внутрішньовиробничої кваліфікації, існує поняття «метакваліфікації». Якщо перша пов'язана з підготовкою і перепідготовкою окремих працівників, то друга обумовлена аналітичними здібностями, творчим рівнем працівника, вмінням індивіда адаптуватися до мінливих умов, проявляти високу зацікавленість щодо удосконалення своїх сил, спроможність освоювати все більш поточні потоки інформації, генерувати її у нові знання, прогнозувати тенденції і стратегії розвитку.

Для забезпечення підвищення рівня економічного зростання підприємств нафтогазового комплексу на довгострокову перспективу необхідна гнучка чітко налагоджена система випереджаючої підготовки та перепідготовки кадрів, що є професіоналами у сфері інновативно-інноваційної діяльності, спеціалістів високої кваліфікації, здатних до реалізації комплексних проектів, відтворення та розвитку на інноваційній основі вітчизняних підприємств.

Використання концептуального підходу до управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу сприяє забезпеченню економічного зростання даних суб'єктів госпо-

дарювання (інноваційності, прибутковості, конкурентоспроможності, технологічності, інвестиційної привабливості) на засадах ефективного управління людським капіталом.

Концепція управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу обов'язково має відображати цілі, які ставить перед собою підприємство для реалізації генеральної стратегії. З цією метою формування цілей і показників діяльності повинно здійснюватись на основі місії підприємства, його цінностей, бачення майбутнього і стратегії [4, с. 61].

В якості *об'єкта* концептуальний підхід передбачає процеси управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу. Дослідження процесів управління людським капіталом повинно охоплювати не тільки ефективне використання останнього, але і його розвиток через систему професійного навчання та підвищення кваліфікації. Система відтворення людського капіталу розглядається як процес здобуття, відновлення та удосконалення якісних продуктивних характеристик, з якими людина вступає в суспільне виробництво. *Предметом* концепції є теоретично-методичні та практичні положення, механізми управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу.

Вважаємо за доцільне сформулювати *принципи*, відповідно до яких необхідно здійснювати управління людським капіталом підприємств нафтогазової галузі з огляду на те, що принципи управління людським капіталом – це правила, основні положення і норми, яким повинні слідувати керівники при формуванні системи управління людським капіталом:

1. *Цілеспрямованість* – управління людським капіталом підприємства повинно бути зорієнтоване на довгострокову перспективу, на створення системи управлінських рішень, які сприятимуть досягненню не лише цілей у сфері людського капіталу, а й загальної мети діяльності господарюючої структури.

2. *Безперервність* – надійність керуючої системи, наявність зворотного зв'язку між усіма структурними елементами і об'єктами управління, врахування вимог зовнішнього і внутрішнього середовища з метою існування суб'єкта господарювання у довгостроковій перспективі.

3. *Комплексність* – комплексний підхід до формування системи та розробки механізму управління людським капіталом, який передбачає використання системного підходу, тобто таких заходів управління, які сприятимуть досягненню різних цілей відповідно до стратегічних напрямків розвитку підприємства.

4. *Прогресивність* – теоретико-методичне обґрунтування форм і методів управління людським капіталом вказує на необхідність застосування передових зарубіжних і вітчизняних науково-методичних прийомів формування системи управління людським капіталом.

5. *Гнучкість* – гнучка й адекватна реакція системи управління людським капіталом на зміни у зовнішньому середовищі, що вимагає відповідних вмінь, знань і навиків у менеджерів підприємства.

6. *Розвиток* людського капіталу – створення умов для постійного навчання та розвитку працівників (підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації персоналу), забезпечення взаємозв'язку з навчальними закладами, розробка концепції просування працівників по службі.

7. *Інвестиційність* – передбачає визначення

економічної віддачі капіталовкладень у людський капітал.

8. *Інноваційність* – розробка та застосування прогресивних технологій управління людським капіталом, сприяння формуванню та розвитку працівників-інноваторів, творчих, новаторських якостей персоналу, використання результатів творчої активності працівників у господарській діяльності підприємства.

9. *Синергізм* – отримання додаткових економічно значимих переваг від ефективного управління людським капіталом на рівні не одного підприємства, а всієї галузі.

10. *Ітеративність* – адекватна ситуації послідовність етапів управління передбачає використання відповідних інструментів. Важливо усвідомлювати, що окремі етапи можуть здійснюватись паралельно, однак дотримання загальної спрямованості та системи зворотніх зв'язків є загальним принципом, порушення якого призводить до негативних наслідків.

11. *Результативність* – передбачає обов'язкову орієнтацію системи управління людським капіталом на досягнення конкретних цілей та відповідних результатів.

Реалізація концепції управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу передбачає здійснення загальних функцій, до яких відносяться планування, організація, мотивація, контроль і координація, та специфічних функцій, серед яких слід зазначити такі:

- *управління формуванням людського капіталу* – удосконалення структури людського капіталу і його активний розвиток, що дозволяє досягти оптимального результату в діяльності підприємства, зокрема за рахунок витрат на профорієнтацію; пошук, відбір і найм персоналу; на персонал у період адаптації, а також у період навчання, підвищення кваліфікації відповідно до стратегії підприємства (освітньо-кваліфікаційний рівень, рівень підготовки, стабільність кадрів, чисельність працівників, які виконують наукові та науково-технічні роботи тощо);

- *управління використанням людського капіталу* – удосконалення і розвиток людського капіталу за рахунок витрат підприємства на персонал у період накопичення потенціалу зростання та в період досягнення професіоналізму. Використання людського капіталу характеризується такими ознаками, як виробництво нових видів продукції, кількість науково-дослідних робіт, раціоналізаторських пропозицій, свідоцтв, патентів, які є свідченням інтелектуальної активності персоналу, що є складовою людського капіталу. Рентабельність персоналу є одним з показників оцінки ефективності використання персоналу підприємства і, як економічна категорія, має безпосередній вплив на процес використання людського капіталу як результативний показник діяльності підприємства [5, с. 324];

- *управління відтворенням людського капіталу* – відбувається підтримка людського капіталу в незмінному обсязі, або приріст, збагачення і удосконалення його величини як у кількісному (екстенсивне відтворення – передбачає отримання і збільшення обсягу знань), так і в якісному відношенні (інтенсивне відтворення – передбачає удосконалення наявних знань, умінь, навичок, здібностей) за рахунок витрат на підтримку дієздатності працівників, культурно-побутове обслуговування, на персонал у період капіталізації знань унаслідок підвищення кваліфікації.

Основним завданням функцій управління людським капіталом як видів управлінської діяльності є формування інструментів управління людським капіталом. При впровадженні концепції управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу доцільно використовувати наступні інструменти управління [6; 7]: *нормативно-правові* (дотримання законодавства і внесення пропозицій до вищих органів влади щодо необхідності відповідних змін з урахуванням ситуації на ринку праці стосовно потреб підприємств нафтогазової галузі); *фінансові* (цільове використання коштів за напрямками, що збільшують людський капітал: інвестування в професійний розвиток персоналу, в інноваційну та творчу діяльність, в охорону здоров'я тощо; регулювання оплати праці; зростання витрат на НДДКР; зростання витрат на освіту та підготовку персоналу); *соціально-економічні* (ефективний менеджмент, побудова результативної системи стимулювання і мотивації; ефективне інвестування; галузеве регулювання якісного відтворення людського капіталу); *організаційно-інформаційні* (визначення структури, цілей, задач та функцій органів управління людським капіталом, удосконалення організації виробничого процесу, робочих місць і умов праці, рівня гнучкості виробництва; створення галузевої та міжгалузевої мережі у сфері освіти і науки); *соціально-психологічні* (створення відповідних умов навчання, підвищення кваліфікації; сприяння самоосвіті працівників; налагодження психологічного клімату в колективі; формування корпоративних цінностей, принципів та норм поведінки з метою підвищення творчої активності; створення атмосфери творчого співробітництва; суспільна активність працівників).

У якості основних критеріїв результативності управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу доцільно розглядати зростання обсягу та якості професійно-кваліфікаційного капіталу, інноваційний розвиток, збільшення нематеріальних активів, підвищення конкурентоспроможності й одержання більш високого прибутку.

Концепція управління людським капіталом підприємства ґрунтується на таких основних положеннях системного підходу [8, с. 304]:

- система – це головне, що становить сутність управління людським капіталом – плановірно організована дія за допомогою взаємопов'язаних організаційно-економічних і соціальних заходів з формування, створення умов для ефективного використання і розвитку людського капіталу на рівні підприємства;

- категорію «людський капітал» відповідно до системного підходу слід розглядати як динамічну систему, яка постійно розвивається і наповнюється елементами якісно нового змісту;

- система управління людським капіталом підприємства є відкритою системою, яка залежить від змін у зовнішньому середовищі і за принципом зворотного зв'язку сама спричиняє вплив на це середовище;

- формування людського капіталу здійснюється інтеграцією потенціалів його працівників через систему управління персоналом (підсистему планування, відбору, обліку, оцінки, ефективної організації, мотивації і розвитку персоналу).

Ефективність підприємств нафтогазового комплексу в контексті тенденцій розвитку світових економічних процесів визначається використанням висококваліфікованих кадрів, нових знань, новітніх технологій та методів управління виробництвом. Головним ресурсом швидкого конкурентного розвитку інноваційно-орієнтованого підприємства стають нові технологічні ідеї (новації), тобто перш за все висока кваліфікація та здатність творчого застосування накопичених знань, навичок для генерації нових ноу-хау. Для успішного економічного розвитку суттєве значення має людський інтелект, знання, котрі повинні розвиватися і матеріалізуватися в інноваціях, підвищенні продуктивності і якості праці і, а отже, нарощуванні прибутку й зросту конкурентоспроможності підприємства. Наприклад, рівень підготовки, підвищення кваліфікації та підготовки кадрів безпосередньо впливає на освітньо-кваліфікаційний рівень персоналу підприємства, що, в свою чергу, може сприяти збільшенню раціоналізаторських пропозицій, свідоцтв, патентів та кількості нових видів продукції, що в остаточному підсумку впливає на збільшення прибутку підприємства та рентабельності персоналу [5, с. 325]. Якісні та кількісні характеристики складових елементів людського капіталу підприємства визначають результативність праці та її творчий характер. Результативність управління людським капіталом відображає рівень досягнення поставлених цілей підприємства.

В межах концепції управління людським капіталом обґрунтовується створення умов для добровільної інтенсифікації праці і потенціалу співробітників в інтересах організації. Таким чином, використання розробленої нами концепції управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу буде сприяти підвищенню ефективності його використання, що істотно підвищить конкурентоспроможність підприємства і забезпечить його подальший розвиток.

Висновки та перспективні напрями досліджень. На рівні підприємства ефективно формування, використання та відтворення продуктивних здібностей працівника як ресурсу економічного розвитку передбачає розробку концепції управління людським капіталом. Реалізація запропонованої концепції дозволяє найбільш ефективним чином скоординувати зусилля господарюючих суб'єктів на створення високоякісного людського капіталу та підвищення результативності управління людським капіталом підприємств нафтогазового комплексу.

Перспективами подальших розробок у даному напрямі є формування механізму управління людським капіталом нафтогазових підприємств.

Список літератури:

1. Колот А.М. Інноваційна праця та інтелектуальний капітал у системі факторів формування економіки знань / А.М. Колот // Україна: аспекти праці. – 2007. – № 4. – С. 4–7.
2. Ушенко Н.В. Розвиток людського капіталу інноваційно-орієнтованого підприємства / Н.В. Ушенко // Вісник Запорізького національного університету: Економічні науки. – Запоріжжя. – 2012. – № 1(13). – С. 45–53.
3. Карташова Л.В. Управление человеческими ресурсами / Л.В. Карташова. – М. : ИНФРА-М. – 2005. – 236 с.
4. Івакіна І. Збалансована система показників / І. Івакіна. – Х. : Фактор, 2007. – 176 с.
5. Позднякова С.В. Методичні рекомендації щодо розробки комплексної оцінки управління людським капіталом підприємства / С.В. Позднякова // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць. – Одеса : ОДЕУ, 2008. – № 32. – С. 320–325.

6. Довгань Л.Є. Формування організаційно-економічного механізму ефективного управління підприємством / Л.Є. Довгань, Г.О. Дудукало // Збірник наукових праць «Економічний вісник НТУУ «КПІ». – К. : НТУУ «КПІ», 2012. – С. 48–56.
7. Корольова Н.М. Людський капітал: поняття та організаційно-економічний механізм формування на залізничному транспорті / Н.М. Корольова // Вісник економіки транспорту і промисловості : зб. наук. праць. – Харків : УкрДАВТ. – 2009. – № 26. – С. 234–238.
8. Цимбаленко Н.В. Формування моделі управління людським капіталом підприємства [Текст] / Н.В. Цимбаленко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2010. – № 24 (684). – С. 301–305.

Мацькевич О. Ю.

Ивано-Франковский национальный технический университет нефти и газа

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА

Резюме

В статье обоснована концепция управления человеческим капиталом предприятий нефтегазового комплекса. Определены составляющие концептуального подхода к управлению человеческим капиталом предприятий нефтегазового комплекса: условия реализации концепции, цели, задачи, объект, предмет, категории, управленческий инструментарий, критерии, принципы и функции управления человеческим капиталом.
Ключевые слова: человеческий капитал, концепция управления, функции, принципы, инструменты управления.

Matskevych O. J.

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

CONCEPTUAL APPROACH TO HUMAN CAPITAL MANAGEMENT AT OIL AND GAS ENTERPRISES

Summary

The concept of human capital management at oil and gas enterprises is discussed in the article. The conceptual approach components towards human capital management at oil and gas companies highlighted in the article are the following: the conditions of implementation of the concept, purpose, mission, object, subject, categories, management tools, criteria, principles and functions of human capital management.
Key words: human capital, management concept, functions, principles, management tools.

УДК 338.5:631.1

**Олійник О. В.
Скоромна О. Ю.
Бадалов Х. М.**

Харківський національний аграрний університет імені В. В. Докучаєва

МОДЕЛЮВАННЯ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ І СОБІВАРТОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗА УМОВИ ДІЇ ЗАКОНУ СПАДНОЇ ВІДДАЧІ

Обґрунтовано методичний інструментарій для математичного моделювання формування прибутку і собівартості сільськогосподарської продукції в умовах дії закону спадної віддачі. Виявлено, що максимальний прибуток досягається при вищих витратах, ніж мінімальна собівартість. Доведено необхідність урахування критерію максимізації прибутку, а не мінімальної собівартості у процесі планування і аналізу господарської діяльності.

Ключові слова: закон спадної віддачі, урожайність, виручка від реалізації, собівартість, прибуток.

Постановка проблеми. Аграрний сектор відноситься до сфери бізнесу і, відповідно, власники цього бізнесу прагнуть до максимізації прибутку. В сільському господарстві досить чітко діє закон спадної віддачі, який полягає в тому, що кожна наступна одиниця витрат призводить до все меншої віддачі у вигляді додаткового обсягу продукції та додаткової суми прибутку. Виходячи з цього, виникає потреба в обґрунтуванні такого рівня інтенсивності виробництва, а, відповідно, і рівня витрат, який забезпечує досягнення максимальних прибутків за оптимальних показників витрат. Вирішити ці задачі можна шляхом економіко-математичного моделювання економічних

процесів, які відбуваються в сільськогосподарському виробництві.

Питанням підвищення прибутковості присвячені праці В.Г. Андрійчука [1], І.О. Бланка [2] та ін. Проблеми зниження собівартості висвітлені у працях: В.І. Аранчій, Т.В. Мокієнко [3] та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проблемам підвищення прибутковості та зниження собівартості сільськогосподарської продукції приділялося багато уваги в працях науковців, зокрема ці питання досліджували І.В. Трофимова, М.В. Літвиненко [4], А.В. Невзоров, К.Ф. Улянич [5] та ін. Проте досі залишаються остаточно невирішеними питання

дослідження процесів формування прибутку і собівартості за умови дії закону спадної віддачі засобами економіко-математичного моделювання.

Формулювання цілей статті. Метою статті є висвітлення результатів дослідження щодо обґрунтування методичного підходу до математичного моделювання формування прибутку і собівартості сільськогосподарської продукції в умовах дії закону спадної віддачі.

Виклад основного матеріалу. Підвищення урожайності є одним з основних чинників збільшення доходу підприємства. Тому господарства велику увагу приділяють даному фактору, збільшуючи для цього витрати на виробництво продукції. Проте збільшення урожайності можливо до певної міри, адже існує закон спадної віддачі (рис. 1).

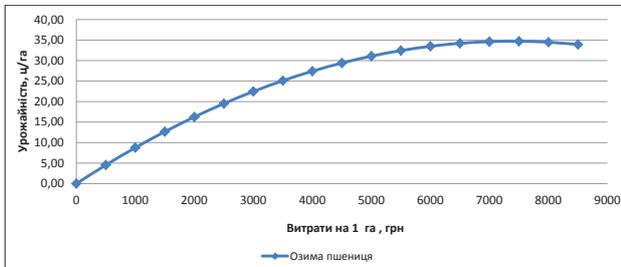


Рис. 1. Залежність урожайності озимої пшениці від витрат на 1 га в сільськогосподарських підприємствах Чугуївського району Харківської області за 2012 р.

Закон спадної віддачі проявляється в зменшенні приросту урожаю з кожною новою одиницею приросту витрат. Максимальна урожайність за даним графіком – 34,7 ц/га, витрати при цьому становлять 7 500 грн. При подальшому збільшенні витрат урожайність зменшується. Проте кінцева мета діяльності підприємства полягає не в максимізації урожайності і валового збору, а в отриманні максимального прибутку. Для цього необхідно прагнути до зниження собівартості одиниці продукції. Адже саме зниження собівартості дає підприємству конкурентні переваги і дозволяє отримати більшу суму прибутку від своєї діяльності.

Найбільш об'єктивно процеси формування прибутку і собівартості сільськогосподарської продукції за умови дії закону спадної віддачі можна зобразити за допомогою економіко-математичного моделювання. Оскільки зміна урожайності в залежності від рівня витрат змінюється нелінійно, для дослідження використаємо кореляційно-регресійний аналіз. При криволінійному кореляційному зв'язку однаковим змінам середніх значень факторної ознаки відповідають різні зміни середніх значень результативної ознаки [6, с. 151].

Взаємозв'язок між урожайністю певної культури (y) і витратами на 1 га площі (x) можна відобразити за допомогою квадратного рівняння регресії:

$$y = a_0 + a_1x + a_2x^2. \quad (1)$$

З вказаного рівняння (1) можна знайти оптимальне значення витрат, при якому урожайність буде максимальною. Для цього необхідно знайти похідну першого порядку і прирівняти її до нуля.

Якщо помножити урожайність на ціну 1 ц виробленої продукції відповідного виду (P) і припустити, що вся продукція реалізується підприємством, абстрагуючись від витрат на збут, отримаємо рівняння залежності обсягу виручки від реалізації, отриманого з 1 га площі відповідної культури (B) від витрат на 1 га:

$$B = P \cdot (a_0 + a_1x + a_2x^2) = b_0 + b_1x + b_2x^2. \quad (2)$$

Віднявши від виручки з 1 га (B) витрати на 1 га площі цієї культури (x) отримаємо функцію прибутку від реалізації (Π):

$$\Pi = (b_0 + b_1x + b_2x^2) - x = b_0 + (b_1 - 1)x + b_2x^2. \quad (3)$$

Отримана формула (3) дає можливість шляхом знаходження похідної першого порядку визначити оптимальні витрати на 1 га, при якому прибуток підприємства буде максимальним за умови незмінного обсягу виробництва, при досягнутому рівні інтенсифікації і ціні реалізації.

За такою ж методикою сформуємо рівняння залежності собівартості 1 ц продукції (C) від витрат на 1 га:

$$C = \frac{x}{a_0 + a_1x + a_2x^2}. \quad (4)$$

Як видно з рівняння, собівартість 1 ц виробленої продукції буде розрахована як відношення витрат на 1 га до урожайності відповідної культури. Для визначення оптимального рівня витрат, при якому собівартість продукції буде мінімальною, треба рівняння похідної першого порядку прирівняти до нуля.

Використання отриманих рівнянь дасть можливість розрахувати оптимальний рівень витрат на 1 га в залежності від критерію оптимізації. Тобто розрахувати обсяг витрат, при якому урожайність буде максимальною, собівартість мінімальною і прибуток максимальним. Це дасть змогу визначити який рівень витрат на 1 га для певної культури забезпечує отримання найбільшого економічного ефекту і використати результати дослідження для планування виробничої діяльності підприємства в майбутньому. Цей рівень витрат для підприємства буде обмежувачим фактором у процесі інтенсифікації.

Проведемо дослідження описаного підходу на модельному прикладі. За основу візьмемо наступні умовні дані. Нехай залежність урожайності озимої пшениці (y) від витрат на 1 га (x) описується рівнянням:

$$y = -10 + 0,02x - 0,000002x^2. \quad (5)$$

Ціна реалізації 1 ц озимої пшениці в середньому по Україні за січень-квітень 2014 р. становить 160 грн/ц. У такому разі функція прибутку від реалізації (P) матиме вигляд:

$$P = -1600 + 2,2x - 0,00032x^2. \quad (6)$$

Підставивши в рівняння умовні значення витрат, проведемо розрахунок показників урожайності, виручки, собівартості та прибутку (табл. 1).

З таблиці видно, що найвищий рівень урожайності (40 ц/га) досягається при витратах 5000 грн на 1 га. При ціні реалізації 160 грн/ц виручка становить 6400 грн/га, собівартість – 125,0 грн/ц, прибуток – 1400 грн/га. Разом з тим мінімальна собівартість одиниці продукції досягається при витратах 2236 грн/га, при цьому прибуток буде вищим – на рівні 1719,3 грн/га. Максимальний прибуток буде отримано підприємством при витратах 3437,5 грн на 1 га. Ці витрати є вищими за витрати при яких досягається мінімум собівартості.

Найвищий обсяг прибутку від реалізації озимої пшениці згідно з моделлю буде складати 2181,25 грн/га. Для його отримання необхідно вкласти 3437,5 грн витрат на 1 га площі, при цьому урожайність становитиме 35,5 грн/ц, виручка – 5618,75 грн/га, собівартість буде вище мінімальної – 97,89 грн/ц. З подальшим збільшенням витрат відбувається зниження прибутковості і при витратах

Розрахунок умовних значень показників урожайності, виручки, собівартості та прибутку озимої пшениці (модельний приклад)

Витрати, грн/га	Урожайність, ц/га	Виручка, грн/га	Собівартість, грн/ц	Прибуток (збиток), грн/га
1000	8,00	1280,00	125,00	280,00
2000	22,00	3520,00	90,91	1520,00
2236	24,72	3955,30	90,45	1719,30
3000	32,00	5120,00	93,75	2120,00
3437,5	35,12	5618,75	97,89	2181,25
4000	38,00	6080,00	105,26	2080,00
5000	40,00	6400,00	125,00	1400,00
6000	38,00	6080,00	157,89	80,00
7000	32,00	5120,00	218,75	-1880,00
8000	22,00	3520,00	363,64	-4480,00
9000	8,00	1280,00	1125,00	-7720,00
10000	-10,00	-1600,00	-1000,00	-11600,00

10 000 грн/га буде отримано збиток. Таким чином, витрати на 1 га необхідні для отримання найвищої урожайності і виручки є однаковими. Їх рівень вищий від витрат, при яких буде отримано максимальний прибуток. При цьому витрати на 1 га, при яких досягається найнижча собівартість озимої пшениці, менші від витрат, необхідних для отримання максимуму урожайності і виручки.

Розрив між витратами, які забезпечують максимальну урожайність та максимальний прибуток, становить 1562,5 грн. За допомогою економіко-математичного моделювання встановлено, що у разі зростання ціни на озиму пшеницю удвічі – до рівня 320 грн/ц, підприємством було б отримано максимальний прибуток при витратах 4218,7. Тоді розрив між витратами буде менший у два рази і становитиме 781,25 грн. Це зумовлено диспаритетом ціни на сільськогосподарську і промислову продукцію і з його підвищенням буде відбуватися скорочення розриву між вказаними витратами.

Для кращого розуміння цих процесів розглянемо представлену модель графічно (рис. 2).

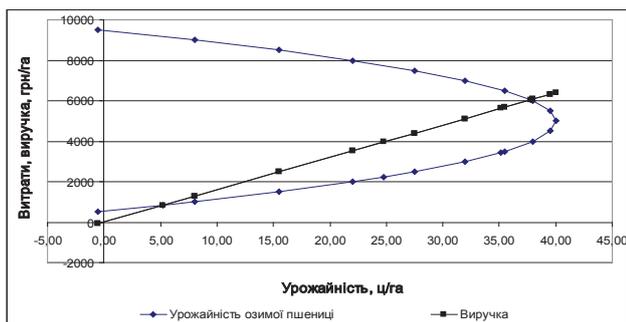


Рис. 2. Взаємозв'язок урожайності, виручки та виробничих витрат на виробництві озимої пшениці (модельний приклад)

Як видно з рис. 2, при незначних обсягах витрат урожайність знаходиться за межами додатних значень, тобто їх недостатньо для здійснення всіх необхідних технологічних операцій і отримання урожаю. По мірі збільшення витрат зростає урожайність озимої пшениці. В точці, де витрати досягають 5 000 грн/га, урожайність є максимальною – 40 ц/га. З подальшим збільшенням витрат дія закону спадної віддачі призводить до зниження урожайності. Виручка від реалізації зростає з кожною додатково отриманою одиницею продукції. Місця перетину графіків один з одним відображають точки беззбитковості. Графік доходу від реалізації ділить

площину на дві півплощини: півплощина під графіком є зоною прибутковості озимої пшениці при заданому рівні цін, а півплощина, що знаходиться вище графіка виручки, становить зону збитковості.

Найбільший прибуток підприємство отримає при урожайності 35,5 ц/га, а не при 40 ц/га. А оскільки кінцевою метою діяльності комерційного підприємства є прибуток, то подальша інтенсифікація і нарощування обсягів виробництва при такому рівні цін економічно невиправдані. За умов підвищення ціни реалізації певного виду продукції, зона прибутковості розширюється. Таким чином, в процесі інтенсифікації необхідно прагнути до збільшення прибутку, а не до зниження собівартості. Взагалі, більш коректно говорити про оптимізацію собівартості продукції за певного рівня інтенсифікації.

Собівартість 1 ц сільськогосподарської продукції, як ми вже зазначали, можна розрахувати поділивши витрати на 1 га відповідної культури на її урожайність. Згідно з модельним прикладом при ціні реалізації 160 грн/ц прибуток та собівартість графічно матимуть вигляд (рис. 3).

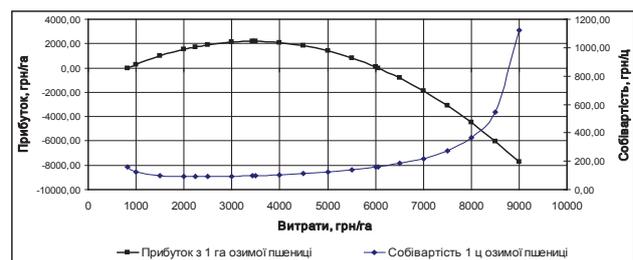


Рис. 3. Визначення залежності прибутку та собівартості озимої пшениці від витрат на 1 га при ціні реалізації 160 грн/ц (модельний приклад)

Крива собівартості зі зростанням витрат на 1 га зростає з кожною новою одиницею витрат. При цьому мінімум собівартості – 90,45 грн/ц – досягається при витратах 2236 грн/га, далі йде поступове її підвищення, що є результатом інтенсифікації виробництва і супроводжується зростанням прибутку. Максимальний прибуток буде досягнуто при витратах 3437,5 грн на 1 га посівної площі, собівартість становитиме 97,89 грн/ц. Таким чином, максимальний прибуток досягається при більш високих витратах на 1 га, ніж мінімальна собівартість. Це ще раз доводить необхідність перенесення акцентів з мінімізації собівартості на підвищення прибутковості.

Модельний приклад дозволив дослідити залежність урожайності, прибутку і собівартості від витрат на 1 га, характерну для прибуткової сільськогосподарської продукції. Проте у практичній діяльності сільськогосподарські підприємства часто отримують збитки по окремих видах продукції, що дуже характерно для галузі тваринництва. По збиткових видах продукції стоїть завдання не максимізації прибутку, а мінімізації збитків. Отже, необхідно знайти такий обсяг витрат на 1 га (1 гол), який забезпечить найменший збиток.

Скористаємося рівнянням (5) залежності урожайності озимої пшениці від витрат і розрахуємо рівняння виручки від реалізації (Z) і рівняння прибутку (збитку) (P) виходячи з припущення, що ціна на зерно озимої пшениці становить 80 грн/ц:

$$Z = -800 + 1,6x - 0,00016x^2, \quad (7)$$

$$P = -800 - 0,6x - 0,00016x^2. \quad (8)$$

Побудуємо графік залежності урожайності і виручки від витрат на 1 га посівної площі озимої пшениці (рис. 5) за умови її збитковості.

Як видно з рис. 5, крива виручки від реалізації не перетинає криву витрат, тобто виручка від реалізації продукції є меншою, ніж витрати, здійснені для її отримання. За таких умов зона прибутковості відсутня. З точки зору математичного апарату, якщо коефіцієнт a_1 в рівнянні прибутку менший за одиницю, то по досліджуваному виду продукції немає зони прибутковості.

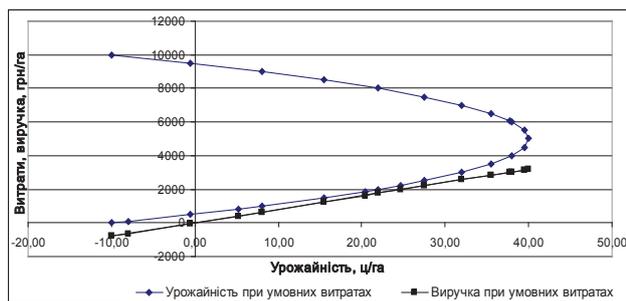


Рис. 5. Результати моделювання залежності урожайності і виручки від витрат на 1 га по збиткових видах продукції

В той же час, коли на графіку лінія виручки буде дотичною до кривої витрат, ми матимемо той рідкісний випадок, при якому мінімальна собівартість продукції співпаде з максимальним прибутком і буде дорівнювати нулю.

Цікавим є також дослідження залежності собівартості і прибутку від витрат на 1 га по збитковій продукції (рис. 6).

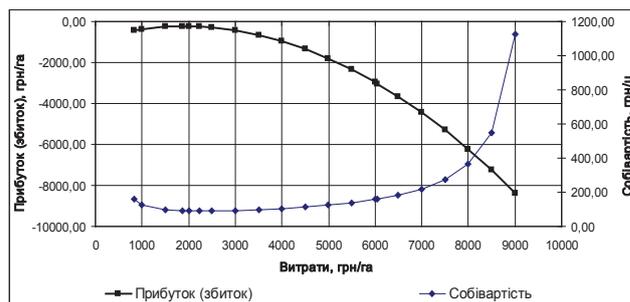


Рис. 6. Визначення залежності збитку з 1 га та собівартості 1 ц озимої пшениці від витрат на 1 га при ціні реалізації 80 грн/ц (модельний приклад)

Крива залежності збитку від витрат на 1 га проходить під віссю абсцис. Отже прибутку підприємство не отримає, а мінімальна сума збитку досягається при витратах 1875 грн на 1 га. Раніше ми визначили, що для даного модельного прикладу собівартість продукції буде мінімальною при значенні витрат 2236 грн/га. Таким чином, мінімальний збиток по збитковому виду продукції буде досягнуто при менших витратах на 1 га, ніж витрати, необхідні для досягнення мінімальної собівартості продукції.

Висновки і пропозиції. Основою для моделювання формування собівартості продукції та її прибутковості є залежність урожайності сільськогосподарських культур від витрат в розрахунок на 1 га посівної площі. Функції виручки, прибутку та собівартості одиниці продукції є похідними від функції урожайності.

Апробація запропонованих функцій показала, що максимальна урожайність, мінімальна собівартість 1 ц продукції та максимальний прибуток з 1 га досягаються при різних витратах на 1 га посівної площі. Максимальний прибуток буде отримано при собівартості, яка більша від мінімальної, а мінімум збитку по збиткових видах продукції підприємство отримає при менших витратах на 1 га, ніж витрати, необхідні для досягнення мінімуму собівартості.

Покращення паритету цін на сільськогосподарську і промислову продукцію зменшує розрив у витратах на 1 га посівної площі, які забезпечують отримання максимальної урожайності і максимального прибутку, але збільшують розрив у витратах, при яких досягається мінімальна собівартість одиниці продукції і максимальний прибуток на 1 га.

Подальші дослідження доцільно спрямувати на встановлення оптимальних параметрів витрат на виробництві окремих видів сільськогосподарської продукції в конкретних сільськогосподарських підприємствах.

Список літератури:

1. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник / В.Г. Андрійчук. 0 К. : КНЕУ, 2013. – 779 с.
2. Бланк І.А. Управление прибылью [Текст] / И.А. Бланк – К. : Ника-Центр, Эльга, 2002. – 752 с.
3. Аранчій В.І. Собівартість продукції та шляхи її зниження як головна умова ефективної стратегії управління витратами [Електронний ресурс] / В.І. Аранчій, Т.В.Мокієнко // Вісник ХНТУСГ: Екон. науки. Вип. 105. – Харків : ХНТУСГ, 2010. – Режим доступу : http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_105/05.pdf.
4. Трофимова І.В. Планування собівартості і прибутку як основний фактор підвищення прибутковості промислового підприємства / І.В. Трофимова, М.В. Літвиненко, // Вісник Національного технічного університету «ХПІ» Технічний прогрес та ефективність виробництва. – 2012. – № 4. – С. 186–191.
5. Невзоров А.В. Моделювання та прогнозування розвитку аграрних підприємств / А.В. Невзоров, К.Ф. Улянич // Матер. міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. «Перспективні інновації в науці, освіті, виробництві і транспорті 2012» (19-30 червня 2012 р.) [Електр. ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/economy-212/business-sectors-of-the-economy-212/13457-212-803>.
6. Горкавий В.К. Статистика: Підручник. / В.К. Горкавий. – К. : Вища шк., 1995. – 415 с.

Олейник А. В.
Скоромная Е. Ю.
Бадалов Х. М.

Харьковский национальный аграрный университет имени В. В. Докучаева

МОДЕЛИРОВАНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ И СЕБЕСТОИМОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ ДЕЙСТВИЯ ЗАКОНА УБЫВАЮЩЕЙ ОТДАЧИ

Резюме

Обоснован методический инструментарий для математического моделирования формирования прибыли и себестоимости сельскохозяйственной продукции в условиях действия закона убывающей отдачи. Выявлено, что максимальная прибыль достигается при более высоких затратах, чем минимальная себестоимость. Доказана необходимость учета критерия максимизации прибыли, а не минимальной себестоимости в процессе планирования и анализа хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: закон убывающей отдачи, урожайность, выручка от реализации, себестоимость, прибыль.

Oliinik A. V.
Skoromnaia Ye. Yu.
Badalov Kh. M.

Kharkiv National Agrarian University named after V. V. Dokuchaev

MODELLING THE FORMATION OF PROFIT AND COSTS OF AGRICULTURAL PRODUCTION UNDER THE LAW OF DECREASING THE EFFICIENCY

Summary

Substantiated methodical toolkit for mathematical modelling of the formation of profit and the cost of agricultural production in the conditions of the law of the decreasing the efficiency. Detected, that the maximum profit is achieved at higher expenses than the minimum costs. Proved, the necessity taking into account the criterion of profit maximization rather than a minimal cost in the planning and business analysis.

Key words: the law of decreasing the efficiency, productivity, sales revenue, cost, profit.

УДК 336.647:336.648

Олійник Л. В.

Хмельницький національний університет

КРИТЕРІАЛЬНІ ЗАСАДИ МОДЕРНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Визначено підходи, рекомендації та критеріальні засади модернізації системи управління активами сучасних українських підприємств. Запропоновано структуро логічну модель модернізованої системи управління активами на основі конвергенції у економічну інфраструктуру.

Ключові слова: управління активами, активи підприємств, модернізація.

Постановка проблеми. Управління активами передбачає досягнення завдань та цілей, що виступають основою максимізації прибутку. На сучасному етапі в роботі підприємств чітко простежується дезінтеграція функцій управління активами і логічно припустити, що підвищення ефективності їх діяльності неодмінно супроводжується дотриманням принципів забезпечення активами операційної діяльності. Зокрема, слід звернутись до принципів узгодження політики управління активами з короткотерміновими перспективами операційної діяльності, а також її потенційної диверсифікації. Актуальність формування критеріальних засад модернізації управління активами підприємств викликана необхідністю вдосконалення всієї системи фінансового менеджменту суб'єктів господарювання в умовах зростання глобальної конкуренції та кризових тенденцій в економіці України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі напрями управління активами розроблені в

дослідженнях відомих зарубіжних економістів, серед яких: Є. Брігхем, А. Гроппеллі, Е. Долан, А. Кінг, Б. Коллас, Т. Манесс, Д. Нотон, Дж. Сінкі, Дж. Тобін, Д. Хемптон, Дж. Фіннері, ін. Достатньо великий внесок у дослідження систем управління активами зробили представники вітчизняних наукових шкіл, такі як В. Базилевич, М. Білик, О. Гаманкова, С. Осадець, Є. Рясних, О. Орлов, І. Івасів. Достатньо обґрунтованими слід вважати підходи та механізми управління внутрішніми ресурсами підприємств. Водночас вплив ринкової кон'юнктури на управління активами в частині їх мобілізації, залучення та управління залишається малодослідженим та дослідженим лише поверхнево та фрагментарно.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Попри всі результати досліджень невирішеною залишається проблема формування критеріальних засад управління активами та формування критеріальної бази прийняття рішень в області фінансового менеджменту.

Мета статті. Головною метою публікації є формалізація критеріальних засад модернізації системи управління активами підприємств.

Виклад основного матеріалу. Формування та відтворення активів, забезпечення їх структурної адекватності потребам операційної діяльності має відповідати закономірностям застосування відповідно життєвого циклу підприємства [1, с. 280]. Водночас слід констатувати, що світова практика виробила ряд системних підходів, що пропонують принципovu відповідь для вирішення проблем управління господарськими активами, що передбачають мобілізацію ресурсів ринку – економічного середовища функціонування підприємства. Об'єктивно способи мобілізації ресурсів реалізуються у специфічних спеціалізованих фінансово-кредитно-збутових інструментах, які виступають механізмом взаємодії з контрагентами та на основі вдосконалення традиційних фінансових операцій, джерелом формування додаткових господарських чи комерційних ефектів. Гіпотетично перелік наявних в межах світової практики інструментів мобілізації ринкових ресурсів відповідає завданням операційної діяльності та управління активами (рис. 1) [1, с. 285].

Найявний традиційний підхід управління активами гарантує менеджменту підприємств низькі господарські ризики. Разом з тим ефективність управління оборотними активами залишається на невисокому рівні, що також є причиною перспективної невизначеності, вимагає радикальної модернізації політики управління активами, і поглиблення конвергенції з інституційною системою економіки.

Очевидна складність впровадження управління активами інтегрованою в інституційну систему економіки у відсутності необхідного досвіду персоналу. Останнє підвищує ризики порушення операційної діяльності, викликані дією екзогенних чи ендогенних чинників.

Водночас очевидні ефекти від конвергенції політики підприємства у інституційну систему економіки не викликають сумніву та вимагають швидкого впровадження не з точки зору додаткових фінансових зисків, а з точки зору можливого напрямку уникнення банкрутства. Приведені на рис. 1 напрями застосування інструментів конвергенції орієнтовані на вирішення конкретних функціональних завдань управління активами, ресурсами та фінансового менеджменту. Серед них – подолання недоліків та існуючих ризиків забезпечення безперебійного виробничого процесу запропоновано реалізувати на основі застосування таких інструментів, як: факторинг, кредитування, овердрафт, лізинг, франчайзинг, аутсорсинг, постачання точно в строк, корпоративізації та емісії боргових цінних паперів (табл. 1).

Водночас в комплексі сучасних підходів до формування економічних механізмів на рівні суб'єктів господарювання варто виділити два з них: створення модернізованої системи з повним переліком інструментів інтеграції в інститути економіки та модернізацію існуючої системи з поступовою заміною неефективних методів управління активами на модернізовані на основі передового досвіду.

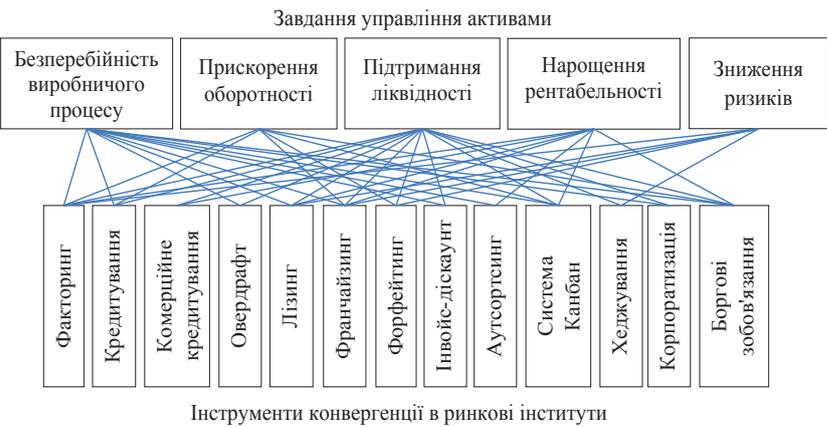


Рис. 1. Співвідношення між завданнями управління активами підприємств, фінансовими, кредитними та збутовими інструментами

Практика зарубіжних компаній свідчить про високу ефективність запропонованих в якості інструментів конвергенції в інституційну систему економіки засобів управління активами [2, с. 144-146]. Водночас в умовах світової фінансової кризи, вплив якої накладається на негативні наслідки незавершеного процесу деградації господарських відносин не реформованого централізованого командно-адміністративного механізму регулювання економіки, конвергенція в економічну інфраструктуру виступає чи не єдиним напрямком збереження підприємств. І як наслідок, особливою пропонуваного підходу формування механізму управління активами машинобудівного підприємства на основі конвергенції з господарсько-економічною системою є не матеріальні стимули від потенційно додатково отримуваних ефектів, а страх втрат. Тобто альтернативою до традиційного оцінювання перспективних ефектів у формі приросту прибутків виступає система показників ліквідності та платоспроможності підприємства, ритмічності технологічного процесу, відсутності втрат операційної діяльності тощо.

Іншою складовою вирішення завдань підприємств з конвергенції в інфраструктуру економіки виступає послідовність модернізації існуючої системи управління активами. Для новостворюваних підприємств цілком логічно створення саме нової системи. Водночас для інших підприємств одномоментна заміна системи управління ресурсами та активами на нову небезпечна через можливий збій операційної діяльності. Тому, очевидно, другий підхід – покрокової заміни та утворення нових підсистем з впровадженням інструментів конвергенції в інституційну систему економіки є більш прийнятним. З іншої сторони, варто зазначити, що за існуючого стану організації управління активами, всі без виключення підсистеми управління вимагають заміни, і в кінцевому випадку можна передбачити однаковий результат від реалізації обох сценаріїв – формування модернізованої системи управління активами на основі конвергенції господарської діяльності у економічну інфраструктуру.

Інше ключове питання – послідовність модернізації системи управління ресурсами та активами машинобудівного підприємства. Остання, з точки зору встановлених особливостей мотивування підприємств до виживання та обмеженого інвестиційного потенціалу, передбачає впровадження у роботу інструментів в міру настання загроз в системі управління активами [3, с. 126]. Врахуван-

Напрями застосування інструментів конвергенції в інституційну систему економіки

№ п/п	Завдання управління активами	Назва інструменту	Ефекти від застосування
1	Безперервність виробничого процесу	Факторинг ¹	Розширення та диверсифікація споживачів і масштабів господарських операцій
		Кредитування ²	Покриття нестачі в обігових засобах
		Овердрафт ³	Поновлюване джерело фінансових активів операційної діяльності
		Лізинг ⁴	Оновлення основних засобів, інноваційний розвиток, збільшення масштабів виробництва, розширення масштабів реалізації продукції
		Зворотній лізинг ⁵	Поповнення обігових засобів та інвестиційних ресурсів
		Франчайзинг ⁶	Територіальне розширення та збільшення масштабів господарської діяльності, перенесення збутових та виробничих функцій на потужності контрагентів
		Аутсорсинг ⁷	Передача функцій контрагентам неможливих чи економічно неефективних в межах операційної діяльності підприємства
		Постачання точно в строк ⁸	Відносна економія ресурсів необхідних на формування резервів та логістичних потужностей
		Корпоратизація ⁹	Інвестиційне розширення виробничих потужностей
		Боргові зобов'язання ¹⁰	Накопичення додаткових обігових засобів
2	Прискорення оборотності	Факторинг ¹	Безперервне забезпечення операційної діяльності обіговими засобами
		Кредитування ²	Нарощення фінансово-інвестиційного потенціалу
		Франчайзинг ⁶	Формування сталого грошового потоку
		Форфейтинг ¹¹	Прискорення погашення дебіторської заборгованості
		Інвойс-дискаунт ¹²	
		Постачання точно в строк ⁸	Зниження частки активів заморожених в страхових резервах
3	Підтримання ліквідності	Факторинг ¹	Зростання фінансових активів підприємства
		Кредитування ²	Покриття нестачі в обігових засобах
		Овердрафт ³	Поновлюване джерело позикових коштів, підтримання ліквідності
		Лізинг ⁴	Резервування коштів вивільнених в ході формування основних фондів
		Зворотній лізинг ⁵	Надходження фінансових ресурсів від реалізації основних засобів за лізинговою схемою
		Франчайзинг ⁶	Нарощення грошового потоку
		Форфейтинг ¹¹	Погашення частини дебіторської заборгованості
		Інвойс-дискаунт ¹²	
		Постачання точно в строк ⁸	Відносне вивільнення коштів від економії на логістичних потужностях
		Хеджування ¹³	Зниження впливу ризиків на грошовий потік
		Корпоратизація ⁹	Нарощення фінансово-інвестиційного потенціалу
Боргові зобов'язання ¹⁰	Нарощення фінансових активів за рахунок кредиторської заборгованості		
4	Нарощення рентабельності	Факторинг ¹	Зростання ефектів від збільшення масштабів реалізації та економії на умовно-постійних витратах
		Кредитування ²	Фінансування розширення господарської діяльності
		Комерційне кредитування ¹⁴	
		Лізинг ⁴	Збільшення ефектів від зростання масштабів
		Франчайзинг ⁶	
		Аутсорсинг ⁷	Зростання ефектів від економії витрат
		Постачання точно в строк ⁸	
		Боргові зобов'язання ¹⁰	
5	Зниження ризиків	Факторинг ¹	Передача ризиків фінустановам
		Лізинг ⁴	
		Форфейтинг ¹¹	
		Франчайзинг ⁶	Перерозподіл ризиків з контрагентами
		Хеджування ¹³	Страховання ризиків ймовірними додатковими економічними ефектами

*Умовні позначення: 1. Факторинг – фінансова комісійна операція переуступки дебіторської заборгованості факторинговій компанії з метою миттєвого отримання більшої частини платежу; гарантії повного погашення заборгованості; зниження витрат ведення рахунків. 2. Кредитування – зобов'язання банку надати певну суму грошей, надане в обмін на зобов'язання повернути заборговану суму, а також відсотки від її використання. 3. Овердрафт – кредитування банком оплати поточних рахунків. 4. Лізинг – отримання майна на правах довготривалої оренди у формі кредитування купівлі-продажу без довготривалих зобов'язань кредиту. 5. Зворотній лізинг – операція довготривалого поповнення обігових засобів за рахунок продажу кредиту основних засобів підприємства. 6. Франчайзинг – форма співпраці між фінансово незалежними сторонами, в рамках якої сторона, що володіє успішним бізнесом, торговою маркою, ноу-хау та іншими нематеріальними активами, дозволяє іншій користуватися ними. 7. Аутсорсинг – передача частини процесів операційної діяльності у субпідряд. 8. Постачання точно в строк – постачання налаштоване відповідно операційного процесу, що не вимагає формування страхових резервів та утримання складських потужностей. 9. Корпоратизація – додаткове залучення інвестиційних ресурсів шляхом перерозподілу прав власності. 10. Боргові зобов'язання – нарощення кредиторської заборгованості. 11. Форфейтинг – операції реалізації боргів контрагента третій стороні. 12. Інвойс-дискаунт – покриття сальдо платежів усіх поставок товару. 13. Хеджування – страхування ризику шляхом укладання протилежної угоди. 14. Комерційне кредитування – кредитування контрагентів у товарній формі з фінансовим покриттям заборгованості.

ня також вимагає необхідність взаємоузгодження функціонування підсистем, оскільки ефект за принципом «вузьких місць» залишатиметься в межах потенціалу не модернізованих підсистем системи управління активами, що використовуються спільно з модернізованими. Таким чином, послідовність перебудови підсистем управління активами машинобудівних підприємств передбачає також одночасну модернізацію залежних підсистем.

Отже, в ході модернізації механізму управління активами підприємства в ієрархії критеріїв перше місце займають:

- безперерйність виробничого процесу, що на рівні системи управління трактується як формування техніко-технологічних потужностей виробництва, системи логістичного забезпечення сировинно-матеріальними ресурсами, систем збуту тощо;
- прискорення оборотності, що у категоріях управління розглядається як швидке отримання виручки від дебіторів, зменшення тривалості виробничого циклу та періоду утримання готової продукції на складах, мінімальних страхових виробничих резервів тощо;
- підтримання ліквідності, яке передбачає утримання балансу між дебіторською та кредиторською заборгованістю та здатність до швидкої конвертації активів у грошові кошти;
- нарощення рентабельності, яке реалізується за принципом приросту доходності на кожну одиницю інвестованих ресурсів;
- зниження ризиків, що вимагає підтримання умов господарської діяльності здатних забезпечити

ти уникнення негативного впливу форсмажорних змін ринкової кон'юнктури, а також загроз спроможних призвести до суттєвих, загрозливих та критичних втрат активів;

- формування інноваційної системи управління активами за принципом конвергенції з господарсько-економічною системою на основі інвестиційно-фінансових, логістично-збутових інструментів та методів організації спільного підприємництва;
- підготовка та залучення персоналу з досвідом реалізації інструментів управління активами;
- створення системи моніторингу ринкової кон'юнктури та розвитку інституційної системи економіки;
- реорганізація структур управління їх перетворення на структури відкритого типу, спільної участі контрагентів у формуванні господарських цілей, планів вирішення операційних, інвестиційно-фінансових, збутових та логістичних завдань.

Відповідно визначених завдань, встановлених мотиваційних особливостей, чинників розвитку ринкової кон'юнктури, дерево цілей механізму управління активами набуває вигляду (рис. 2).

Створення цілісної системи управління активами в комплексі запропонованих цілей передбачає чіткий транспарентний зв'язок між цими цілями та інструментами реалізації програми конвергенції [4, с. 78-81]. Можна передбачити, що очікувана транспарентність – явище, яке ґрунтується на категоріях: ефективності – раціональності операційної діяльності для інструментів конвергенції, де основні чинки та передумови формування ефектів визначаються в межах господарського механізму; вірогідності – здатності використати



Рис. 2. Дерево цілей модернізації механізму управління активами на основі конвергенції з господарсько-економічною системою

кон'юнктурний потенціал для інструментів конвергенції де основні чинники та передумови формування ефектів визначаються в межах цільових ринків, інноваційного, фінансового, інвестиційного секторів та галузей.

Тобто транспарентність та конвергенція набувають ознак варіативних категорій, ефекти формування яких визначаються як цільовими установками на ефективність управління та вірогідність використання ринкового потенціалу, так і дотриманням економічних законів, закономірностей, принципів управління та конвергенції, інструментів конвергенції та безпосередньо об'єкта дослідження і управління – нагромадження і мобілізації активів на основі конвергенції господарської діяльності у економічну інфраструктуру (рис. 3).

З об'єктивних причин лише дотримання економічних законів забезпечить високі результати транспарентності та ефекти у верхній межі ймовірної варіації [5, с. 83]. До необхідних для дотримання економічних законів слід віднести закони: обмеженості ресурсів; ефекту масштабів виробництва; економії часу; вартості; зростання потреб споживачів; грошового обігу; концентрації капіталу; зростаючої віддачі; відповідності інституційної системи рівню продуктивних сил; попиту і пропозиції; зростання продуктивності.

На відміну від економічних законів, наведені закономірності відображають тенденційний характер розвитку, і гіпотетично з точки зору потенційних ефектів можуть мати двояку інтерпретацію. Зокрема ефекти від управління активами формуються в результаті раціоналізації системи управління ними як за сприятливої ринкової кон'юнктури, так і за негативних економічних трендів. Тому, на відміну від економічних законів, закономірності слід розглядати у процесі формування механізму управління активами на основі конвергенції господарської діяльності у

економічну інфраструктуру через діалектичний підхід. Останнє суттєво ускладнює пропонований механізм, вносить в його змістовну частину необхідність формування критеріальної бази прийняття управлінських рішень.

Серед усієї сукупності сучасних закономірностей розвитку економічних процесів та складових формування поставленої проблеми слід прийняти до уваги: вимивання фінансових ресурсів в ході макроекономічної кризи та зародкового стану розвитку інституційної системи; високу вартість ресурсів як наслідок несформованості інституційної системи; високу вартість ресурсів внаслідок макроекономічної та фінансової нестабільності; низький грошовий потік як наслідок втрати цільових ринків; неспроможність реалізувати політику нагромадження та мобілізації активів в наслідок відсутності досвіду фінансового менеджменту.

На протигагу закономірностям формалізованим на основі економічного механізму, політичних процесів та суспільного розвитку принципи модернізації механізму управління відображають комплекс підходів до вирішення проблеми забезпечення активами з цільовою установкою на постійне нарощення ефективності, забезпечення операційної діяльності, комерційні ефекти, і визначаються на основі цілей господарської діяльності, де розглядаються в якості інтегрованого відбору напрямів діяльності в межах, придатних для використання кон'юнктурних потенціалів. Серед можливої множини принципів слід орієнтуватись на: вибір прогресивних видів активів та нарощення ринкової капіталізації; узгодження обсягів та структури активів з етапом життєвого циклу підприємства; прискорення оборотності активів і ході їх експлуатації; підтримання оптимального складу активів відносно критеріїв ефективності діяльності; узгодження обсягів та структури активів з обсягом та структурою виробництва.

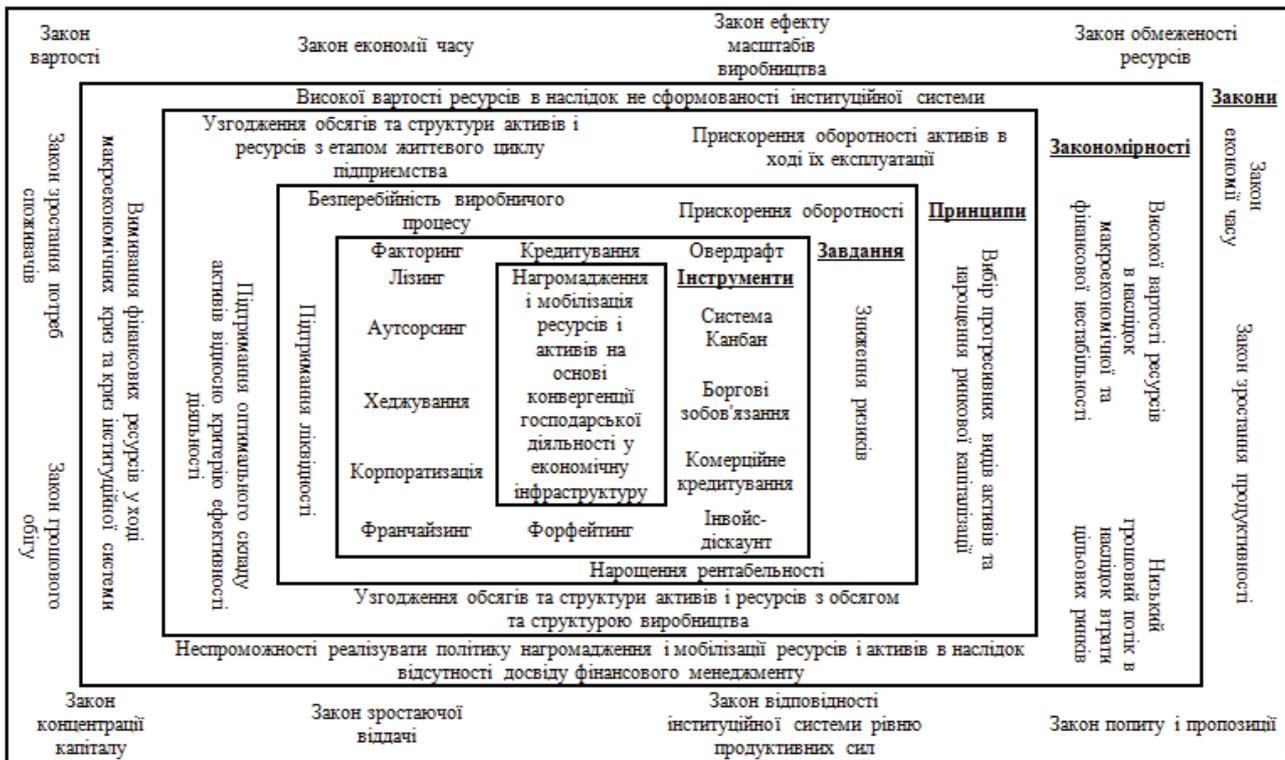


Рис. 3. Структурологічна модель модернізованої системи управління активами на основі конвергенції господарської діяльності у економічну інфраструктуру

Цільові установки модернізації механізму управління активами та його функціонування визначаються завданнями, серед яких, як показують аргументи наведени на попередніх етапах аналізу: безперервність виробничого процесу; прискорення оборотності; зниження ризиків; нарощення рентабельності; підтримання ліквідності.

Необхідність, методи та процес реалізації завдань визначають перелік інструментів, глибину та тривалість їх застосування в системі програм конвергенції в економічну інфраструктуру та інституційну систему ринків. Серед запропонованих попередньо інструментів доцільним для застосування нами вважаються: факторинг; кредитування; овердрафт; лізинг; аутсорсинг; хеджування; корпоратизацію; франчайзинг; форфейтинг; систему Канбан; боргові зобов'язання; комерційне кредитування; інвойс-дискаунт.

Кінцевою метою та результатом структурологічної узгодженості законів, закономірностей, принципів, завдань та інструментів слід передбачити створення механізму нагромадження та мобілізації активів на основі конвергенції господарської діяльності у економічну інфраструктуру.

Висновки і пропозиції. Таким чином, з певністю можна стверджувати, що для сучасних українських підприємств існують всі передумови підви-

щення якості матеріально-технічного забезпечення операційної діяльності та фінансового менеджменту шляхом конвергенції у інституційну систему економіки з подальшим використанням ринкової інфраструктури та конвертацією політики мобілізації ресурсів у інструменти управління активами.

Запропонована структурологічна модель розглядається в якості критеріїв та директив для прийняття управлінських рішень з приводу модернізації механізму управління активами, його вдосконалення та модернізації, а також функціонального управління. Використані принципи та завдання є типовими для обраної області дослідження, а конвергенція господарської діяльності в економічну інфраструктуру та ринкові інститути розглядається у формі інтегрованої у структурологічну модель надбудову до традиційних підсистем логістики підприємства, фінансового менеджменту, маркетингу, інвестування, закладені через вигоди та виклики відображені в закономірностях та обрані інструменти.

Перспективи подальших досліджень слід намітити в руслі вироблення аналітичної бази та методичного забезпечення прийняття управлінських рішень в області управління активами підприємств на основі конвергенції в ринкову інфраструктуру.

Список літератури:

1. Олійник Л.В. Принципово-критеріальні підходи до конвергенції управління активами підприємства в інституційну систему економіки. Зб. наук. пр. Економічний аналіз. – вип. 12 – Ч. 3 – Т. : 2013 – С. 279–284.
2. Чебанова Н.В. Стратегічне управління активами: аспекти аналізу [Текст] / Н.В. Чебанова ; Українська держ. академія залізничного транспорту. – Х. : УкрДАЗТ, 2008. – 177 с.
3. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств. – К. : КНЕУ, 2004. – 350.
4. Ревенко Н.Г. Управління ресурсами промислових підприємств в умовах перехідного періоду [Текст] / Н.Г. Ревенко. – К. : Редакція «Бюлетеня Вищої атестаційної комісії України», 2000. – 255 с.
5. Потійко Ю.А. Формування оптимального розміщення оборотних активів суб'єктів господарювання // Фінанси України. – 2001. – № 7. – С. 80–88.

Олейник Л. В.

Хмельницький національний університет

КРИТЕРИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ МОДЕРНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ АКТИВАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

Определены подходы, рекомендации и критериальные основы модернизации системы управления активами современных украинских предприятий. Предложена структурологическая модель модернизированной системы управления активами на основе конвергенции в экономическую инфраструктуру.

Ключевые слова: управление активами, активы предприятий, модернизация.

Olejnik L. V.

Khmelnytsky National University

CRITERIA FRAMEWORK OF MODERNIZATION OF ASSET MANAGEMENT COMPANIES

Summary

Defined approaches, guidelines and principles criterion modernization asset management system of modern Ukrainian enterprises. A structured logical model upgraded asset management system based on convergence in economic infrastructure.

Key words: asset management, assets, upgrading.

ДЛЯ НОТАТОК

НАШІ АВТОРИ

1. **Безкровна Наталія Григорівна** – старший викладач кафедри економіки підприємств і менеджменту Української інженерно-педагогічної академії
2. **Астаф'єва Катерина Олександрівна** – кандидат економічних наук, асистент кафедри економіки, організації та управління підприємствами Криворізького національного університету
3. **Бадалов Хазар Мехралі Огли** – здобувач кафедри фінансів Харківського національного аграрного університету імені В. В. Докучаєва
4. **Бегларашвілі Оксана Петрівна** – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри торговельного підприємництва Київського національного торговельно-економічного університету
5. **Безкровна Наталія Григорівна** – старший викладач кафедри економіки підприємств і менеджменту Української інженерно-педагогічної академії
6. **Бозуленко Олександр Юрійович** – асистент кафедри товарознавства та маркетингу Чернівецького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету
7. **Бондарчук Марина Юрійівна** – аспірант кафедри торговельного підприємництва Київського національного торговельно-економічного університету
8. **Брагинець Антон Миколайович** – кандидат економічних наук, докторант Луганського національного аграрного університету
9. **Вавдійчик Ірина Миколаївна** – асистент кафедри економіки та фінансів підприємства Київського національного торговельно-економічного університету
10. **Васюренко Лариса Валентинівна** – аспірант кафедри обліку і аудиту Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка
11. **Вещепура Наталія Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент Донецького державного університету управління
12. **Войтенко Галина Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку, аудиту та фінансів Карпатського інституту підприємництва Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»
13. **Вольська Ольга Миколаївна** – здобувач кафедри економіки і підприємництва Херсонського національного технічного університету
14. **Вяткіна Тетяна Георгіївна** – кандидат економічних наук, доцент, докторант кафедри економіки підприємств і управління трудовими ресурсами Луганського національного аграрного університету
15. **Ганущак Тетяна Валентинівна** – кандидат економічних наук, доцент Університету економіки та права «КРОК»
16. **Горняк Ольга Василівна** – доктор економічних наук, професор Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
17. **Гриб Світлана Василівна** – здобувач Харківського національного аграрного університету імені В. В. Докучаєва
18. **Гулай Іванна Олексіївна** – аспірант кафедри економічної політики та економіки праці Львівського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президенті України
19. **Давиденко Маргарита Вікторівна** – студент Одеського національного політехнічного університету
20. **Данилейчук Руслан Богданович** – кандидат економічних наук, викладач Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу
21. **Данилюк Микола Олексійович** – доктор економічних наук, професор Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу
22. **Дегтярьова Світлана Анатоліївна** – здобувач кафедри економічної теорії та прикладної економіки Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»
23. **Домашевська Катерина Ігорівна** – студент Національного авіаційного університету
24. **Дороженко Людмила Іванівна** – асистент кафедри фінансів і кредиту Вінницького навчально-наукового інституту економіки Тернопільського національного економічного університету
25. **Жаданова Юлія Олексіївна** – доцент кафедри економіки підприємства та корпоративного управління Одеської національної академії зв'язку імені О. С. Попова
26. **Жигалкевич Жанна Михайлівна** – кандидат економічних наук Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»
27. **Жуков Андрій В'ячеславович** – аспірант Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця
28. **Журавльова Тетяна Олександрівна** – завідувач кафедри економіки та моделювання ринкових відносин Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
29. **Заднепровська Ганна Ігорівна** – аспірант кафедри банківської справи Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця
30. **Зарічна Олена Володимирівна** – кандидат економічних наук, асистент кафедри маркетингу Мукачівського державного університету
31. **Заровна Катерина Миколаївна** – аспірант Київського національного торговельно-економічного університету
32. **Зубрикїна Марина Володимирівна** – аспірант кафедри економіки підприємства Донецького державного університету управління
33. **Іванків Ольга Ярославівна** – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки та безпеки підприємства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки
34. **Ільченко Наталія Борисівна** – кандидат економічних наук, доцент Київського національного торговельно-економічного університету

35. **Кавун Ольга Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент Київського національного торговельно-економічного університету
36. **Кам'янська Ольга Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»
37. **Кириченко Віктор Вікторович** – кандидат фізико-математичних наук, доцент Донецького державного університету управління
38. **Командровська Вероніка Євгенівна** – кандидат економічних наук, доцент Національного авіаційного університету
39. **Кондратюк Марія Федорівна** – старший викладач кафедри обліку, аудиту та фінансів Карпатського інституту підприємництва Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»
40. **Кондрич Василь Іванович** – здобувач Тернопільського національного економічного університету
41. **Корева Ольга Олександрівна** – магістр Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»
42. **Коробка Світлана Василівна** – кандидат економічних наук, в. о. доцента кафедри менеджменту Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького
43. **Кравченко Марина Олегівна** – кандидат економічних наук, доцент Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»
44. **Кравченко Микола Володимирович** – асистент кафедри обліку і аудиту Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету
45. **Кривицька Наталія Юріївна** – кандидат економічних наук, доцент Національного авіаційного університету
46. **Кривоконь Марина Олександрівна** – аспірант кафедри фінансів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»
47. **Кривохатко Надія Данилівна** – аспірант кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Національного університету «Львівська політехніка»
48. **Крупський Олександр Петрович** – кандидат психологічних наук, доцент кафедри менеджменту та туризму Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара
49. **Лаврик Уляна Валеріївна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства Донецького національного технічного університету
50. **Лазарева Марина Геннадіївна** – кандидат економічних наук, здобувач Донецького національного технічного університету
51. **Лановська Галина Іванівна** – кандидат економічних наук, доцент Національного університету харчових технологій
52. **Лозовська Ганна Миколаївна** – аспірант кафедри інформаційних систем і мереж Одеської національної академії харчових технологій
53. **Малюк Світлана Олександрівна** – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри цивільно-правових дисциплін Миколаївського інституту права Національного університету «Одеська юридична академія»
54. **Росинець Влада Юріївна** – студент Миколаївського інституту права Національного університету «Одеська юридична академія»
55. **Марковська Олександра Костянтинівна** – аспірант Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»
56. **Мацькевич Олесь Юріївна** – аспірант кафедри менеджменту і адміністрування Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу
57. **Некрасова Любов Аркадіївна** – кандидат економічних наук, доцент Одеського національного політехнічного університету
58. **Олійник Лариса Володимирівна** – здобувач Хмельницького національного університету
59. **Олійник Олександр Васильович** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів Харківського національного аграрного університету імені В. В. Докучаєва
60. **Савко Оксана Ярославівна** – аспірант, асистент кафедри економіки підприємства Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу
61. **Скоромна Олена Юріївна** – аспірант кафедри фінансів Харківського національного аграрного університету імені В. В. Докучаєва
62. **Трейтяк Мирослава Вячеславівна** – студент Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»
63. **Филипюк Алесь Олегівна** – магістр Донецького державного університету управління
64. **Яцкевич Інна Володимирівна** – доцент кафедри економіки підприємства та корпоративного управління Одеської національної академії зв'язку імені О. С. Попова

Відповідальний за випуск
Горняк Ольга Василівна

Українською, російською та англійською мовами

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації:
серія КВ № 11465–338Р від 07.07.2006 р.

Рекомендовано до друку вченою радою Одеського національного університету
імені І. І. Мечникова. Протокол № 10 від 24.06.2014 р.

Адреса редколегії:
65082, м. Одеса, вул. Дворянська, 2
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Тираж 100 прим. Зам. № 22/04.
Видавництво і друкарня Видавничий дім «Гельветика»
73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а, офіс 105
Тел.: +38 (0552) 39 95 80
www.helvetica.com.ua; E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4392 від 20.08.2012 р.