

Чиста ціна придбання — це сукупна ціна придбання плюс інші прийняті поглинаючою компанією зобов'язання мішені, не повністю відбиті в розрахунковій економічній вартості її майбутніх грошових потоків, за вирахуванням надходжень від продажу дискретійних активів [1].

Необхідно відзначити важливість ретельної процедури перевірки чистоти компанії-мішені. Її результати широко використовуються на етапі переговорів. Одержано в ході цієї процедури інформація дозволяє уточнити вартість компанії-мішені та величину повного зустрічного задоволення, що отримується продавцем. Також вона враховується при розподілі ризиків і зобов'язань між покупцем і продавцем в процесі структурування стратегії. Якщо в ході перевірки чистоти будуть виявлені активи, які можна продати, щоб повернути кредит, узятий на фінансування операції, то це буде враховано при розробці плану фінансування. Але не тільки покупець повинен піддаватися процедурі перевірки чистоти. Продавець проводить перевірку поглинаючої компанії, щоб упевнитися в її платоспроможності. Крім того, продавці необхідно перевірити таким же чином і власні підприємства, щоб бути впевненим, що його зобов'язання і гарантії у остаточному договорі повністю відповідають дійсності.

На думку багатьох досвідчених фахівців переговори — це найскладніша стадія процесу поглинання [1].

Найважливіша складова процесу поглинання — планування внутрішньої інтеграції, до якого необхідно приступити іще до завершення стратегії інтеграції. На етапі внутрішньої інтеграції після завершення процесу інтеграції вирішуються завдання обміну інформацією між зацікавленими сторонами, визначення та утримання ключових працівників, а також виявлення і задоволення невідкладних потреб у грошових потоках. Після завершення цього етапу поглинаюча компанія вже не має важелів впливу на мішень. Без адекватного планування інтеграція навряд чи забезпечить очікувану синергію в терміни, встановлені планом поглинання, і без зайвих витрат. Успіх інтеграції залежить від того, чи виникне між всіма її учасниками довіра, яка приходить, коли люди разом працюють і разом добиваються успіху. Етап завершення операції припускає не тільки остаточну підготовку і підписання всіх необхідних юридичних документів, але і отримання згоди усіх сторін, схвалення регулюючих органів і акціонерів.

Головна мета оцінки компанії після завершення процесу інтеграції — визначити ступінь від-

повідності фактичних показників плановим, при необхідності намітити коректуючи дії.

Таким чином, два перші етапи утворюють стадію планування і потребують складання бізнес-плану компанії, визначення конкурентного поля і ринкового сегмента, формулювання процедури створення інтеграційного об'єднання.

Наступні етапи — відповідають процесу реалізації та охоплюють такі заходи, як пошук, скринінг, встановлення першого контакту, прийняття рішення про реалізацію стратегії інтеграції, ведення переговорів та завершення операції інтеграції. Останні два етапи відбуваються після здійснення процесу злиття/поглинання та включають внутрішню інтеграцію та оцінку створеної компанії.

Висновки. Успішна інтеграція починається з розробки корпоративної бізнес-стратегії і методів, за допомогою яких вона реалізується. Тому необхідний комплексний підхід, який допоможе професійно спрацювати зі всіма аспектами інтеграційного проекту.

Складність проблем, що виникають в проектах по інтеграції компаній, вимагає у кожному випадку індивідуального підходу, який враховував би переваги і компаній, і людей, що беруть участь в проекті. Але, не зважаючи на те, що кожен проект унікальний, окресливши основні типові етапи процесу інтеграції, можна за потреби адаптувати його до мети, намірів та завдань конкретного підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дональд М. Депамфіліс. Слияння, поглащення и другие способы реструктуризации компаний. Процесс, инструментарий, примеры из практики, ответы на вопросы / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. — 960 с.

2. Искусство слияний и поглощений: Четыре ключевых решения, от которых зависит успех сделки / Дэвид Хардинг, Сэм Роут; пер. с англ. Петкович А.Г. — Минск: Гревцов Паблишер, 2007. v 256 с.

3. Как успешно объединить две компании / Ганс Баккер, Джерен Хелминк; пер. с англ. Т.И. Митасова; науч. ред. Г.А. Ясницкий, А.Г. Ясницкая. — Минск: Гревцов Паблишер, 2008. — 288 с.

4. Тимоти Дж. Галлін, Марк Хэндон. Полное руководство по слияниям и поглощениям компаний: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. — 240 с.

Надійшла до редколегії 10.02.2009 р.

Л.І. Стешенко, асп.

РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА ПОКАЗНИКИ ЇХ ОЦІНЮВАННЯ

Підвищення економічної ефективності виробництва означає зростання національного багатства країни, покращення життєвого рівня кожного члена суспільства. В статті узагальненні теоретичні положення категорій результативність та ефективність, показана відмінність між цими поняттями. Вказано на ряд чинників, які сприяють покращенню роботи підприємств

Ключові слова: результативність, ефективність, ефект, економічна ефективність, соціальна ефективність

© Л.І. Стешенко, 2009

The increasing of the efficiency in manufacturing means growing of national wealth of a country, correction of the living standards of every citizen. The article gives the general statements of the categories of effectiveness and efficiency, shows the difference between these conceptions. It is demonstrated the number of factors that influence on the better work of the enterprises

Key words: effectiveness, efficiency, effect, economic effectiveness, social effectiveness

Вступ. На нинішньому етапі ринкових змін перед Україною стоїть нагальна потреба створення економічно ефективного виробництва. А пошук можливостей підвищення економічної ефективності підприємств є необхідною умовою їх виживання в реаліях ринкової економіки, інтеграції України у світову економічну систему. Усе це обумовлює актуальність даної статті. Проблеми економічної ефективності підприємств досліджувались в різних аспектах у наукових працях В.Г. Андрійчука, П.С. Березівського, О.О. Вороніна, А.Г. Гончарук, А.В. Гунькало та багатьох інших. Проблема ефективності виробництва завжди посідала важливе місце серед актуальних проблем економічної науки.

Постановка завдання. За сучасних економічних умов постає вимога розмежування понять результативність та ефективність, оскільки, як показує досвід, вони не є тотожними. Саме це і є метою даної статті.

Досягнення поставленої мети визначило необхідність вирішення таких завдань: узагальнити теоретичні положення щодо дослідження категорії «ефективність», «результативність», «економічна ефективність»; дослідити вплив основних чинників на формування показників економічної ефективності.

Результатами. Виробництво харчовою продукцією, як і будь яке інше виробництво, вимагає органічного поєднання і взаємодії трьох факторів — робочої сили, основних засобів, предметів праці. В процесі виробництва здійснюється виробниче споживання вказаних ресурсів з метою отримання певних споживчих вартостей, спроможних задовільнити відповідні потреби людей. Отже, виробництво продукції передбачає витрати ресурсів і одержання певних результатів. Але на однакову кількість витрачених ресурсів підприємства можуть одержувати далеко не однакові за величиною результати. В такому випадку кажуть, що підприємства ведуть виробництво з різною ефективністю. Неefективне підприємство неминуче потерпіти банкрутство.

Ефективність — це економічна категорія, що відображає співвідношення між одержаними результатами і витраченими на їх досягнення ресурсами, причому при вимірюванні ефективності ресурси можуть бути представлені або в повному обсязі за їх первісною (переоціненою) вартістю (застосувані ресурси), або частиною їх вартості у формі виробничих витрат (виробничо спожиті ресурси). Ефективність — це співвідношення ефекту і витрат на його досягнення [1].

Критерій економічна ефективність виробництва не можна ототожнювати з результатами роботи підприємства, перше поняття набагато ширше другого.

Державний стандарт України ISO 9000—2001 подає таке визначення:

результативність (effectiveness) — ступінь реалізації запланованої діяльності та досягнення запланованих результатів;

ефективність (efficiency) — співвідношення між досягненим результатом і використаними ресурсами [2].

Якщо результати економічної діяльності перевищують витрати, говорять про позитивний (додатний) ефект (зокрема, підприємство отримує прибуток), у протилежному разі — про негативний (від'ємний) ефект (збитки, шкода, втрати та ін.). Отже, результативність розуміється як досягнення поставлених цілей, що ставить перед собою підприємство з метою вижити на вітчизняному ринку, вийти на зарубіжні.

Ефективність розкриває характер причинно-наслідкових зв'язків виробництва. Вона показує не сам результат, а те, якою ціною він був досягнутий і що від цього отримало підприємство.

Термін «ефект» (від лат. effectus — виконання, дія) — означає «результат» [3].

Термін ефект має значення результату, наслідку зміни стану певного об'єкта, зумовленої дією зовнішнього або внутрішнього фактора. Якщо провести аналогію, то ефект — це приріст деякої змінної або різниця її попереднього і наступного значень. Зрозуміло, що значення цього результату може бути як додатним, так і від'ємним або взагалі нульовим. Подібно до цього ефект може бути як позитивним, коли зміни є корисними, так і негативним, коли зміни деструктивні, або нульовим, коли змін немає. Утім, коли результат нульовий, можна в конкретних умовах вважати його або позитивним, або негативним ефектом.

Отже, фактично визначення ефективності виробництва полягає в оцінці його результатів. Такими результатами можуть бути обсяги виготовленої продукції в натуральному чи вартісному виразі або прибуток. Але ж сама по собі величина цих результатів не дає змоги робити висновки про ефективність або не-ефективність роботи підприємства, оскільки невідомо, якою ціною отримані ці результати. Звідси для отримання об'єктивної оцінки ефективності підприємства необхідно також урахувати оцінку тих витрат, що дали змогу одержати ті чи інші результати.

Процес виробництва, як уже було сказано, здійснюється через поєднання факторів, що його визначають: засобів праці (основні фонди), предметів праці (оборотні фонди), робочої сили (трудові ресурси). Крім того, істотним чином на виробництво впливає фінансовий стан підприємства, а також певні його організаційні, управлінські, технологічні та інші переваги, що відображаються як нематеріальні ресурси. Тож за оцінку витрат логічно взяти оцінку всіх перелічених ресурсів. Виходячи з цього можна дати таке визначення ефективності: ефективність підприємства являє собою комплексну оцінку кінцевих результатів використання основних і оборотних фондів, трудових і фінансових ресурсів та нематеріальних активів за певний період часу.

Проблема підвищення ефективності як комплексного показника вимагає пошуку відповіді на ряд запитань, зокрема: виробництво якої продукції (послуги) може забезпечити максимум доходів? Яким ринкам віддати перевагу? В якому напрямі покращувати економічні характеристики товарів та ринку? Відповідно використовуються і різномінані поняття efficient (результат) та effective (рівень ефекту).

Перше стосується агентів виробництва, їхніх дій або засобів і означає здатність діставати бажаний результат (ефект) відповідно до поставленого завдання.

Друге характеризує вже виконану роботу або самого її виконавця і означає наявність високого рівня результатів (ефекту).

Результативність виробництва залежить від ряду чинників, що її визначають, а саме:

видів витрат і ресурсів (джерелами підвищення);
напрямків розвитку та удосконалення виробництва;
місця реалізації у системі управління виробництвом.
Джерелами підвищення результативності діяльності підприємства є: зростання продуктивності праці, зниження фондоємності і матеріалоємності продукції. Покращання використання зазначених джерел передбачає здійснення комплексу заходів, які за своїм змістом характеризують основні напрями розвитку та удосконалення виробництва (друга ознака чинників). Тут визначальними факторами можуть бути: прискорення темпів науково-технічного та організаційного прогресу (створення нових і удосконалення існуючих

технологій, конструкційних матеріалів, засобів праці і кінцевої продукції; механізація та автоматизація виробничих процесів; запровадження прогресивних методів і форм організації виробництва і праці та системи управління якістю; побудова та регулювання ринкового механізму господарювання). Найбільш важливою у практичному значенні слід вважати класифікацію чинників ефективності за місцем реалізації у системі управління виробництвом (третя ознака груп чинників), особливо відокремлення з них двох категорій чинників — внутрішньовиробничих (технологія, устаткування, методи роботи, стиль управління тощо) і зовнішніх (державна економічна та соціальна політика, інфраструктура).

Який же ефект отримує підприємство?

Технологічні нововведення, особливо сучасні форми автоматизації виробництва, інформаційні технології спрямують чи не найбільший вплив на рівень і динаміку ефективності виробництва. Вони сприяють підвищенню продуктивності праці, викликають зміни в рівні технологічного процесу, покращують якість продукції. Освоєння ресурсо- та енергозберігаючих інноваційних технологій та розширення випуску інноваційних видів продукції, що за показниками якості та екологічної безпечності відповідатимуть вимогам європейських та світових стандартів, прискорить інтеграцію у світове виробництво, підвищить конкурентноспроможність продукції. Впровадження енергозберігаючих технологій призводить не тільки до зниження затратності виробництва, але й до зменшення впливу зовнішнього середовища (що особливо важливо за сучасних економічних умов). А це в свою чергу виводить підприємство на нові щаблі розвитку, зокрема і на міжнародний ринок. Для виробників продуктів харчування життєво важливим є впровадження надійної системи управління якістю, бо порушення у цій сфері може привести до акцій відкликання товару у національному або навіть у міжнародному масштабі [4]. Президент німецької ради з акредитації (DAR) Ганс Ульріх Мітман говорив, що якість — це, перш за все, чесність. Крім того, що 50 % якості залежить від мотивації людини, 20 % — від методів виробництва і матеріалів і 30 % — просто від нормального розуміння проблеми. Україна — лише на самому початку довгого шляху до якості [5].

Максимального впливу вище названих факторів на рівень ефективності виробництва можна досягти лише при комплексному їх використанні. Наприклад, можна використовувати новітні технології устаткування, але продовжувати застосовувати застарілі форми організації праці чи мати на підприємстві недостатньо підготовлені кадри. Зрозуміло, що в такому випадку ефект змін у виробництві буде незначним.

На рівень результативності кожного окремого підприємства безпосередній або опосередкований вплив здійснюють зовнішні фактори. Проте самі підприємства не можуть активно їх контролювати, їх варто знати й вивчати, зрозуміти їхню дію (вплив) і приймати до уваги при розробці (плануванні) й здійсненні програм підвищення ефективності виробництва на підприємствах.

Якщо при цьому врахувати, що результати виробництва не лише є різноманітними, але й можуть бути представлені в різних формах: вартісній, натуральній, соціальній, то стає очевидно необхідність в ідентифікації категорії ефективності. Вона поділяється на економічну, технологічну, соціальну та інші.

Ефективність технологічна — ступінь віддачі виробництва, машин, апаратів. Тобто, це результативність функціонування технологічної сфери вироб-

ничих систем. Визначається вона як співвідношення результатів і затрат виробництва.

Соціальна ефективність — відповідність результатів господарської діяльності основним соціальним потребам, інтересам окремої людини [6].

Соціальна ефективність — поняття, що відображає поліпшення соціальних умов життя людей (покращення умов праці і побуту, поліпшення зовнішнього довкілля, підвищення рівня зайнятості і безпеки життя людей, скорочення тривалості робочого тижня без зменшення заробітної плати, ліквідація важкої фізичної праці тощо). Соціальна ефективність є, по суті, похідною від економічної ефективності. Вона, за однакових умов, буде тим вищою, чим вищого рівня економічної ефективності досягнуто. Соціальні наслідки можуть бути не лише позитивними, а й негативними (поява безробіття, посилення інфляції, погіршення екологічних показників). Соціальна ефективність не завжди може бути кількісно визначена. Проте досить грунтovно про досягнуту соціальну ефективність можна судити за такими показниками, визначеними у динаміці, як питома вага прибутку, направленого на соціальні заходи, в загальній масі чистого прибутку; величина цього прибутку в розрахунку на одного середньооблікового працівника підприємства [7].

Результативність, можна обчислювати як відношення суми фактичних значень до суми запланованих значень, таке відношення завжди менше або в ідеалі дорівнює одиниці [8].

Економічна ефективність — це показник, який співвідносить здобутий результат з поточними затратами, що зумовили цей ефект, чи використаними економічними ресурсами. Економічну ефективність відображають через різні вартісні показники, що характеризують проміжні та кінцеві результати діяльності. До таких показників належать: обсяг наданих послуг, величина одержаного прибутку, рентабельність, економія ресурсів, продуктивність праці тощо. Тобто результат зіставляється зі спожитими ресурсами або із застосованими ресурсами, які брали участь у виробництві за певний період [9].

Розрізняють затратний, ресурсний та ресурсо-затратний підходи до визначення ефективності:

ресурсний, коли економічний результат зіставляється з економічною оцінкою виробничих ресурсів, які застосовуються під час виробництва;

затратний, коли економічний результат порівнюється з поточними витратами, які безпосередньо пов'язані з його досягненням;

ресурсно-затратний, що, як це видно з самої назви, являє собою певний компроміс між двома попередніми. Тобто до уваги береться як певна оцінка наявних ресурсів, так і оцінка поточних витрат.

Головне завдання критеріїв економічної ефективності (на відміну від інших) — відзначатися універсальністю застосування. Основні показники економічної ефективності повинні бути єдиними для всіх видів економічної діяльності, незалежно від галузевої приналежності чи категорії підприємства. Досягти універсальності можна, оцінивши вкладені у виробництво ресурси й одержаний ефект у вартісній формі — на основі поточних ринкових цін, реальної поточної вартості ресурсів. При цьому конкретні показники економічної ефективності можуть бути як вартісні, так і у формі відносних величин.

Економічна ефективність наукомістка та складна економічна категорія, в ній постійно відкриваються нові грани та уточнюються суттєві аспекти [10]

Висновки. В складних соціально-економічних умовах підприємства повинні більш зважено підходити до планування своєї діяльності. Результат роботи

— це лише показник, загальна постановка, а ефект від цього результату — це значно ширше, ефект (економічний, соціальний, екологічний) показує, яке місце займає підприємство на ринку і які перспективи його розвитку. Підприємства мають забезпечувати передусім ефективне виробництво, щоб досягти поставленої мети.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сідун В.А., Пономарьов Ю.В. Економіка підприємства. — 2-е вид. перероб. та доп. — К.: ЦНЛ, 2006. — 355 с.
2. Державний стандарт України Системи управління якістю Основні положення та словничок ДСТУ ISO 9000-2001 (Видано ISO в 2000)
3. Економіка підприємства: Навч. посібник / за ред. А.В. Шегди. — К.: Знання, 2005. — 431 с.
4. Михальські Т., Ліліє Ф., Досін А. Управління якістю у харчовій промисловості: Довідник. — Львів: ПАІС, 2006. — 336 с.

УДК 330.52

5. Фандеев О. Якість — результат управління, виробництва й мотивації // День. — 1999. — №113

6. Основи економічної теорії: Посібник / за ред. С.В.Мочерного. — К.: Академія, 2001. — 471 с.

7. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник. — 2-ге вид., доп. і перероблене. / В. Г. Андрійчук. — К.: КНЕУ, 2002. — 624 с.

8. Гунькало А.В. Оцінювання результативності та ефективності СУЯ//Стандартизація Сертифікація Якість. — 2007. — №3, С.40—43.

9. Воронін О.О. Визначення показників економічної ефективності виробництва на основі модифікації ресурсного підходу//Економіка України. — 2007. — №10, С.29—37.

10. Бєлінська Н.С. Економічна ефективність промислової переробки молока: Монографія. — Вінниця: УНІВЕРСУМ, 2005. — 257 с.

Надійшла до редколегії 20.03.09 р.

Л.С. Тараєвська, канд. екон. наук
Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу

МАРКЕТИНГ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Маркетинг людського капіталу включає маркетинг робочої сили і робочих місць на ринку праці, а також маркетинг робочих місць і їх відповідність робочій сили всередині фірми. З врахуванням цього не заперечним залишається думка, щодо доцільності проведення маркетингових досліджень на ринку праці.

Ключові слова: маркетинг, людський капітал, робоча сила, робоче місце, ринок праці, маркетингові дослідження, попит, пропозиція

Вступ. У сучасних умовах при становленні ринкових відносин проблема організації і функціонування маркетингу на ринку праці має важливе значення, хоча теорія і практика маркетингового управління в даному напрямку ще не знайшла належного застосування.

Реалізація Україною стратегічного курсу на формування соціально-орієнтованої держави через здійснення економічної політики, пріоритетом якої є людський розвиток та піднесення життєвого рівня населення, не може здійснюватись без наявності передумов для створення нових та реконструкції існуючих робочих місць. Однак, це одночасно потребує виходу на ринок праці робочої сили, яка володіє необхідними знаннями, навичками та вміннями, здатна до активної перетворюючої діяльності. Принципові ідеї такої залежності закладені в теорії людського капіталу, яка досліджує залежність доходів працівника, підприємства, суспільства від знань, навичок та природних здібностей людей. Численні теоретичні дослідження підтверджують, що в постіндустріальних економіках забезпечення високого рівня життя відбувається не тільки й не стільки завдяки володінню природними ресурсами й виробничим капіталом, а в основному завдяки високому рівню людського капіталу.

Розробкою теорії людського капіталу займалися Г.Беккер [1] і Т.Шульц [5]. Е.Флемхольц [4] виклав

Human resources marketing includes working force marketing and marketing of working places in accordance with working force inside the company. Taking this into account, there is a strong need in marketing research on the human resources market.

Key words: marketing, human resources, working force, working place, human resources market, marketing research, demand, supply

її сутність на корпоративному рівні та розробив підходи до виміру вартості людського ресурсу. Ю.А.Маленков [3] докладно проаналізував проблеми управління розвитком людського капіталу компанії. Бандур С.І., Богиня Д.П., Грішнова О.А., Петрова І.Л запропонували власно обґрунтовані визначення сутності даного поняття.

Авторитетом у світі маркетингу беззаперечно є Ф.Котлер [2], який у своєму визначенні зазначив, що маркетинг актуальний для будь-якої сфери людської діяльності. Це і дає нам підстави розглядати новітній і мало досліджений сучасними науковцями напрямок — маркетинг людського капіталу. Очевидно, що використання саме його починає відігравати все більш важливу роль на ринку праці загалом, та в досягненні фірмою своїх стратегічних цілей зокрема.

Постановка завдання. Метою даної статті є розгляд теоретичних аспектів маркетингу людського капіталу, який включає в себе маркетинг робочої сили і робочих місць на ринку праці, а також маркетинг робочих місць і їх відповідність робочій сили всередині фірми. Для з'ясування сутності досліджуваних категорій та обґрунтування самої методології дослідження застосувались такі наукові методи, як загальнонауковий діалектичний метод пізнання, абстрактно-логічний, системного аналізу.

© Л.С. Тараєвська, 2009