

Харківський національний
економічний університет

**Управління
розвитком**

Збірник наукових робіт

№ **11**(132) 2012

видається щомісячно

Харків · ХНЕУ · 2012

Засновник і видавець ХНЕУ.
Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації
КВ № 16779–5351 ПР. від 21.05.2010 р.

Затверджено на засіданні
вченої ради університету,
протокол № 8 від 24.04.2012 р.

Редакційна колегія

Пономаренко В. С. — докт. екон. наук, професор (головний редактор)

Афанасьєв М. В. — канд. екон. наук, професор ХНЕУ

Внукова Н. М. — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

Гришова В. М. — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

Дікань Л. В. — канд. екон. наук, професор ХНЕУ

Дорошнін М. С. — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

Дорохов О. В. — канд. техн. наук, доцент ХНЕУ

Іванов Ю. Б. — докт. екон. наук, професор

Науково-дослідного центру індустріальних
проблем розвитку НАН України

Кизим М. О. — докт. екон. наук, професор

Науково-дослідного центру індустріальних
проблем розвитку НАН України

Клебанова Т. С. — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

Козьменко О. В. — докт. екон. наук, професор

Української академії банківської справи

Національного банку України

Криворотов В. В. — докт. екон. наук, професор

Уральського федерального університету
імені першого Президента Росії Б. Н. Ельцина

Левикін В. М. — докт. техн. наук, професор

Харківського національного університету
радіоелектроніки

Лутай Л. А. — докт. екон. наук, професор

Донецького національного університету економіки
і торгівлі імені Михайла Тузан-Барановського

Малярєв Л. М. — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

Назарова Г. В. — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

Орлов П. А. — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

Пилипенко А. А. — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

(заступник головного редактора)

Попов О. Є. — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

Пушкар О. І. — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

Сєдова Л. М. — відповідальний секретар

Чернов В. Г. — докт. екон. наук, професор
Владимирського державного університету (Росія)

Чухрай Н. І. — докт. екон. наук, професор
Національного університету "Львівська політехніка"

Ястремська О. М. — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

Chauchat Jean-Hugues — Professeur (HdR)

de l'Université Lumière Lyon2

Chen Wei — PhD, Professor, Hebei University

of Science and Technology (China)

Gang Fan — Dr., Professor, Graduate School of Chinese
Academy of Social Sciences; Director of China's National

Economic Research Institute (China)

Hofshtabler Hannes — Professor, Upper Austria

University of Applied Sciences (Austria)

Hollner Helmut — FH-Prof. DL Dr Techn University

of Applied Sciences FH "Technikum Wienn" (Austria)

Kalashnikov Vitaliy — Economy Doctor (ED), Assistant

Professor, Universidad Autonoma de Nuevo Leon (Mexico)

Ohrimenco Serghei — Dr. Sc. (Econ.), Professor, Academy

of Economic Studies (Moldova)

Pucher Robert — FH-Prof. DL Dr Techn, University

of Applied Sciences FH "Technikum Wienn" (Austria)

Sarkisyan Agop — PhD, D.A., Tsenov Academy

of Economics (Bulgaria)

Solarz Jan Krzysztof — Prof. nadzw.dr hab. Akademia

finansów, Warszawa

Vulanovic Milos — PhD, Assistant Professor of Finance,

Western New England University (USA)

Wackowski Kazimierz — Prof. nzw. dr hab.

Politechnika Warszawska

Поштова адреса

засновника і видавця:

61166, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а

Головний редактор **Пономаренко В. С.**

Конт. телефон: (057)702-03-04

Поштова адреса редакції:

61166, Україна, м. Харків,

пров. Інженерний, 1а, 1 під'їзд

Зав. редакції **Сєдова Л. М.** (057)758-77-05

Редакція (057)758-77-04

Редактори: **Семенова І. М., Замазій О. Є.,
Новицька Л. М., Шейнова Т. Ю.**

Комп'ютерна верстка — **Сосненко Л. С.**

E-mail: vydav@ksue.edu.ua

Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, які наводяться, несуть автори статей.

Рішення про публікацію статті приймає редакційна колегія. У текст статті без узгодження з автором можуть бути внесені редакційні виправлення або скорочення.

Редакція залишає за собою право їх опублікування у вигляді коротких повідомлень і рефератів.

При передрукуванні матеріалів посилання на збірник обов'язкове.

Підписано до друку 28.05.2012 р.

Формат 84×108 1/16. Папір MultiCopy.

Ум.-друк. арк. 21,0. Обл.-вуд. арк. 26,46. Зам. № 356.

Ціна договірна.

Видавець і виготівник — видавництво ХНЕУ, 61166, м. Харків, пр. Леніна, 9а.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи
Дк № 481 від 13.06.2001 р.

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЩОДО ДОСЯГНЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ

Анотація. Розглянуто теоретико-методичні підходи та практичні рекомендації щодо формування цілей для мотивування персоналу підприємства.

Аннотация. Рассмотрены теоретико-методические подходы и практические рекомендации касательно формирования целей для мотивации персонала предприятия.

Annotation. Theoretical and methodical approaches are examined and practical recommendations concerning the formation of goals for the motivation of the organization personnel are given.

Ключові слова: персонал, підприємство, мотивація, ціль, заробітна плата, оцінка персоналу.

Класична школа менеджменту вчить, що необхідними умовами забезпечення успішної роботи компанії є: вдале формулювання системи цілей компанії, чітке доведення її до кожного працівника, мотивація персоналу на основі оцінки внеску кожного працівника в досягнення поставлених цілей. Цим питанням займалися такі вчені, як П. Фресс, А. Маслоу, Вілюнас В. К., А. Шопенгауер, А. Додсон.

Цілі відіграють роль фільтра, залучаючи в організацію потрібних людей. Ціль – це завжди вибір. Зробивши вибір, людина бере на себе певні зобов'язання. Наявність цілей сама по собі задає визначеність, ясність поведінки і взаємовідносин в організації.

Цілі дають відчуття причетності і навіть гордості за організацію. Спроможність працівника сприймати цілі організації як свої власні і можливість використовувати їх у своїх інтересах – це той мотив, з якого треба здобувати максимальну користь. Тому починати слід з формулювання "правильних" цілей організації. Ще один аргумент, найчастіше вирішальний, полягає в тому, що сам процес і результат встановлення в організації цілей – наймогутніший мотиватор для персоналу будь-якої організації.

Для кожного співробітника організація чітко формулює (у формалізованому вигляді) місію й основні цілі, що підвищує відповідальність і мотивацію співробітника. Документально зафіксована (а ще краще винесена як епіграф на внутрішньофірмові документи, заставки на комп'ютерах, титульні аркуші ділових органайзерів і т. д.) ціль сприяє тому, що працівник постійно концентрується на її досягненні.

Ціль повинна бути реальною, відповідати внутрішнім ресурсам і зовнішнім можливостям, але важко досяжною, тому що легко досяжні цілі характеризуються слабкою мотивацією.

Ціль повинна мати термін реалізації. Протягом терміну повинні бути визначені етапи, кроки, для того, щоб знати пройдений шлях і шлях, який залишилося пройти.

Своєчасне і повне інформування персоналу про хід досягнення цілі допомагає тримати її в полі зору.

Цілі необхідно пов'язувати із системою винагороди. Працівники повинні мати чітке уявлення про те, за які дії вони будуть винагороджені [1].

Можна виділити такі критерії оцінки персоналу:

Поняття "компетентність" означає реальні знання і навички персоналу, а також його потребу підвищувати ці показники для вирішення поставлених завдань. Компетентність може бути з'ясована внаслідок відповіді на запитання: "Як співробітник досягає результатів?". Оскільки компетенції відрізняють компанію від будь-якої іншої організації і є підставою її успішної діяльності, було встановлено по 5 – 6 показників необхідної компетенції для управлінців різних ієрархічних рівнів. Оцінка показників компетенції відбувається за визначеними критеріями. Так, при оцінці такого показника, як "ототожнення з компанією", враховувалися прийняття і підтримка працівником цінностей компанії, прийнятність його позиції для внутрішніх та зовнішніх клієнтів, сприяння здоровим робочим взаємовідносинам [2].

Перше – внесок для клієнта. При цьому враховуються: знання потреб і очікувань клієнта, дотримання стандартів обслуговування клієнта, скарги клієнта на якість обслуговування, його довіра до продукту компанії.

Друге – внесок в інновації, навчання і зростання персоналу. При цьому враховуються: ефективність тренінгових програм, мотивація персоналу, ступінь задоволення персоналу роботою, дотримання принципів корпоративної культури, участь персоналу в раціоналізаторських та новаторських програмах.



Третє – внесок у внутрішню організацію бізнесу. Тут враховуються: раціональність докумен- тообігу, своєчасність надання звітності, якість продукції та послуг, швидкість реагування на запити.

І четверте – економічний / фінансовий внесок. При цьому оцінювалися: зростання прибутку, розширення статей прибутків, зміни у структурі витрат [3].

Сьогодні можна зробити висновок, що розроблена система оцінки внеску співробітників у досягнення цілей компанії дозволила:

по-перше, підвищити ефективність роботи всієї компанії, оскільки дала можливість іденти- фікувати пріоритетні сфери вдосконалення і стала для працівників "путівником", що вказує на ці напрямки, а також дозволила контролювати рівень майстерності працівника після тренінгу;

по-друге, сформулювати еталонні показники ефективності роботи працівників щодо досягнен- ня конкретної мети, що дає можливість керівнику об'єктивно оцінювати працівника;

по-третє, визначити загальні для всіх працівників компанії правила поведінки, що привело до підвищення ефективності корпоративної культури, оскільки ліквідувало будь-які сумніви або припущення з боку працівника про те, "що є добре і що погано" для компанії, і своєчасно сигналізу- вало працівнику про необхідність починати коригувальні дії [4].

Основною передумовою досягнення перерахованих переваг є правильне встановлення цілей діяльності.

По-перше, кількість цілей для одного працівника не повинна перевищувати 6 – 7, тому що більша кількість буде означати вже не щорічні (щоквартальні) цілі, а щотижневі (щоденні). З іншого боку, має бути не менше трьох цілей.

По-друге, цілі повинні перевищувати вимоги стандартів діяльності працівника на конкретній посаді. Водночас цілі повинні бути досяжними, щоб не стати для робітника фактором, який демо- тивує через неможливість їх досягнення.

По-третє, помилковим є встановлення легко досяжних цілей. Доки ви не зможете перекона- ти "потенційно несхильного до праці" робітника, що задані цілі відповідають роботі, яку він виконує, високої продуктивності компанії не буде досягнуто.

По-четверте, необхідно пересвідчитися, що встановлені цілі працівник не тільки зрозумів, але і схвалив. Досягнута угода має бути засвідчена підписами керівника і працівника. Крім того, письмова угода буде сприяти юридичній захищеності організації.

Описана система оцінки роботи персоналу і мотивації за двома параметрами – стратегічна компетентність (якісні цілі) і внесок у реалізацію цілей (кількісні цілі) – через свою складність була реалізована тільки для керівних працівників першого і другого ієрархічних рівнів управління. Засто- сування її для спеціалістів і рядових співробітників, а також як інструмента управління бізнесом при відсутності спеціальних систем автоматизації не видається можливим, адже існують дві причини: величезна кількість інформації, що має бути опрацьована, і складність узгодження індивідуальних цілей із цілями бізнесу [5].

Наук. керівн. Сігасва Т. Є.

Література: 1. Козак Н. Мотивація персоналу щодо досягнення стратегічних цілей організації / Козак Н. – К. : КНЕУ, 2000. – № 13–14. 2. Безруков А. В. Понимание термина "мотивация" в психологической и юри- дической литературе / Безруков А. В. – М. : МГТУ, 2002. – 65 с. 3. Спивак В. А. Корпоративная культура / Спивак В. А. – СПб. : Питер, 2001. – 352 с. 4. Доронина М. С. Особенности современного изучения моти- вации персонала / Доронина М. С., Наумик Е. Г. // Вестник ХГПУ. Сер. "Технический прогресс и эффектив- ность производства". – 2000. – Вып. 122. Ч. 4. – С. 27–30. 5. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник / Хміль Ф. І. – К. : Академвидав, 2003. – 608 с.

Чижова О. В.

УДК 330.341.1

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ОСНОВА УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто значення маркетингового планування на сучасних українських під- приємствах та основні його положення. Розроблено рекомендації з питань тривалості гори- зонту планування.

© Чижова О. В., 2012

Аннотация. Рассмотрены значение маркетингового планирования на современных украинских предприятиях и основные его положения. Разработаны рекомендации по вопросам длительности горизонта планирования.

Annotation. This article deals with the importance of marketing planning in modern Ukrainian enterprises and its fundamentals. Recommendations for length of forecasting time-frame are also suggested.

Ключові слова: маркетинг, планування, маркетингове планування, підприємство.

Одна з основних проблем, з якою стикається сучасне підприємство, – організація і підтримання життєздатного бізнесу в умовах ринку та ділового середовища, що стрімко змінюються. У кожній компанії для кожного рівня продукту (виробництва, торгової марки) потрібно розробити маркетинговий план. Стратегічний, довгостроковий план маркетингу, що розробляється на 3, 5 та більше років, описує головні фактори та сили, які протягом декількох років, як очікується, будуть впливати на організацію, а також містить довгострокові цілі та головні маркетингові стратегії із зазначенням ресурсів, необхідних для їх реалізації. Довгостроковий план зазвичай передивляється та уточнюється щорічно, на його основі розроблюється річний план, який деталізований більшою мірою. Планування маркетингу в різних компаніях здійснюється по-різному, залежно від змісту плану, тривалості горизонту планування, послідовності розробки та організації планування.

Вивченням проблем маркетингового планування на підприємстві займалися такі вчені: Голубков Є. П. [1], С. Дібб [2], Єфімова С. А. [3], Коротков А. В. [4], Ф. Котлер [5], Кузьміна Є. Є. [6], Моїсеєва Н. К. [7].

Мета даної статті – обґрунтувати необхідність маркетингового планування та його роль у діяльності підприємства.

Планування маркетингової діяльності підприємства звичайно починається зі всебічного аналізу як самого підприємства, так і оточуючого середовища, зовнішніх та внутрішніх факторів, які впливають на його діяльність. Спочатку підприємство повинно визначити, який продукт воно буде виробляти, хто буде цільовою аудиторією і яка основна місія підприємства. Доцільно буде провести так званий SWOT-аналіз, завдяки якому можна буде в комплексі оцінити всі істотні можливості та загрози, що впливають на підприємство в цілому для виявлення конкурентних переваг та найсильніших сторін підприємства. До найбільш значущих зовнішніх факторів потрібно віднести аналіз конкурентів та їх діяльності, а також їх позиціонування на ринку, яку частку вони займають, яку видиму стратегію вони використовують для просування своїх товарів та послуг.

Існує логічний та прямолінійний підхід до планування маркетингу: вивчення місії підприємства, аналіз ринку та ринкового середовища, визначення цільової аудиторії, визначальних переваг компанії, постановка цілей та позиціонування товару або послуги, розробка маркетингової програми та бюджету для здійснення заходів. Процес планування також можна представити у вигляді схеми на рисунку.

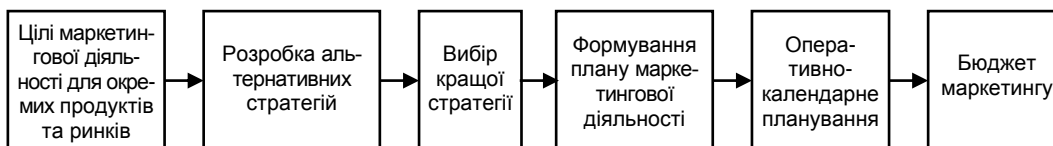


Рис. Процес планування в маркетингу [8, с. 201]

Планування маркетингу здійснюється на довго-, середньо- та короткостроковий періоди. В Україні найбільш розповсюджене короткострокове планування, тому що довгострокове та середньострокове планування в основному здійснюються великими підприємствами, які існують на ринку тривалий час. Український ринок наповнений достатньо невеликими підприємствами, які у спробах вижити у ринковому середовищі, насиченому сильними конкурентами, не замислюються щодо довгострокових перспектив, а займаються плануванням не більше ніж на 1 рік. Маркетингові програми, що впроваджуються підприємствами, в основній своїй масі одноманітні та не несуть у собі ніяких новацій, на відміну від підприємств західних країн, у яких зараз дуже популярним є здійснення нестандартних рекламних кампаній, що запам'ятовуються надовго. Також у більшості підприємств не спостерігається чітко вироблена стратегія позиціонування на ринку, внаслідок чого споживачам складно запам'ятати, чим відрізняється одне підприємство від іншого, окрім назви або ціни товару.

Доцільним для українських підприємств є змінення тривалості горизонту планування, а саме проведення планування кожного року з прицілом на наступні три роки, причому на два роки складаються детальні рекомендації, а на третій – загальні поради. Кожного року ринкову ситуацію потрібно аналізувати знову, а плани поповнюються свіжою інформацією та оновлюються.

На сьогоднішній день в Україні інтенсивно розвиваються ринкові відносини, конкуренція стає жорсткішою і маркетингове планування стає одним з найбільш важливих аспектів щодо успішної діяльності підприємства. Чим більше підприємство, тим важливішою стає наявність спеціального відділу з маркетингу, який буде займатися просуванням товару серед цільової аудиторії і направляти діяльність підприємства в необхідне русло, щоб підвищити його конкурентоспроможність та прибутковість у цілому.



Таким чином, неможливо керувати підприємством, навіть невеликого розміру, або підготувати прогноз продажів, не склавши деяку елементарну форму маркетингового плану. Плануванням маркетингової діяльності підприємства також можуть займатися спеціальні консалтингові агентства. Маркетингове планування дозволяє сформувати інформаційну базу для реалізації поточних та майбутніх проектів. Зараз на багатьох підприємствах активно впроваджується маркетинг, що дозволяє якнайкраще задовольнити потреби споживачів, більш ефективно реалізовувати товари та збільшувати прибуток. Отже, маркетингове планування є однією з найважливіших ланок загального планування діяльності підприємства.

Наук. керівн. Яковенко К. В.

Література: 1. Голубков Е. П. Планирование маркетинга [Электронный ресурс] / Е. П. Голубков. – Режим доступа : <http://www.ipnpu.ru/article.php?idarticle=000512>. 2. Дибб С. Практическое руководство по маркетинговому планированию / С. Дибб, Л. Симкин, Дж. Брэдли. – СПб. : Питер, 2001. – 255 с. 3. Ефимова С. А. Маркетинговое планирование / С. А. Ефимова. – М. : Альфа-Пресс, 2007. – 196 с. 4. Коротков А. В. Управление маркетингом : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 "Маркетинг" / под ред. А. В. Короткова, И. М. Синяевой. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 463 с. 5. Котлер Ф. Основы маркетинга / Котлер Ф. ; пер. с англ. В. Б. Боброва ; общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пеньковой. – М. : Прогресс, 1992. – 734 с. 6. Кузьмина Е. Е. Планирование маркетинга / Е. Е. Кузьмина, Н. М. Шаляпина. – М. : Феникс, 2007. – 368 с. 7. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии : учебн. пособ. / под ред. Н. К. Моисеевой. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 304 с. 8. Учебное пособие для подготовки к государственному итоговому междисциплинарному экзамену профессиональной подготовки маркетолога по специальности 080111 "Маркетинг" / Т. В. Алесинская, Л. Н. Дейнека, А. Н. Проклин и др. ; под общей ред. В. Е. Ланкина. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2006. – 241 с.

Козлов В. І.

УДК 339.137.2

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто поняття і суть конкурентоспроможності підприємства, проблеми та існуючі методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства будівельної промисловості. Проаналізовано переваги та недоліки різних методик, що застосовуються у вітчизняній та зарубіжній практиці.

Анотация. Рассмотрены понятие и суть конкурентоспособности предприятия, проблемы и существующие методики оценивания конкурентоспособности предприятия строительной промышленности. Проанализированы преимущества и недостатки разных методик, которые используются в отечественной и зарубежной практике.

Annotation. The concept and essence of the competitiveness of enterprises, problems and methods of evaluating the existing competitiveness of the enterprises of the construction industry have been regarded. The advantages and disadvantages of different techniques that are used in domestic and foreign practice have been analyzed.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, методи оцінки, рівень конкурентоспроможності.

У сучасних умовах конкуренція є визначальним фактором впорядкування цін, стимулом інноваційних процесів (запровадження в виробництво нових винаходів та технологій). Вона сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному використанню ресурсів, запобігає диктату виробників-монополістів щодо споживача.

Питання оцінки конкурентоспроможності підприємства розглядалися різними вченими, зокрема: Портером М. Е., Герчиковою І. Н., Градовим А. П., Калугіною З. А., Ліпшиц І. У., Діксоном П. Р.,

© Козлов В. І., 2012

А. Селезневим, Адріановим В. Д., Зулькарпаєвим І. В., Ільсовою Л. Р., Долинською М. Г., Соловійовою І. А., Мисаковим В. С. та ін.

Актуальність дослідження конкурентоспроможності підприємства зростає в процесі формування ринкових відносин і створення конкурентного середовища, без якого говорити про конкурентоспроможність взагалі не має сенсу. У зв'язку з цим перед будь-якою організацією постає проблема стратегічного й тактичного управління розвитком здатності підприємства виживати в ринкових умовах.

Проблема конкурентоспроможності тісно пов'язана з проблемою продуктивності, ефективності господарської діяльності. Це обумовлено тим, що саме зростання ефективності є запорукою конкурентоспроможності підприємств.

Конкурентоспроможність підприємства можна охарактеризувати [1]:

як можливість тривалий час відстоювати власні домінуючі позиції в галузі завдяки наявності ефективної стратегії або здатність діяти в довгостроковому періоді на ринку та одержувати при цьому прибуток, достатній для науково-технічного вдосконалення виробництва, підтримки продукції на високому якісному рівні і стимулювання працівників;

як властивість виробничо-економічних систем (підприємств) змінювати траєкторію руху або режим функціонування в процесі збереження і розвитку вже наявних або створення нових конкурентних переваг.

Аналіз економічної літератури свідчить про наявність різноманітних визначень конкурентоспроможності підприємства, але у вітчизняній практиці переважає думка про те, що конкурентоспроможність підприємства пов'язана винятково з його поточним становищем на ринку, а критерієм конкурентоспроможності виступають лише кількісні фактори, такі, як відносна частка ринку, обсяги продажів, чистий прибуток, чиста поточна вартість тощо [1].

У закордонній практиці головними критеріями конкурентоспроможності підприємства вважаються якісно-цінові: високий технічний рівень, новизна, наукоємність, низькі витрати. Крім того, конкурентоспроможність розглядається як здатність підприємства до розвитку, до збереження існуючих і створення нових конкурентних переваг. У цьому випадку конкурентоспроможність розглядається не в статичній, не в певний момент часу, а в динаміці, у перспективі. Тому підвищення ефективності управління якістю продукції й витратами, а отже, й управління конкурентоспроможністю на сучасному етапі економічного розвитку, об'єктивно необхідно.

Політика держави в області конкуренції спрямована на те, щоб конкуренція могла виконувати свої функції. Керівний принцип "оптимальної інтенсивності конкуренції" як цілі політики в області конкуренції передбачає, що:

технічний прогрес швидко поширюється щодо виробництва (інновація під тиском конкуренції);

підприємства гнучко адаптуються до зміни умов, наприклад до потреб споживачів (адаптація під тиском конкуренції).

Рівень конкурентоспроможності підприємств в остаточному підсумку визначає рівень конкурентоспроможності економіки держави, оскільки безпосередньо бере участь у конкурентній боротьбі на внутрішніх і зовнішніх ринках. В умовах спаду виробництва проблема підвищення рівня конкурентоспроможності фірми стає особливо актуальною.

Рівень конкурентоспроможності підприємства можна визначати багатьма методами, такими, як: графічні, матричні, розрахункові та комбіновані (розрахунково-матричні, розрахунково-графічні) методи.

Кожний з них має свої переваги та недоліки.

Найбільш обґрунтованим є використання методу інтегральної оцінки конкурентоспроможності на основі розрахунку таких груп показників:

1. Ефективності виробничої діяльності підприємства (витрати на виробництво одиниці продукції, фондівіддача, рентабельність товару, продуктивність праці).

2. Фінансового стану підприємства (коефіцієнт автономії, коефіцієнт платоспроможності, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт оборотності обігових коштів).

3. Ефективності організації збуту та просування товарів (рентабельність продажу, коефіцієнт затовареності готовою продукцією, коефіцієнт завантаження виробничих потужностей, коефіцієнт ефективності реклами і засобів стимулювання збуту).

4. Конкурентоспроможності товару (якість товару, ціна товару).

У зв'язку з тим, що кожен з цих показників має різний ступінь важливості для розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства ($K_{кл}$), експертним шляхом були визначені коефіцієнти значущості критеріїв.

Розрахунок критеріїв і коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства проводиться за формулою середньозваженої арифметичної.

Коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства ($K_{кл}$) розраховується за формулою:

$$K_{кл} = 0,15E_B + 0,29\Phi_{\Gamma} + 0,23E_3 + 0,33 K_T, \quad (1)$$

де E_B – значення критерію ефективності виробничої діяльності підприємства;

Φ_{Γ} – значення критерію фінансового стану підприємства;

E_3 – значення критерію ефективності організації збуту і просування товару на ринку;

K_T – значення критерію конкурентоспроможності товару;

0,15; 0,29; 0,23; 0,33 – коефіцієнти вагомості критеріїв [2].

Критерій ефективності виробничої діяльності (E_B) розраховується за формулою:

$$E_B = 0,31B - 0,19\Phi + 0,40P_{\Pi} + 0,10П, \quad (2)$$

де B – відносний показник витрат виробництва на одиницю продукції;
 Φ – відносний показник фондівіддачі;
 P_{Π} – відносний показник рентабельності продукції;
 $П$ – відносний показник продуктивності праці;
0,31; 0,19; 0,40; 0,10 – коефіцієнти вагомості показників.

Критерій фінансового стану діяльності підприємства (Φ_{Π}) розраховується за формулами:

$$\Phi_{\Pi} = 0,29K_A + 0,20 \cdot K_{\Pi} + 0,36 K_{\Pi} + 0,15 K_{\alpha}, \quad (3)$$

де K_A – відносний показник автономії підприємства;
 K_{Π} – відносний показник платоспроможності підприємства;
 K_{Π} – відносний показник ліквідності підприємства;
 K_{α} – відносний показник оборотності обігових коштів;
0,29; 0,20; 0,36; 0,15 – коефіцієнти вагомості показників;

$$E_3 = 0,37P_{\Pi} + 0,29K_{ЗАТ} + 0,21 K_{ЗВЛ} + 0,14K_P, \quad (4)$$

де E_3 – критерій ефективності організації збуту і просування товару;
 P_{Π} – відносний показник рентабельності продажів;
 $K_{ЗАТ}$ – відносний показник затовареності готовою продукцією;
 $K_{ЗВЛ}$ – відносний показник завантаження виробничих потужностей;
 K_P – відносний показник ефективності реклами і засобів стимулювання збуту;
0,37; 0,29; 0,21; 0,14 – коефіцієнти вагомості показників [2].

Запропонований метод є досить простим у використанні, не потребує великого масиву вхідної інформації та допомагає виявити й показати сильні і слабкі сторони підприємства, а також охоплює всі найбільш важливі оцінки господарської діяльності підприємства; дозволяє швидко та об'єктивно отримати картину становища підприємства на галузевому ринку.

Результати оцінки конкурентоспроможності підприємств на основі розрахунку показників методом інтегральної оцінки показали, що конкурентоспроможність підприємств олійно-жирової галузі знаходиться на середньому рівні за рахунок зменшення показників фінансового стану підприємства та маркетингової діяльності.

Такі результати демонструють, що підприємствам необхідно більше приділяти уваги таким напрямкам підвищення конкурентоспроможності, як:

- розширення асортименту продукції;
- активізація рекламної діяльності в засобах масової інформації;
- стимулювання продажів за рахунок проведення маркетингових заходів.

Своєчасне виявлення сильних та слабких сторін підприємства за допомогою використання наведеної методики є важливим фактором підвищення конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі як на національному, так і закордонному ринках.

Підсумовуючи проблеми підприємств, що конкурують між собою на ринку, надамо такі рішення щодо їх подолання та збільшення конкурентоспроможності підприємств:

ефективний контроль і постійне відновлення виробничої складової, застосування сучасних техніки й технологій на виробництві, використання енерго- та ресурсозберігаючих технологій; збільшення витрат на НДДКР;

управління вхідними та вихідними інформаційними потоками (про стан ринку, діяльність конкурентів, потреби і бажання споживачів) для більш ефективного прийняття рішень;

впровадження ефективної політики ресурсозабезпечення;

контроль фінансового стану підприємства, управління інвестиціями;

ефективне управління трудовим потенціалом підприємства, вивчення психологічних факторів і їх впливу на діяльність співробітників;

розробка довгострокових і короткострокових стратегій, планування й прогнозування діяльності, поліпшення системи управління підприємством.

Наук. керівн. Калмін І. В.

Література: 1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика : монография / Азоев Г. Л. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с. 2. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг : учебн. пособ. / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт-М, 2001. – 224 с. 3. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы : монография / Азоев Г. Л., Челенков А. П. – М. : ОАО "Типография "НОВОСТИ", 2000. – 256 с. 4. Борисенко З. М. Основы конкурентной политики : підручник / Борисенко З. М. – К. : Таксон, 2004. – 704 с. 5. Портер М. Международная конкуренция : учебн. пособ. / Портер М. – М., 1994. – 316 с.

ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР ЙОГО УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. Розглянуто значення організаційної структури відділу маркетингу на підприємстві, а також розроблено рекомендації з питань вибору певного виду організаційної структури.

Аннотация. Рассмотрено значение организационной структуры отдела маркетинга на предприятии, а также разработаны рекомендации по вопросам выбора определенного вида организационной структуры.

Annotation. The importance of organizational structure of the marketing department in an enterprise has been considered. Recommendations for choosing a certain type of organizational structure are also suggested.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, підприємство, організація маркетингу, організаційна структура маркетингової діяльності.

У сучасному світі успішна діяльність підприємства залежить від великої кількості різноманітних факторів. Але основними з них є три: обрана стратегія функціонування, організаційна структура підприємства та спосіб її функціонування. Організація маркетингу – це процес, який має у собі побудову та вдосконалення організаційної структури управління маркетингом; підбір спеціалістів з маркетингу відповідної кваліфікації; створення умов для ефективної роботи працівників маркетингових служб; організацію ефективної взаємодії маркетингових служб з іншими службами організації [1]. Організаційна структура маркетингової діяльності підприємства – це сукупність служб, відділів та підрозділів, у склад яких входять робітники, що займаються тією чи іншою маркетинговою діяльністю [2].

Вивченням проблем організації маркетингової діяльності на підприємстві займалися такі вчені: Видяпіна В. І. [3], Дохолян С. Б. [2], Коротков А. В. [4], Ф. Котлер [3], Моїсеєва Н. К. [6], Ланкін В. Є. [7].

Мета даної статті – обґрунтувати важливість вибору організаційної структури маркетингової діяльності на підприємстві та визначити основні її види.

Організаційна структура маркетингової діяльності має вирішальне значення для успішної реалізації маркетингової концепції на підприємстві. У зв'язку з тим, що маркетинг включає в себе велику кількість різноманітних робіт та функцій, спрямованих на вивчення та задоволення потреб і бажань споживача, не існує універсальної схеми для його організації. Але загалом на підприємствах по всьому світі склався такий механізм побудови маркетингу, що містить різноманітні групи, відділи, служби управління маркетингом. Вони створюються для організації та координації всієї діяльності, пов'язаної з маркетингом на підприємстві, особливо це стосується його планування, управління та контролю над його процесами. Кожне підприємство створює служби та відділи маркетингу з єдиною метою – найшвидше досягнення маркетингових цілей, а саме збільшення збуту, пошук нових сегментів ринку, збільшення частки ринку та максимізація прибутку.

Але, незважаючи на величезну кількість можливих варіантів організації маркетингової діяльності на підприємстві, у сучасній практиці склався такий поділ типів організаційних структур служб маркетингу, а саме орієнтація на функції, товари, ринки та споживачів, регіони, функції та товари, функції та ринки, функції та регіони [1].

Орієнтація на функції є найвигіднішою для підприємств, що мають невелику кількість товарів та діють на декількох ринках. Тоді ринки та товари розглядаються керівництвом як однорідні, і для них створюються спеціалізовані відділи.

Товарна орієнтація, у свою чергу, необхідна для підприємств, що випускають велику кількість різноманітної продукції, яка вимагає специфічних умов виробництва та збуту. При такій організації маркетингу у кожного товару є керівник маркетингу, що координує весь маркетинг-мікс та дуже швидко реагує на проблеми ринку; недоліком такої схеми є те, що вона є дорожчою, аніж попередня, у зв'язку з великими витратами на зарплату багатьом керівникам. Саме тому така схема найчастіше використовується на великих підприємствах, коли обсяг збуту кожної товарної позиції є високим і виправдовує відповідні витрати на персонального керівника маркетингової діяльності. Також у сучасних умовах ця концепція стає досить значущою через тотальну диференціацію підприємств під впливом постійно зростаючої конкуренції, особливо у західних країнах, коли швидкість реакції підприємства на зміни зовнішнього середовища є вирішальною для його виживання.



Ринкова орієнтація є вигідною для підприємств, що торгують своєю продукцією, яка потребує спеціального обслуговування, на різних ринках, що мають неоднакові товарні переваги. Ринком у такому разі може виступати не лише сегмент однорідних покупців, а й певна галузь. У такому варіанті організації на підприємстві виникає посада керівника по ринку, основне завдання якого – співпраця зі спеціалістами функціональних підрозділів у розробці планів за різними напрямками функціональної діяльності, а також у здійсненні маркетингової діяльності. Для успішного зростання ринкової частки необхідно розробити індивідуальну маркетингову стратегію для кожного з ринків.

Для великих підприємств, що виробляють продукцію для декількох регіонів або здійснюють широку зовнішньоекономічну діяльність для багатьох країн, у яких необхідно враховувати відповідну специфіку споживання продукції, є доцільним використовувати орієнтацію на регіони. Цей механізм здійснення маркетингової діяльності полягає у створенні посади керівника маркетингу в регіоні, коли він буде жити на території регіону чи країни, яку обслуговує, та працювати з мінімальними витратами часу та грошей на переміщення між торговими пунктами. Недоліком такої організації є дублювання робіт (коли центральний відділ та керівник на місці роблять одне й те саме) та проблеми координації діяльності, що пов'язане з високим ступенем децентралізації торговельної діяльності.

Отже, вибір організаційної структури маркетингового підрозділу підприємства залежить від таких основних факторів: тип організації підприємства, вид стратегії підприємства (чи є вона орієнтованою на виробництво чи на споживача), рівень розвитку розподілу праці у підрозділі, тип розділення основних функцій і робіт, наявність і розвиненість технологічних та функціональних зв'язків між суміжними підрозділами підприємства, наявність зв'язків із зовнішнім середовищем, норми керованості та контрольованості, рівень, який займає підрозділ у загальній ієрархії управління на підприємстві, ступінь централізації чи децентралізації у процесі прийняття рішень, необхідний рівень диференціації та інтеграції маркетингового підрозділу в процесі його взаємодії із суміжними відділами підприємства.

Наук. керівн. Яковенко К. В.

Література: 1. Управление маркетингом [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.grandars.ru/student/marketing/organizaciya-marketingovoy-deyatelnosti.html>. 2. Дохолян С. Б. Основы маркетинга. Ч. 2 [Электронный ресурс] / С. Б. Дохолян, Т. С. Овсянникова. – Режим доступа : http://e-college.ru/xbooks/xbook117/book/index/index.html?go=part-012*page.htm. 3. Видяпина В. И. Бакалавр экономики [Электронный ресурс] / В. И. Видяпина. – Режим доступа : <http://lib.vvsu.ru/books/bakalavr02/page0182.asp>. 4. Коротков А. В. Управление маркетингом : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 "Маркетинг" / под ред. А. В. Короткова, И. М. Синяевой. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 463 с. 5. Котлер Ф. Основы маркетинга / Котлер Ф. ; пер. с англ. В. Б. Боброва ; общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пенской. – М. : Прогресс, 1992. – 734 с. 6. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии : учебн. пособ. / под ред. Н. К. Моисеевой. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 304 с. 7. Учебное пособие для подготовки к государственному итоговому междисциплинарному экзамену профессиональной подготовки маркетолога по специальности 080111 "Маркетинг" / Т. В. Алесинская, Л. Н. Дейнека, А. Н. Проклин и др. ; под общей ред. В. Е. Ланкина. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2006. – 241 с.

Лизенкова П. Ю.

УДК 659 : 146.63

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто найпоширеніші проблеми стратегічного планування, з якими стикаються вітчизняні підприємства та організації, а також запропоновано можливі варіанти їх рішення.

Аннотация. Рассмотрены самые распространенные проблемы стратегического планирования, с которыми сталкиваются отечественные предприятия и организации, а также предложены возможные пути их решения.

Annotation. The most widespread problems of the strategic planning, which domestic enterprises and organizations run into are considered, and also the possible variants of their decision are offered.

Ключові слова: стратегія, планування, стратегічне планування, оперативне планування.

© Лизенкова П. Ю., 2012

Багато підприємств в Україні припиняють своє існування, і часто причиною цього є неефективне управління. Стратегічне планування є однією з основних функцій управління, правильне впровадження якої може забезпечити стабільність розвитку, а отже, знизити відсоток збиткових підприємств в Україні.

Дослідження у сфері стратегічного планування, а також проблем, пов'язаних з ним, були виконані в роботах таких вітчизняних та зарубіжних учених, як А. Расулев, Р. Рахімов [1], Русинова Ф. М., Каменипера С. Е. [2], М. Паркінсон, С. Нортког, К. Рустомжі [3], В. Хойер [4].

Стратегічне планування – це процес, спрямований на розробку мети та цілей, а також аналіз можливостей підприємства, які повинні відповідати ситуації на ринку, щоб забезпечити ефективну роботу організації, підприємства у майбутньому [3].

Метою даної статті є розгляд проблем стратегічного планування, які виникають на підприємствах України, виявлення причин їх виникнення, а також викладення пропозицій щодо їх вирішення.

За останні декілька років в Україні були проведені дослідження зі стратегічного планування, у результаті яких були виявлені ставлення підприємців до стратегічного планування та проблеми, які в ньому виникають [5].

Узагалі ставлення до стратегічного планування у підприємців та керівників компаній виявилось дуже різноманітним. Виходячи з цього, можна сказати, що частина підприємств взагалі не має стратегічного планування. Це перша проблема вітчизняних компаній, які сприймають стратегічне планування як частину процесу управління і не бачать необхідності в ньому. Причиною цього є недостатність інформованості про стратегічне планування. Таким чином, постає й наступна проблема, з якою стикаються українські підприємства, – це те, що стратегічні плани українських підприємств в основному збігаються з оперативними.

Оперативне планування – це вид планування, який націлений на досягнення проміжних цілей, що встановлюються на короткий відрізок часу. Оперативне планування дає змогу знизити рівень невизначеності у планових рішеннях, але це не вирішить проблему з досягненням планових результатів, тобто планування на вітчизняних підприємствах полягає у максимізації прибутку у даний момент, на відміну від планів західних підприємств, для яких важливий стабільний розвиток у майбутньому, при оптимальних доходах зараз. Звідси й бажання українських підприємців досягти цілей негайно, реалізація яких насправді займає досить тривалий час [1].

На українських підприємствах актуальною є проблема з постановки цілей. Цілі часто бувають нереальні або неактуальні, тобто підприємці необ'єктивно оцінюють теперішнє становище організації, а значить, не можуть поставити цілі, яких можна реально досягти. Також часто цілі переплітаються з бажаннями, і підприємство взагалі не може досягти цілі або зробити це у встановлений проміжок часу. Сюди також можна віднести проблему планування без урахування існуючих та майбутніх ресурсів та планування без достатнього обсягу інформації про ринок і тенденцію кон'юнктури, тобто планування, основане лише на інтуїції.

Також існує серед українських підприємств проблема передбачуваності, наприклад використання зарубіжного досвіду, який конкуренти зможуть використати, щоб передбачати подальші дії та реагувати без запізнь.

Дуже поширеною проблемою є планування заради планування, а не для реалізації, тобто після затвердження стратегічного плану компанія не вносить зміни у роботу, щоб досягти поставлених цілей, а працює, як і раніше [2].

Стає зрозумілим, що проблеми стратегічного планування на українських підприємствах доволі серйозні і їх дуже багато, але це не значить, що їх неможливо уникнути. Слід визначити дії, виконуючи які підприємства зможуть ефективно впроваджувати стратегічне планування, а отже, покращити результати діяльності у майбутньому.

Насамперед, щоб ліквідувати необізнаність керівників підприємств щодо стратегічного планування, необхідне інформування за допомогою компаній, які надають послуги з планування або проводять тренінги [5].

У процесі стратегічного планування необхідно враховувати існуючі та майбутні ресурси компанії. Слід збирати інформацію про ринок, щоб планування базувалося на основі реальної ситуації, а не інтуїтивно. Важливо до процесу стратегічного планування залучити спеціалістів та керівників різних рівнів та функціональних підрозділів, адже це дасть змогу зібрати достовірну інформацію про становище підприємства, а також ще на ранніх стадіях планування зацікавити співробітників, що мінімізує їх опір стосовно нововведень у процес діяльності [3].

Усе це дасть змогу вирішити проблеми планування без достатнього обсягу інформації, що буде лише сприяти позитивному розвитку підприємств України.

Дуже важливо при виборі стратегії мати багато альтернатив, адже рішення, яке приймається на безальтернативній основі, швидше за все не буде оптимальним. А наявність багатьох альтернатив, у випадку виникнення проблем, може забезпечити запасні варіанти виходу зі складних ситуацій.

Щоб вирішити проблему передбачуваності, що виникає у разі використання зарубіжного досвіду вітчизняними підприємствами, необхідно здійснювати пошук елементів унікальності та йти шляхом інновацій. І навіть обираючи стратегію копіювання, тобто використання досвіду інших компаній, варто планувати та передбачати шляхи забезпечення внутрішніх конкурентних переваг.

Для того щоб планування не закінчувалося лише затвердженням стратегічних цілей, слід будувати систему моніторингу. Завжди потрібно здійснювати контроль за виконанням плану та відстежувати розвиток зовнішнього середовища для швидкого впровадження альтернативних варіантів дій у разі виникнення вагомих змін, а також у межах довгострокового стратегічного плану будувати річні плани і бюджети.



Таким чином, були розглянуті найпоширеніші проблеми стратегічного планування на підприємствах в Україні та запропоновані можливі способи їх вирішення, використання яких забезпечить зростання та зміцнення позицій підприємства в цілому.

Наук. керівн. Яковенко К. В.

Література: 1. Расулев А. Планирование как фактор регулирования рыночной экономики / Расулев А, Рахимов Р. // Общество и экономика. – 2007. – № 11–12. – С. 113–118. 2. Каменипера С. Е. Организация, планирование, управление деятельностью промышленных предприятий : учебник для вузов / Каменипера С. Е., Русинова Ф. М. – М. : Высшая школа, 2007. – 335 с. 3. Паркинсон М. Искусство управления / Паркинсон М., Нортког С., Рустомжи К. – СПб. : Издательство "Лениздат", 2006. – 246 с. 4. Хойер В. Как делать бизнес в Европе / Хойер В. – М. : Изд. "Прогресс", 2005. – 312 с. 5. <http://www.trn.ua/articles/2092/>.

Ободовська О. Ю.

УДК 658.5:658.624

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО АУДИТУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто процес проведення технологічного аудиту, проаналізовано методику технологічного аудиту, визначено систему показників для здійснення оцінки ефективності науково-дослідних проектів.

Аннотация. Рассмотрен процесс проведения технологического аудита, проанализирована методика технологического аудита, определена система показателей для оценки эффективности научно-исследовательских проектов.

Annotation. The process of carrying out the technology audit has been considered, the methods were analysed, and a system of indicators for evaluating the effectiveness of research projects was defined.

Ключові слова: технологічний аудит, ефективність науково-дослідних розробок, інвен-таризація інтелектуальної власності.

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки питання ефективності науково-дослідних розробок виявляється надзвичайно актуальним, насамперед, для інвесторів, які зацікавлені вкласти кошти у перспективні проекти.

Оцінка ефективності науково-дослідних проектів належить до проблематики задач системного аналізу. Їх вирішення потребує визначення ряду характеристик роботи підприємства. Питання оцінки ефективності науково-дослідних проектів розглядаються у роботах В. Денисюка, Лукашевича В. І., Савицького Н. В., Гриньова Б. В., Стадника П. О., Свиженко В. А., Ляшенко О. Н., Мотовилова О. В. та ін. [1 – 3].

Метою даної статті є визначення особливостей проведення технологічного аудиту на підприємстві.

Відповідна система показників, що дозволяє оцінити ефективність розроблених науково-технічних проектів та їх комерційну перспективність, упорядкована в програмний комплекс "Технологічний аудит".

Технологічний аудит – це спосіб перевірки технологічного стану компанії за допомогою певних критеріїв, який дає можливість виявлення її слабких і сильних сторін, що веде до формування стратегії, спрямованої на підвищення ефективності компанії [2].

Законодавством України встановлено вимоги до процесу проведення технологічного аудиту, зокрема Державним комітетом України з питань науки, інновацій та інформатизації затверджено наказ про Методичні рекомендації з комерціалізації розробок, створених у результаті науково-технічної діяльності, яких необхідно дотримуватись підприємствам [4].

У практиці не існує універсальних стандартів проведення технологічного аудиту. Однак є загальні схеми.

Наприклад, у "Посібнику по роботі інноваційних релей-центрів" (Innovation Relay Centres, IRC), розробленому на замовлення Європейської комісії, описуються такі кроки для проведення технологічного аудиту:

© Ободовська О. Ю., 2012



Крок 1. Збір інформації про компанію (рік заснування, кількість працівників, оборот, науково-дослідна робота тощо, число патентів, участь у національних і європейських проектах і таке інше).

Крок 2. SWOT-аналіз: аналіз сильних і слабких сторін допомагає компанії та IRC зрозуміти передісторію і нинішнє становище компанії на ринку, у тому числі причини її успіхів та невдач.

Крок 3. Бачення майбутнього: IRC слід з'ясувати чи виробити разом з клієнтом цільові установки компанії. У малих підприємств часто буває мало розвинене уявлення про перспективу розвитку, та SWOT-аналіз може виявитися корисним для вироблення мети та бачення.

Крок 4. "Дорожня карта": після того як мета визначена, можна розробити довгострокову стратегію досягнення цієї мети, яку в мережі IRC називають дорожньою картою, або картою шляху. Така карта будується з використанням проміжних технічних відрізків і розрахована на термін 2,5 року або більше, хоча цей термін залежить від конкретної технології.

Крок 5. План дій: які дії слід зробити, щоб компанія досягла своєї мети? Які послуги IRC може запропонувати, щоб допомогти компанії здійснити своє бачення? Відповіді на ці запитання допоможуть виробити план дій на найближчі 112 років. Для підвищення реалізації план дій зазвичай розбивається на невеликі конкретні, зрозумілим чином досяжні кроки. План також змальовує можливі результати для компанії [3].

І в Європі, і в Україні дуже важливим є питання про трансфер технологій з навчальних і наукових лабораторій, відділів і підприємств у компанії і промислові підприємства. Аудит таких організацій – це не просто інвентаризація накопиченої інтелектуальної власності.

Його завдання – вироблення рекомендацій щодо поліпшення управління інтелектуальною власністю і розстановки пріоритетів з використання ресурсів для її комерціалізації. У цьому відношенні він є складовою частиною загального стратегічного планування в організації і невіддільний від нього.

Інвентаризація інтелектуальної власності – один з елементів технологічного аудиту, але в його ході слід також поставити такі запитання:

- Чи існує розроблена політика з наукових досліджень, яка дозволяє приймати рішення про розробку технології у себе або про її покупку?
- Чи оптимально побудована система управління інтелектуальною власністю?
- Чи з повною перевагою використовується інтелектуальна власність, тобто які зусилля додаються для кращого розуміння ринків і оцінки оптимального шляху до комерціалізації?

Повний аудит наукової організації вимагає збору даних про всі види діяльності, при яких використовуються або розробляються нові технологічні знання, про кадрові ресурси і систему їх навчання та підвищення кваліфікації, про технології, що знаходяться у власності організації, права інтелектуальної власності (патенти, заявки, ноу-хау, торговельні марки і бази даних, а також незапатентовані знання).

Отже, технологічний аудит є фільтром, який забезпечує відбір розробок з найбільш комерційним потенціалом і дає можливість оптимізувати витрати на реалізацію проектів. Найважливішим завданням технологічного аудиту є оптимізація інноваційного потоку комерційно перспективних розробок. У результаті проведення технологічного аудиту та після одержання експертної оцінки складається план дій щодо підвищення ефективності використання результатів НДДКР, формується пакет бізнес-пропозицій та рекомендацій.

Наук. керівн. Ріпка Д. О.

Література: 1. Репула К. М. Розробка нових видів продукції – шлях до зміцнення конкурентних позицій підприємства / Репула К. М. // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 5 – С. 72–74. 2. Цыбулев П. Н. Маркетинг інтелектуальної власності : учебн. пособ. / Цыбулев П. Н. – К. : ГИИС, 2008 – 252с. 3. Технологічний аудит: передумови та детальна інструкція з проведення [Електронний ресурс] / [наук. ред. Юрій Трачук]. – Режим доступу : <http://blog.liga.net/user/ytrachuk/article/6072.aspx>. 4. Методичні рекомендації з комерціалізації розробок, створених у результаті науково-технічної діяльності : Наказ Державного комітету України з питань науки інновацій та інформатизації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ed_2010_09_13/an/56/FIN58763.html#56.

УДК 339.138

Дивінець М. О.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Анотація. Розглянуто ефективність та можливості використання Інтернету для побудови маркетингових комунікацій підприємства. Наведено приклади та практичні рекомендації щодо побудови маркетингових комунікацій у всесвітній мережі.

© Дивінець М. О., 2012



Аннотация. Рассмотрены эффективность и возможности использования Интернета для построения маркетинговых коммуникаций предприятия. Приведены примеры и практические рекомендации относительно построения маркетинговых коммуникаций во всемирной сети.

Annotation. The effectiveness and the possibility of using the Internet to build a marketing communications of the company have been examined. The examples and practical advice on building marketing communications in the Internet are given.

Ключові слова: маркетинг, маркетингові комунікації, Інтернет, маркетинговий бюджет.

Ця тема є актуальною, бо кожному підприємству необхідно вести маркетингову діяльність, але не у всіх підприємств є така можливість, тому що маркетингові комунікації у своєму класичному вигляді є дуже дорогими. Вивченням цього питання займалися Філіп Котлер, Рональд Хаббард, Джек Траут [1].

Існування сучасного підприємства неможливе без маркетингу. Якщо ніхто не дізнається про підприємство, якщо споживачі будуть незадоволені – бізнес ніколи не буде успішним. Для взаємодії зі споживачем підприємство використовує маркетингові комунікації. У маркетингу комунікація – сукупність сигналів, що виходять від фірми на адресу різних аудиторій (клієнти, постачальники, акціонери, органи управління, власний персонал). Для підвищення ефективності заходів, на думку Ф. Котлера, слід розглядати маркетингові комунікації як управління процесом руху товару на всіх етапах – перед продажем, у момент покупки, під час і після закінчення процесу споживання [1]. При цьому комунікаційні програми повинні розроблятися окремо для кожного цільового сегмента, ринкової ніші і навіть окремих клієнтів. При розробці комунікацій необхідно враховувати фактор перешкод – деяких випадкових або цілеспрямованих конкуруючих повідомлень, що здійснюють помітний вплив на звернення. Крім того, щоб повідомлення було ефективним, кодування повинно бути адекватно розшифровано відправником (досвід відправника; рівень виразності повинен бути наближений до одержувача). Однак проблема, з якою стикаються підприємства здебільш малого бізнесу, – це висока вартість маркетингових комунікацій, що є значною статтею затрат у бюджеті підприємства.

Виходом для підприємства виступає побудова маркетингових комунікацій в Інтернеті. По-перше, це дозволяє знизити вартість до розмірів, які цілком може собі дозволити підприємство малого бізнесу, по-друге, на сьогоднішній день Інтернет практично не регламентується з законодавчої точки зору, що дозволяє не тільки мінімізувати витрати на легалізацію рекламних кампаній та акцій, а й дає можливість маркетологам і рекламістам не обмежувати себе цензурою і рамками, з якими вони стикаються при використанні класичних маркетингових комунікацій.

До комплексу маркетингових комунікацій входять:

Реклама – процес поширення інформації, що має на меті просування товарів, послуг або ідей певного замовника без його безпосередньої участі, але за його рахунок [2]. Це платна форма односторонньої масової комунікації, що виходить від чітко визначеного спонсора і служить як пряма або непряма підтримка дій фірми. Сутність її полягає в досягненні економічного інтересу виробників. Формою є комунікативні зв'язки з ринком. Зміст – це комерційна пропаганда товарів.

Засіб реклами – це прийом втілення ідеї рекламного звернення, пов'язаний з використанням певного типу звернення (або поєднання різних типів) для кодування інформації в будь-якій формі [3]. Реклама в Інтернеті дозволяє рекламодавцеві не тільки зробити свої витрати мінімальними, але й дуже докладно визначити цільову аудиторію своєї рекламної компанії, що дозволяє зробити контекстна реклама в таких пошукових системах, як Google, Yandex, а також у соціальних мережах. Контекстна реклама – розміщення Інтернет-реклами, що відповідає змісту рекламного матеріалу контексту (змісту) Інтернет-сторінки, на якій розміщується рекламний блок. Носієм реклами може бути текстографічне оголошення або рекламний банер.

Контекстна реклама діє більш вибірково і створюється для відвідувачів Інтернет-сторінки, сфера інтересів яких потенційно збігається або перетинається з тематикою рекламованого товару чи послуги, що підвищує ймовірність їх відгуку на рекламу.

Для визначення відповідності рекламного матеріалу сторінці Інтернет-сайта зазвичай використовується принцип ключових слів. На ключові слова орієнтуються і пошукові системи. Тому контекстна реклама з більшою ймовірністю буде продемонстрована споживачеві, що використовує мережу Інтернет для пошуку інформації про товари або послуги.

Зв'язки з громадськістю (public relations) – це тривалі зусилля, спрямовані на створення і підтримку доброзичливих відносин і взаєморозуміння між організацією (підприємством) та громадськістю [4]. Організація зв'язків з громадськістю в Інтернеті має дуже різні форми – від ведення власних блогів підприємством до розміщення відеороликів, презентацій та іншого контенту на відеохостингах, наприклад YouTube. Також дуже популярним і ефективним способом формування зв'язків з громадськістю є формування образу власника компанії. Коли директор чи власник бізнесу сам є обличчям компанії і має високу популярність в Інтернеті, компанія стає популярною слідом за ним.

Стимулювання збуту як форма просування товару становить маркетингову діяльність зі стимулювання зростання продажів, слугує для підтримки, інформування і мотивації всіх учасників процесу збуту з метою створення безперервного потоку реалізації товару. Стимулювання збуту в Інтернеті приймає дуже різні форми. По-перше, популярні зараз "купонні" сайти, які дозволяють придбати купон, що підтверджує право отримувати послугу або товар за, як правило, значно зниженою ціною. По-друге, багато Інтернет-магазинів надають безкоштовну доставку при замовленні товару на певну суму, що дозволяє підвищити середню суму замовлення.

Особистий продаж – вид просування, який передбачає особистий контакт продавця з покупцем, взаємодію, спілкування з покупцем, у процесі якого усно надаються споживчі характеристики товару і формується спільне рішення про можливість (неможливість) угоди, купівлі-продажу товару [1]. Головними функціями є формування взаємодії з покупцем, здійснення збутових операцій, отримання інформації про споживачів.

Інтернет надає дуже зручну можливість особистих продажів. Зручність полягає в тому, що продавець і покупець можуть розділяти сотні кілометрів, але, тим не менш, відеоконференції (наприклад, у програмі Skype) та електронна пошта дозволяють повністю презентувати всі плюси товару і переконати покупця віддати за нього гроші. Це дозволяє зосередити всіх фахівців з особистих продажів в одному місці, а отже, дає можливість більш раціонально та динамічно ними управляти. На сьогоднішній день оперативність прийняття управлінських рішень – важливий фактор успіху підприємства [5].

Прямий маркетинг також можливо здійснювати через Інтернет, більше того, Інтернет є найефективнішим каналом для здійснення такої діяльності. Існує таке визначення прямого маркетингу: мистецтво і наука безпосереднього впливу на споживача з метою реалізації товару чи послуг і розвитку прямих відносин з клієнтом. Його можна охарактеризувати як особистий продаж, який за допомогою розвитку нових засобів мультимедіа, технологій був перенесений зі сфери виробничих товарів у сферу споживчих.

Можна зробити висновок, що Інтернет є не тільки перспективним, але й дуже важливим інструментом маркетингових комунікацій. Більше того в умовах сучасного розвитку бізнесу дуже складно уявити успішне підприємство, яке не використовувало хоча б один вид маркетингових комунікацій в Інтернеті. Це може бути як сайт компанії, так і блог, і серія відеороликів про підприємство. Інтернет дозволяє підприємствам малого бізнесу значно знизити свій маркетинговий бюджет без втрати конкурентоспроможності, а й зі значним її приростом, з огляду на те, що сьогодні багато людей, особливо молодь, шукають товари в Інтернеті і витрачають на це багато часу. Однак, на жаль, багато видів діяльності не можуть триматися тільки на Інтернет-засобах комунікації, а значить, не слід забувати і про традиційні види маркетингу.

Наук. керівн. Сігасва Т. Є.

Література: 1. Армстронг Г. Введение в маркетинг / Армстронг Г., Котлер Ф. – М : ИД "Вильямс", 2000. – 640 с. 2. Амблер Т. Практический маркетинг / Амблер Т. – СПб. : Питер, 2001. – 400 с. 3. Примак Т. О. Маркетинг : навч. посібн. / Примак Т. О. – К. : МАУП, 2001. – 200 с. 4. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия : учебник для вузов / Ассэль Г. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 804 с. 5. Срмошенко М. М. Маркетинговый менеджмент / Срмошенко М. М. – К. : НАУ, 2001. – 204 с.

УДК 65.9(2) 240

Касумова Є. О.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах глобалізації. Проаналізовано фактори, які мають найбільший вплив на підвищення конкурентоспроможності підприємства з урахуванням особливостей сучасного ринку.

Аннотация. Рассмотрены пути повышения конкурентоспособности предприятия в условиях глобализации. Проанализированы факторы, имеющие наибольшее влияние на повышение конкурентоспособности предприятия с учетом особенностей современного рынка.

Annotation. Ways to improve the competitiveness of enterprises in the context of globalization were regarded. Particular attention is paid to the factors having the greatest impact on improving the competitiveness of enterprises, taking into account peculiarities of the market.

Ключові слова: глобалізація, електронне середовище, конкурентне середовище, конкурентні відносини, конкурентоспроможність.

Сучасний ринок має певні особливості, головною з яких є його включення в процес глобалізації. У глобальній економіці конкурентоспроможність означає здатність зайняти найбільш вигідну

© Касумова Є. О., 2012

15

"Управління розвитком", №1 (132)2012



позицію в постійно мінливому маркетинговому середовищі, що формується під впливом чинників, які знаходяться за межами національної економіки.

На перше місце в умовах глобалізації виходять такі чинники підвищення конкурентоспроможності, як трудові ресурси, що відповідають вимогам міжнародного ринку праці, інновації, відповідність системи якості на підприємстві міжнародним стандартам, безперервне вдосконалення реалізованої на внутрішньому ринку продукції національних виробників і розширення їх діяльності на міжнародному ринку.

Основні проблеми, пов'язані з підвищенням конкурентоспроможності підприємства, розглянуті в роботах багатьох вчених, серед яких Волинський Г. О., Гальчинський А. С., Бобров В. Я., Е. Абрамян.

Разом з тим не всі аспекти впливу нових факторів сучасного ринку на конкурентоспроможність підприємства знайшли достатньо повне відображення в наявних публікаціях.

Метою статті є визначення особливостей сучасного ринку та шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства, що функціонує в цих умовах.

Слід зазначити, що підвищення конкурентоспроможності підприємства зокрема і національної економіки загалом є необхідною умовою для інтеграції країни в глобальну економіку. Розробка концепції комплексного підходу підвищення конкурентоспроможності підприємства – завдання нелегке. Її рішення не може бути однаковим навіть для двох дуже схожих підприємств, що працюють на одному ринку і ставлять перед собою ідентичні цілі. Тому залежно від дії зовнішнього середовища, внутрішніх факторів, стратегічних завдань, індивідуальних особливостей підприємства концепція підвищення конкурентоспроможності може включати в себе безліч різних елементів: організаційно-управлінських, технологічних, маркетингових, фінансових, інвестиційних.

Конкурентоспроможність базується на якості, швидкості прийняття рішень, технічних перевагах, обслуговуванні та диференціації продукту. Головною детермінантою конкурентоспроможності, якщо йде мова про національний сектор або рівні підприємства, є підвищення загальної продуктивності. Змінюється природа виробництва та його організації, вимагає нових концепцій продуктивності.

Безумовно, що на підвищення конкурентоспроможності підприємства величезний вплив здійснює сам ринок, тобто ринкове середовище, у якому функціонує підприємство, і його особливості. До таких особливостей можна віднести: глобалізацію ринку і наявність всесвітньої інформаційної мережі (networked economy – глобальне електронне середовище) [1].

Глобалізація – це загальна світова взаємозалежність країн, підприємств і людей у рамках відкритої системи фінансово-економічних, суспільно-політичних і культурних зв'язків на основі сучасних комунікацій та інформаційних технологій.

Глобальне електронне середовище – інформаційна мережа, що утворює систему комунікацій, яку не здатний створити ринок [2].

Істотними факторами глобалізації стали всесвітньо доступні засоби інформації – радіо, телебачення, преса та Інтернет. Глобальне Інтернет-середовище сприяє швидкому проникненню компаній у глобальний ринок. Останнім часом глобалізації сприяє наявність і розвиток всесвітньої інформаційної мережі.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства досягається шляхом орієнтації підприємства на споживача, поліпшення якості продукції, впровадження інноваційної політики, більш якісного використання ресурсів, у тому числі людських, поліпшення умов роботи та ряду інших факторів [3].

Особливу увагу необхідно приділити людським ресурсам як ключовому елементу продуктивності та конкурентоспроможності.

Безумовно, існують загальні методи підвищення конкурентоспроможності підприємства, проте шляхи підвищення конкурентоспроможності конкретної фірми повинні розглядатися на основі сфери її діяльності, виду підприємства, організаційної структури та інших факторів [3].

Основними факторами, які визначають конкурентоспроможність підприємства, є: стратегія фірми, наявність матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, інноваційний потенціал, частка ринку, ефективність менеджменту, випуск конкурентоспроможної продукції.

Існують два види конкурентної переваги:

1) більш низькі витрати – означають здатність підприємства розробляти, випускати і продавати схожий товар з найменшими витратами, ніж у конкурентів;

2) диференціація товарів – це здатність забезпечення покупця більшою цінністю у формі нової якості товару, його особливих споживчих властивостей або післяпродажного обслуговування, що дає можливість встановлювати більш високі ціни [2].

Швидкість, ефективність, оригінальність, орієнтація на споживача, якість і продуктивність – це фактори, які можуть привести до заняття фірмою більш вигідної конкурентної позиції, у тому числі в глобальній економічній системі.

Для того щоб запропонувати шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства, необхідно добре уявляти зовнішнє середовище, у якому працює підприємство, його чинники та мати чітке уявлення про внутрішнє середовище підприємства.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно звертати увагу на обдумане, зважене і кваліфіковане управління виробництвом з урахуванням специфічних умов перехідного періоду, а також на розробку і реалізацію зовнішньої та внутрішньої конкурентоспроможної політики підприємств.

Існує ряд факторів, що впливають на конкурентоспроможність фірми. Їх можна розділити на внутрішні та зовнішні. До зовнішніх факторів належать: політична обстановка в державі і вплив держави на цінову політику, податкову, зовнішньоекономічну, фінансово-кредитну, науково-технічну та інноваційну політику, державне регулювання якості продукції, антимонопольне законодавство, система заходів державної підтримки вітчизняного виробника, стан попиту та пропозиції на ринку



і розвиток інфраструктури ринку, наявність конкурентів і стан конкуренції на ринку, розміщення виробничих сил і рівень концентрації виробництва, наявність сировинних ресурсів, загальний рівень техніки, технологій та інновацій у галузі [4].

Таким чином, можна сказати, що в умовах глибоких структурних змін міжнародного та національного ринку головне завдання підприємства полягає в знаходженні своєї ніші в жорстких умовах конкуренції на світовому ринку. Для цього підприємство, що діє в глобальній економіці, повинно враховувати особливості сучасного ринку.

На перше місце в умовах глобальної економіки виходять такі чинники підвищення конкурентоспроможності підприємства: проведення інноваційної політики, яка визначає можливість підприємства конкурувати не тільки на внутрішньому, а й на зовнішніх ринках; наявність кваліфікованих трудових ресурсів, що відповідають вимогам міжнародного ринку праці; гнучка система управління якістю на підприємстві; безперервне вдосконалення реалізованої на внутрішньому ринку продукції національних виробників і розширення їх діяльності на міжнародному ринку. Підприємство, чия стратегія визначається як глобальна, повинно враховувати також культурні, соціальні, політичні, технологічні, екологічні та юридичні особливості ринку окремо взятої країни.

Наук. керівн. Ріпка Д. О.

Література: 1. Афендікова Н. О. Глобалізація економіки і ринок праці України / Н. О. Афендікова // Держава та регіони. – 2007. – № 2. – С. 15–18. 2. Гальчинський А. С. Трансринкові трансформації / А. С. Гальчинський // Економічна теорія. – 2007. – № 1. – С. 3–12. 3. Бобров В. Я. Основи ринкової економіки / В. Я. Бобров. – К. : Либідь, 2005. – С. 320. 4. Волинський Г. О. Про конкурентні переваги в умовах глобалізації / Г. О. Волинський // Економіка України. – 2006. – № 12. – С. 68–72. 5. Абрамян Е. Глобалізація в сучасному світі / Е. Абрамян // Міжнародна економіка. – 2007. – № 5. – С. 4–12.

УДК 005.311.6

Гончаренко О. М.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Анотація. Розглянуто основні проблеми інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень. Визначено критерії оцінки корисності облікової інформації.

Аннотация. Рассмотрены основные проблемы информационного обеспечения принятия управленческих решений. Определены критерии оценки полезности учетной информации.

Annotation. The basic problems of information support management decisions are considered. The criteria of assessing the usefulness of accounting information are defined.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, бухгалтерський облік, управлінські рішення, інформаційні ресурси, корисність інформації.

Для підтримки економічної стабільності вітчизняних підприємств в умовах світової фінансової кризи особливого значення набуває належне інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень. А вже процес управління розпочинається із надходження й сприйняття інформації з подальшим прийняттям рішення на основі одержаних даних і, зрештою, проводиться контроль за його виконанням. Ефективність реалізації прийнятих управлінських рішень на основі наведених даних при цьому буде залежати не лише від належної компетенції та досвіду керівництва в конкретних сферах діяльності, а й від уміння правильно та адекватно оцінити в реальному режимі часу динамічні умови розвитку економічних процесів. Через це змінюються вимоги до інформації та механізмів її формування.

Проблемними питаннями інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень займалися як зарубіжні, так і вітчизняні вчені-економісти, а саме: В. Завгородній, Кірейцев Г. Г., П. Ліппе, Нападовська Л. В., Спірін В. С., Ейдельман Я. Л. та ін. У своїх працях вони наголошують на ключовій ролі інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень, відзначають взаємозв'язок процесу управління та інформаційних ресурсів [1].

Мета даної роботи полягає у вивченні проблем інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень та шляхів його вдосконалення.



У процесі функціонування будь-яке підприємство генерує інформаційний масив із залученням даних, що формуються в середині підприємства та які надходять ззовні. При цьому даними внутрішнього джерела може бути інформація про організаційну структуру підприємства, систему взаємозв'язків між структурними підрозділами, існуючу господарську діяльність підприємства, виробничі потужності, бізнес-плани. Зовнішньою є інформація про нормативно-правове забезпечення регулювання господарської діяльності підприємства, конкурентне середовище, покупців та постачальників. Зовнішня і внутрішня інформація взаємопов'язані та рівноцінні у значенні. Адже основною метою її одержання та накопичення є оптимізація ефективності діяльності суб'єкта господарювання. Проте слід відмітити, що внутрішня інформація більш достовірна та передбачувана (прогнозована).

У підприємствах основним постачальником інформаційних ресурсів, на підставі яких приймаються управлінські рішення, є система бухгалтерського обліку. У сучасних умовах усю використану в управлінні інформацію, включаючи обліково-аналітичну, визнано як фактор результативного впливу на ефективність підприємницької діяльності [2]. Ретельне вивчення менеджерами облікової інформації дає змогу створити сприятливі умови для прийняття ефективних рішень. Інформація, з якою вони працюють, повинна бути орієнтованою на запити відповідного рівня управління.

Отже, першочерговим завданням при оптимізації інформаційного забезпечення є вдосконалення системи бухгалтерського обліку відповідно до інформаційних запитів управлінського персоналу. Збільшення попиту апарату управління на інформацію про діяльність підприємства змушує бухгалтерський облік розширити свої повноваження. Облікові працівники не лише формують інформаційний масив, а й за допомогою інформації активно впливають на процес управління, тобто, крім традиційного документування фактів господарської діяльності, обліковці покликані готувати аналітичну інформацію для прийняття управлінських рішень та моделювання можливих наслідків такого прийняття [3].

Проте на сьогодні існують проблеми належного інформаційного забезпечення апарату управління. Оскільки інформація в бухгалтерському обліку передається за допомогою документів, однією з проблем можна назвати фіксацію та збереження "надлишкової" інформації у вигляді великої кількості складених форм документів, частина з яких аналогічна за змістом, повторення окремих показників у різних видах документів, що значно ускладнює документообіг та трудомісткість облікової роботи, а також відсутність необхідних показників, які можуть суттєво впливати на вибір альтернативного управлінського рішення. Також негативно впливає на формування інформаційного масиву недостатній кваліфікаційний рівень облікових працівників. Адже однією з професійних вимог є постійний моніторинг нормативно-правових актів, підвищення кваліфікації шляхом самоосвіти, відвідування різних курсів і семінарів, урахування сучасних тенденцій розвитку економіки в обліковій практиці вітчизняних підприємств. Також при формуванні даних для прийняття управлінських рішень важлива креативність підходу до даного процесу. На жаль, ці вимоги частково ігноруються через потребу в значних матеріальних витратах в умовах фінансової кризи та дефіциту часу.

Інформація, яка буде слугувати базою прийняття управлінських рішень, що стосуються як внутрішньої, так і зовнішньої сфер, має відповідати певним критеріям якості. До якості інформації висуваються певні вимоги. Якщо сформулювати загалом, то, перш за все, це задоволення потреб користувачів в інформації. Корисність інформації при цьому визначається її споживачами. На думку автора, головною вимогою нині є своєчасність (оперативність) надходження інформації. Дані мають бути оперативно зібрані та якісно опрацьовані. Оперативність збору та швидкість обробки інформації повинна відповідати темпам мінливості конкретних елементів виробництва та господарських процесів. Це необхідно тому, що для управлінського працівника мають значення не дані взагалі, а дані в необхідному обсязі і в потрібний час.

При цьому інформація має бути суттєва. Така вимога повинна реалізовуватися таким чином: до кожної ланки управління має надходити лише та інформація, яка безпосередньо стосується конкретного завдання. Для цього в підприємстві необхідно створити таку організаційну структуру, що б мала найменшу кількість рівнів управління і прямі канали інформаційного обміну. Адже при проходженні зайвих рівнів управління в інформаційному блоці накопичується зайва інформація, яка перекручує її зміст або ж зовсім змінює його, що може призвести до непередбачуваних подій. Правильність делегування повноважень забезпечить оптимальний розподіл завдань між різними рівнями управлінських працівників.

У процесі вирішення питання інформаційного забезпечення виникає проблема вибору між оперативністю отримання інформації, з одного боку, та її точністю, достовірністю і якістю змісту – з іншого. На думку автора, у системі бухгалтерського обліку визначальним критерієм повинна бути економічність інформації. Якою б важливою не була інформація, але якщо ефект від її виникнення не перевищує витрати на її одержання, то автоматично виникає запитання про доцільність отримання такої інформації.

З метою уникнення перенавантаження управлінських працівників надлишковою інформацією актуальною є її конфіденційність, тобто потрібно надавати певному внутрішньому користувачеві лише таку інформацію, яка стосується конкретно його повноважень незалежно від рівня управління та спеціалізації підрозділу. Як вважає Спірін В. С., "керівнику кожного рівня управління повинна надходити інформація тільки про ті процеси, на розвиток яких він безпосередньо впливає і за результати яких він несе відповідальність" [3]. Отже, інформація повинна мати адресний характер. Що ж стосується зовнішніх користувачів, то їм надається відкрита інформація, яка не принесе шкоди підприємству і не є комерційною таємницею.

Для того щоб досягти поставленої мети, у працівників апарату управління має бути впевненість у достовірності даних, тобто інформація повинна бути якісною, чіткою і достатньо обґрунто-

ваною, мати надійне джерело. Потрібно також враховувати той факт, що такі характеристики інформації, як оперативність та достовірність, можуть вступати в протиріччя. Адже дефіцит часу для формування оперативних даних може негативно відобразитися на достовірності інформації. У зв'язку з цим користувачі повинні знаходити баланс між цими характеристиками відповідно до поставленої мети. Зміст і структура інформації не повинні впливати на вибір рішення і запобігати вибору некоректного рішення, тобто інформація має бути нейтральною за своїм характером.

Оскільки формування та передача даних за каналами використання є трудомісткими операціями, необхідна їх автоматизація. Автоматизація інформаційних процесів забезпечить можливість розширення складу управлінської інформації, буде сприяти підвищенню її точності, достовірності та оперативності, а також більш швидкому прийняттю оперативних рішень. При цьому можливо використовувати як децентралізовані, так і змішані типи обробки інформації на базі створення автоматизованих робочих місць бухгалтера та аналітика.

Таким чином, головним фактором економічного зростання можна назвати інформаційні ресурси, у яких значне місце належить обліковій інформації. Головним недоліком традиційної системи бухгалтерського обліку є те, що його інформаційні канали перевантажені збитковою інформацією. Тому в практику бухгалтерського обліку повинна бути включена тільки та інформація, яка буде безпосередньо впливати на фінансово-господарські процеси підприємства [4].

Наук. керівн. Сігасва Т. Є.

Література: 1. Завгородній В. Формування інтегрованої бази даних для управління обліку і контролю діяльності підприємства / В. Завгородній // Бухгалтерський облік і аудит. – 2001. – № 6. – С. 48–50. 2. Кирейцев Г. Г. Глобализация экономики и унификация методологии бухгалтерского учета : научный доклад / Кирейцев Г. Г. – 2-е изд., перераб. и доп. – Житомир : ЖГТУ, 2008. – 76 с. 3. Спирин В. С. Организационные основы бухгалтерии предприятия / Спирин В. С. – М. : Финансы, 1977. – С. 17. 4. Карминский А. М. Информационные системы в экономике. Ч. 2 : Практика использования / А. М. Карминский, Б. А. Чернишов. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 240 с. 5. Нападівська Л. Облік у системі управління підприємствами / Л. Нападівська // Економіка України. – 1999. – № 9. – С. 44–52. 6. Стуков С. А. Предпринимателю об учете / Стуков С. А. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 160 с.

УДК 658.589.011.2.015.3

Беспалько І. О.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ПОКАЗНИКИ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто теоретико-методичні підходи та практичні рекомендації щодо формування комплексної системи оцінки інноваційного потенціалу підприємства.

Аннотация. Рассмотрены теоретико-методические подходы и практические рекомендации по поводу комплексной системы оценки инновационного потенциала предприятия.

Annotation. Theoretical and methodical approaches and practical recommendations in relation to forming the complex system of estimation of innovative potential of modern enterprise have been examined.

Ключові слова: інновація, інноваційний потенціал, показники ефективності діяльності, коефіцієнт економічної ефективності, термін окупності витрат.

Як свідчить досвід розвинених країн, рушійною силою, що спроможна забезпечити економічне процвітання та незалежність України, є лише інновації та інноваційний шлях розвитку. Науково-технічний прогрес, визнаний в усьому світі як найважливіший фактор економічного розвитку, усе частіше пов'язується з поняттям "інноваційний процес". Це єдиний у своєму роді процес, який поєднує науку, техніку, економіку та підприємництво. Він полягає в одержанні новачі і простягається від зародження ідеї до її комерційної реалізації.

Для України, яка знаходиться у періоді становлення економіки, важливими завданнями є збереження промислового комплексу, його структурна перебудова і забезпечення подальшого



науково-технічного розвитку. Проблема підвищення ефективності інноваційної діяльності вітчизняних підприємств набуває принципового значення, оскільки її вирішення дасть змогу перейти до створення і використання технологій більш високого рівня, а отже, прискорити економічне зростання національної економіки.

Проблемам різних аспектів інноваційної діяльності промислових підприємств присвячені дослідження таких іноземних та вітчизняних вчених, як: І. Анссоф, Л. Водачек, В. Геєць, А. Гриньов, П. Завлін, С. Ілляшенко, Б. Санто, Б. Твісс, Р. Фатхутдінов, М. Фучик, М. Чумаченко, Н. Чухрай, Й. Шумпетер та ін. [1].

Мета роботи – теоретико-методичне обґрунтування показників, які використовуються для оцінки інноваційної діяльності підприємств.

Відомо, що найбільшу віддачу дають інвестиції в науку при впровадженні у виробництво результатів досліджень. Це дає змогу зробити висновок про те, що саме інноваційна діяльність та її активізація забезпечать швидкий вихід економіки країни з кризового стану. Проблема підвищення ефективності діяльності підприємств для забезпечення високих темпів їх економічного розвитку набуває особливої актуальності в сучасних умовах розвитку національної економіки, котра проходить етап відродження ринкових відносин. Це економічне зростання можна забезпечити шляхом активізації інноваційної діяльності всіх ланок господарства. При цьому помітно зростає потреба в знаходженні науково обґрунтованої методики оцінки економічної ефективності інноваційної діяльності, оскільки розробка і впровадження у виробництво нововведень вимагають значних витрат, що мають високий ступінь ризику. Методика розрахунку економічної ефективності інноваційної діяльності повинна базуватися на певній теоретичній концепції, а організувати її мають відповідні організаційні структури.

Інноваційний потенціал підприємства розглядається як комплексна категорія, яка характеризує частоту і ефективність впровадження на підприємстві інновацій, їх розробку, готовність персоналу до змін. Оскільки ризик під час фінансування, модернізації та оновлення виробництва є досить високим, оцінка інноваційного потенціалу підприємства з урахуванням його інтелектуальної складової дасть змогу потенційним інвесторам зорієнтуватися в прийнятті рішень щодо виділення коштів з метою реалізації інноваційної стратегії розвитку. Таким чином, інноваційний потенціал підприємства є важливим інформаційним ресурсом у процесі управління його розвитком [2].

Ефективність інноваційного процесу залежить від стану інноваційного потенціалу підприємства, основу якого складають фінансові, матеріальні, кадрові, інтелектуальні, інфраструктурні та інші ресурси [3].

Економічна оцінка ефективності інноваційної діяльності передбачає вирішення комплексу таких питань, як: вибір і обґрунтування стратегічного напрямку досліджень; визначення критеріїв і показників її економічної ефективності; оцінки її впливу на ефективність діяльності підприємства, а також вибір ефективного методу її здійснення.

Враховуючи, що витрати на інноваційну діяльність надзвичайно великі та ризикові, важливою є розробка такої методики, яка б давала змогу приймати рішення про доцільність інноваційної діяльності, починаючи з ранніх її етапів.

Способи, методи та показники оцінки ефективності інноваційної діяльності широко описані в економічній літературі. Найбільш уживаними показниками оцінки інноваційної діяльності підприємств є коефіцієнт економічної ефективності або його зворотна величина – термін окупності витрат, тобто показники, які базуються на співвідношенні ефектів і витрат, з подальшим їх порівнянням з нормативною величиною.

Для розрахунку економічної ефективності застосовують два взаємопов'язані показники: коефіцієнт економічної ефективності (прибутковості) та період (строк) окупності вкладень.

Коефіцієнт економічної ефективності характеризується відношенням приросту прибутку, різниці прибутків кінцевого року розрахункового періоду та кінцевого року попереднього періоду до величини капітальних вкладень.

Строк (період) окупності вкладень визначається як відношення обсягів вкладень до економічного ефекту, різниці прибутків кінцевого року розрахункового періоду та кінцевого року попереднього періоду і є зворотним попередньому показнику економічної ефективності. Цей показник дозволяє визначити період, протягом якого капітальні витрати будуть відшкодовані за рахунок економічного ефекту.

Проте, як і будь-яка методика оцінки, ця методика має деякі недоліки, а саме: обмежує грошові потоки лише прибутком (у реальній практиці інвестиції повертаються у вигляді грошового потоку (cash-flow), який складається із суми чистого прибутку й амортизаційних відрахувань); не враховує чинник часу, тобто не приводиться до теперішньої вартості; не враховує існуючі в ринковій економіці господарський ризик та інфляцію [4].

Будь-який результат інноваційної діяльності має подвійне значення:

як основа змін у матеріальному виробництві, а в економічному розумінні – для досягнення цілей форми, а отже, для підвищення прибутку і конкурентоспроможності;

як джерело подальших наукових досліджень і розробок, тобто становить науковий і методологічний інтерес.

Аналіз і оцінка інноваційного потенціалу підприємства виявляють можливості для його інноваційного розвитку. Методика оцінки інноваційного потенціалу підприємства має бути практичною, гнучкою, базуватися на доступному математичному апараті та відповідати сучасному рівню розвитку інноваційної діяльності вітчизняних підприємств. Різнобічна оцінка є необхідним і водночас дуже важким завданням. При цьому виникають аспекти, пов'язані між собою, які треба розглядати

окремо. До них належать оцінка науково-інформаційного рівня підприємства, оцінка технічного рівня підприємства, оцінка техніко-економічної ефективності інноваційних проектів.

Результати оцінки дозволяють розробити оптимальну стратегію інноваційного розвитку.

Наук. керівн. Сігасва Т. Є.

Література: 1. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – 6-е изд., испр. и доп. – СПб. : Питер, 2008. – 448 с. 2. Ильяшенко С. Н. Составляющие инновационного потенциала субъекта хозяйственной деятельности / С. Н. Ильяшенко, Ю. С. Шипулина // Вісник Сумського державного університету. Серія "Економіка". – 2002. – № 7(40). – С. 118–125. 3. Мартюшева Л. С. Інноваційний потенціал підприємства як об'єкт економічного дослідження / Л. С. Мартюшева, В. О. Калишенко / Фінанси України. – 2002. – № 10. – С. 61–66. 4. Перерва П. Г. Экономика и управление инновационной деятельностью : учебник / П. Г. Перерва, Н. И. Погорелов. – Х. : НТУ "ХПИ". – 2009. – 1203 с. 5. Лапко О. О. Інноваційна діяльність як фактор підвищення ефективності вітчизняної економіки / Лапко О. О. // Фінанси України. – 1998. – № 6. – С. 31–36.

УДК 005.21:330.322

Довгаль Л. В.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

МІСЦЕ ТА ЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто сутність інвестиційної стратегії, принципи, послідовність і вимоги до її розробки, значення інвестиційної стратегії в розвитку підприємства в контексті сучасних економічних перетворень.

Аннотация. Рассмотрены сущность инвестиционной стратегии, принципы, последовательность и требования к ее разработке, значение инвестиционной стратегии в развитии предприятия в контексте современных экономических преобразований.

Annotation. The article deals with the nature of investment strategy, principles, and sequence requirements for its development, the value of the investment strategy of enterprise development in the context of current economic changes.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна стратегія, інвестиційна політика, інвестиційні ресурси, інвестиційна діяльність.

Згідно з однією з економічних аксіом, стан економіки визначають інвестиції, а діяльність окремого підприємства визначає сам процес ефективного управління та здійснення інвестиційної діяльності.

Україна потенційно може бути однією з провідних країн із залучення іноземних інвестицій (як прямих, так і портфельних), проте припливу в інвестиційну сферу іноземного та приватного національного капіталу перешкоджають політична нестабільність, недосконалість законодавства, нерозвиненість виробничої та соціальної інфраструктури, недостатнє інформаційне забезпечення, а також корупція. Саме через корупцію та бюрократію, недосконалу систему оподаткування Україну відносять до групи країн з найбільшим інвестиційним ризиком. Сьогодні ще остаточно не вирішено, якою буде податкова політика держави, на що можуть розраховувати інвестори, які бажають увійти на український ринок, тому ці питання потребують негайного розгляду.

Метою статті є визначення місця інвестиційної стратегії підприємства у його розвитку.

Проходячи певний етап життєвого розвитку, керівництво підприємства, незалежно від розміру, форми власності та галузі функціонування підприємства, прагне досягти високих показників своєї діяльності. При цьому йому необхідно враховувати особливості ринку функціонування, його потреби та наявність необхідних умов для подальшого розвитку підприємства. Однією з таких умов для багатьох підприємств України є визначення та залучення необхідного обсягу інвестиційних ресурсів і наявність певних умов щодо розробки й реалізації інвестиційної програми подальшого розвитку підприємства.

У сучасних умовах обмеженість інвестиційних ресурсів стримує не тільки процес формування ринкової економіки в Україні, але й розвиток самих підприємств, оскільки інвестиції та їх ефективне



використання формують матеріальну базу сучасного виробництва та створюють певні передумови для розширеного відтворення й розвитку самих підприємств [1].

Розробка інвестиційної стратегії є творчим процесом, що включає постановку цілей інвестиційної діяльності, визначення її пріоритетних напрямів і форм, оптимізацію структури інвестиційних ресурсів і їхнього розподілу, вироблення інвестиційної діяльності.

Одна зі складових ефективного управління підприємством – реалізація ефективної інвестиційної діяльності, яка становить елемент розробки інвестиційної стратегії, що дозволяє визначити не тільки форми та джерела ресурсів, які планується використовувати підприємством для реалізації загальної стратегії розвитку, але і враховувати фактори впливу на її подальше формування та реалізацію, у свою чергу, створюючи умови для ефективного управління інвестиційною діяльністю.

Кожне підприємство, яке працює в умовах ринкової економіки, не може існувати без чітко розробленої стратегії. Ключове завдання формулювання стратегії полягає в пошуці шляхів подолання конкуренції на ринку та забезпеченні високих темпів економічного розвитку підприємства за достатньої фінансової стійкості. Інвестиційна діяльність є найважливішою складовою частиною підприємницької діяльності. Основна мета інвестиційної діяльності – забезпечення найбільш ефективних шляхів реалізації інвестиційної стратегії підприємства на окремих етапах розвитку [2].

Для багатьох підприємств найбільш складний етап здійснення інвестиційної діяльності – це розробка самої інвестиційної політики, головною складовою якої є інвестиційна стратегія, що, у свою чергу, становить один із інструментів, які необхідно використовувати та враховувати під час формування й реалізації загальної фінансової політики підприємства. Однак розробка зазначеної стратегії неможлива без чіткого визначення її сутності, тому для ознайомлення з теоретичним визначенням цього поняття було проаналізовано праці видатних українських і російських вчених, які у своїх дослідженнях значну увагу приділяють визначенню сутності та значенню "інвестиційної стратегії" в діяльності підприємства. Серед таких авторів, перш за все, необхідно згадати роботи: Бланка І. О. [1], Пересади А. А. [3], Борщ Л. М. [4], Загороднього А. Г. [5], Гладкової О. В. [6], які "інвестиційну стратегію" тлумачать як "...систему довгострокових цілей інвестиційної діяльності і вибір найбільш ефективних шляхів їх досягнення".

На думку автора, одним із ефективних інструментів перспективного управління інвестиційною діяльністю підприємства в умовах нестабільної державної інвестиційної політики та значних змін макроекономічних показників, системи державного регулювання ринкових процесів, кон'юнктури інвестиційного ринку й пов'язаної з цим невизначеності повинна бути інвестиційна стратегія, яка є однією із ключових ланок загальної економічної стратегії розвитку підприємства.

Отже, інвестиційна стратегія – це не тільки інструмент, що використовується підприємством для закріплення або поліпшення своєї позиції на ринку, а також один з основних елементів інвестиційної політики підприємства – складової інвестиційної діяльності, яка, у свою чергу, є одним із важелів регулювання суб'єктів господарювання.

Наук. керівн. Пономаренко О. Е.

Література: 1. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент : учебн. курс / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2001. – 448 с. 2. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебн. курс / И. А. Бланк. – К. : Эльга, 2008. – 724 с. 3. Пересада А. А. Инвестиционный процесс в Украине / А. А. Пересада. – К. : Лібра, 1998. – 398 с. 4. Борщ Л. М. Инвестиції в Україні: стан, проблеми і перспективи / Л. М. Борщ. – К. : Знання, 2002. – 318 с. 5. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній. – Львів : Вид-во нац. ун-ту "Львів. політехніка", 2005. – 714 с. 6. Гладкова О. В. Обґрунтування систематизації інвестицій торговельних підприємств / О. В. Гладкова // Торгівля і ринок України. – 2007. – Вип. 23. Т. 2. – С. 43–47.

Бутков Д. В.

УДК 331.101.3

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

МОТИВАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛADOVA СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто мотивацію управлінського персоналу та його вплив на ефективність діяльності підприємства.

Аннотация. Рассмотрены мотивация управленческого персонала и его влияние на эффективность деятельности предприятия.

© Бутков Д. В., 2012

Annotation. Motivation of managerial staff and its influence on efficiency of activity of enterprise have been considered.

Ключові слова: мотивація, персонал, управління, підприємство, стимулювання.

Системи мотивації постійно вдосконалюються, тому керівництво кожного підприємства, незалежно від форми власності, повинне планомірно і безперервно займатися пошуком і розробкою ефективних способів управління працею, які забезпечують активізацію людського чинника, що й обумовлює актуальність цієї статті.

Проблемі мотивації персоналу присвячені праці таких вчених, як Н. Яцишин, Я. Макух, О. Гривківська, В. Лукашевич, В. Нижник, О. Кузьмін.

Метою дослідження є аналіз мотивації управлінського персоналу на підприємстві.

Відомо, що для успішного функціонування підприємства і його діяльності загалом необхідні людські ресурси. Розвиток науково-технічного прогресу, удосконалення виробництва, нові технології привели, з одного боку, до скорочення потреби в робочій силі на виробництво однієї одиниці продукції, а з іншого – посилили диференціацію між професіями, підвищили попит на більш кваліфіковану працю. Фахівці у сфері управління персоналом давно прийшли до висновку, що успіх діяльності будь-якої організації цілком залежить від того, наскільки свідомо її персонал реалізує поставлені перед собою цілі [1, с. 76].

Управлінський персонал є активом підприємства, людським капіталом, який передбачає менше контролю над собою та очікує своєчасну і гідну економічну, психологічну та кар'єрну винагороду за високопродуктивну й високоякісну працю. У наш час саме мотивація і стимулювання до праці, можливість реалізуватися як особистість і як фахівець здатні втримати талановитих і перспективних управлінських працівників на підприємствах у конкурентних умовах. Так, мотиваційна складова в управлінні, відповідаючи сучасним умовам господарювання, визначається саме як встановлений орієнтир до дії на багатьох підприємствах. Але часто трапляються випадки, коли при значних витратах на мотивування працівників віддача персоналу залишається на низькому рівні. Як результат, у прагненні мотивувати своїх працівників підприємство отримує зворотний демотиваційний ефект. Отже, мотивація персоналу на сучасному етапі – досить актуальна проблема. Важливою особливістю управлінської праці є те, що вона бере участь у створенні матеріальних цінностей не безпосередньо, а через організацію праці інших осіб. У цьому разі породжується саме ланцюгова реакція: на роботі всього колективу неодмінно позначаються проблеми діяльності управлінського персоналу. Саме мотивація праці персоналу передбачає, перш за все, врахування основних базисних потреб людини: фізіологічних, у безпеці та захищеності, у любові і прихильності, у досягненнях, у соціальному схваленні тощо. Коли мова йде про управлінський персонал, практикуючі консультанти звертають увагу на дві ключові потреби, а саме: досягнення успіху та потреба в приналежності.

Будь-яка людина прагне відчувати себе корисною та цінною. Вона керується тим, який внесок може зробити або якого результату може досягти. Деякі особистості бажають безпосередньо отримати визнання інших людей, котрих вони поважають, а інші, навпаки, – отримати посмішку чи схвальні слова. Приналежність до певного кола людей, а точніше саме потреба в приналежності, також є важливою рушійною силою нашого життя. Найпоширеніший чинник, який власники підприємств використовують для задоволення потреби своїх працівників, у тому числі й управлінського персоналу в мотивації, – це гроші, котрі мають своє вираження в бонусах, преміях, відсутності штрафів, підвищенні заробітної плати тощо. У більшості випадків вважається, що цей елемент є найголовнішим і повинен задовольняти потреби працівників у мотивації [2, с. 128].

Персонал підприємства як категорія становить кадровий потенціал, трудові та людські ресурси виробництва.

Управління людьми має важливе значення для всіх підприємств – великих і малих. Без потрібних людей жодне підприємство не зможе досягти поставлених цілей і вижити. Людина є найважливішим елементом виробничого процесу на підприємстві. Створення мотиваційного середовища на підприємстві, насамперед, через забезпечення залежності винагородження працівника від досягнутих ним результатів і кваліфікації, максимальна зацікавленість людей у реалізації свого фізичного або інтелектуального потенціалу – головне завдання власників підприємств. Сьогодні потрібні нові механізми, які створюють могутні стимули для продуктивної праці та максимальної реалізації здібностей працівників. Мотивація праці управлінського персоналу є органічною складовою забезпечення стійкого функціонування підприємства. Сприяти впровадженню мотиваційного механізму діяльності управлінських працівників на підприємстві можна, зокрема, через:

проведення внутрішньої діагностики ефективності діяльності персоналу;
розробку мотиваційного механізму управління персоналом на підприємстві;
перепідготовку, підвищення кваліфікації управлінського персоналу [3, с. 131].

Важливим аспектом у зазначених напрямках є залучення професійних зовнішніх консультантів, консалтингових компаній, які спеціалізуються на управлінському менеджменті. Також перевагу варто надавати вітчизняним консультантам, які, безперечно, знають глибинні причини існуючих управлінських проблем, пов'язаних із менталітетом, національними особливостями, та з огляду на це розробляють шляхи оптимального їх вирішення.

Наук. керівн. Томах В. В.

Література: 1. Гривківська О. М. Проблеми мотивації праці управлінського персоналу / О. М. Гривківська. – К. : Видавництво "Наукова думка", 2009. – 320 с. 2. Жилін О. І. Мотивація персоналу / О. І. Жилін. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2005. – 220 с. 3. Яцишин Н. М. Персонал підприємства / Н. М. Яцишин. – Львів : Вид. "Львівська політехніка", 2009. – 178 с.



Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ОДИН З НАЙВАЖЛИВІШИХ ЕЛЕМЕНТІВ ЕФЕКТИВНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Викладено сутність і необхідність запровадження інформаційного забезпечення маркетингу на підприємстві, визначено основну проблему інформаційного забезпечення та запропоновано шляхи її вирішення.

Аннотация. Изложены сущность и необходимость внедрения информационного обеспечения маркетинга на предприятии, определена основная проблема информационного обеспечения и предложены пути ее решения.

Annotation. The problem of marketing information management in the enterprise is presented. The author of the article also offers solutions of this problem.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, комунікація, інформаційний потік, інформаційна технологія, підприємство.

В умовах сучасного розвитку української ринкової економіки стає все більш необхідним запровадження інформаційного забезпечення маркетингу на підприємстві, що є однією з головних умов підвищення ефективності його функціонування. У зв'язку з цим удосконалення та впровадження сучасних методів інформаційного забезпечення становить проблему, вирішення якої сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства. Це підкреслює актуальність дослідження, що полягає в удосконаленні теоретичних та практичних розробок у сфері інформаційного забезпечення маркетингу на підприємстві.

Метою дослідження є обґрунтування науково-практичних рекомендацій щодо впровадження інформаційного забезпечення маркетингу на підприємстві.

Проблемі інформаційного забезпечення маркетингу на підприємстві присвятили свої праці такі науковці, як Полторак В. А. [1], Курашова М. В. [2], Голубков Е. П. [3], Беляєвський І. К. [4], Зав'ялов П. С. [5], Демідов В. Е. [5]. Однак зазначена тема досі потребує теоретичних та практичних розробок.

Під інформаційним забезпеченням маркетингу розуміється:

комунікація, а саме обмін інформацією, на основі якого керівники отримують відомості, необхідні для прийняття рішень, і доводять прийняті рішення до працівників підприємства; процес збору, зберігання, вибору, перегрупування, систематизації даних та аналіз інформації;

процес збору показників з усіх аспектів діяльності підприємства.

Система інформаційного забезпечення маркетингу на підприємстві включає в себе організаційну структуру, систему потоків інформації, систему каналів передачі інформації, інформаційне сховище, систему функціональності, відповідальності та компетенції, мережеву інфраструктуру і принципи її побудови. До її складу також входять принципи збору, аналітичної обробки, зберігання та захисту від несанкціонованого доступу до інформації; програмне забезпечення, яке здійснює автоматизовану реалізацію інформаційної системи управління, та стадії процесу прийняття рішення [2].

Для того щоб вирішити проблеми інформаційного забезпечення на підприємстві, керівникові треба вирішити такі питання [5]:

визначити головну роль інформації в маркетинговій діяльності;

виявити інформаційні потреби у маркетинговій діяльності;

розробити методикку поліпшення інформаційного забезпечення маркетингу на підприємстві.

Використання інформаційних систем та інформаційних технологій в умовах інтенсивного розвитку ринкових відносин стає одним з найбільш важливих елементів ефективного маркетингу. Основним джерелом маркетингової інформації, на базі якої слід приймати управлінські рішення, є зовнішнє середовище. Тільки ті підприємства, що чітко визначили корпоративну та конкурентну стратегію, мають уявлення про власні інформаційні потреби і можуть досягти успіху. На даний момент стан інформаційної комунікації на багатьох підприємствах, на жаль, не відповідає вимогам ефективного управління.



Для того щоб показати значимість інформації та її використання на підприємстві, керівнику доцільно розглянути на практиці такі аспекти [2]:

- роль інформації в процесі прийняття рішень;
- основні вигоди від впровадження маркетингових інформаційних систем;
- отримання інформації про мінливе зовнішнє середовище;
- можливі перспективи розвитку підприємства;

вибір засобів, за допомогою яких підприємство може ефективно займати провідні позиції серед конкурентів.

Якщо детально розглянути ці аспекти, то стає зрозумілим, що впровадження маркетингової діяльності та її вдосконалення життєво необхідні для кожного підприємства.

Упровадження інформаційного маркетингу може широко застосовуватися на підприємствах, в організаціях, фірмах, банках, у туризмі та в інших сферах. У сучасних умовах регулювання економіки значно залежить від життєздатності системи просування товарів і послуг від виробників до споживачів. Однак подібна маркетингова діяльність неможлива без налагодженої роботи інформаційного забезпечення, тому що ефективність виробництва багато в чому залежить від того, як добре керівники підприємств знають потреби ринку товарів та послуг. Цей факт підтверджує те, що використання систем інформаційного забезпечення є необхідною умовою підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Наук. керівн. Пономаренко О. Е.

Література: 1. Полторац В. А. Маркетинговые исследования : учебн. пособ. / Полторац В. А. – 2-е изд., перераб. и доп. – Днепропетровск : ДУЭП, 2002. – 368 с. 2. Курашова М. В. Экономическая эффективность систем информационного обеспечения управленческих решений / Курашова М. В. // Вестник УГТУ – УПИ : сб. тр. – 2006. – № 4(75). 3. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Голубков Е. П. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 485 с. 4. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование. Информация, анализ, прогноз / Беляевский И. К. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 358 с. 5. Завьялов П. С. Формула успеха: маркетинг / сто вопросов – сто ответов о том, как эффективно действовать на внешнем рынке / Завьялов П. С., Демидов В. Е. – М. : МО, 1995. – 256 с.

УДК 659 4431

Ангелова И. Г.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК СПОСОБ ЗАВОЕВАНИЯ НОВЫХ РЫНКОВ

Аннотация. Рассмотрены интегрированные маркетинговые коммуникации как новый подход для продвижения разнообразных товаров, включающий разные маркетинговые приемы, которые помогают в завоевании новых рынков.

Анотація. Розглянуто інтегровані маркетингові комунікації як новий підхід для просування різноманітних товарів, що включає в себе різні маркетингові методи, які також допомагають у завоюванні нових ринків.

Annotation. This article is about IMC, which is the new approach for the advancement of different products, which include different marketing positions that also help to conquer new markets.

Ключевые слова: интегрированные маркетинговые коммуникации, PR-приемы, интерактивные каналы, мерчендайзинг, сэмплинг, директ-маркетинг, брифинги.

На Западе ИМК-подход (интегрированные маркетинговые коммуникации) в продвижении самых разнообразных товаров в той или иной степени практикуется уже лет десять. Передовое бизнес-сообщество предрекает доминирующую роль ИМК в ближайшее время. В Украине термин "интегрированные маркетинговые коммуникации" стал известен в конце 1990-х годов. Но до нас, как всегда, дошли лишь неполные версии объяснения этого механизма, и только немногие продвинутые украинские маркетологи, рекламисты и "пиарщики" используют его на практике.

© Ангелова И. Г., 2012



На самом деле ИМК – это попытка объединить под одним названием давно известные наиболее эффективные маркетинговые, рекламные и PR-приемы в отдельную методику с одной-единственной целью: подобный "новый" подход должен помочь решать главную задачу – увеличение продаж. "Зачем изобретать велосипед, если прежние способы отшлифованы многолетним опытом мировых корпораций и все еще приносят прибыль?" – спросит читатель и будет в чем-то, безусловно, прав. Но дело в том, что многие специалисты-маркетологи сходятся во мнении, что за последнее десятилетие продвижение товаров и услуг усложняется и традиционные решения теряют свою эффективность. Например, ряд западных специалистов в области рекламы отмечают, что с середины 90-х возникновение новых интерактивных каналов информации привело к резкому понижению эффективности ТВ-рекламы при том, что стоимость ее постоянно растет.

Общим вопросам теории и практики применения маркетинговых коммуникаций уделялось большое внимание в трудах таких зарубежных авторов, как Абрамова Н. П., Алешина И. В., Ю. Белошедова, Беркутова Т. А. [1], Дж. Бернет [2], Ж.-Ж. Ламбен, Дж. Блайт [3], Л. Перси, Росситер Дж. Р., У. Уэллс и др. Исследованиями маркетинговых коммуникаций занимались отечественные ученые: Голубков Е. П., Долбунов А. А., Евстафьев В. А., Крутиков Ф. А., Попов Е. В., Перекалина Н. С., Песоцкая Е. В., Платонова Н. А., Попова Р. Ю., Саркисян О. А., Сульповар Л. Б., Христофорова И. В., Шляпин Д. Е., Ясонов В. Н. и др. В трудах перечисленных авторов исследуются процессы коммуникации, уделяется внимание теории покупательского поведения, рассматриваются различные вопросы, связанные с разработкой способов применения маркетинговых технологий в области коммуникаций.

Однако нерешенным является вопрос, как правильно объединить маркетинговые подходы и инструменты для разработки новых методик завоевания новых рынков.

Цель данной статьи – изучение инструментов и подходов интегрированных маркетинговых коммуникаций и их объединение в новые методики поиска рынков для увеличения объемов продаж предприятия.

В комплекс коммуникаций входят пять направлений: личные продажи (personal selling) – устная презентация товара или услуги покупателю или группе покупателей с целью совершения продажи; преимуществом является обратная связь с покупателем, получение маркетинговой информации о рынке (первичные данные); реклама (advertising); стимулирование сбыта (sales promotion), при котором используются следующие приемы: мерчендайзинг (оформление места продаж); оформление упаковки, этикетки или ярлыка; акции с подарками, скидками по купонам, розыгрышами; конкурсы и викторины, лотереи; дегустации и сэмплинг (предложение образцов товаров); директ-маркетинг (direct-marketing) – рекламные предложения для идентифицированных потребителей: почтовые рассылки, телемаркетинг, реклама в каталогах и специализированных изданиях, электронная коммерция (e-shopping); PR-продвижение (public relations) – конференции, презентации, брифинги, семинары, спонсорские акции, участие в выставках; размещение редакционных тематических материалов в СМИ.

Коммуникации переходят одна в другую и в идеале используются одновременно.

Современный российский рынок товаров и услуг сформирован недавно и характеризуется большой разнородностью, поэтому многие компании (и западные, и отечественные) считают, что маркетинговые тонкости здесь ни к чему и в продвижении товаров вполне можно обойтись классическими приемами. Однако те менеджеры, которые попробовали и смогли использовать ИМК в своей работе, отмечают ряд преимуществ данного подхода. Самое главное – существенная экономия средств на продвижение, так как ИМК позволяют, во-первых, объединять и оптимизировать бюджеты, выделяемые на разные направления; во-вторых, дают возможность сокращать или вообще отказываться от размещения рекламы на телевидении, получая, тем не менее, весьма высокую отдачу. Кроме того, ИМК предполагают единое планирование всех мероприятий по продвижению бренда и контроль за их проведением из одного центра – объединенного отдела или подразделения, что, безусловно, способствует установлению более качественных контактов с целевой аудиторией за относительно короткое время.

ИМК – это воплощенный эффект синергии, который заключается в том, что совокупный результат от воздействия всех элементов ИМК намного превышает сумму эффектов от каждого из них, примененного по отдельности. Примером ИМК в принципе может служить любая грамотная полномасштабная рекламная кампания (РК). Довольно часто ИМК используются операторами мобильной связи. Элементами их кампаний обычно являются: реклама на ТВ, радио, в печатных СМИ, наружная реклама; различные акции по продвижению; размещение максимального объема информации и логотипов в пунктах подключения, кассах приема платежей; спонсорство; выпуск и продажа карточек с символикой; фирменные конверты отчетности; сайты операторов, с которых можно отправлять sms-сообщения.

Выбор подобного комплекса объясняется следующими факторами. Телевизионная реклама как единственный элемент РК, обеспечивающая то же количество контактов, что и совокупная РК, во-первых, выливается в гораздо большую сумму, во-вторых, не охватывает целевую аудиторию, которая не смотрит или редко смотрит ТВ, и, в-третьих, оставляет потенциальных потребителей без напоминаний о товаре на все остальное время, свободное от просмотра ТВ. В случае же использования ИМК контакты с рекламой и коммуникационные контакты у человека происходят гораздо чаще. За счет этого каждый новый контакт требует меньше внимания и времени воздействия, так как присутствует эффект узнавания и позитивной реакции – "это я знаю", "это знакомое". Первый же контакт практически не работает: человек начинает воспринимать и узнавать информацию на щите (если он специально не заинтересован) где-то после пятого контакта.

Анализ данных факторов позволяет уточнить понятия ИМК как "модный подход", или новая система, с которой удобнее и выгоднее работать (по принципу интегрированных решений в телекоммуникациях), а еще точнее – системный подход, всегда дающий более ощутимые результаты.

Научн. рук. Тонева К. В.

Литература: 1. Беркутова Т. А. Маркетинговые коммуникации : учебн. пособ. / Т. А. Беркутова. – М. : Феникс, 2008. – 254 с. 2. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Бернет, С. Мориарти ; пер. с англ. ; под ред. С. Г. Божук. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с. 3. Блайт Дж. Маркетинговые коммуникации. Что? Как? И почему? / Дж. Блайт. – М. : Знания-Пресс, 2004. – 167 с.

УДК 659.1.011.44

Шевчук А. Ю.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЗА РАХУНОК ІННОВАЦІЙ

Анотация. Проведено теоретичне дослідження підвищення ефективності рекламної діяльності за рахунок введення інновацій. Розглянуто поняття маркетингових інновацій та їх вплив на ефективність рекламної кампанії.

Аннотация. Проведено теоретическое исследование повышения эффективности рекламной деятельности за счет введения инноваций. Рассмотрено понятие маркетинговых инноваций и их влияние на эффективность рекламной кампании.

Annotation. A theoretical study of increase efficiency of advertisement activity was undertaken due to introduction of innovations. The concept of marketing innovations and their influence on efficiency of advertisement company are considered.

Ключові слова: реклама, ефективність реклами, маркетингова інновація, інноваційна реклама.

При плануванні, розробці та реалізації рекламних заходів важливим аспектом є визначення абсолютної і відносної результативності (ефективності) реалізації заходів. При цьому слід застосувати різні моделі та підходи, оскільки ефективність реклами залежить від багатьох умов та факторів, які визначаються особливостями господарської системи, економічного стану країни, здійснення діяльності, виду діяльності підприємства, характерних рис пропонованої продукції чи надаваної послуги та ін.

Дослідженням даної проблематики займалися багато українських та зарубіжних вчених-науковців, і сьогодні питання визначення ефективності реклами залишається актуальним та багатоглядним. Вагомий внесок у дослідження проблем визначення та аналізу ефективності реклами зробили вчені-науковці: Ф. Котлер, Г. Армстронг, які досліджували місце реклами в системі маркетингових комунікацій підприємства, її види, фактори впливу та основні способи визначення ефективності реклами; Гаркавенко С. С., Герасимчук В. Г., Почепцов Г. Г., Ромат Є. В., Старостіна А. А. аналізували рекламу як елемент забезпечення ефективного стратегічного управління діяльністю підприємства, Аакер Д., Дейян А., Сендідж Ч. Г. обґрунтовували важливість рекламної діяльності та основні вимоги для формування ефективної реклами товару (послуги).

Проблема визначення та аналізу ефективності зусиль фірми у сфері реклами достатньо актуальна. Реклама є одним із багатьох, але не завжди найважливішим інструментом активізації продажів, тому виникають труднощі при оцінці її ролі у збільшенні товарообороту. Слід врахувати і те, що, крім комерційного, реклама має ще й соціальний ефект.

Оцінка ефективності реклами дозволяє:

отримати інформацію про доцільність реклами;

виявити результативність окремих засобів її розповсюдження;

визначити умови оптимального впливу реклами на потенційних споживачів.

Проте абсолютно точно розрахувати ефективність реклами неможливо, і це зумовлено рядом причин.



По-перше, реклама є одним із багатьох факторів, що визначають результативність маркетингу. Крім реклами, на реалізацію товарів впливають й інші елементи маркетингового комплексу, а також рівень конкуренції, стан ринку та ін. Точно змоделювати вплив великої кількості факторів практично неможливо.

По-друге, неможливо точно передбачити поведінку конкретного споживача. Одні і ті ж засоби можуть привести до різних результатів відносно різних споживачів.

По-третє, ринок є динамічним і характеризується численними випадковими подіями, які теж можуть визначати успіх чи невдачу товарів, послуг, що пропонує фірма [1].

Зменшення ефективності реклами може відбуватися часто і в більшості випадків не є показником поганої роботи рекламодавців. Зменшення ефективності найчастіше пов'язане з процесом насичення, при якому зростання кількості нових клієнтів триває, але не так інтенсивно, як раніше [2].

З метою ефективного просування продукції на ринок підприємствам доцільно постійно звертатись до інноваційних технологій у галузі реклами, щоб поінформованість споживача не була застаріло неефективна.

Між тим ефективність маркетингу і реклами зокрема залежить від багатьох внутрішніх і зовнішніх факторів. Наприклад, збільшення обсягу продажів після проведення рекламної кампанії могло бути обумовлено не стільки самою кампанією, скільки такими чинниками, як видача зарплати в даному регіоні після багатомісячної затримки, тимчасова відсутність товарів конкурентів і т. п. Оцінити ефективність реклами можливо на основі таких методів, як регресійний і кореляційний аналіз, на основі факторного та кластерного аналізів. Така робота буде мати характер наукового дослідження і не піддається масовому тиражуванню, тим більше виробленню конкретних кількісних рекомендацій. Тим не менш, можна зробити кілька загальних висновків:

- Збільшення ринкової частки безпосередньо пов'язане зі збільшенням бюджету маркетингу, ніж з пониженням цін.
- При збільшенні витрат на рекламу рівень продажів підвищиться, але до певного рівня, за межами якого подальше збільшення витрат на рекламу не супроводжується зростанням обсягу продажів.
- Результат впливу реклами має запізнювання за часом.
- Існують мінімальні рівні витрат на рекламу, нижче яких реклама не має впливу на рівень продажів.
- Навіть при відсутності реклами існує певний рівень продажів.

Маркетингова інновація є впровадженням нового методу продажу, уключаючи значні зміни в дизайні або упаковці продукту, його складуванні, просуванні на ринок або в призначенні продажної ціни, що націлені на краще задоволення потреб споживача, відкриття нових ринків або завоювання нових позицій для продукції підприємства на ринку з метою збільшення обсягу продажу [3].

Відмінною рисою маркетингової інновації порівняно з іншими змінами в маркетинговому інструментарії є впровадження такого методу продажу, що не використовувався підприємством раніше. Ця зміна повинна бути частиною нової концепції або стратегії продажу, що є значним відхиленням від методів продажу, які раніше існували на підприємстві. Новий метод може бути самостійно розроблений підприємством, що здійснює інновацію, або запозичений від інших підприємств або організацій. Нові методи продажу можуть упроваджуватися як для нової, так і для продукції, що вже існує.

Кілька років тому рекламодавці США та Японії зробили революцію, відкривши світу інноваційну рекламу, що за ступенем ефективності в рази перевершує її традиційні способи. Сьогодні така реклама успішно використовується в більшості країн, дозволяючи істотно підвищити ефективність маркетингу та рівень брэнда.

В умовах жорсткої конкуренції виробникам товарів і послуг для примноження обсягів продажів необхідно постійно привертати увагу клієнтів до продукції.

Сьогодні, крім традиційних рекламних методів впливу на кінцевого споживача, існують також методи з використанням інноваційних технологій.

Інноваційна реклама на сучасному етапі свого розвитку будується на використанні в промоакціях серйозного технічного забезпечення, новітніх комп'ютерних технологій і нестандартних способів подачі інформації.

Отже, інноваційні методи інформування споживача про той чи інший вид товару або послуги дає можливість збільшити ринок споживачів та попит на той чи інший товар або послугу. Знайшовши ефективне середовище впровадження реклами, ми відкриваємо нові можливості для себе.

Одним з найбільш перспективних видів інноваційної реклами, що вже зарекомендував себе за кордоном, є відеореклами в місцях масового скупчення людей. Це так звана технологія InDoor TV. Фахівці стверджують, що на неї звертають увагу більше 90 % потенційних покупців [4].

На сьогоднішній день такі країни, як Японія, Китай, Франція, Німеччина, США, активно використовують подібний тип реклами у великих супермаркетах, клубах, розважальних торгових центрах. Реклама набула поширення у сфері комп'ютерних технологій, а також банківської та продуктової.

Використання даної технології для демонстрації відеороликів – це прекрасна можливість ефективного впливу на споживача, адже креатив важливий на кожному етапі рекламної комунікації – від ідеї до її візуального втілення.

Ще один інноваційний і ефективний тип реклами – технологія інтерактивної взаємодії JustTouch, що з'явилася в США ще на самому початку 21-го століття. Працюючи на базі системи TouchScreen, вона дозволяє відслідковувати рух рук споживача і з їх допомогою управляти функціями



меню, розташованого на спеціальному табло. Система реагує на будь-який, навіть найлегший, дотик. Це відбувається завдяки надчутливій сенсорній плівці, що покриває поверхню інформаційного табло. Споживач зможе сам знайти потрібну йому інформацію, перевірити наявність товару, ознайомитися з програмою закладу. При цьому в поле зору покупця постійно потрапляє логотип рекламованого бренду, але не дратує, а відкладається в пам'яті. Дана система здатна перетворити будь-яку вітрину в повнофункціональний канал продажів, будь то вітрина автосалону, банку або стенд виробника йогуртів.

Ground FX – це надсучасна інтерактивна проекція, розроблена компанією GestureTek, яка дозволяє споживачеві не просто спостерігати за рекламним сюжетом, а й брати в ньому участь.

За допомогою спеціальних технічних установок об'ємне зображення проектується на плоску поверхню. Пройти мимо непоміченим неможливо: система миттєво зреагує на найменший рух. Наприклад, на віртуальній воді утворюються круги, літає зграя птахів, а віртуальний пан привітно кивне головою. Сьогодні даний вид реклами через його високу ефективність усе частіше використовується виробниками і великими торговельними комплексами в Європі, Америці, Росії і деяких країнах СНД для BTL-акцій, а також для збільшення потоку споживачів і забезпечення більш частих відвідувань. Різні event-заходи, виставки, ярмарки, презентації продукції – усе це ті області, в яких активно використовується рекламна технологія Ground FX [4].

Навряд чи інновації в рекламі повністю витіснять традиції. Однак з огляду на настрої споживачів, які втомилися від одноманітності, і дефіцит рекламних площ, швидше за все традиційній рекламі доведеться потіснитися, тому що інноваційні рекламні технології більш захоплюючі, легко засвоювані й ефективні. За підрахунками фахівців, їх використання здатне збільшити обсяг продажів представленої продукції на 20 – 45 %! Це серйозний аргумент на користь інноваційної реклами.

Наук. керівн. Верещагіна Г. В.

Література: 1. Миронов Ю. Б. Основи рекламної діяльності : навч. посібн. / Миронов Ю. Б., Крамар Р. М. – Дрогобич : Посвіт, 2007. – 108 с. 2. Данайканич О. В. Вдосконалення підходів визначення ефективності рекламної діяльності підприємств / Данайканич О. В. // Науков. вісник Ужгородського ун-ту. – 2011. – № 33. – С. 26–30. 3. Основи управління маркетингом / Ромат Е. и др. – Х. : ХІОП, 2007. 4. Березина Ю. Інноваційні рекламні технології / Березина Ю. // Продвижение Продовольствия. Prod&Prod. – 2009. – № 10–11 (12–13). 5. Аньшина В. М. Инновационный менеджмент: концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития : учебн. пособ. / Аньшина В. М., Дагаева А. А. – 3-е изд., перedel. – М. : Справа, 2007. – 584 с. 6. Росситер Дж. Р. Реклама и продвижение товаров / Росситер Дж. Р., Перси Л. – СПб. : Питер, 2005.

УДК 330.42

Краснікова О. С.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто особливості управління інноваційною діяльністю та основні чинники, що негативно впливають на інноваційний розвиток.

Аннотация. Рассмотрены особенности управления инновационной деятельностью и основные факторы, которые негативно влияют на инновационное развитие.

Annotation. The features of management innovative activity and basic factors that negatively influence innovative development are considered.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інноваційний розвиток.

Сьогодні через посилення міжнародної конкуренції забезпечити конкурентоспроможність галузей промисловості можна лише на основі активізації інноваційної діяльності, яка з використанням науково-інноваційних розробок стає каталізатором економічного розвитку господарства країни.

Аналіз наукових праць свідчить, що сьогодні основна увага приділяється дослідженню особливостей розвитку інноваційної діяльності загалом, тоді як недостатньо вивченими залишаються



питання управління інноваційною діяльністю на підприємствах, що потребують активного державного регулювання. Однак проблема постає не у формуванні загальних теоретичних напрямів державної інноваційної політики, а у пошуці шляхів стимулювання інноваційних процесів на підприємствах з боку держави, які фактично здатні сприяти розвитку національної економіки.

Дослідженнями в напрямку управління інноваційною діяльністю підприємства займалися такі вчені, як П. Друкер, К. Фріман, Балабанов І. Т., Гольдштейн Г. Я., Гриньова В. М., Завлін П. М., Ілляшенко С. М., Ільдеманов С. В., Іленкова С. Д., Кібанов А. Я., Ковальов О. П., Мединський В. Г., Пригожин О. І., Трегуб Д. В., Фатхутдінов Р. А.

Метою статті є поглиблення теоретичного обґрунтування сутності інновацій та необхідність їх запровадження для підприємств України.

Дослідження інноваційного розвитку підприємств промисловості вимагає, насамперед, з'ясувати поняття "інновація". Вперше термін "інновація" запропонував австрійський вчений Й. Шумпетер (1930 р.). Він розглядав інновацію як будь-яку можливу зміну, що відбувається внаслідок використання нових або вдосконалених вирішень технічного, технологічного, організаційного характеру в процесах виробництва і збуту продукції [1]. У сучасній вітчизняній економічній літературі ще не визначено єдине загальне поняття "інновація". У загальному випадку під інновацією розуміється використання нової техніки і технологій, методів організації. Згідно з міжнародною практикою, "інновація" є кінцевим результатом інноваційної діяльності, що отримав втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, технології або в новому підході до послуг. У Законі України "Про інноваційну діяльність" термін "інновації" вживається в такому значенні: "новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери" [2].

Сьогодні термін "інновація" поширений і активно використовується в усіх галузях економіки.

Наповнення змісту зазначеного поняття здійснюється через певну діяльність, яка забезпечує існування інновації. У теорії і практиці така діяльність називається інноваційною. За існуючими визначеннями [2], остання становить взаємозалежну та узгоджену послідовність дій, що допускає використання проміжних і кінцевих результатів науково-дослідних робіт для втілення їх у новому чи вдосконаленому товарі за допомогою технологічного процесу виготовлення продукції. У цьому контексті інноваційна діяльність розглядається як матеріалізація науково-технічного прогресу, яка спрямована на практичне використання науково-технічного результату й інтелектуального потенціалу з метою отримання нового чи поліпшення існуючого продукту, способу його виробництва та задоволення потреб суспільства у високоякісних товарах і послугах.

Інноваційна діяльність є одним із істотних елементів відновлення економіки. Вона потребує використання комплексу науково-технічних та промислових факторів, що встановлюють ринкове середовище, яке треба розглядати з погляду їх впливу на економіку країни. Упровадження інновацій тільки тоді має успіх, коли ефект для економіки та суспільства перевищує наявні затрати.

На вітчизняних підприємствах відбувається нагромадження застарілої техніки та обладнання, відсутні достатні джерела для відтворення основних засобів, що призводять до низької продуктивності праці, високих цін і низької якості продукції. Тому в основу зростання конкурентоспроможності як економічної ефективності промисловості має бути покладено постійне і швидке оновлення основних засобів, що вимагає від підприємств пошуку джерел, а від держави – створення умов для інвестування.

Для подолання технологічного й технічного відставання підприємств та підвищення технічного рівня виробництва, що забезпечує конкурентоспроможність продукції за ціною та якістю і витіснення аналогічних товарів, які імпортуються, потрібне оздоровлення фінансово-економічного стану підприємств; зниження відсоткової ставки до рівня, за якого стане можливим кредитування виробництв, орієнтованих на внутрішній ринок; створення умов для залучення інвестицій у галузі й кредитування підприємств банками другого рівня; залучення іноземних інвесторів у виробництво окремих споживчих товарів з метою підвищення технологічного й технічного рівня виробництва; визначення пріоритетів і селективна інвестиційна підтримка найефективніших підприємств, що випускають високотехнологічну, конкурентну продукцію на внутрішньому й зовнішньому ринках; надання технічної, технологічної і методичної допомоги підприємцям з організації і розвитку виробництва, оформлення бізнес-планів [3].

Особливу увагу варто приділити питанню фінансування розвитку інновацій, яке, на жаль, в Україні не здійснюється належним чином.

До основних чинників, що негативно впливають на інноваційний розвиток та його управління, слід віднести:

низький рівень бюджетного фінансування науково-дослідних робіт, що передують інноваціям;

відсутність механізмів надання пільг промисловим підприємствам, що впроваджують інновації;

відсутність галузевої програми державної інноваційної політики, економічних механізмів, спрямованих на забезпечення переходу на інноваційну модель розвитку;

відсутність галузевого інноваційного фонду для фінансування науково-дослідних робіт;

наявність податку на чистий прибуток державних підприємств.

Для вдосконалення управління інноваційною діяльністю з боку держави необхідно спрямувати її зовнішню політику на максимальне використання можливостей інтеграції з міжнародними

економічними об'єднаннями та впровадити роботу з адаптації іноземного досвіду сприяння інноваційній діяльності. Також Україна має хороший кадровий потенціал, який не поступається потенціалу багатьох зарубіжних країн.

Отже, інноваційна діяльність підприємств є головним чинником успіху в зростаючій ринковій конкуренції, основним засобом підвищення ефективності виробництва та якості промисловості. Держава повинна підтримувати інноваційно активні підприємства, забезпечувати рівність конкурентних умов з зарубіжними виробниками продовольчих товарів, сприяти залученню інвестицій задля використання вітчизняних передових технологій та адаптації до вітчизняних умов іноземних технологічних інновацій.

Наук. керівн. Веретенникова Г. Б.

Література: 1. Гриньова В. М. Організаційні проблеми інноваційної діяльності на підприємствах : монографія / Гриньова В. М., Власенко В. В. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2005. – 200 с. 2. Про інноваційну діяльність : Закон України // Відомості Верховної Ради. – 2002. – № 40-IV. 3. Бреус С. В. Аналіз інноваційної діяльності промислових підприємств України / Бреус С. В. // Економіка та управління інноваціями. – 2004. – № 6. – С. 121–128.

УДК 330.101.542

Усікова Т. М.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Розглянуто теоретичні аспекти управління інноваційними ризиками та етапи процесу управління ризиками за сучасних умов розвитку України.

Аннотация. Рассмотрены теоретические аспекты управления инновационными рисками и этапы процесса управления рисками в современных условиях развития Украины.

Annotation. The theoretical aspects of innovative risk management and risk management process steps in the current situation of Ukraine have been considered.

Ключові слова: інновація, ризик, інноваційна діяльність, управління, оцінка.

Україна на сучасному етапі розвитку вирішує питання щодо подолання розриву з економічно розвиненими країнами за рахунок переходу на інноваційний шлях розвитку. Безперечно, це є актуальним для промисловості. Але через високий ризик інноваційною діяльністю займається незначна кількість промислових підприємств. Отже, проблема адекватної оцінки інноваційних ризиків і розробка ефективних заходів з їх запобігання, зниження або компенсації є дуже актуальною.

За умов конкурентної боротьби між підприємствами за залучення інвесторів та поліпшення умов інвестування підприємства повинні постійно підвищувати свою інвестиційну привабливість, прагнучи зберегти та посилити свої конкурентні позиції на ринку, розширювати сфери діяльності, покращувати показники своєї діяльності, тобто довести потенційним інвесторам, що це підприємство більш інвестиційно привабливе порівняно з іншими підприємствами-конкурентами та інвесторам вигідніше вкласти кошти саме у це підприємство. Через це підприємства змушені весь час займатися пошуком нових ідей, впроваджувати сучасні технології та виготовляти нову продукцію для задоволення зростаючих та змінних потреб споживачів. Але ж впровадження нових технологій та випуск нових товарів супроводжується значними ризиками. Проблема управління інноваційними ризиками приділяли увагу такі вчені, як: Мединский В. Т., Балабанов І. Г., Гунін В. Н.

Проте деякі питання щодо обґрунтування послідовності дій у процесі уникнення або зниження негативної дії ризиків в інноваційній діяльності підприємств потребують подальшого дослідження та вдосконалення.

© Усікова Т. М., 2012



Метою даної статті є узагальнення теоретико-методичних положень щодо управління ризиками в умовах реалізації інноваційних проектів на підприємствах.

Інноваційний ризик – це міра можливих збитків, які можуть виникнути у разі вкладення підприємницькою фірмою коштів у виробництво нових товарів, технологій, послуг, що не відразу сприймаються ринком або не знаходять свого споживача взагалі [1].

Класифікація ризиків відіграє велике значення при їх управлінні, тому що дозволяє визначити, до якої групи належить кожен вид ризику, які йому властиві особливості, яку обрати стратегію запобігання даного виду ризику в інноваційній діяльності. У різних ситуаціях для зниження різних видів ризику потрібно обирати такий метод, щоб підвищувалася ефективність інноваційної діяльності, знизився рівень невизначеності та ризику [2].

Під факторами ризику в інноваційній діяльності розуміють такі незаплановані події, які можуть потенційно відбуватися і спричиняти вплив на хід реалізації проекту, або умови, що викликають невизначеність результату ситуації. Найсильнішим фактором ризику є конкуренція [3].

Інноваційний ризик може виникнути у таких ситуаціях: впровадження дешевого методу виробництва товару або відмова від надання послуги порівняно з тими, що вже використовуються; створення нового товару або надання послуги на старому обладнанні; виробництво нового товару або надання послуги із допомогою нової техніки і технології [2].

Управління ризиком – процес вибору альтернативних рішень на підставі результатів оцінки ризику та в разі необхідності вибору і впровадження засобів управління (контролю), включаючи регуляторні заходи. Управління ризиками здійснюється не задля зниження ризиків, а задля підвищення якості та обґрунтованості стратегічного управлінського рішення.

Увесь процес управління інноваційними ризиками поділяється на певні етапи.

Перший етап постановки цілей управління ризиками характеризується використанням методів аналізу і прогнозування економічної кон'юнктури, виявлення можливостей і потреб підприємства у рамках стратегії і поточних планів його розвитку.

На другому етапі аналізу ризику використовуються методи якісного та кількісного аналізу: методи збору наявної і нової інформації, моделювання діяльності підприємства, статистичні і ймовірнісні методи та ін.

На третьому етапі проводиться зіставлення ефективності різних методів впливу на ризик: запобігання ризику, зниження ризику, прийняття ризику на себе, передачі частини або всього ризику третім особам, що завершується прийняттям рішення про вибір їх оптимального набору.

На завершальному етапі управління ризиками проводиться аналіз ефективності обраних методів впливу на ризик. Результатом даного етапу буде нове знання про ризик, що надає змогу, за необхідності, відкоригувати раніше поставлені цілі управління ризиком.

Таким чином, на кожному з етапів використовуються свої методи управління ризиками. Результати кожного етапу стають вихідними даними для наступних етапів, утворюючи систему прийняття рішень зі зворотним зв'язком. Така система забезпечує максимально ефективне досягнення цілей, оскільки знання, отримані на кожному з етапів, дозволяють коригувати не тільки методи впливу на ризик, але й самі цілі управління ризиками [4].

На сьогодні найбільш розповсюдженими методами кількісного аналізу ризику є: статистичний, метод аналізу доцільності витрат, коригування норми дисконту, коефіцієнтів достовірності, аналіз чутливості критеріїв ефективності, метод сценаріїв, аналіз ймовірного розподілу потоків платежів, метод дерева рішень, експертне оцінювання, метод використання аналогів, метод Монте-Карло.

Кожен з них має свої недоліки, і в практичній діяльності необхідно використовувати кілька різних методів. Звичайно, отримані різними методами результати будуть відрізнятися, але аналіз розходжень між ними дозволить виявити фактори, які враховуються в одних методах і не враховуються в інших, що впливає на точність оцінки і вірогідність отриманих результатів.

Проблема управління інноваційними ризиками є дуже актуальною, особливо в період високорозвинених технологій. Багато іноземних підприємств, незважаючи на великий ризик, займається інноваційною діяльністю, намагаючись стати монополістами, щоб диктувати свої умови на ринку та отримувати надприбутки. В Україні дуже мало підприємств, які займаються інноваційною діяльністю, що пов'язано із невизначеністю подальшого розвитку країни. Тому необхідно стабілізувати стан розвитку країни, створити сприятливі умови для здійснення інноваційної діяльності, оскільки Україна є дуже привабливою для іноземних інвесторів, для впровадження і здійснення інноваційних процесів у різних сферах діяльності.

Наук. керівн. Ріпка Д. О.

Література: 1. Ісаєва О. В. Концептуальний підхід до рівнів формування економічної дестабілізації та класифікації чинників / Ісаєва О. В. // Економічний вісник Донбасу. – 2009. – № 1 (15). 2. Ільяшенко С. Н. Інноваційні ризики та їх класифікація / Ільяшенко С. Н. // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 4. – С. 93–103. 3. Інноваційний розвиток промисловості України / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін. ; під ред. проф. О. І. Волкова, проф. М. П. Денисенко. – К. : КНТ, 2006. – 648 с. 4. Вергал К. Ю. Інноваційний розвиток підприємства через інтеграцію стратегічного та інноваційного менеджменту / Вергал К. Ю. // Економічний вісник Донбасу. – 2009. – № 1 (15).

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ТА ЕТАПИ РОЗРОБКИ МЕДІАПЛАНУ

Анотація. Розглянуто принципи та етапи розробки медіаплану, вмiле виконання яких допоможе правильно організувати рекламу стратегію та досягти найкращого результату в рекламній кампанії.

Аннотация. Рассмотрены принципы и этапы разработки медиаплана, умелое выполнение которых поможет правильно организовать рекламную стратегию и добиться наилучшего результата в рекламной кампании.

Annotation. The principles and stages of development of the media plan, skillful execution of which will help to organize an advertising strategy and achieve the best result in an advertising campaign have been considered.

Ключові слова: медіапланування, реклама, засоби масової інформації, медіаканал, медіаносій.

Реклама найчастіше для починаючого підприємства виявляється найперспективнішим вкладенням грошей, але оскільки стартовий капітал невеликий, без медіапланування обійтися неможливо.

Питання медіапланування рекламної діяльності знайшли висвітлення в роботах таких дослідників, як: Р. Батра, Гермогенова Л. Ф., Гольман І. А., С. Гаркавенко, Г. Картер, Крилов І. В. та ін.

Медіаплан відповідає за завдання, поставлені перед рекламою. У ньому можна почерпнути відомості про цільову аудиторію та її особливості, дізнатися кращі місця розміщення реклами, з якою періодичністю і яку суму з бюджету треба відкласти на це починання.

Згідно зі статтею 1 Закону України "Про рекламу", реклама визначається як інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару [1]. Це визначення є основою всіх взаємовідносин у сфері реклами в Україні. Звідси й випливає головна гіпотеза рекламування загалом і медіапланування зокрема, про те, що інформація, отримана потенційним споживачем щодо місця і часу покупки, здатна змінити переваги споживача при покупці на користь рекламованого бренда.

Узагалі, медіапланування може розглядатися як процес формування системи каналів доставки рекламних послань адресатам рекламної комунікації, основним завданням якого є оптимізація схеми розміщення рекламних матеріалів, основана на об'єктивних показниках [2].

Процес медіапланування можна розділити на декілька етапів:

На першому, попередньому етапі визначаються й формулюються цілі маркетингу та рекламної діяльності рекламодавця. Виявляється цільовий сегмент маркетингової діяльності й цільова аудиторія, для якої призначено звернення.

На другому етапі приймаються рішення щодо охоплення аудиторії та необхідної кількості рекламних контактів. До цього етапу також можна віднести розробку фірмового стилю рекламної кампанії і створення слоганів.

На наступному, третьому етапі проводиться порівняльний аналіз і безпосередній вибір медіаканалів і медіаносіїв рекламного звернення й розробляється конкретна схема його розміщення. "Носій, який сам цікавить аудиторію, може зробити рекламну кампанію ефективнішою, ніж носій, який нецікавий для читачів (глядачів), однак носій має бути не настільки захоплюючим, щоб реклама сприймалася як чужорідний елемент, що даремно відвертає увагу" [3, с. 50].

На четвертому етапі визначаються рамки бюджету майбутньої рекламної кампанії. Формування бюджету на комунікаційні заходи відбувається на підставі аналізу граничних економічних показників, його сутність полягає в тому, що витрати на маркетингові комунікації та рекламу необхідно збільшувати доти, доки їх сума не почне перевищувати суму додаткового прибутку, одержаного за рахунок цих витрат [4, с.115].

П'ятий етап – розробка рекламного звернення. На цьому етапі визначають форму і стиль звернення, написання тексту або сценарію. На досягнення необхідного рівня ефективності цього етапу впливають як підприємство та його імідж, якість та імідж товару підприємства, так і якість самого рекламного звернення та ефективність засобів масової інформації.

Шостий етап – вибір періоду проведення рекламної кампанії. При вирішенні задач медіапланування дуже важливо враховувати чинник реального часу. У споживачькій поведінці слід виділяти такі тимчасові чинники, як зміна пір року, загальнодержавні свята, сезон відпусток і навчальний рік (сезонність); відмінність між робочими і вихідними днями, що задають цикл відвідування



магазинів та місць обслуговування та впливають на динаміку обсягу покупок; добовий цикл життєвості в цілому та внутрішньоденний цикл медіаспоживання.

Сьомим етапом є складання кошторису та оформлення медіаплану як документа та надання його на розгляд керівництву.

Таким чином, медіаплан допоможе провести аналіз ринкового сегмента, який має намір завоювати той чи інший продукт, оцінити маркетингову ситуацію, встановити цільову аудиторію. Далі в його компетенції позначення цілей рекламної кампанії, вибір місць розповсюдження інформації та подачі матеріалу, розробка плану дій і оцінка з фінансової точки зору.

Отримавши відповіді на вищезазначені запитання і кваліфікований медіаплан, без сумніву, можна бути впевненим у своїй рекламній стратегії.

Наук. керівн. Тонєва К. В.

Література: 1. Про рекламу : Закон України // Урядовий кур'єр. – 1996. – № 4. 2. Ромат С. В. Основи реклами : навч. посібн. / Ромат С. В. – К. : Студцентр, 2006. – 324 с. 3. Крилов І. Реклама, ЗМІ та медіаплани / Крилов І. // Рекламний вимір. – 2002. – № 6(23). – С. 21–24. 4. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій : навч. посібн. / Лук'янець Т. І. – К. : КНЕУ, 2000. – 440 с. 5. Лисицький Д. Медиастратегия: две теории и современный подход / Лисицкий Д. // М.А.ДЕ. – 2006. – № 4. – С. 65–67. 6. Росситер Дж. Реклама и продвижение товаров / Росситер Дж., Перси Л.; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2000. – 650 с. 7. Щепилов К. В. Медиаисследования и медиапланирование / Щепилов К. В. – М. : РИП-Холдинг, 2005. – 222 с.

Розгоні М. В.

УДК 371:351.859

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ПРОБЛЕМИ ЙОГО РЕАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто особливості трансферу технологій, а також визначено на цій основі напрями його активізації в Україні.

Аннотация. Рассмотрены особенности трансфера технологий, а также определены на этой основе направления его активизации в Украине.

Annotation. Peculiarities of technologies transfer have been regarded, and based on them directions towards its activization in Ukraine have been defined.

Ключові слова: технологія, трансфер технологій, ліцензія, патент, авторські права.

Технології є одним із найважливіших об'єктів права інтелектуальної власності. Складниками технології можуть бути кілька винаходів, корисних моделей, промислових зразків, торговельних марок, об'єктів авторських прав, комерційні таємниці (ноу-хау) тощо. Ефективним шляхом їх комерціалізації є передача майнових прав на них за договором (трансфер). Часто таким договором на передачу прав є ліцензійна угода.

Мета дослідження – узагальнення особливостей трансферу технологій та визначення на цій основі напрямів його активізації в Україні.

Продажу технологій сприяє затребуваність технологій промисловістю. Можна очікувати, що буде попит на такі перспективні технології, необхідні людству в XXI столітті, як:

- інформаційна та комунікаційна технологія;
- біоінженерія;
- нова фізика;
- медицина;
- екологія, особливо глобальна зміна клімату, екологічно чиста енергія;
- нові матеріали.

Економічно розвинені країни успішно використовують трансфер технологій для регулювання взаємовідносин між наукою і промисловістю, знаннями та досвідом, технологічним процесом і продукцією, що випускається. Під трансфером технологій розуміється передача технологій шляхом укладення одностороннього та багатостороннього договору між фізичними та/або юридичними особами, яким встановлюються, змінюються або припиняються майнові права й обов'язки до технологій та/або їх складових [1] Якщо сформулювати більш точно, то трансфер технологій – це

© Розгоні М. В., 2012



процес, за допомогою якого певна ідея вченого або винахідника (у будь-якій сфері діяльності) перетворюється на відчутний успіх як для автора, так і для всього суспільства. Прийнято виділяти три основні форми трансферу технологій:

1. Внутрішній трансфер, при якому трансфер технологій здійснюється шляхом передачі технологій від одного підрозділу організації до іншого.

2. Квазивнутрішній трансфер – це рух технологій усередині альянсів, союзів, об'єднань самостійних юридичних осіб.

3. Зовнішній трансфер, тобто процес поширення технології, у якому беруть участь незалежні розробники та споживачі технології [1].

Основна мотивація трансферу технологій – це отримання доходів від роялті, проникнення на закордонні ринки, продаж товарів, що виготовляються на основі цих технологій, обмін технологіями й урегулювання конфліктів. Однією з привабливих сторін трансферу є заощадження часу. Купівля ліцензії на технологію значно скорочує час, порівняно з ситуаціями, коли доводиться розробляти технологію від самого початку або намагатися уникнути порушення прав третіх осіб на інтелектуальну власність. Якщо трансфер технологій дозволить отримати прибуток за найнижчих витрат та якнайшвидше і якщо для цього потрібно придбати технологію за розумною ціною, то це варто зробити.

Трансфер технологій має деякі труднощі. Так, наприклад, необхідно переконати автора ідеї, що довести ідею до успіху, до кінцевого продукту, самостійно йому буде доволі складно. Якщо це вдасться, то є можливість витратити менше фінансів на придбання технології. Також ідея повинна пройти за інноваційним ланцюгом, що дозволяє провести проект від ідеї до його реалізації на підприємстві з перспективами зростання. Схематично можна представити цей ланцюжок у такому вигляді: "теоретик-винахідник -> дослідник-практик -> дослідник-технолог -> технолог-виробник -> маркетолог-продавець", поступово залучаючи в цю схему інноваційні центри і адміністрацію, пресу і банк, а також допоміжні виробництва [2].

З урахуванням схеми можна розділити процес трансферу технологій на етапи. На етапі ідеї здійснюється попередня оцінка затребуваності даної технології на ринку, перевірка можливостей захисту. Після закінчення досліджень – детальний маркетинговий аналіз, включаючи пошук потенційних покупців. У разі визнання розробки перспективною – ключовий момент: складання патентної заявки і отримання патенту. Наступний етап – рішення про форму трансферу: видача ліцензії, створення дочірньої компанії або спільного підприємства, продаж патенту.

Трансфер технологій дозволяє поліпшувати як позиції, так і структуру присутності країн на міжнародному ринку, здійснюючи тим самим зовсім не адміністративний вплив на структуру виробництва товарів і послуг національного приватного сектору економіки, а ринковий підхід на передачу передових наукових розробок у виробництво. Для країн перехідного періоду розвиток трансферу технологій може бути кроком на шляху реструктуризації економіки та переорієнтації її на інноваційний розвиток. На відміну від практики інших країн в Україні трансфер технологій поки ще не отримав необхідного розвитку. Саме тепер можна говорити про першу проблему, з якою стикаються першопрохідці трансферу технологій в Україну. Наукомісткий характер винаходів вимагає від співробітників глибокого розуміння тематики. Саме таких фахівців не вистачає в Україні, до того ж ВНЗ та інститути найчастіше не готові платити їм конкурентну платню. Тому більшість фахівців з інноваційного менеджменту працюють або в приватних центрах трансферу технологій (незалежні організації, які співпрацюють одночасно з кількома вузами), або у венчурних фондах, або здійснюють функції технологічного брокера для великих корпорацій-рейдерів [3].

Необхідною умовою активізації трансферу технологій в Україні є проведення комплексу заходів, тобто створення умов для просування наукоємних, інноваційних продуктів як на внутрішній, так і міжнародній ринки з використанням сучасних інформаційних технологій.

Трансфер технології відіграє велику роль в економічному розвитку кожної держави. З аналізу досвіду провідних країн світу в цій сфері слід зазначити, що протягом останніх двадцяти років влада все більше уваги приділяє належному законодавчому регулюванню передачі технологій. При цьому важливим моментом є вибір правильного підходу до способу закріплення майнових прав інтелектуальної власності на технології, які створюються за рахунок коштів державного бюджету.

Україна знаходиться на стадії становлення та розвитку законодавства у сфері трансферу технологій. Тому важливо вивчити досвід іноземних держав щодо правового регулювання цих відносин і виявити позитивні напрацювання, які можна було б перейняти і закріпити в нормативно-правових актах нашої держави [4].

Таким чином, Україні, яка зберегла значний науково-технічний потенціал, у найкоротші терміни необхідно освоїти механізми комерціалізації результатів наукових досліджень і науково-технічних розробок і включити інтелектуальний продукт у ринковий оборот з тим, щоб стати гідним учасником міжнародної економіки знань.

Наук. керівн. Ріпка Д. О.

Література: 1. Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій : Проект Закону України від 18.07.2003 р. № 4008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 2. Управління інтелектуальною власністю / Цибульова П. М., Чеботарьов В. П., Зінова В. Г. та ін. ; монографія за ред. П. М. Цибульова. – К. : К.І.С., 2005. – 448 с. 3. Лысенко В. С. Предпосылки и методологические основы создания и развития в Украине сети трансфера технологий / Лысенко В. С., Егоров С. А. // Математические машины и системы. – 2008. – № 1. – С. 46–51. 4. Управление трансфером технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.spa.msu.ru/molchanova/innov-Management2/06-01.htm>.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ІННОВАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА ЯК ОСНОВА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Анотація. Розглянуто зміст інноваційної інфраструктури та обґрунтовано ефективність її підтримки під час розвитку інноваційної діяльності суб'єктів господарювання.

Анотация. Рассмотрена сущность инновационной инфраструктуры и обоснована эффективность ее поддержки при развитии инновационной деятельности субъектов хозяйствования.

Annotation. Essence of innovative infrastructure is considered in the article and efficiency of its support is grounded at development of innovative activity of management subjects.

Ключові слова: інноваційна інфраструктура, суб'єкти інноваційної діяльності, розвиток, інновації.

Динаміка розвитку сучасного суспільства визначається ефективністю інноваційних процесів, що відбуваються в різних сферах життя. Розповсюдження і розвиток інноваційної діяльності стає одним з найважливіших системних чинників підвищення рівня конкурентоспроможності та національної безпеки країни.

Як показує світовий досвід, лідерські позиції в технологічному та соціально-економічному розвитку займають саме ті країни, які мають розвинену та ефективно функціонуючу інноваційну інфраструктуру і використовують її в усій сфері створення та реалізації новацій.

Актуальним сьогодні є те, що необхідність запровадження інноваційної моделі розвитку на українських підприємствах актуалізується не лише у промисловому секторі, а й серед середніх та малих підприємств. Підприємства, що працюють на висококонкурентних ринках, дедалі частіше стикаються з необхідністю регулярного оновлення своєї продукції та послуг, а деякі з них радикально перебудовують систему бізнес-процесів з орієнтацією на інноваційну модель розвитку підприємства, яка має забезпечити його повну конкурентоспроможність.

Дослідженням питань розвитку інноваційної інфраструктури займалися такі вчені, як Краснокутська Н. В. [1], Нежиборець В. П. [2], Жилінська О. І. [3], Васенко В. К. [4]. В їх роботах розглянуто питання щодо інноваційної діяльності підприємств, інноваційної інфраструктури, проте їх дослідження є недостатньо повними, тому метою статті є обґрунтування найкращого варіанта розвитку інноваційної інфраструктури в Україні.

Інтеграція виробництва і науки є невід'ємною частиною сучасного інноваційного процесу. Активна взаємодія всіх суб'єктів господарювання з науково-дослідними організаціями створює умови для ефективної реалізації досягнень науково-технічного прогресу та забезпечення прибутковості та конкурентоспроможності організацій.

Використання новітніх технологій, нових видів продукції створює для фірм основу довгострокової конкурентної стратегії, задоволення нових потреб споживачів; підсилює ринкові позиції лідерів світової економіки за рахунок комерційного використання інновацій. Тому зростає попит на дослідно-прикладні розробки та програми, що сприяє появі різноманітних організаційних форм, які забезпечують цілеспрямованість НДДКР стосовно конкретного ринку та інтенсивного використання результатів наукових досліджень у виробництві.

Організаційна структура НДДКР – це сукупність наукових, конструкторських, проектних, технологічних та інформаційних підрозділів (лабораторій, відділів, секторів, груп), які здійснюють основну творчу діяльність, спрямовану на створення інтелектуального продукту – інновацій, а також виробничих, допоміжних і управлінських підрозділів, які забезпечують виконання планів НДДКР та реалізацію створених інновацій [4, с. 302].

На принципах інтеграції, міжфірмової кооперації розвивається науково-технічне співробітництво з науковими установами, університетами, центрами, унаслідок чого виникають нові організаційні форми такої взаємодії. До них належать технополіси, технопарки, бізнес-інкубатори, науково-промислові комплекси різних видів, підприємницькі асоціації, міжфірмові стратегічні альянси. Такі організаційні форми інноваційної діяльності вирішують проблеми нового інноваційного розвитку,

пов'язаного з формуванням новітніх технологічних укладів. Це новоутворені форми управління циклом "наука – техніка – виробництво".

Одним із найважливіших напрямів розвитку й стимулювання інноваційної діяльності є створення інноваційної інфраструктури, яка здатна організувати та оптимізувати зв'язок між суб'єктами інноваційної діяльності та забезпечити учасників інноваційного процесу необхідними ресурсами.

Інноваційна інфраструктура – сукупність підприємств, організацій, установ, їх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, що надають послуги із забезпечення інноваційної діяльності (фінансові, консалтингові, маркетингові, інформаційно-комунікативні, юридичні, освітні тощо) [5].

Також під інноваційною інфраструктурою розуміють увесь необхідний спектр державних і приватних установ та організацій, які забезпечують розвиток і підтримку всіх стадій інноваційного циклу [6].

Розвиток інноваційної інфраструктури передбачає створення центрів трансферу технологій, інформаційно-технологічних центрів, науково-технологічних парків, бізнес-інкубаторів, мережі інших організацій, що надають інформаційні, консалтингові, фінансові й інші види послуг, спрямовані на підтримку й розвиток інноваційної діяльності в містах та регіонах. Інститути інноваційної інфраструктури створюють необхідні умови для розвитку малих та середніх інноваційних підприємств, допомагають організаціям щодо випуску наукоємної високотехнологічної продукції та послуг.

Формування інноваційної інфраструктури повинне базуватись на таких принципах [3, с. 63]:

- адекватність інфраструктури рівню розвитку регіону;
- відповідність реальним потребам, раціональне територіальне розміщення;
- функціональна концентрація на гострих проблемах інноваційної діяльності;
- доступність послуг для підприємців (територіальна, інформаційна, вартісна);
- залучення державних і недержавних ресурсів.

Інноваційна інфраструктура зумовлює темпи розвитку економіки країни. Досвід розвинених країн світу підтверджує, що в умовах глобальної конкуренції на світовому ринку виграє той, хто володіє найбільш ефективним механізмом інноваційної діяльності, хто має розвинену інфраструктуру створення і реалізації інновацій [3, с. 61].

Ця структура має бути універсальною. Повинна бути налагоджена гнучка система підготовки і перепідготовки кадрів-професіоналів у сфері інноваційної діяльності, ефективно реалізуючих комплексні проекти відновлення і розвитку вітчизняних виробництв і територій. Необхідно розробити ефективну та персоналізовану систему мотивації інноваційно-активного персоналу, створити найкращі умови для праці та надати всі необхідні ресурси, обладнання, техніку тощо. Розробка певних показників оцінки діяльності працівників дозволить розрахувати ефективність та майбутній прибуток.

З метою вдосконалення інноваційної інфраструктури слід ширше залучати науково-технічний потенціал регіону (науково-виробничі підприємства, конструкторські бюро, лабораторії) та спеціалізуватись на більш розвинутих галузях економіки саме в цьому регіоні.

На даному етапі важливими завданнями залишаються упорядкування, підтримка діяльності існуючих об'єктів інноваційної інфраструктури та координація процесів створення і розвитку нових установ, їх організаційне та методичне забезпечення.

Для мотивації бізнесу до інновацій необхідно створювати адекватні правові, економічні, податкові механізми, всіляко сприяти розвитку інноваційної інфраструктури.

Якнайкращим варіантом розвитку інноваційного середовища є налагодження тісного контакту між державою, безпосередньо зацікавленою в зростанні цієї галузі, що підвищує соціально-економічний добробут громадян та збільшує частку вітчизняних інноваційних товарів на міжнародному ринку; освітою – в особі вищих навчальних закладів, що виступають як джерело інноваційних ідей; підприємництвом, здатним здійснити фінансування інноваційних розробок. Урахування зазначених особливостей є підґрунтям успішного розвитку інноваційної інфраструктури та створює можливість організувати мережі технопарків, а у більш науково сконцентрованих зонах країни заснувати технополіси (рисунок).



Рис. **Формула успішного розвитку інноваційної інфраструктури**

Відсутність програм розвитку інноваційної інфраструктури не дозволяє координувати діяльність існуючих інноваційних структур. Наслідком цього є брак загальних правил формування і функціонування елементів інноваційної інфраструктури в регіонах, їх чіткого переліку та системи взаємозв'язків [4, с. 24].

Отже, основою інноваційної інфраструктури, найбільш адекватним механізмом реалізації інновацій є інфраструктура інноваційних інжинірингових центрів, які повинні акумулювати новітні досягнення знань та технологій, а також виступати гарантом успішної реалізації інноваційного проекту й забезпечити охоплення повного інноваційного циклу: від вивчення кон'юнктури ринку кінцевої інноваційної продукції до здачі об'єкта "під ключ" з кадровим забезпеченням і наступним сервісним обслуговуванням.



На думку автора, основним завданням України є ефективне використання наявного інтелектуального та науково-технологічного потенціалу для найшвидшого розвитку суспільства шляхом створення та підтримки інновацій, найкращим підґрунтям для цього є інноваційна інфраструктура.

Наук. керівн. Ястремська О. М.

Література: 1. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент : навч. посібн. / Краснокутська Н. В. – К. : КНЕУ, 2009. – 504 с. 2. Нежиборець В. Інноваційна інфраструктура: проблеми, перспективи рішення / Нежиборець В. // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2007. – № 5. – С. 60–69. 3. Жилінська О. І. Розвиток інноваційної інфраструктури / Жилінська О. І., Чеберкус Д. В. // Фінанси України. – 2009. – № 7. – С. 57–67. 4. Васенко В. К. Вільні економічні зони: стратегія розвитку : монографія / В. К. Васенко. – Суми : Вид-во "Довкілля", 2004. – 348 с. 5. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 6. Вікіпедія. – Режим доступу : http://uk.wikipedia.org/wiki/Інноваційна_інфраструктура.

Оганесян М. Г.

УДК 658.012

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ РОЗРОБКИ ФІНАНСОВОЇ СКЛАДОВОЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Анотація. Розглянуто сучасні методи аналізу та визначення оптимальних варіантів фінансового забезпечення бізнес-плану підприємства. Запропоновано структуру створення бізнес-плану в сучасних умовах.

Аннотация. Рассмотрены современные методы анализа и определения оптимальных вариантов финансового обеспечения бизнес-плана предприятия. Предложена структура создания бизнес-плана в современных условиях.

Annotation. The contemporary methods of analysis and determination of the optimal variants of the financial provision for the enterprise business plan have been considered. Structure of the business plan formation under the current conditions is offered.

Ключові слова: бізнес-план, аналіз, грошові кошти, капітальні вкладення, фінансові плани, видатки, доходи, коефіцієнти.

Фінансовий план є ключовим розділом бізнес-плану. Головна мета фінансового плану – узагальнити основні положення всіх попередніх розділів бізнес-плану, зводячи їх в одне ціле у вартісній формі, та обґрунтувати доцільність реалізації даного підприємницького проекту з економічної точки зору [1].

Проблеми оптимізації структури фінансової складової бізнес-плану розглядаються у працях Л. Агафонова, В. Балюк, В. Гетало, А. Ідрисова, С. Ліхтенберга, К. Моран, А. Поддєрьогіна, С. Покропівного, О. Рога, Ф. Рудольфа, Д. Рябих, Г. Тарасюка, О. Таряник та ін.

Розглядаючи фінансову частину бізнес-плану та вивчаючи основні показники, розроблені як вітчизняними, так і деякими західними науковцями, слід зазначити, що всі вони відштовхуються від однієї й тієї ж структури фінансового плану, але кожен має власну думку і складає план з урахуванням різних фінансових показників.

Насамперед, це пов'язано з неможливістю визначити єдину структуру через багатогранність української економіки. Так, для кожної окремої галузі і навіть для кожного окремого підприємства існують певні особливості, які й формують його унікальне ділове середовище.

Оптимальною структурою фінансової частини бізнес-плану є така [2]:

- 1) план реалізації продукції (послуг);
- 2) план прибутків і збитків;
- 3) план руху грошових коштів;
- 4) прогнозний баланс;
- 5) фінансування;
- 6) фінансові коефіцієнти.

© Оганесян М. Г., 2012



Окрім цих основних документів, у фінансовому плані необхідно описати основні фінансові розрахунки та витрати, провести калькуляцію собівартості та описати кошторис витрат на проект.

Фінансовий план повинен містити інформацію про витрати підготовчої стадії, витрати основного періоду, розрахунок надходжень, витрати, пов'язані з обслуговуванням кредиту, податкові платежі, інші надходження та витрати. Також необхідно чітко й стисло викласти всі припущення й передбачення, пов'язані з даним проектом, у текстовій частині фінансового плану.

Розглянемо тепер детальніше кожен з наведених вище підпунктів фінансового розділу.

Прогноз реалізації (за ринкових умов господарювання) треба складати за кожним видом продукції окремо. При цьому в процесі прогнозування обсягів продажу рекомендується дотримуватися консервативного підходу, тобто дещо занижувати можливі обсяги продажу. Це допоможе висвітлити в бізнес-плані найбільш реальний варіант розвитку подій [3].

План доходів і видатків є першим фінансовим документом фінансового плану. Він характеризує загальні суми очікуваних доходів фірми та її витрат за певний період, складається для унаочнення результативності майбутньої діяльності фірми з погляду її прибутковості, можливостей виживання та активного господарювання [2].

Логіка опрацювання плану доходів і видатків передбачає визначення загальної суми продажу продуктів фірми, від якої поступово відраховуються різні види витрат фірми і в результаті обчислюються: валовий прибуток, операційний прибуток, прибуток до сплати податків, чистий прибуток [4].

Також на основі аналізу зарубіжного досвіду можна зробити висновок про доречність включення плану "cash flow" (грошового потоку) до плану доходів і видатків. Це в подальшому допоможе в розрахунку фінансових коефіцієнтів проекту.

Головне завдання розробки "Плану руху готівки" полягає в узгодженні в часі грошових надходжень і виплат, що дозволить забезпечити ліквідність фірми в плановому періоді, тобто постійну наявність на рахунку фірми коштів, достатніх для розрахунків за її зобов'язаннями.

Складання плану грошових надходжень і виплат створює основу для: визначення періодів, коли фірма матиме тимчасовий дефіцит або надлишок готівки; обчислення, скільки коштів потрібно взяти у борг на період дефіциту; визначення цільового призначення цих коштів; з'ясування, коли ці кошти можуть бути повернені.

Обов'язковими в плані руху грошових коштів є всі статті, які відображають надходження та витрати грошових коштів. На основі цих даних обов'язково слід визначити чистий грошовий потік і сумарний баланс грошових коштів.

У текстовій частині плану грошових надходжень і виплат мають бути чітко сформульовані прогнози щодо методів погашення дебіторської заборгованості, цінових знижок, циклічності обсягів продажу. Ці прогнози складають основу планування руху готівки.

У розділі "Плановий (прогнозний) баланс" відображаються активи і пасиви підприємства, кошти, вкладені в розвиток виробництва самим підприємцем і його партнерами, та нерозподілений прибуток. Складання балансового плану на кінець першого року відбувається тоді, коли складені план доходів і витрат та план грошових надходжень і виплат.

На практиці фінансовий стан фірми постійно змінюється. Але для ефективного управління фірмою треба постійно мати чітку картину її фінансового стану. З цією метою щорічно на певну дату (переважно станом на 31 грудня) складається баланс фірми (підприємства, організації) [5].

У фінансовому плані повинна бути чітко визначена потреба в капіталі. На основі вже визначеної потреби в капіталі треба розробити детальний план фінансування. Тут необхідно чітко усвідомити, що будь-яке залучення капіталу вимагає плату за його використання (у вигляді відсотків, дивідендів тощо).

Тому треба дуже відповідально віднестись до визначення зовнішніх джерел фінансування та ретельно підрахувати ефективність залучення коштів із кожного з джерел. При цьому слід урахувати особливості фінансування та вимог до структури капіталу в галузі, у якій буде здійснюватися підприємницька діяльність.

До внутрішніх джерел фінансування належить статутний капітал підприємства; нагромаджені резерви (резервний капітал; додатковий капітал, що утворюється внаслідок переоцінки активів; фонди спеціального призначення, що формуються в процесі розподілу прибутку; нерозподілений прибуток); амортизаційні відрахування; пайові внески власників; страхове відшкодування.

Перевагами внутрішніх джерел інвестицій є простота та швидкість залучення, вища норма прибутку на вкладений капітал (оскільки немає витрат фінансування, пов'язаних зі сплатою відсотків тощо), збереження контролю над підприємством у руках власників. Але їм також притаманні такі недоліки, як обмежений обсяг залучення капіталу, брак незалежного контролю за ефективністю його використання.

Зовнішніми джерелами є кредити; надходження від продажу емітованих цінних паперів (акцій, облігацій); державні субсидії; безповоротна фінансова допомога.

До переваг зовнішніх джерел належать: значний обсяг залучення, незалежний контроль за ефективністю використання капіталу. Паралельно вони мають такі недоліки, як складність і більш тривалий період залучення, наявність витрат фінансування, можливість втрати контролю над підприємством (у разі емісії акцій).

Кінцевою метою формування структури джерел інвестицій є її оптимізація за критерієм максимального прибутку від інвестиційної діяльності та забезпечення фінансової стійкості підприємства. На практиці здебільшого використовується змішане (як власне, так і позичкове) фінансування, оскільки воно є гнучкішим.



Орієнтація тільки на внутрішні джерела фінансування інвестицій знижує ефективність господарської діяльності. Це пояснюється наявністю так званого ефекту фінансового важеля. Ефект фінансового важеля можна трактувати як збільшення рентабельності власного капіталу, зумовлене використанням позичкового капіталу.

Оцінка ефективності проекту включає в себе оцінку його значимості, ефективності та спрямованості, аналіз чутливості підприємства до зовнішніх впливів.

Оптимальним для такої оцінки буде використання такого показника, як точка беззбитковості. Також залежно від призначення бізнес-плану застосовуються:

1) фінансові коефіцієнти, які відбивають інтереси короткострокових кредиторів (чистий оборотний капітал, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт термінової ліквідності);

2) фінансові коефіцієнти, що відбивають інтереси довгострокових кредиторів (інвесторів) (коефіцієнт заборгованості, коефіцієнт співвідношення довгострокових боргів і власних коштів);

3) фінансові коефіцієнти, що відбивають інтереси власників фірми (коефіцієнт валового прибутку, коефіцієнт операційного прибутку, коефіцієнт чистого прибутку, окупність інвестицій, окупність власного капіталу).

Будь-який узятий окремо показник балансу мало про що свідчить. Коли ж ці показники розглядати у співвідношенні, з'являється можливість оцінити фінансовий стан фірми.

Для обґрунтування фінансових показників проекту слід провести аналіз чутливості. На практиці аналіз чутливості означає, що планові фінансові документи розглядаються з погляду кількох реальних перспектив. При цьому точного варіанта прогнозу може і не бути, зате буде знайдено певну кількість варіантів реалізації даного підприємницького проекту, які є можливими з погляду здорового глузду. Такий підхід до прийняття рішень є набагато ефективнішим, ніж суто теоретичні міркування.

Наприкінці фінансового плану мають бути узагальнені й охарактеризовані потреби фірми у фінансових ресурсах, які, власне, фірма й прагне отримати завдяки представленому бізнес-плану, а також план повернення кредиторам та інвесторам їх коштів. Отже, в кінцевому параграфі фінансового плану підприємець має викласти свої пропозиції щодо загальних фінансових потреб фірми в плановому періоді; умов і порядку отримання фінансових коштів; умов і термінів повернення коштів кредиторам та інвесторам, а також сум їх передбачуваних доходів.

Наук. керівн. Омеласнко Н. М.

Література: 1. Бізнес-план : технологія розробки та обґрунтування : навч. посібник / С. Ф. Покропивний, С. М. Соболюк, Г. О. Швидаченко та ін. – 2-ге вид., доп. – К. : КНЕУ, 2002. – 379 с. 2. Гетало В. П. Бізнес-планування : навч. посібн. / В. П. Гетало, Г. О. Гончаров, А. В. Колісник. – К. : Професіонал, 2008. – 240 с. 3. Рудольф Ф. Бизнес-план: Профессиональная подготовка и убедительная презентация / Ф. Рудольф, С. Лихтенберг. – М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2004. – 208 с. 4. Балюк В. В. Бізнес-планування інвестиційних проектів / В. В. Балюк // Финансовые риски. – 2004. – № 2. – С. 71–89. 5. Тарасюк Г. М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз : навч. посібн. / Г. М. Тарасюк. – К. : Каравела, 2006. – 280 с. 6. Таряник О. М. Проблеми фінансового планування в країнах з ринковою економікою / О. М. Таряник, А. Ю. Перетяцько, О. Г. Збицька // Економіка. Фінанси. Право. – 2006. – № 12. – С. 30–33.

Мартинова Я. О.

УДК 330.322(075.8)

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

МЕТОДИЧНІ ПРИНЦИПИ ОЦІНЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто методичні принципи та підходи оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств, що дозволяє визначити ступінь залучення інвестиційних ресурсів та загального обсягу інвестиційного потенціалу.

Аннотация. Рассмотрены методические принципы и подходы оценки инвестиционного потенциала предприятий, что позволяет определить степень привлечения инвестиционных ресурсов и общего объема инвестиционного потенциала.

© Мартинова Я. О., 2012

Annotation. Methodical principles and approaches for assessing the investment potential of companies, which allows to determine the extent of attracting investments and the total volume of investment potential have been considered.

Ключові слова: інвестиційний потенціал, оцінка інвестиційного потенціалу, інвестиційна діяльність, інвестиції.

Основою реалізації інвестиційної політики підприємства є його інвестиційний потенціал. Планування інвестиційного потенціалу надає підприємству додаткові можливості, а саме забезпечує зв'язок інвестиційних рішень з метою та стратегією розвитку фірми. Формування та використання інвестиційного потенціалу підприємства залежить від його розміру, тобто можливостей забезпечити розвиток підприємства [1].

Для з'ясування розміру інвестиційного потенціалу у вартісному вираженні необхідно провести його оцінювання. Воно дозволяє визначити ступінь залучення інвестиційних ресурсів в обіг шляхом порівняння оцінок активної його частини та загального обсягу інвестиційного потенціалу.

Визначення оцінки є досить дискусійним питанням, тому цю проблему розглядало багато науковців, таких, як: Федонін О. С., Репіна І. М., О. Ареф'єва, О. Коренков, Сегедій О. М., Должанський І. З., Загорна Т. О., Удалих О. О., Герасименко І. М., Ращупкіна В. М., Гриньова В. М., Коюда В. О., Лепейко Т. І., Коюда О. П. та ін. [1 – 5].

Метою даної роботи є дослідження та обґрунтування методичних принципів побудови системи оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств.

Оцінка потенціалу підприємства передбачає використання системи показників, побудованих на моделі формування потенціалу, що враховує як динамічний розвиток, так і сформовані теоретичні передумови. Вона може бути як інтервальною, так і сукупною за період відтворення потенціалу.

Як свідчить проведене дослідження, основними методичними принципами оцінки інвестиційного потенціалу є такі:

системності – процес оцінки повинен бути заснований з урахуванням того, що потенціал є складною схоластичною системою;

узгодженості – визначає необхідність взаємопов'язувати окремі етапи процесу оцінки, узгодження між собою показників, що використовуються у процесі оцінки;

варіантності – визначає необхідність отримання декількох варіантів значення потенціалу;

оптимальності – визначає вибір найкращого з можливого, тобто максимальних можливостей;

комплексності – розглядає всі складові потенціалу в їх взаємозв'язку та згідно з іншими процесами та явищами;

адекватності – визначає те, що оцінка повинна відповідати суті поняття, а також відображати існуючу реальність;

ефективності процесу оцінки – визначає необхідність перевищення економічного ефекту над витратами на проведення оцінки [2].

Методи оцінки інвестиційного потенціалу підприємства – це способи, що використовуються у процесі оцінки потенціалу підприємства та спрямовані на отримання конкретного результату. Основними методами оцінки потенціалу підприємства та його складових є експертний, бальний методи, рейтинговий порівняльний аналіз, метод аналогій, факторний аналіз, методи моделювання, економіко-математичні методи.

Основним стимулом постійного розвитку підприємства виступає мінливість зовнішнього середовища, відповідно до потреб якого змінюються пріоритети розвитку підприємства. Таким чином, потенціал підприємства виступає резервом розвитку підприємства. Потенціал необхідно розглядати на основі процесного підходу, що дозволяє одночасно проводити ідентифікацію можливостей, оцінку ймовірності їх реалізації, визначення оптимального для підприємства результату, оцінку рівня використання виявлених можливостей.

В економічній літературі використовуються різні методичні підходи до оцінки інвестиційного потенціалу. Найбільш обґрунтованими з них є такі:

1. Вартісний підхід. Відповідно до нього інвестиційний потенціал визначається як різниця між майбутньою та поточною вартістю підприємства при тому, що зміна вартості відбулася внаслідок реалізації інвестиційних проектів.

Цей метод найбільш повно відображає економічну сутність інвестиційного потенціалу.

2. Експертна оцінка – передбачає визначення рівня інвестиційного потенціалу групою спеціалістів належної кваліфікації на основі визначеного переліку показників. При цьому інвестиційний потенціал може оцінюватись як взагалі, так і за окремими складовими.

3. Оцінка на основі узагальнюючого показника. Як узагальнюючий показник деякі автори використовують, наприклад, показник раціонального обсягу додаткового інвестування коштів, за якого забезпечується найвищий рівень прибутковості інвестицій, вкладених у дане підприємство [1; 3]. Можливе використання й інших показників. При цьому бажаним є використання показника, що повністю та без залишку дезагрегується на групу часткових. При цьому часткові показники характеризують різні складові інвестиційного потенціалу.

4. Комплексний підхід – передбачає різнобічну оцінку інвестиційного потенціалу на основі групи показників із можливим залученням експертів. Його перевагою є можливість повноцінного врахування всіх аспектів інвестиційного потенціалу, можливість удосконалювати методику з урахуванням сфери діяльності підприємства тощо. Цей метод широко використовується інвестиційними фондами і не виключає часткового застосування перерахованих вище підходів. При цьому розумно поєднуються



різні методичні підходи оцінки ефективності діяльності економічних суб'єктів (графічний, матричний, факторний аналіз тощо) [4].

Запропонована характеристика властивостей інвестиційного потенціалу підприємств дозволяє більш глибоко зрозуміти його природу. Обґрунтування та систематизація вимог до системи оцінки інвестиційного потенціалу сприяє логічній побудові алгоритму дослідження цієї категорії.

Наук. керівн. Веретенникова Г. Б.

Література: 1. Управління потенціалом підприємства : навч. посібн. / Должанський І. З., Загорна Т. О., Удалих О. О. та ін. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с. 2. Ареф'єва О. Методичний підхід до визначення резервів загального потенціалу розвитку підприємств та управління ним / Ареф'єва О., Коренков О. // Економіст. – 2003. – № 9. – С. 45–47. 3. Сегедій О. М. Інформаційне забезпечення оцінки інвестиційного потенціалу підприємств / Сегедій О. М. // Наукові праці ДНТУ. Сер. : Економічна. – Донецьк : Дон. НТУ, 2004. – Вип. 75. – С. 165–169. 4. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібн. / Федонін О. С., Репіна І. М., Олексик О. І. – К. : КНЕУ, 2004. – 316 с. 5. Інвестування : навч. посібн. / В. М. Гриньова, В. О. Коюда, Т. І. Лепейко та ін. ; за заг. ред. В. М. Гриньової. – 2-ге вид., доопр. і доп. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2004. – 404 с.

Молчанова Т. В.

УДК 338.24:330.341

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Розглянуто основні поняття інноваційного проекту, визначено етапи та завдання менеджерів щодо його реалізації.

Аннотация. Рассмотрены основные понятия инновационного проекта, определены этапы и задания менеджеров относительно его реализации.

Annotation. The basic concepts of innovative project, certain stages and tasks of managers, are considered in relation to its realization.

Ключові слова: управління персоналом, інноваційний проект, рівні управління.

У сучасних умовах економічного розвитку впровадження інноваційної діяльності на підприємстві є однією з головних конкурентних переваг, що обумовлює актуальність теми цього дослідження.

Поняття "інноваційний проект" може розглядатися у декількох аспектах:

як сукупність заходів для досягнення інноваційної мети;

як процес здійснення інноваційної діяльності;

як пакет документів, що обґрунтовує та описує ці заходи.

Ці три аспекти підкреслюють значення інноваційного проекту як форми організації та цільового управління інноваційною діяльністю. Інноваційний проект становить систему процесів, взаємообумовлених та взаємопов'язаних за ресурсами, терміном та стадіями.

Формування інноваційних проектів для вирішення найважливіших науково-технічних проблем забезпечує комплексний, системний підхід. Залежно від виду проекту в його реалізації можуть брати участь різноманітні організації проектного та промислового профілю.

За іншим визначенням, це система взаємопов'язаних цілей і програм їх досягнення, яка становить комплекс науково-дослідних, дослідно-конструкторських, виробничих, організаційних, фінансових, комерційних та інших заходів, відповідно організованих, оформлених комплектом проектної документації, що забезпечують ефективне вирішення конкретного науково-технічного завдання (проблеми), вираженого в кількісних показниках, і сприяють інновації [1].

Важливою умовою здійснення інноваційного проекту є відбір надійної бази прогнозування та аналізу нововведень і залучення до участі в проекті спеціалістів-професіоналів вищого класу, висококваліфікованих виконавців, відповідальних засновників, зацікавлених в успіху реалізації всіх етапів нововведень [2, с. 218–219].

© Молчанова Т. В., 2012



Отже, інноваційний проект повинен розвиватися в рамках необхідних і достатніх умов та раціональних обмежень. Кожен проект починається з чіткої постанови його мети, попереднього визначення головних етапів його реалізації, спрямованих на розв'язання таких завдань:

1. Забезпечення найповнішої й ефективнішої взаємодії всіх підрозділів, зайнятих управлінням інновацій, тобто на підприємстві впроваджуються певні заходи, що виконуються виконавчими підрозділами, які займаються реалізацією інноваційних проектів, стимулюється їх робота для досягнення максимально ефективного результату.

2. Вивільнення вищого рівня менеджменту від функцій оперативного керівництва і координації впровадження інновацій.

На підприємстві проводиться перерозподіл працівників за виконанням ними певних функцій у сфері розробки та реалізації інноваційних ідей.

Підвищення оперативності поточного менеджменту та відповідальності окремих виконавців, зайнятих розробкою і впровадженням інновацій, за результати і терміни виконання робіт.

3. Забезпечення ефективного контролю за виконанням запланованих робіт, що створює основу для дієвого адміністративного регулювання і мотивування вищих результатів робіт з якості і термінів.

4. Встановлення основних критеріїв (показників) ефективності інноваційного проекту та розрахунок показників ефективності альтернативних варіантів проекту з урахуванням ймовірності їх реалізації.

Переважає більшість інноваційних промислових проектів передбачає випуск нової продукції. Прийняття рішення щодо втілення певного проекту в життя приймається після ретельного вивчення всіх чинників, що впливатимуть на його реалізацію. Від цього залежать обсяги коштів, які потрібно вкласти у проект і які можна буде отримати від реалізації нової продукції протягом її життєвого циклу. Здебільшого реалізація інноваційних проектів вимагає значних фінансових вкладень, які інвестори очікують повернути.

5. Порівняння і вибір варіанта інноваційного проекту для реалізації. Залежно від характеру, масштабів проекту в його реалізації можуть брати участь до кількох десятків організацій. Однак у будь-якому випадку традиційно до системи менеджменту інноваційного проекту належать технічна (науково-технічна) рада і менеджери. Лінійним менеджером системи є технічний директор організації [3, с. 78–79].

Система менеджменту інноваційного проекту складається з трьох організаційних рівнів:

Вищий рівень охоплює посаду технічного директора і технічну (науково-технічну) раду, яка розглядає питання цілей проектів, їх поетапну структуру, оцінку доцільності вибору відповідальних виконавців, терміни представлення проміжних результатів, техніко-економічні параметри, оцінку економічної ефективності, обсяг і склад необхідних ресурсів.

Середній рівень складається з менеджера інноваційного проекту, який підпорядковується технічному директору (головному технологу). Він є основною ланкою системи, оскільки на нього покладається відповідальність за досягнення цілей за якістю результатів, термінів їх одержання і ресурсів.

Нижній рівень утворюється з відповідальних виконавців окремих етапів проекту, підпорядкованих менеджерам підрозділів відповідно до своїх посадових положень у лінійно-функціональній структурі. Для виконання проекту необхідно розподілити завдання, виконавців, підпорядкувати й координувати дії груп і підрозділів. Управління інноваціями може передбачати створення спеціальних груп, які стають самостійними учасниками проекту або входять до складу одного з учасників і здійснюють управління реалізацією проекту [1, с. 488].

Менеджерам виробництва на підприємстві інноваційних проектів вищого рівня необхідна інформація як у почасовому, так і в пооб'єктному аспектах про стан ресурсів і рівень забезпечення ними підприємства в цілому, про хід виробничо-господарських процесів і операцій, які відбуваються як в окремих структурних підрозділах, так і загалом на підприємстві, що займається інноваціями. Особливо їм важливо мати інформацію про загальний стан виробництва на кожний момент, про стосунки, що склалися між цехами, кон'юнктуру ринку та ін. Система об'єктивного інформування оперативно забезпечує необхідною інформацією менеджерів і цього рівня.

Зауважимо, що основним джерелом для інформування менеджерів і фахівців усіх рівнів є стан ресурсів на об'єкті управління, виробничо-господарська та інша діяльність і первинна інформація, яка в процесі обробки узагальнюється за різними працівниками.

Основні завдання вищих менеджерів організації полягають у формулюванні її місії, цінностей, політики, основних стандартів діяльності, формуванні структури і системи управління у процесі провадження інноваційної діяльності, що характеризується масштабністю, складністю, пріоритетністю стратегічної спрямованості, найбільшим зв'язком із зовнішнім середовищем, розмаїттям, напруженим темпом.

Функції вищих керівників надзвичайно складні, різнопланові, потребують глибоких і різноманітних знань у сфері інновацій, аналітичних здібностей, задатків.

Усі ці навички та задатки необхідно використовувати у сфері управління персоналом на підприємстві, що займається впровадженням інноваційної діяльності задля більш ефективного та раціонального використання всіх наданих ресурсів та економічних відносин. Реалізація ідей в організації повинна бути збалансованою та ієрархічно збудованою, бо саме ці якості будуть відігравати найважливішу роль у розробленні найкращого потенціалу з провадженням інноваційної діяльності.



Таким чином, організація якісного впровадження інноваційного проекту на підприємстві потребує від менеджерів вищої ланки високої компетентності, професіоналізму та креативності, що й буде напрямом подальших досліджень.

Наук. керівн. Томах В. В.

Література: 1. Краснокутська В. Інноваційний менеджмент : навч. посібн. / Краснокутська В. – К. : КНЕУ, 2003. – 502 с. 2. Инновационный менеджмент : учебн. пособ. / под ред. Оголевой Л. Н. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 238 с. 3. Дорофеев В. Д. Инновационный менеджмент : учебн. пособ. / Дорофеев В. Д., Дресвянников В. А. – Пенза : Изд-во Пенз. гос. ун-та. – 2003. – 189 с. 4. Васильченко П. Г. Современная система управления предприятием / Васильченко П. Г. – М. : ЗЛО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2003. – 320 с. 5. Морозов Ю. П. Инновационный менеджмент : учебн. пособ. – Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 1997. 6. Храмов В. О. Основы управления персоналом : навч.-метод. посібн. / Храмов В. О., Бовтрук А. П. – К. : МАУП, 2001. – 112 с.

Павленко В. В.

УДК 331.101.3

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ МОТИВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. Розглянуто особливості формування механізмів мотиваційної діяльності та їх застосування до персоналу з метою досягнення спільних цілей між керівництвом та працівниками.

Анотация. Рассмотрены особенности формирования механизмов мотивационной деятельности и их применение к персоналу с целью достижения общих целей между руководством и работниками.

Annotation. Features of formation of mechanisms of motivation and their application to the staff to achieve common goals between management and employees are considered.

Ключові слова: механізм мотивації, стимул, інтереси, потреба.

Кожна організація, підприємство бажає досягти максимальної продуктивності праці персоналу, причому щоб затрати на це були якнайбільш оптимальними.

У ринкових умовах система мотивів діяльності людини є складним біосоціальним організмом, в основі якого лежать потреби, інтереси, цінності людини. Метою даної роботи є узагальнення теоретичних положень щодо формування механізмів мотиваційної діяльності та їх застосування.

Процес мотивації має подвійну природу. Мотивація як внутрішній механізм – процес емоційно-чуттєвого зіставлення образу своєї потреби з образом зовнішнього предмета. Мотивація як зовнішній механізм – процес створення системи стимулів, яка визначала б необхідну поведінку людини (групи людей). Закон мотивації діяльності пронизує всі рівні господарювання: індивід, підприємство (організацію), державу, причому на кожному рівні господарювання є присутньою своя система інтересів, які необхідно виявити, узгодити і спрямувати в потрібне русло в інтересах більшості.

Стимули трудової діяльності є лише відображенням зовнішнього середовища, у якому формується система мотивів людської діяльності. Стимули, як і потреби, інтереси, цінності людини, вбудовуються в механізм мотивації її праці. Вони впливають опосередковано на формування мотивів, що виникають на основі потреб, інтересів, цінностей, через вплив на формування останніх [1].

Механізм мотивації праці – це взаємопов'язана і взаємообумовлена система соціально-економічних чинників, що формує виробничі стосунки між суб'єктами господарювання, які прагнуть реалізувати поставлені цілі в процесі різних форм діяльності. Він утворюється на всіх рівнях – держава, підприємство, індивід, що тісно пов'язані між собою, здійснюючи один на одного взаємний вплив [2].

Мотиви існують у системній взаємодії з іншими психологічними явищами, утворюючи складний механізм. Він включає потребу, стимули, установки, оцінки і т. д. Початковою ланкою, першим "полюсом" механізму є потреба, що виражає необхідність для людини певних благ, предметів або форм поведінки. Потреби можуть бути як природженими, так і придбаними в процесі життя і виховання.

Іншими "полюсом" механізму мотивації виступає стимул, що є тими або іншими благами (предмети, цінності тощо), здатними задовольняти потребу при здійсненні певних дій (поведінка). Власне кажучи, стимул орієнтований на задоволення потреби.

Між потребою і стимулом як двома крайніми "полюсами" механізму мотивації знаходиться цілий ряд проміжних ланок, що характеризує процес сприйняття (у тому числі оцінки) стимулу та освіти неактуалізованого (зазвичай латентного, прихованого або ще не повністю усвідомленого) мотиву [3].

© Павленко В. В., 2012



Другий, більш тривалий цикл механізму мотивації має місце тоді, коли працівник стикається з новою ситуацією, відносно якої у нього відсутні установки, що пов'язують потреби, стимули і шляхи їх досягнення. У цьому випадку в механізм мотивації включається така досить складна ланка, як когнітивний, раціонально-оцінюючий процес. Він є аналізом інформації, що міститься в стимулі, співвідношенням її з цінностями особи, ситуацією, можливостями і витратами, які можуть з'явитися в процесі досягнення стимулу, значущістю інших мотивів (якщо вони існують). На цій стадії відбувається боротьба мотивів і виноситься вердикт про актуалізацію мотиву, його консервацію або відторгнення. Актуалізований мотив служить рушійною силою, безпосередньо причиною поведінки, він, власне, і завершує загальний цикл механізму мотивації [4].

При формуванні мотивів слід також врахувати той факт, що залежно від них будуть створюватися різні шляхи впливу механізмів заохочення. Отже, можна використовувати інструменти матеріального стимулювання, ключовими з яких є:

система оплати праці, заснована на оцінці кваліфікації та результатів діяльності;

диверсифікована система соціальних пільг.

Також можна застосувати психологічні механізми мотивації:

можливість підвищення кваліфікації та навчання;

кар'єрне зростання та професійний розвиток;

зміст праці, рівень відповідальності та якість виконуваних завдань;

команда і лідери;

імідж компанії, її ринкові позиції.

Таким чином, кожному менеджеру різного рівня, керівнику потрібно чітко з'ясувати потребу, мету та індивідуальну необхідність для кожного працівника, щоб досягти максимального ефекту від відповідного механізму стимулювання. Адаже записка ефективної праці співробітника – максимально можливий збіг його індивідуальних мотивів і цілей з мотивами і цілями як колективу, у якому він працює, так і керівництва організації.

Наук. керівн. Яковенко К. В.

Література: 1. Дмитриенко Г. А. Мотивация оценка персонала : учебн. пособ. для вузов / Г. Д. Дмитриенко, Е. Р. Шарапова, Т. М. Максименко. – К. : МАУП, 2002. – 426 с. 2. Андреева Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 298 с. 3. Здравомыслов А. Г. Потребности. Интересы. Ценности / А. Г. Здравомыслов. – М., 2000. – 316 с. 4. Савченко П. В. Политика доходов и заработной платы / П. В. Савченко, Ю. П. Кокина. – М. : Юристъ, 2000. – 326 с.

УДК 65.053

Шевченко К. О.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ТЕХНОЛОГІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. Розглянуто методологію розробки програми з маркетингу, а саме: обґрунтований вибір максимально привабливих ринків, технологій, номенклатури виробів і визначення потреби у фінансових, матеріальних, людських ресурсах для досягнення запланованих показників прибутку та рентабельності виробництва.

Аннотация. Рассмотрена методология разработки программы маркетинга, а именно: обоснованный выбор максимально привлекательных рынков, технологий, номенклатуры изделий и определение потребности в финансовых, материальных, человеческих ресурсах для достижения запланированных показателей прибыли и рентабельности производства.

Annotation. The methodology of developing a program of marketing – based selection of the most attractive markets, technology, product range and determination of the need for financial, material and human resources to achieve planned levels of profit and profitability have been considered.

Ключові слова: цільовий ринок, життєвий цикл продукту, комплекс маркетингу, сегментація ринку.

© Шевченко К. О., 2012



На сьогоднішній день на ринку існує висока конкуренція, і для того щоб утримати свій товар, необхідно правильно його позиціонувати, з допомогою технології маркетингових заходів. Дана проблема є актуальною як для виробників нового товару, так і для існуючих торгових брендів.

Мета даної статті – розкрити сутність правильного та ефективного використання комплексу маркетингу. Щодо цього питання ведуть дискусію ряд висококваліфікованих маркетологів, у своїх інформаційно-аналітичних роботах розглядали дану проблему такі вчені, як: А. Маслоу, П. Друкер, Ф. Котлер, Н. Кетова та ін.

Програма маркетингу продукту робиться для кожного виду продукції, як тієї, що вже випускається, так і нової. Вона передбачає організаційні та виробничі заходи, потрібні для підтримки протягом тривалого часу високого рівня конкурентоспроможності продукції на ринку. На її основі ведеться пошук нових цільових ринків, покупців, видів продукції. Мета програми маркетингу з продукції – розробка оптимальних техніко-економічних показників продукції і проведення розрахунків ефективності її виробництва та збуту для планування виробництва і прийняття управлінських рішень. А метою програми маркетингу з нової продукції є визначення рентабельності продукції та ухвалення рішення про доцільність її введення у виробництво [1, с. 19].

Найважливішими завданнями програми маркетингу є: вибір цільового ринку або споживача продукції, визначення обсягу випуску продукції; порівняльний розбір ціни, прибутку і витрат виробництва з кожного виду продукції. На основі програми маркетингу з продукції розробляється проект плану на певний часовий проміжок у виробничих відділах. Для розробки програми застосовуються моделі описового характеру або моделі, які містять можливе рішення. Створюються банки даних за показниками маркетингової програми і за найважливішими параметрами продукції-аналога конкурентів (зараз розроблені стандартні маркетингові програми з обмеженою кількістю показників для автомобілів, холодильників, відеотехніки, авіатехніки). Особливе значення має розробка програми маркетингу з продукції при використанні програмно-цільового методу управління та в цільових програмних групах, що характеризуються наявністю певних програмних органів і відповідальних осіб за виконання програми; визначенням відповідальності, термінів роботи за програмою і необхідних ресурсів для її виконання. Програма маркетингу з продукції повинна бути узгоджена з відділом планування, виробничим відділом, і лише пізніше вона стає частиною загальної програми маркетингу [2, с. 365].

Основними складовими програми маркетингу з продукції є: вибір цільових ринків (сегментів); диференціація продукції, визначення фінансових витрат на створення і виробництво нової продукції, на модифікацію продукції, що вже випускається; визначення фінансових витрат на збут продукції; розрахунок витрат виробництва на одиницю продукції, визначення рівня ціни продукції; розрахунок показника прибутку, оцінка ефективності виробництва і збуту продукції [3, с. 119].

Цільове призначення програми маркетингу передбачає орієнтацію кожного виду продукції на цільовий ринок, на визначену групу покупців. Вибір цільового ринку – важкий процес. Потрібно визначити певних покупців і їх попит на продукцію, визначити місткість ринку (сегментів) і його реальну необхідність у продукції з урахуванням конкурентів. Важливим є і порівняльний розбір продукції з конкуруючими виробами (визначення рівня конкурентоспроможності продукції на ринку; порівняння технічних якостей). Одночасно виявляються тенденції розвитку попиту на додаткові сфери її використання. Після обґрунтування потреби пристосування виробництва продукту до попиту цільового ринку і вимог певних покупців проводиться оцінка необхідних витрат, де особливо важливо правильно визначити життєвий цикл продукту [4, с. 130–133].

При виборі стратегії маркетингу керівництво більшості підприємств виходить з того, що потреби покупців різноманітні і сильно різняться між собою, тому практично неможливо створити універсальний продукт, що задовольняє всіх споживачів відразу. Для того щоб маркетингова діяльність підприємства була ефективною і сприяла досягненню кінцевої мети, тобто забезпечувала отримання прибутку з маркетингу сплатку виробляють стратегію позиціонування і втілюють її в комплексі маркетингу. Комплекс маркетингу включає набір тих інструментів, які є в розпорядженні маркетологів, за допомогою яких вони можуть впливати на попит на свій продукт з боку ринку. Комплекс маркетингу формують так звані 5 "Р": товар, ціна, місце продажу, просування і персонал. Аналіз маркетингової діяльності підприємства дозволяє оцінити, який відгук з боку цільового ринку знаходить поєднання 5 "Р" у маркетингових стратегіях і планах підприємства [5, с. 326].

Таким чином, маркетингова діяльність підприємства сприяє раціональному витрачанням ресурсів підприємства за рахунок розробки конкретних програм, адресованих цільовим групам споживачів, що в підсумку призводить до досягнення потрібних економічних результатів роботи, тобто отримання прибутку.

Наук. керівн. Пономаренко О. Е.

Література: 1. Маслоу Т. Д. Маркетинг / Маслоу Т. Д., Божук С. Г., Ковалик Л. Н. – СПб. : Питер, 2010. – 400 с. 2. Багиев Г. Л. Маркетинг : учебник для вузов / Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х. / под ред. Г. Л. Багиева. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 736 с. 3. Маркетинг в областях и сферах деятельности : учебник / под ред. проф. В. А. Алексунина. – 3-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2009. – 716 с. 4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Котлер Ф., Келлер К. Л. ; пер. с англ. под ред. С. Г. Жильцова. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 480 с. 5. Соловьев Б. А. Маркетинг : учебник / Соловьев Б. А. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 383 с. 6. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа областей и конкурентов / М. Портер ; пер. с англ. – 3-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 453 с.

ІНВЕСТИЦІЙНІ РИЗИКИ ТА ЇХ ОЦІНКА

Анотація. Розкрито суть поняття інвестиційних ризиків та розглянуто їх класифікацію й методи оцінки.

Аннотация. Раскрыта суть понятия инвестиционных рисков и рассмотрены их классификация и методы оценки.

Annotation. The concept of investment risks has been revealed and their classification and evaluation methods have been regarded.

Ключові слова: інвестиційні ризики, класифікація ризиків, оцінка ризиків, інвестиційний проект, дохідність проекту.

Зіткнення з різноманітними ризиками – звичайна загроза для будь-якого інвестора в умовах сучасної ринкової економіки. Вкладаючи свої кошти у виробництво тих чи інших товарів чи послуг, інвестор не може мати цілковитої впевненості в успішності цього виробництва. На практиці успіх залежить від вдалого сполучення різних факторів, отже, інвестори ризикують отримати прибуток, менший за очікуваний, або навіть зазнати збитків.

Таким чином, дослідження інвестиційних ризиків, виявлення факторів, що їх викликають, та обчислення можливих втрат – важливі проблеми, на які необхідно зважати сучасному інвесторові, приймаючи рішення щодо вкладання коштів у той чи інший напрям виробничої чи комерційної діяльності. Саме тому вміння оцінювати інвестиційні ризики є необхідним для сучасного менеджера.

Проблеми оцінки інвестиційних ризиків знайшли висвітлення у працях таких науковців, як: Бланк І. А. [1], Кірейцев Г. Г. [2], Старостіна А. О. [3], Щукін Б. М. [4], Рогов М. А. [5] та ін.

Метою даної статті є розкриття поняття інвестиційні ризики, аналіз їх класифікацій та особливостей оцінки.

Інвестиційний ризик визначимо як потенційну можливість недосягнення запланованих цілей інвестування (у вигляді прибутку або соціального ефекту) і в результаті непередбачених втрат коштів і отримання грошових збитків або прибутку, але менших, ніж планувалося, обсягів.

Розрізняють загальноекономічний ризик, що походить від несприятливих умов в усіх сферах економіки, та індивідуальний ризик, пов'язаний з умовами даного проекту.

Залежно від сфери вкладання капіталу інвестиційні ризики поділяються на три групи: інвестиційні ризики від вкладення коштів у виробничу та невиробничу сфери економіки, інвестиційні ризики від діяльності фірми на фінансовому ринку та кредитні ризики.

Існує класифікація, що залежно від чинників виділяє такі види інвестиційного ризику: політичний ризик, загальноекономічний ризик, правовий ризик, технічний ризик, ризик учасників проекту, фінансовий ризик, маркетинговий ризик, екологічний ризик. Якщо політичні, загальноекономічні та правові ризики можуть спричинити зовнішні умови інвестування, то інші види ризиків є результатом помилок при плануванні, організації та керуванні окремими проектами. Технічний ризик зумовлюється великою кількістю помилок сторін інвестування, пов'язаних з якістю проектування, технічною базою, обраною технологією. Ризик учасників проекту може бути спричиненим усіма неочікуваними подіями в управлінні та фінансовому стані підприємств-партнерів. Фінансовий ризик впливає з нездійснення очікуваних подій з фінансового боку проекту. Це можуть бути незаплановані зменшення або зникнення джерел фінансування, власні підвищені витрати, зриви надходжень коштів від реалізації вироблених товарів чи послуг, неплатоспроможність покупців продукції. Маркетинговий ризик виникає з прорахунків під час оцінки ринкових умов дії проекту, наприклад, ринків збуту чи постачання сировини і матеріалів, організації реклами чи збутової мережі, обсягу ринку, часу виходу на ринок, цінової політики, унаслідок низької якості продукції. Екологічний ризик пов'язаний з питаннями впливу на довкілля та можливої аварійності.

Інвестор сприймає ризики залежно від рівня можливих збитків. Таким чином, їх можна поділити на чотири групи.

Безризикову інвестування, коли інвесторові не загрожує прибуток, нижчий за означену величину, або прибуток, точно гарантований на заданому рівні.

Допустимий ризик інвестування полягає в тому, що максимальні збитки не перевищать очікуваний прибуток за проектом, тобто зберігається доцільність проекту для інвестора.

Критичний ризик пов'язаний з такими можливими втратами інвестора, які роблять проект несприятливим для нього. Наприклад, інвестор ризикує тим, що продукція не матиме попиту, не продаватиметься, і він може втратити не тільки прибуток від інвестування, а й частину своїх активів проекту (інвестованого капіталу).



Ризик катастрофічного рівня можливий у випадках, коли існує ймовірність втрати всього інвестованого капіталу. Це може бути банкрутство проінвестованого підприємства, його ліквідація, розпродаж майна проекту або втрата активів унаслідок аварій, пожеж, вибухів.

Повністю захиститися від ризику неможливо, але його можна передбачити. Інвестор, який передбачив та оцінив можливі ризики, може визначити рівень дохідності проекту. Залежно від отриманого результату він приймає рішення щодо подальшого інвестування.

Для обчислення можливих варіантів дохідності проекту залежно від різних обставин використовують такі підходи.

Аналіз чутливості проекту до змін окремих факторів, які впливають на дохідність. До таких факторів належать ціна реалізації, собівартість, обсяг виробництва, вартість обладнання тощо. Оцінюються значення впливу цих факторів на загальну прибутковість проекту, і відповідно до результатів вживаються заходи щодо більш ґрунтовної проробки інвестиційних планів та зниження ризикованості, пов'язаної з виявленими факторами.

Аналіз прогнозних сценаріїв розвитку загальнооекономічних умов та здійснення самого інвест-проекту. Обчислення здійснюється за трьома варіантами: базовий розрахунок за середніх, найбільш вірогідних умов; оптимістичний варіант за найкращого перебігу подій за всіма факторами, що впливають на дохідність проекту; песимістичний варіант, у який закладаються найгірші можливі ситуації у країні й на конкретному ринку.

Метод статистичних випробувань, за якого з допомогою електронно-обчислювальної техніки прораховується багато варіантів дохідності проекту залежно від показників-факторів у заданих діапазонах їхніх змін. У результаті одержуються середні показники і статистичні характеристики їх варіації та розподілу для подальшого аналізу найважливіших для дохідності проекту показників та рівень ризикованості проекту за різними напрямками.

Наук. керівн. Верещагіна Г. В.

Література: 1. Бланк И. А. Основы инвестиционного менеджмента / Бланк И. А. – К. : Эльга-Н, Ника-Центр, 2001. – 512 с. 2. Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент : навч. посібн. / Кірейцев Г. Г. – Житомир : ЖГТІ, 2001. – 432 с. 3. Старостіна А. О. Ризик-менеджмент: теорія та практика : навч. посібн. / Старостіна А. О., Кравченко В. А. – К. : ІВЦ "Видавництво "Політехніка", 2004. – 200 с. 4. Щукін Б. М. Аналіз інвестиційних проектів / Щукін Б. М. – К. : МАУП, 2002. – 128 с. 5. Рогов М. А. Риск-менеджмент / Рогов М. А. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 120 с.

Різниченко Д. Д.

УДК 65.330

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОСНОВНІ ПОМИЛКИ ПРИ ВПРОВАДЖЕННІ РЕІНЖИНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Анотація. Розглянуто типові помилки при проведенні реінжинірингу бізнес-процесів та проаналізовано їх дію на результативність та ефективність упровадження даного процесу.

Анотация. Рассмотрены типичные ошибки при внедрении реинжиниринга бизнес-процессов и проанализировано их действие на результативность и эффективность данного процесса.

Annotation. The typical errors of introduction of business process re-engineering are considered, and also their affecting effectiveness and efficiency of this process is analysed.

Ключові слова: бізнес-процес, реінжиніринг, перепроєктування, корпоративна культура компанії, удосконалення.

Реінжиніринг бізнес-процесів виник відносно нещодавно, і на даний момент у нього є і прихильники і противники. Причина цього – достатня кількість прикладів успішного проведення реінжинірингу, але й не менша кількість невдалих спроб використання даної ефективної методики. Не менше ніж 50 – 70 % організацій, які займаються реінжинірингом, не досягають бажаних результатів. Проблеми реалізації реінжинірингу бізнес-процесів розглянуто в роботах таких вчених-економістів, як Дж. Холл, М. Хаммер, Дж. Чампі, Дж. Вейд, М. Робсон, Ф. Уллах. У їх працях широко

© Різниченко Д. Д., 2012

розглянуті основні теоретичні положення та методичні рекомендації з розробки та реалізації заходів, спрямованих на перепроектування бізнес-процесів. Метою даної роботи є узагальнення основних та найбільш розповсюджених помилок при впровадженні реінжинірингу бізнес-процесів.

Якщо знати помилки та уникати їх, ймовірність успіху надзвичайно висока. Тому перший крок до успіху – проаналізувати їх та навчитися їх уникати.

Реінжиніринг – це фундаментальне переосмислення і радикальне перепроектування бізнес-процесів з метою кардинального поліпшення основних показників діяльності підприємства шляхом моделювання, аналізу і перепроектування існуючих бізнес-процесів. Реінжиніринг бізнес-процесів застосовується за необхідності радикальних змін, що передбачає створення цілком нових, ефективніших бізнес-процесів на підприємстві без урахування їх старої організації [1]. Отже, вся сутність реінжинірингу побудована на системі докорінних перетворень в організації. Але зазвичай, замість перепроектування робочого процесу, компанії намагаються його покращити. Це стається через консерватизм в управлінні, який не сприяє впровадженню нових технологій, адже вважається, що класичні методи ведення бізнесу більш зрозумілі та прості у використанні – їх необхідно тільки підправити. Як результат, усі заходи, що спрямовані на покращення бізнес-процесу, не дають позитивного результату. Таким чином, допускається основна помилка реінжинірингу, а саме відмова від радикальних змін на користь часткового поліпшення того чи іншого бізнес-процесу.

Негативно впливає на результат проведення реінжинірингу бізнес-процесів помилкова оцінка корпоративної культури компанії, у результаті чого він може навіть не розпочатися. Для успішного виконання перепроектіваних процесів у персоналу мають бути значні спонукальні причини, прагнення успішної роботи має стимулюватися, а успіхи – преміюватися. При демократичному стилі керівництва згода на проведення керівництва може не бути досягнута, або менеджери середньої ланки не погодяться вносити зміни в роботу своїх підрозділів, вважаючи, що нововведення надзвичайно ризиковані. Тому для прийняття рішення стосовно реінжинірингу в керівництві компанії має бути сильний лідер з організаторськими навичками.

Надзвичайно часто компанії непослідовно освоюють нововведення. Менеджери вважають, що підвищити ефективність роботи компанії можливо без перебудови, а саме шляхом удосконалення вже існуючих бізнес-процесів. Цей метод значно дешевший, але процеси стають тільки більш складними та незрозумілими, що, у свою чергу, призводить до гальмування цих процесів. Щоб не допускати цієї помилки, необхідно розуміти, що реінжиніринг не стане результативним методом покращення роботи компанії, якщо не змінювати весь процес, а тільки його окремі аспекти. Адже його ціль – не "реанімувати" старі бізнес-процеси, а повністю їх замінити на нові, більш раціональні та ефективні нові процеси [1].

Слід зазначити, що дуже часто компанії та підприємства, прийнявши рішення щодо використання реінжинірингу, нераціонально освоюють інновації. Ця типова помилка знаходить відображення при спробі провести реінжиніринг знизу вгору. У цьому випадку його діяльність може зупинитися на рівні менеджерів нижньої та середньої ланок, через відсутність у них необхідної інформації про процеси всієї компанії загалом, а також досвіду й авторитету, на основі яких вони мали б можливість задавати умови перебудови для вищих ланок. Тому необхідно призначити старшого менеджера з високим рівнем професійних знань та вмінь, у тому числі у сфері реінжинірингу.

Підвищити ефективність компанії шляхом проведення реінжинірингу, не забезпечивши його достатніми ресурсами, неможливо. Головна інвестиція реінжинірингу – це відповідальні спеціалісти компанії, їх час, вміння та знання [2]. Саме тому при недостатньому забезпеченні інновації на цей процес чекає невдача. Щоб досягти високої ефективності, менеджерам не можна відволікатися на інші проекти, окрім реінжинірингу бізнес-процесів, адже цей процес потребує постійної уваги керівників усіх рівнів.

При впровадженні реінжинірингу можуть виникнути особистісні проблеми оновлення, адже під час його діяльності абсолютно у всіх співробітників виникають труднощі різних ступенів. Так, умови праці одних стають набагато важчими через зміну характеру виробництва робіт, іншим некомфортно на нових посадах. Не слід забувати, що зазвичай у результаті перебудови значна кількість персоналу взагалі втрачає роботу. Саме через такий особистісний фактор компанії відмовляються від проведення реінжинірингу або проводять його частково, що не дозволяє досягнути значних поліпшень. Реінжиніринг бізнес-процесів – це глобальні зміни в компанії, і тому він супроводжується значним опором зі сторони співробітників, і керівництво має бути готовим до цього. Безумовно, необхідно грамотно спланувати момент початку реінжинірингу і не відкладати його, адже через очікування змін атмосфера в компанії стає напруженою через невідомість і очікування цих змін [3].

Задачі, які доводиться вирішувати в процесі реінжинірингу бізнес-процесів, зазвичай характеризуються дуже високим ступенем складності та великою відповідальністю. Саме тому велика кількість компаній допускають значні помилки і, як результат, зазнають невдач та не можуть досягти поставлених цілей шляхом використання реінжинірингу бізнес-процесів. Але, незважаючи на ряд розповсюджених помилок, які допускають компанії, є достатня кількість успішних прикладів проведення реінжинірингу. Це можливо тільки шляхом виявлення та детального аналізу таких типових та значних похибок, що дасть змогу їх уникнути та максимально підвищити ефективність роботи компанії.

Наук. керівн. Ріпка Д. О.

Література: 1. Хаммер М. Реінжиніринг корпорації. Манифест революції в бізнесі / Хаммер М., Чампи Д. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 288 с. 2. Робсон М. Практическое руководство по реінжинірингу бизнес-процессов [Электронный ресурс] / М. Робсон, Ф. Уллах. – Режим доступа : <http://business.rin.ru/>. 3. Холл Дж. Как заставить реінжиніринг работать / Холл Дж., Розентал Дж., Вейд Дж. – М. : Джеран, 2007. – 168 с.



Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОБҐРУНТУВАННЯ ВАЖЛИВОСТІ ЕТАПУ КОНТРОЛЮ В ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто особливості контролю реалізації проектів реструктуризації, визначено основні принципи побудови системи контролю, обґрунтовано напрями оцінки ефективності результатів реструктуризації.

Аннотация. Рассмотрены особенности контроля реализации проектов реструктуризации, определены основные принципы построения системы контроля, обоснованы направления оценки эффективности результатов реструктуризации.

Annotation. The features of restructuring projects control have been regarded. The main principles of the control system and directions of an estimation of efficiency of results of re-structuring are proved.

Ключові слова: реструктуризація, організація, контроль, принципи, проект, оцінка.

У зв'язку з тим, що в наш час умови зовнішнього середовища постійно змінюються, ефективне протистояння підприємства цим змінам можливе лише за умов здійснення випереджувальних заходів, спрямованих на збереження його життєздатності та забезпечення конкурентоспроможності, тобто за умов постійного розвитку підприємства, зокрема організаційного.

Однією з найважливіших складових організаційного розвитку підприємства є реструктуризація. При проведенні реструктуризації треба зосереджуватись не лише на самому процесі, а й приділити необхідну увагу етапу контролю за виконанням програми, тобто проводити оцінку та аналіз результатів як кожного етапу окремо, так і процедури загалом. Контроль за проведенням реструктуризації дозволяє оцінити, наскільки були досягнуті цілі проекту, та виявити недоліки. Своєчасне виявлення недоліків дозволить виправити або зменшити їх вплив на результати реструктуризації.

Питання реструктуризації підприємства досліджували такі вчені, як: Амеліна І. В., Афонін А. С., Белих Л. П., Василенко В. О., Євсейцева О. С., Заболотний В. М., Лавренко В. В., Мазур І. І., Мартиненко В. П., Пасічник В. Г., Поддєрьогін А. М., Пономаренко В. С., С. Скочиляс, Тоцький В. І., Чернявська Є. І. та ін. [1 – 5]. Проте деякі питання потребують подальшого розвитку та вдосконалення.

Метою даної статті є обґрунтування важливості послідовного здійснення контролю основних етапів реалізації програми реструктуризації підприємства та визначення напрямів його реалізації.

Реструктуризація означає пристосування структури ресурсів, що використовує підприємство, до нових цін і умов, а також зміну параметрів виробництва відповідно до існуючих на ринку вимог. Реструктуризація переважно включає організаційні зміни на підприємствах, що часто виражаються в їх поділі на більш дрібні суб'єкти підприємницької діяльності. У процесі реструктуризації також змінюються цілі підприємства, здійснюється організаційна перебудова, відбувається поділ активів, переглядаються ринки та оптимізуються ресурси.

Реструктуризацію підприємства також можна визначити як комплекс організаційно-економічних і правових заходів, спрямованих на зміну структури підприємства, його управління, форми власності, організаційно-правової форми, що дозволяють забезпечити ефективне використання потенціалу підприємства і спрямовані до збільшення його ринкової вартості. Реструктуризація забезпечує зняття протиріч між вимогами ринку і застарілою логікою управління підприємством [5, с. 65].

Основні етапи здійснення реструктуризації підприємства:

1. Комплексна діагностика підприємства.
2. Створення концепції реструктуризації.
3. Розробка програми реструктуризації.
4. Реалізація програми реструктуризації.
5. Контроль за виконанням програми реструктуризації.

На рисунку наведена схема, на якій відображено основні етапи здійснення реструктуризації та їх складові.

Розглянемо більш детально етап контролю за виконанням програми реструктуризації.

Вимоги до системи контролю за реалізацією проектів реструктуризації, які містять інформацію, що аналізується, структуру звітів і відповідальність за збір та обробку даних і прийняття рішень, розробляються до початку здійснення проекту за участю всіх зацікавлених сторін.

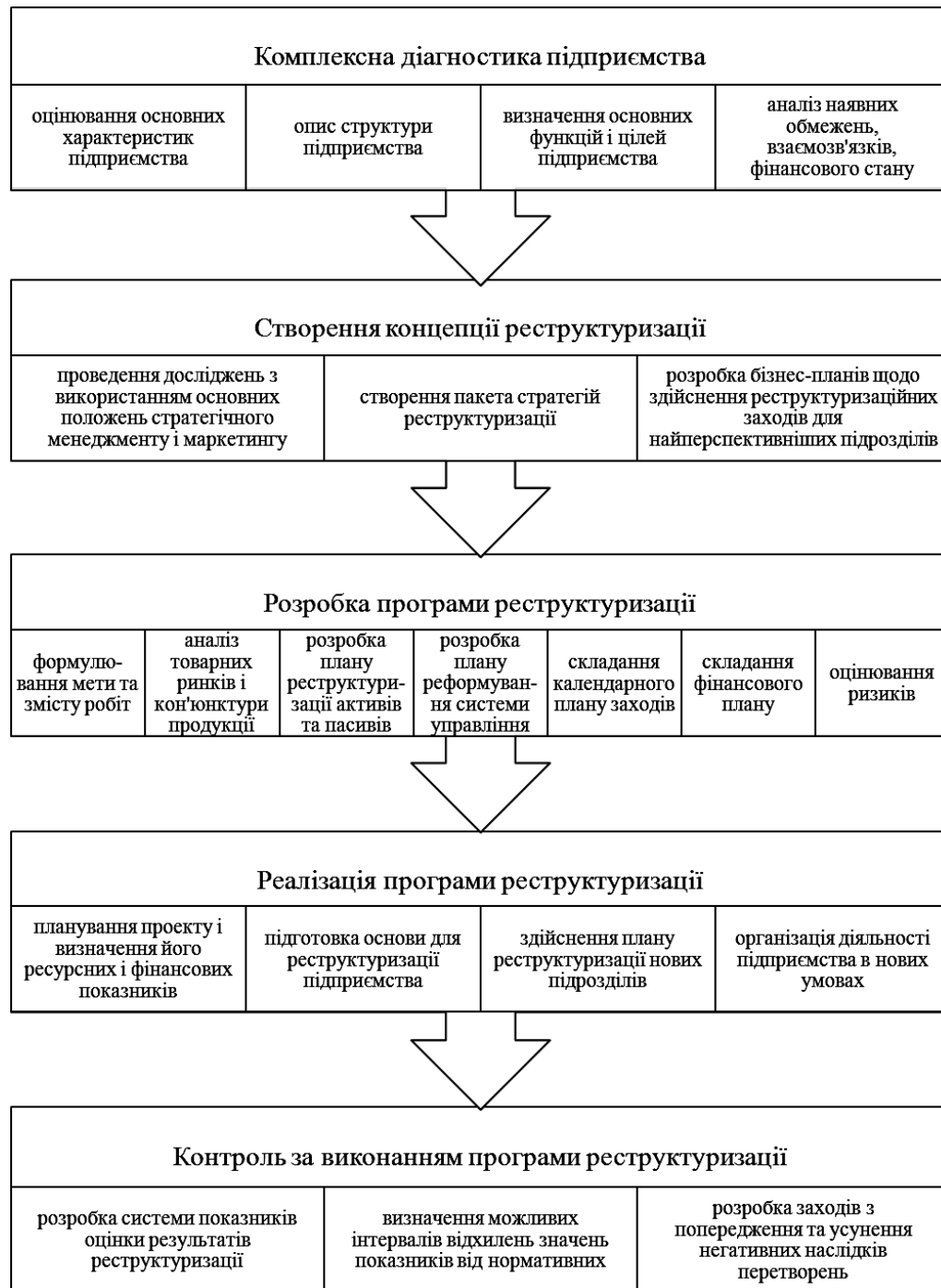


Рис. Етапи здійснення реструктуризації підприємства

Система керівництва проєктом має забезпечувати коригувальні впливи там і тоді, де і коли вони необхідні.

Основні принципи побудови ефективної системи контролю полягають у наявності:
 чітких планів;
 прозорої системи звітності;
 ефективної системи аналізу фактичних показників і тенденцій;
 ефективної системи реагування [5, с. 132].

У процесі контролю за виконанням програми реструктуризації можна виділити три основних кроки:

- 1) розробка системи показників оцінки результатів реструктуризації;
- 2) аналіз результатів і вимірювання прогресу (визначення можливих інтервалів відхилень значень показників від нормативних або від попередніх);
- 3) розробка заходів з попередження та усунення негативних наслідків перетворень.



Оцінку ефективності результатів реструктуризації на підприємстві доцільно проводити за такими напрямками: організаційно-структурні перетворення, організація процесу управління, організація праці, фінансові результати діяльності підприємства.

У першому напрямі оцінки необхідно здійснити аналіз ефективності побудови організаційної структури.

Другий напрям має включати аналіз безпосередньо організації процесу управління за допомогою оцінки загальних і часткових функцій менеджменту.

У третьому напрямі необхідно дослідити організацію праці працівників, оскільки трудові ресурси в сучасній концепції стратегічного управління розглядаються як інтелектуальний капітал, що гарантує ефективність функціонування підприємства, а отже, і ефективність проведення його реструктуризації.

У четвертому напрямі треба проаналізувати показники оцінки досягнутих фінансових результатів. Доцільно використати групи показників загальної, зовнішньої та внутрішньої фінансової стабільності [2, с. 201].

Кількісна оцінка ефективності перетворень повинна здійснюватися з мінімальною періодичністю 1 раз на рік і максимальною – 1 раз на квартал. Якщо значення показників після реструктуризації мають позитивну тенденцію, результати процесу реструктуризації потрібно розглядати як ефективні. При погіршенні показників необхідно провести пофакторні дослідження, що дозволяють виявити причини негативних тенденцій.

Отже, у сучасних умовах, коли навколишнє середовище перебуває в постійній динаміці, проблеми організації реструктуризації підприємства є дуже важливими і потребують термінового вирішення підприємствами. При цьому слід зважати на те, що контроль за реалізацією проекту реструктуризації є одним із головних етапів. Він забезпечить досягнення підприємством найліпших результатів від реалізації заходів з реструктуризації.

Наук. керівн. Ріпка Д. О.

Література: 1. Євсейцева О. С. Реструктуризація підприємства як засіб адаптації до ринкових вимог / Євсейцева О. С. // Проблеми науки. – 2003. – № 1. – С. 55–59. 2. Стратегічне управління організаційними перетвореннями на промислових підприємствах / В. С. Пономаренко, А. М. Золотарьов, О. М. Ястремська та ін. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 452 с. 3. Реструктуризація підприємства : навч. посібн. для вузів / за ред. В. М. Заболотного. – К. : Міленіум, 2001. – 440 с. 4. Скочилас С. Реструктуризація підприємств в умовах трансформації економіки / Скочилас С. // Економічний аналіз. – 2009. – № 4. – С. 300–303. 5. Тоцький В. І. Організаційний розвиток підприємства : навч. посібн. / В. І. Тоцький, В. В. Лаврененко. – К. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 247 с.

Шевчук М. В.

УДК 338.49

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

МІСЦЕ ТА РОЛЬ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ У ТЕХНОЛОГІЧНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто сутність трансферу технологій, проаналізовано стан, особливості, проблеми та перспективи розвитку трансферу технологій у розрізі господарських підприємств України.

Анотация. Рассмотрена сущность трансфера технологий, проанализированы состояние, особенности, проблемы и перспективы развития трансфера технологий в разрезе хозяйствующих предприятий Украины.

Annotation. Essence of transfer of technologies are considered, features, problems and prospects of development of transfer of technologies at economic enterprises of Ukraine have been analyzed.

Ключові слова: технологія, трансфер технологій, суб'єкти трансферу технологій, інноваційний потенціал, державне регулювання у сфері трансферу технологій.

© Шевчук М. В., 2012



В умовах глобалізації та зростаючої конкуренції серед товаровиробників багато уваги приділяється боротьбі за конкурентні переваги, які повинні допомогти виробнику зміцнити свої позиції на внутрішньому ринку та диверсифікувати власну продукцію на міжнародні ринки збуту. Серед умов підвищення конкурентоспроможності продукції сьогодні існує певне зацікавлення таким фактором виробництва, як технологія. Перед керівництвом підприємства постає проблема вибору технології, що має певний попит, та інструментів її досягнення та раціонального використання. Найбільш оптимальним шляхом вирішення існуючої проблеми в умовах граничного інформаційного та фінансового забезпечення технології виступає саме трансфер технології. У цьому випадку як на рівні виробничого підприємства, так і на рівні держави, використання трансферу технологій як комерційного договірною процесу кількох сторін з передачі у певній формі на певних умовах фактора виробництва з метою підвищення конкурентоспроможності є вкрай вирішальним.

В Україні питання трансферу технологій регулюється такими законодавчими актами, як: закони України "Про інноваційну діяльність", "Про авторське право і суміжні права", "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні", а також Закон України "Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій".

Вирішенням проблеми розвитку трансферу технологій як моделі отримання підприємством певних конкурентних переваг в Україні та за кордоном займаються такі науковці, як: Герасимчук В. Г., Капіца Ю. М., Нагачевська Т. В., Дідківський М. І., Савчук В. С., Дахно І. І., Рум'янцев А. П., Ковальов Г. Д., Шевченко В. Ю., Й. Шумпетер, П. Друкер, Р. Соллоу, Д. Гібсон та багато інших.

З огляду на те, що переважна кількість українських підприємств зорієнтована на використання зарубіжного науково-технічного потенціалу та його досягнень, а також на освоєння виробництва високотехнологічної продукції шляхом використання власної дешевої робочої сили та власного науково-технічного потенціалу, питання розвитку трансферу технологій стає досить гострим. На думку автора, слід розглянути існуючу ситуацію систематизовано, проаналізувавши певні слабкі ланки технологічного розвитку підприємств в Україні.

Почати аналіз розвитку трансферу технологій треба з ознайомлення з основною термінологією. Отже, "технологія – результат інтелектуальної діяльності, сукупність систематизованих наукових знань, технічних, організаційних та інших рішень про перелік, строк, порядок та послідовність виконання операцій, процесу виробництва та/або реалізації і зберігання продукції, надання послуг;

трансфер технології – передача технології, що оформляється шляхом укладення двостороннього або багатостороннього договору між фізичними та/або юридичними особами, яким встановлюються, змінюються або припиняються майнові права і обов'язки щодо технології та/або її складових" [1, ст. 1];

"суб'єкти трансферу технологій – центральний орган виконавчої влади у сфері освіти і науки, Національна академія наук України і галузеві академії наук, установи науки, науково-виробничі об'єднання, фізичні особи, які беруть участь у створенні, трансфері та впровадженні технологій та інші особи або підприємства, які створюють або використовують технології" [1, ст. 3].

"Трансфер технологій дозволяє покращувати як позиції, так і структуру присутності країн на міжнародному ринку, здійснюючи тим самим зовсім не адміністративний вплив на структуру виробництва товарів і послуг національного приватного сектору економіки, а ринковий підхід на передачу передових наукових розробок у виробництво" [2, с. 47]. Тому Україні, що зберегла значний науково-технічний потенціал, у найкоротші терміни необхідно освоїти механізми комерціалізації результатів наукових досліджень і науково-технічних розробок і включити інтелектуальний продукт у ринковий оборот з тим, щоб стати гідним учасником міжнародної економіки знань.

Сьогодні спостерігається тенденція щодо подальшого відставання України у технологічному розвитку від розвинутих країн світу. "Згідно з рейтингом Всесвітнього економічного форуму, Україна серед 134 країн зайняла у 2010 році у сфері розвитку вищої освіти 45 місце, у сфері формування факторів інноваційного розвитку – 52 місце, за оснащеністю сучасними технологіями – 65 місце, у сфері захисту прав інтелектуальної власності – 114 місце" [3, с. 7]. З огляду на ситуацію варто зазначити, що українські підприємства неефективно використовують власний інноваційний потенціал, що поступово перетворює їх на підприємства, які експортують сировинні ресурси з незначною часткою доданої вартості, та викликає можливість виникнення загрози для економічної та національної безпеки.

Сьогодні основна частина отриманих в Україні наукових результатів не патентується, а залишаючись без попиту в Україні, публікується у відкритих виданнях, передається за кордон безпосередньо науковими установами або недержавними структурами. Такого роду діяльність приводить до витоку за кордон пріоритетної науково-технічної інформації і завдає значного збитку економіці держави. Тому прийнятий законопроект "Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій" покликаний визначити правові та економічні принципи у сфері передачі технологій і стимулювати таку передачу технологій для економічного розвитку держави.

Як складова інноваційного потенціалу трансфер технологій, окрім технологічних процесів постачання і збуту готової продукції, відбувається у технологічному процесі виробництва. "Трансфер у виробничій сфері, як правило, супроводжується передачею або отриманням прав на виробництво деталей, вузлів або складання готової продукції відокремленим підрозділам" [4, с. 22].

На жаль, українські підприємства не мають за собою обґрунтованої нормативно-правової бази та фінансового забезпечення для того, щоб трансфер технологій став одним із джерел підвищення інноваційного потенціалу підприємства та надав господарюючим суб'єктам низку стратегічних можливостей, а саме: розвиток внутрішнього ринку, розвиток висхідних галузей та входження в транснаціональну інфраструктуру. На сьогоднішній день для оптимізації технологічного розвитку



українських підприємств стан трансферу технологій потребує негайного втручання держави, тобто створення та вдосконалення нормативно-правової бази, що регулюватиме дане питання. Задля цього нещодавно було створено регіональну структуру центрів трансферу технологій, на основі якої необхідно в найближчий час сформуванати національну інфраструктуру, використовуючи вже існуючі підприємства як вузлові.

"В Україні через слабку взаємодію науки і бізнесу трансфер технологій не знайшов свого розвитку" [5, с. 87]. Через недостатнє розповсюдження прогресивних технологій країна втрачає можливість використання стратегії нарощування інноваційного потенціалу на пріоритетних напрямках науково-технічного прогресу, що загрожує закріпленням екстенсивної моделі розвитку економіки.

Низький успіх у реалізації проектів по трансферу технологій на підприємствах головним чином зумовлений трьома групами чинників: по-перше, недостатній розвиток інноваційних процесів, що гальмує їх участь у обміні технологіями на міжнародному рівні; по-друге, непослідовність у проведенні та низька ефективність державної науково-технічної та інноваційної політики; по-третє, недосконалість вітчизняного законодавства щодо визначення та захисту прав інтелектуальної власності учасників інноваційного процесу. Автор також виділяє те, що на підприємствах існує певна недостатність джерел фінансування, досвіду щодо розробки і реалізації інноваційних стратегій, міжнародного співробітництва та безліч інших істотних чинників.

Відтак зміни потребує сама концепція трансферу технологій, покладена в основу Закону України "Про державне регулювання у сфері трансферу технологій". "Постає нагальна необхідність зміни поняття технологічного трансферу від суто договірної до розуміння його як багатогранного процесу інноваційного розвитку" [2, с. 44]. Без вжиття цих заходів гарантування подальшої охорони і захисту прав учасників відносин з інноваційного обміну видається складним завданням.

Таким чином, трансфер технологій є визначальною складовою інноваційного потенціалу підприємства, а також його здатністю залучати ресурси для інноваційного розвитку, здійснювати передачу ресурсів та інноваційної продукції легкої промисловості. А тому підвищувати інноваційний потенціал підприємства та розвивати інноваційну діяльність потрібно лише на засадах побудови ефективної системи передачі технологій. Для виходу на інший рівень розвитку національного трансферу технологій необхідно формувати сприятливі умови для інноваційної діяльності бізнесу, заохочувати світових лідерів у галузі високих технологій до приходу в Україну, створювати інструменти трансферу технологій, забезпечити наявність професійного менеджменту.

Наук. керівн. Ястремська О. М.

Література: 1. Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій : Закон України від 14 вересня 2006 р. № 134 – V // Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 45. – С. 434. 2. Федулова Л. І. Стан та проблеми України в контексті розвитку ринків високотехнологічних товарів та послуг / Федулова Л. І. // Наука та інновації. – 2009. – Т. 5. – № 3. – С. 40–48. 3. Звіт по світових інноваціях журналу The Economist, October 11, 2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economist.com>. 4. Ельников В. В. Трансфер технологій и региональные задачи экономики / В. В. Ельников // Восточный Базар. – 2004. – № 69. – С. 21–22. 5. Капіца Ю. М. Экспорт-импорт технологій: правове регулювання / Капіца Ю. М. – К. : Інтергид, 2001. – 104 с.

Кулінова Т. М.

УДК 338.121

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ФОРМУВАННЯ Й ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Анотація. Проведено аналіз інноваційного потенціалу України, визначено основні тенденції його розвитку та напрями використання. Здійснено оцінку сучасного стану розвитку інноваційної діяльності в країні та можливості її вдосконалення.

Аннотация. Проведен анализ инновационного потенциала Украины, определены основные тенденции его развития и направления использования. Осуществлена оценка современного состояния инновационной деятельности в стране и возможности ее усовершенствования.

© Кулінова Т. М., 2012

Annotation. The thorough analysis of innovation potential of Ukraine is carried out, the basic tendencies of its development and directions of use are determined. The author appreciates a modern condition of development of innovation activity in the country and opportunity of its improvement.

Ключові слова: науково-технічний прогрес, інноваційний потенціал, інноваційна модель розвитку, високотехнологічне виробництво.

Сучасний стан економіки України характеризується не тільки поглибленням ринкових відносин, а й розширенням виробництва в умовах обмежених матеріальних ресурсів. Інтеграція України до світового економічного простору з високим рівнем конкуренції обумовила перехід від екстенсивної моделі вітчизняної економіки до інноваційної моделі розвитку господарювання.

За цих умов найважливішими факторами, що забезпечують підвищення промислового виробництва, є швидка реалізація у виробництві новітніх досягнень науково-технічного прогресу, підвищення конкурентоспроможності продукції та постійне вдосконалення системи управління виробництвом, що забезпечує оптимальне використання матеріальних, виробничих і людських ресурсів.

Широкомасштабна інноваційна діяльність у сучасних умовах є основою стабільного та ефективного економічного зростання як окремо взятого підприємства чи галузі, так і регіону або країни загалом.

Проблемам розвитку інноваційної діяльності присвячено праці багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців – І. Ансоффа, П. Друкера, В. Горшкова, О. Дація, І. Єресько, Е. Кретової, В. Любімова, В. Яковенка та ін. [1].

Інновації, особливо у промисловості, є одним із суттєвих елементів відновлення економіки. Це новостворені, застосовані або вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція, послуги чи організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, які істотно поліпшують структуру, якість виробництва або соціальну сферу [2]. Згідно з Законом України "Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні", інноваційний потенціал розглядається як сукупність науково-технологічних, фінансово-економічних, виробничих, соціальних та культурно-освітніх можливостей країни (галузі, регіону, підприємства тощо), необхідних для забезпечення інноваційного розвитку. При цьому окремо виділяється така складова потенціалу, як інноваційна культура, яка характеризує рівень освітньої, загальнокультурної і соціально-психологічної підготовки особистості та суспільства загалом до сприйняття і творчого втілення в житті ідеї розвитку економіки країни на інноваційних засадах [3].

Звідси випливає, що основою інноваційного потенціалу будь-якого суспільства є людський ресурс, тобто носії певного освітньо-кваліфікаційного рівня та морально-психологічних якостей, необхідних для реалізації успішної інноваційної діяльності.

Рівень інноваційного потенціалу України саме завдяки наявному людському капіталу загальноновизнано вважається достатньо високим для того, щоб наша держава була здатна посісти гідне місце серед найрозвиненіших країн світу. Адже держава має розвинену систему підготовки фахівців, що працюють як у виробничій сфері, так і займаються науковою та науково-технічною діяльністю.

За даними досліджень, проведених ООН, на рубежі тисячоліть Україна посідала одне з перших місць у світі за кількістю наукових співробітників, досить високе місце – за індексом розвитку людського потенціалу (75 місце зі 175 країн), а індекс рівня освіченості населення навіть перевищував середній індекс країн Східної Європи і СНД. Наша країна має достатньо велику кількість зайнятого населення у високо- і середньотехнологічних галузях промисловості [1]. Усе це є підґрунтям того, що й сьогодні за окремими напрямками фундаментальних досліджень Україна знаходиться серед світових лідерів, зокрема у галузі фізики, хімії, математики, інформатики, медицини, прикладних розробок у сфері лазерної та криогенної техніки, нових матеріалів, аерокосмічної техніки, засобів зв'язку і телекомунікацій, програмних продуктів.

Важливою складовою, разом з людським фактором інноваційного потенціалу України, є науково-технологічні та виробничі можливості нашої держави, що знаходять своє втілення в наукомісткому високотехнологічному виробництві. Це, передусім, потенціал літакобудування, адже лише сім країн світу, серед яких і Україна, мають повний цикл проектування та виробництва літаків. Це ж стосується і ракетно-космічної галузі, яка також здобула всесвітнє визнання. Широкими є можливості вітчизняного суднобудування і танкобудування.

Україна зберігає високотехнологічні конкурентоспроможні виробництва і в інших галузях машинобудування, зокрема у приладобудуванні, виробництві енергетичного встаткування й важкого машинобудування, а також в окремих галузях кольорової металургії [4].

Слід відзначити, що загалом фінансові процеси, пов'язані з інноваційним потенціалом, повинні бути спрямовані на реалізацію таких його функцій:

- забезпечення надходжень фінансових засобів для виконання інноваційних процесів;
- реалізація необхідної еластичності надходжень фінансових ресурсів відповідно до перебігу етапів інноваційного процесу;
- вплив на здійснення інноваційних процесів;
- створення стимулів і умов для розробки інновацій;
- вплив на вибір тематики інноваційних проектів відповідно до потреб господарювання і розвитку самої інноваційної сфери;
- сприяння ефективному формуванню витрат на інновації [5].

Ефективність реалізації інноваційного потенціалу визначається чіткістю та масштабами поставлених у зв'язку із цим завдань.



У Законі України "Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні" наводиться такий перелік стратегічних пріоритетних напрямів інноваційної діяльності нашої держави на період з 2003 до 2013 року:

модернізація електростанцій; нові та відновлювані джерела енергії; новітні ресурсозберігаючі технології;

машинобудування та приладобудування як основа високотехнологічного оновлення всіх галузей виробництва; розвиток високоякісної металургії;

нанотехнології, мікроелектроніка, інформаційні технології, телекомунікації;

удосконалення хімічних технологій, нові матеріали, розвиток біотехнологій;

високотехнологічний розвиток сільського господарства і переробної промисловості;

транспортні системи: будівництво і реконструкція;

охорона та оздоровлення людини і навколишнього середовища;

розвиток інноваційної культури суспільства.

Можна зауважити, що вказані стратегічні напрями інноваційної діяльності охоплюють саме ті сфери наукової та науково-технічної діяльності, які сьогодні визначають науково-технічний прогрес і за якими Україна поки що не досягає існуючого в передових країнах рівня. Це, зокрема, сфера мікроелектроніки, нанотехнології, біотехнологія та генетика.

Також недопустимо високим за стандартами економічно розвинених країн в Україні є рівень техногенного навантаження на довкілля внаслідок використання застарілих технологій у вітчизняному промисловому комплексі.

Формування інноваційного потенціалу ускладнене наявними можливостями одержання матеріальних ресурсів, тому він повинен бути орієнтований на створення нематеріалооб'ємних нововведень, що дають змогу максимально і комплексно використовувати наявну в національній економіці сировинну базу, а також нових видів матеріалів, утилізації відходів, що необхідно узгоджувати з екологічними вимогами, які висуває суспільство до виробників.

Можливості застосування інновацій великою мірою залежать від енергоресурсів, що мають стійку тенденцію до скорочення й подорожчання. Це висуває на перший план проблеми раціоналізації споживання енергії в самих інноваційних процесах і створення енергоощадних технологій, а також розробки нових джерел енергозабезпечення.

Сучасне досить непросте становище щодо інноваційної діяльності в Україні обумовлюється дією цілого ряду негативних чинників. Одним із найбільш несприятливих серед них є значна зношеність і технологічна застарілість основних засобів і виробничої інфраструктури. Так, близько 60 % основних засобів національної економіки є зношеними [4]. Низький технологічний рівень виробництва спричиняє його високу енерго- і матеріаломісткість. Усе це створює несприятливе середовище для піднесення інноваційної діяльності.

Унаслідок цього вже на початку поточного десятиріччя лише 4 % промислових підприємств витрачали кошти на дослідження та розробки, спрямовані на випуск інноваційної продукції, частка якої не перевищила 7 % загального обсягу галузевого виробництва [6].

Таким чином, одним із найвагоміших факторів, що стримує інноваційну діяльність у нашій державі та розвиток вітчизняного інноваційного потенціалу, є відсутність попиту на вироблену в Україні наукомістку продукцію як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Визнання факту недостатнього попиту на наукоємну продукцію на внутрішньому ринку має спонукати до усвідомлення необхідності державної підтримки інноваційної діяльності державою доти, доки зростання інноваційного виробництва не буде викликано стійким попитом на його продукцію. Усвідомлення вагомості підтримки інноваційних процесів в Україні засвідчило прийняття починаючи з кінця 90-х років ХХ ст. низки програмних документів, у тому числі базового в цій сфері Закону "Про інноваційну діяльність" [2].

Водночас загальний рівень, структура і механізми фінансування сфери інноваційної та науково-технічної діяльності в Україні, на жаль, сьогодні є такими, що суттєво ускладнюють можливості для реального використання її напрацювань як потужного чинника піднесення національної економіки та переведення її на інноваційну модель розвитку. Основна причина – відсутність у нашій державі розвинутої інноваційної інфраструктури.

Отже, щоб країна була успішною в економічному, політичному і соціальному розвитку, необхідна така система, яка б усіляко стимулювала розвиток та генерування знань. Для такої системи необхідним є широке застосування інформаційних та комп'ютерних технологій, розвиток науково-дослідної бази, поліпшення якості вищої освіти, поєднання виробничої та наукової сфер. Тим паче, що додаткові вкладення в економіку забезпечуватимуть випереджальний приріст продукції шляхом удосконалення організації виробництва.

На даний час теоретично і практично науково-технічні інновації здатні суттєво змінити стан розвитку не тільки в галузях промисловості, сфері послуг, організаційної діяльності, політиці і культурі, але й у галузях досліджень. Для цього і сама сфера інновацій повинна бути перетворена таким чином, щоб перебороти інерційність і обмеження, які є результатом існування сталих структур, застарілого способу мислення.

Загалом, політика держави повинна бути спрямована на посилення національних інноваційних стратегій і сприяння зростання потоків знань. В основі цих стратегій повинні бути:

стратегічні інвестиції в людський ресурс з акцентом на науку та інжиніринг;

активний імпорт технологій і ноу-хау, капіталу, укладання контрактів про тривале співробітництво в галузі інновацій;

постійне вдосконалення системи освіти;

активний розвиток інноваційної інфраструктури (наукових парків, дослідницьких лабораторій, бізнес-інкубаторів, технопарків) для ефективнішого просування інновацій на регіональному та міжнародному рівнях;

розробка стратегій і стимулів для залучення прямих іноземних інвестицій.

Загальновідомо, що високі технології створюються завдяки використанню новітніх досягнень науки, які виникають у результаті саєнтифікації. Зрозуміло, що розробка і залучення високих технологій при організації на їх основі нових виробництв є надзвичайно складним процесом, особливо в умовах України, обтяженої нестачею засобів і наявністю великої кількості традиційних виробництв. Тому для України важливо застосовувати вже випробуваний у багатьох країнах метод злиття "нових" і "старих" технологій. Він створить сприятливі можливості для об'єднання якості і гнучкості, закладених у потенціалі нових технологій, з уже досягнутими перевагами традиційних, що дозволяє знаходити інноваційні рішення, які найкраще відповідають потребам і умовам України. У цьому й полягатиме перспектива подальших розробок у даному напрямку дослідження.

Проблеми, що стосуються формування, збереження і розвитку інноваційного потенціалу, сконцентрованого у науково-технічній сфері України, дозволяють зробити висновок про те, що причини існуючого у вказаній сфері помітного відставання нашої країни від економічно-розвинених держав світу, передусім, стосуються не рівня вітчизняного інноваційного потенціалу, який є досить високим, а полягають у відсутності належних організаційно-економічних механізмів щодо його використання.

Наук. керівн. Веретенникова Г. Б.

Література: 1. Демьохін В. А. Інноваційна політика держави і проблеми інтелектуальної власності / Демьохін В. А. // Економіка і прогнозування. – 2005. – № 10. – С. 37–44. 2. Про інноваційну діяльність : Закон України від 4 липня 2002 р. № 4 – IV // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36. – С. 226. 3. Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності : Закон України // Офіційний вісник України. – 2003. – № 7. – С. 5–11. 4. Інноваційна стратегія українських реформ / А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, А. К. Кінах та ін. – К. : Знання України, 2004. – 338 с. 5. Любімов В. І. Формування інноваційного потенціалу промисловості / Любімов В. І. // Держава та регіони. – 2006. – № 2. – С. 171–175. 6. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : статистичний збірник. – К. : Держкомстат України, 2005. – 360 с.

УДК 658.78-021.131

Самойлова Ю. И.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

КОНЦЕПЦИЯ ВИРТУАЛЬНЫХ СКЛАДОВ

Аннотация. Определены вспомогательные инструменты и основные регулирующие документы, необходимые для внедрения новой концепции виртуального складирования, благодаря которой предприятие может снизить свои затраты и уменьшить себестоимость конечного продукта.

Анотація. Визначено допоміжні інструменти та основні регулюючі документи, необхідні для впровадження нової концепції віртуального складування, завдяки якій підприємство може знизити свої затрати і зменшити собівартість кінцевого продукту.

Annotation. Additional instruments and main regulatory documents, necessary for a new conception of virtual storage, by means of which an enterprise can reduce its expenses and cost value of a final product, have been defined.

Ключевые слова: концепция, виртуальный склад, затраты, себестоимость конечного продукта.

Данная тема является достаточно актуальной в наше время, так как сегодня в мире наметилась стойкая тенденция к объединению всех участников цепей поставок под общим управлением. В такой четко организованной цепи внедрить концепцию виртуального складирования целесообразно и относительно несложно, особенно учитывая, что она является мощнейшим инструментом снижения затрат, а значит – приобретения весомого конкурентного преимущества.

Целью работы является определение преимуществ виртуального склада и выявление трудностей внедрения его технологии.

© Самойлова Ю. И., 2012



Применительно к данной статье значительный интерес представляют работы по изучению виртуального склада: Алехин Р. А. [1], Витолиньш К. Н. [2], С. Эммет [3], Дж. Шрабфедер [4].

Создание виртуального склада имеет такие преимущества, как экономия средств и времени на изготовление готовой продукции и полуфабрикатов, снижение себестоимости конечного продукта, а также избавление от множества складов по всей цепи и создание только одного склада сырья. Концепция состоит в том, что физическое перемещение сырья и его переработка начинается только после того, как поступил заказ на определенный вид продукции. Это позволяет также достигать большей гибкости в выполнении заказов потребителей. Так как по мере продвижения сырья через технологические процессы и продукции, к покупателю не только идет неизбежное удорожание, но и теряется возможность изменения и адаптации товаров к требованиям рынка. Исторически сложилось, что до середины прошлого столетия, пока спрос на потребительские товары превышал предложение, увеличение затрат на создание новой стоимости неизменно приносило рост прибыли. Но по мере насыщения рынка и появления избытка товаров со сходными потребительскими характеристиками новая стоимость стала, по сути, никому не нужна. И прибыль стало возможно увеличивать только через уменьшение затрат, то есть снижение себестоимости товаров.

Ситуация в Украине усугубляется еще и ростом стоимости сырья и энергоресурсов, а также отсутствием стабильного спроса практически на всех рынках. Именно вследствие этого маржинальный доход многих компаний уменьшается, а произведенная ими продукция нередко остается невостребованной. При этом виртуальные склады, помогают сглаживать скачкообразный разбой в цепях поставок – от поставщиков сырья до мест его переработки и производства продукции, и дальше – к дистрибьюторам и к конечному потребителю. Отметим, что уровень запасов на разных участках цепи поставок никогда не бывает равномерным. Как только немного повышается спрос в потреблении, дистрибьюторы увеличивают свои запасы в несколько раз. Далее происходит всплеск заказов на производство, и производственные предприятия, соответственно, начинают закупать больше сырья. В обратном порядке идет снижение запасов, когда спрос падает. Это происходит в связи с запоздалым реагированием по цепи поставок.

Если розница закупит сырье, из которого производится товар, и разместит его на производстве, она сможет контролировать производство и распределение по всей цепи, предотвращая, таким образом, лихорадочные всплески и падения запасов. Тогда перенасыщение и разрывы в снабжении нивелируются.

Более того в соответствии с концепцией виртуальных складов вообще исчезает потребность в складах по всей цепи поставок. Сегодня создавать складские запасы вынуждены и дистрибьютор, и производитель, и поставщик сырья для производства. У каждого из них есть свой склад – большой или маленький, более или менее эффективно работающий, но однозначно увеличивающий расходы и, соответственно, повышающий себестоимость продукции [1].

Новая концепция виртуального складирования предполагает наличие всего одного склада на территории поставщика или производителя. Там должно храниться сырье, необходимое для выпуска продукции, в идеале, принадлежащее ритейлеру, который и будет контролировать его дальнейшее продвижение по цепи. Только одно это изменение – вместо четырех складов один, специализирующийся на хранении исходного сырья, – дает значительную экономию затрат и уменьшение себестоимости конечного продукта [2].

Недостатком данной концепции является то, что реализация технологии виртуального складирования практически невозможна без инструментов, позволяющих предприятиям, входящим в цепь поставок, работать в едином информационном поле. В основу создания таковых могут быть положены автоматизированные системы управления территориально распределенными структурами, позволяющие создавать в рассредоточенных подразделениях единый или базовый уровень компетенций и обеспечивать эффективные технологические процессы контроля и передачи информации. Практически часть отделов (в частности, отделы логистики) предприятий-покупателей и поставщиков должны быть объединены в своего рода "виртуальную команду", обеспечивающую плавное и безошибочное прохождение потоков информации, материалов и финансов.

Необходимо особо подчеркнуть, что в данном случае информационная сеть, в которой работают независимые компании, объединяет функции технологий ERP (планирование ресурсов) и CRM (система взаимодействия с покупателями). Тогда, благодаря оптимальному и быстрому обмену информацией между отделами логистики, можно достигнуть большей гибкости всей цепи, быстро адаптировать ее к изменениям рынка. Создание такой информационной базы – это один из инструментов формирования концепции виртуальных складов [3].

Еще одним недостатком концепции виртуального складирования является процесс контроля запасов. В связи с тем, что материалы, принадлежащие покупателю конечного продукта, хранятся на складе производителя, владелец должен эти запасы контролировать, но не каждая фирма готова допустить на свои склады, а тем более на производство посторонних людей. А ведь речь идет не только о доступе, но и об управлении ресурсами! Аналогичные проблемы возникают и при транспортировке, перемещении сырья и полуфабрикатов между предприятиями.

Выход в данном случае могут предложить логистические операторы, способные взять на себя все функции по хранению и перевозке материалов, а также аналитике товаропотоков. Владелец запасов (он же покупатель готового продукта) должен предоставить им планы и договора по всем предприятиям цепи, согласовать графики поставок и договориться об отчетности по итогам работы. А взамен, кроме целостного комплекса услуг, он получает значительную экономическую выгоду. Расходы по хранению и перемещению становятся не постоянными затратами, которые



вычитаются из прибыли, а относятся к переменным расходам, входящим в себестоимость продукта. И становятся они действительно переменными – растут с увеличением объема материалов и уменьшаются по мере его сокращения. С уходом последней паллеты затраты на хранение и перемещение в тот же день прекращаются, чего нельзя достичь, имея собственный склад и автопарк.

Для регулирования и контроля материальных и финансовых потоков между поставщиком и покупателем при работе по принципу "виртуальных складов" необходим целый ряд документов: договор об ответственном хранении; расходная реализация; спецификация исходного сырья; спецификация полученного продукта/полуфабриката; спецификация полученных отходов; акт выполненных работ; счет на оплату; приходная реализация [4].

Таким образом, эта концепция применима практически в любом бизнесе. Розничный оператор может купить сырье для производства товара, востребованного в его сегменте рынка, и заказать на заводе изготовление определенной партии к конкретному сроку.

Преимущества такой концепции очевидны:

во-первых, розница полностью или частично уходит от давления производителей и дистрибьюторов и даже может продавать оптовым компаниям излишки товара, не реализованные в собственных магазинах;

во-вторых, ритейлер оплачивает только работу производственного предприятия, которое, к тому же, за свой счет хранит и перемещает материалы/товар;

в-третьих, продукция изготавливается и выбирается только под реальные заказы, если их поступает много, можно сотрудничать с несколькими производителями одновременно, если недостаточно – всегда можно продать остатки сырья заводу или другим предприятиям по рыночной стоимости.

Дальнейшему исследованию подлежит разработке по сокращению трудностей внедрения концепции виртуального складирования.

Научн. рук. Голофаева И. П.

Литература: 1. Алехин Р. Внедрение виртуальных складов / Р. Алехин // Дистрибуция и Логистика. – 2007. – № 8. – С. 9. 2. Круминьш Н. Логистика в Восточной Европе / Н. Круминьш, К. Витолиньш. – М. : SIA, 2007. – 256 с. 3. Эммет С. Искусство управления складом / С. Эммет. – Д. : Гревцов Паблишер, 2007. – 320 с. 4. Шрайбфедер Дж. Эффективное управление запасами / Дж. Шрайбфедер. – [2-е изд.] – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 304 с.

УДК 338.486.5

Волошина В. А.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В ЛОГИСТИКЕ

Аннотация. Исследованы основные методы экономического прогнозирования, применение которых играет важную роль в обеспечении эффективной деятельности логистических систем. Выявлено, что некоторые методы являются универсальными и могут быть использованы во всех сферах логистики, а относительно других существуют ограничения.

Анотація. Досліджено основні методи економічного прогнозування, застосування яких відіграє важливу роль у забезпеченні ефективної діяльності логістичних систем. Виявлено, що деякі методи є універсальними і можуть бути використані в усіх сферах логістики, а відносно інших існують обмеження.

Annotation. In this article the basic methods of the economic forecasting the application of which plays an important role in maintenance of effective activity of logistical systems are researched. It has been revealed that some methods are universal and can be used in all spheres of logistics, and concerning others there are restrictions.

Ключевые слова: методы экономического прогнозирования, сферы логистики.

На данный момент для большинства украинских предприятий логистическое управление становится одним из условий эффективного функционирования. При этом обеспечение эффек-



тивности такого управления требует умения предвидеть будущее вероятное состояние предприятия и среды, в которой оно функционирует, вовремя предупредить возможные сбои и срывы в работе. Это достигается с помощью прогнозирования работы предприятия по всем направлениям его деятельности и, в частности, в сфере прогнозирования закупки сырья, производства продукции, ее сбыта, складирования и транспортировки.

Цель статьи – исследовать наиболее распространенные методы экономического прогнозирования и обосновать возможность их применения в различных сферах логистики.

Ученые, занимающиеся проблемами применения методов экономического прогнозирования на практике, – Л. Клейн, К. Гаусс [1], Г. Бокс, Г. Дженкинс, Б. Смит [2], В. Макаров [3], И. Маслова, О. Савина [4] – определяют сущность методов, их характеристику, инструментарий, но не уточняют сферы их применения. Многообразие проблем, возникающих при обеспечении жизнедеятельности предприятия и являющихся предметом прогнозирования, приводит к появлению большого количества разнообразных прогнозов, разрабатываемых на основе определенных методов прогнозирования. Современная экономическая наука располагает большим количеством различных методов прогнозирования, каждый менеджер и специалист по планированию должен иметь навыки прикладного прогнозирования, а руководитель, ответственный за принятие стратегических решений, должен правильно определить метод прогнозирования, который будет рациональным использовать в каждом конкретном случае.

В данной статье исследованы пять методов экономического прогнозирования, применение которых играет важную роль в обеспечении эффективной деятельности логистических систем (таблица).

Таблица

Характеристика методов прогнозирования, рекомендуемых к применению в различных сферах логистики

Методы прогнозирования	Суть метода	Характеристика метода	Закупочная логистика	Производственная логистика	Сбытовая логистика	Складская логистика	Транспортная логистика
1	2	3	4	5	6	7	8
Метод экстраполяции	предполагает прогнозирование событий на основе анализа показателей, имевших место в предыдущие годы (не менее, чем за 5 – 8 лет)	используются такие показатели: экстраполируемое значение уровня; период упреждения; уровень, принятый за базу экстраполяции	+	+	+	+	+
Метод платежной матрицы	способствует осуществлению выбора оптимального варианта. Он особенно эффективен, когда нужно установить, какая стратегия в наибольшей мере будет способствовать достижению целей предприятия	платежная матрица – это запись в матричной форме денежных платежей. Строки матрицы – альтернативные стратегии поведения. Ее столбцы – возможные состояния внешней среды	-**	+	-	-	+
Метод линейной регрессии	базируется на анализе взаимосвязи двух переменных – влияние вариации факторного показателя "X" на результирующий показатель "у"	$yx = a + bx$, где a, b – параметры уравнения; x – факторный показатель; y – результирующий показатель. Предполагается использование метода наименьших квадратов. В основу метода положено требование минимальности сумм квадратов отклонений эмпирических данных от выравненных	+	+	+	+	+

1	2	3	4	5	6	7	8
Детерминированный факторный анализ	представляет собой метод исследования влияния факторов, который с результативным показателем носит функциональный характер	подвидом являются аддитивные модели, представляющие собой алгебраическую сумму показателей	+	+	+	+	+
Нормативный метод	сущность нормативного метода заключается в технико-экономическом обосновании прогнозов, планов, программ с использованием норм и нормативов	установление нормы запаса по каждому элементу оборотных средств и расчет нормативов по формуле: $Q_i = C_i \times H_{zi}$, где Q_i – норматив оборотных средств по i -му элементу, тыс. грн; H_{zi} – норма запаса по i -му элементу; C_i – показатель, относительно которого устанавливается норма	+	+	-	+	+

Условные обозначения: "+" – метод рекомендуется применять; "-" – метод имеет ограничения по использованию.

Анализ информации из таблицы позволяет сделать следующие выводы:

а) самый простой в использовании и самый распространенный из статистических методов – метод экстраполяции, предполагающий прогнозирование событий на основе анализа показателей, имевших место в предыдущие годы [1]. На основе статистических данных с помощью этого метода в логистических системах рассчитывают оптимальный уровень объемов закупки сырья, а также связанные с этим затраты на транспортировку. В производственной деятельности можно спрогнозировать себестоимость продукции. Метод применяется для прогнозирования объемов потребления продукции в будущем периоде по сравнению с предыдущим. Этот метод также рационально использовать для прогнозирования величины складских запасов;

б) метод линейной регрессии базируется на анализе взаимосвязи двух переменных, устанавливая влияние вариации факторного показателя "X" на результативный показатель "Y" [2]. Данный метод может применяться для определения оптимальных объемов закупок сырья, учитывая влияние на этот фактор предполагаемых объемов производства. Также одним из заданий данного прогнозирования есть распределение объемов международных перевозок по направлениям и видам транспорта. Кроме того, метод линейной регрессии может применяться для определения степени влияния различных факторов на себестоимость продукции или затрат по содержанию товаров на складе;

в) детерминированный факторный анализ предполагает исследование влияния факторов, связь которых с результативным показателем носит функциональный характер [2]. С его помощью рассчитывается показатель объема производства продукции во взаимосвязи с объемом выпуска отдельных изделий в определенных подразделениях. Также, в зависимости от уровня производства и спроса, позволяет проводить исследования в закупочной, сбытовой, складской и транспортной сферах логистики;

г) метод платежной матрицы используется, когда нужно установить, какая стратегия в наибольшей мере будет способствовать достижению поставленных целей предприятия [3]. Применяется при решении задачи максимизации доходов на предприятии и для определения возможных объемов производства при доступных ресурсах. Также применяется при решении задачи минимизации расходов на транспортировку грузов;

д) сущность нормативного метода заключается в технико-экономическом обосновании прогнозов, планов, программ с использованием норм и нормативов [4]. Применяется для расчета потребности в ресурсах, показателей их использования и расходов на транспортировку. Широко используется для прогнозирования спроса на определенные виды продукции, а также для прогнозирования объема и ассортимента складываемой продукции.

Приведенный анализ методов экономического прогнозирования дает возможность утверждать, что некоторые методы являются универсальными и их можно использовать во всех сферах логистики, другие же имеют ограничения по использованию. Таким образом, можно отметить,



что методы экстраполяции, линейной регрессии и детерминированный факторный анализ имеют большое значение для оптимизации основных видов деятельности предприятия. Они нашли свое применение во всех основных сферах логистики. Метод платежной матрицы применяется не так широко, но его использование является неотъемлемой частью производственного и транспортного процессов. Некоторые ограничения по использованию в логистике имеет и нормативный метод.

Экономические прогнозы, направленные на разработку отдельных разделов перспективных планов, предназначены не только для определения общих показателей динамики той или иной сферы логистики, но и для выявления нежелательных тенденций, поиска способов их регулирования в нужном направлении.

Таким образом, экономическое прогнозирование имеет важное практическое значение для оптимизации основных видов деятельности отечественных предприятий. В работе были исследованы методы экономического прогнозирования и обоснована возможность их применения в различных сферах логистики. Дальнейшее исследование необходимо направить на разработку рекомендаций по практическому использованию рассмотренных методов в деятельности отечественных промышленных предприятий.

Научн. рук. Руденко А. Р.

Литература: 1. Бокун И. А. Прогнозирование и планирование экономики / И. А. Бокун, А. М. Темичев. – М. : Полиграф, 2008. – 404 с. 2. www.epidemiolog.org/epidemiologicheskij-slovar. 3. Макаров В. М. Производственный менеджмент. Модели и методы обоснования управленческих решений : практикум / В. М. Макаров. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2009. – 282 с. 4. Маслова И. А. Нормативный метод учета затрат и формирования себестоимости / И. А. Маслова, О. Э. Савина // Управленческий учет. – 2007. – № 5. – С. 8–12.

Лісова Ю. А.

УДК 005.932:658.7

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. Проаналізовано існуючі методики оцінки ефективності логістичної діяльності, які можуть застосовуватися на вітчизняних підприємствах. Методики систематизовано та запропоновано шляхи їх ефективного застосування на підприємствах.

Аннотация. Проанализированы существующие методики оценки эффективности логистической деятельности, которые могут применяться на отечественных предприятиях. Методики систематизированы и предложены пути их эффективного применения на предприятиях.

Annotation. The existing techniques of an estimation of efficiency of logistical activity, which can be used at the native enterprises are analyzed. The existing techniques are systematized and proposals of their efficient using at enterprises are given.

Ключові слова: ефективність логістичної діяльності, концепція логістики.

Актуальність дослідження полягає в тому, що з кожним роком логістика активно розвивається, і все більше підприємств застосовують її у своїй діяльності. Проте хоча логістика і має міжгалузевий характер, на даному етапі розвитку вона все ще потребує адаптації до специфіки кожної галузі вітчизняного господарства.

Для проведення оцінки ефективності логістичної діяльності вітчизняних підприємств різних галузей необхідно систематизувати методики її оцінки.

Мета статті – здійснити аналіз існуючих методик оцінки ефективності логістичної діяльності підприємств та визначити можливості їх застосування в різних галузях промисловості.

Вчені Семененко А. І., Сергеев В. І. [1], Окландер М. А., Миротін Л. Б., Ташбаєв І. Е., Порошина О. Г. [2], Канке А. А., Кошева І. П. [3] та інші пропонують специфічні методики оцінки логістичної діяльності на підприємствах конкретної галузі (таблиця) [4], але є необхідність у систематизації цих методик.

© Лісова Ю. А., 2012

Аналіз методик оцінки ефективності логістичної діяльності, які можна використовувати на вітчизняних підприємствах різних галузей

Розробники, формула	Вид логістики	Галузі			
		машинобудівна	харчова	сільськогосподарська	будівництво
1	2	3	4	5	6
<p>1. Семененко А. І., Сергєєв В. І. $W = (R \cdot P_{ra}) / (Z \cdot P_{za}),$ де W – показник ефективності; R – цільовий результат, що планується (в загальному випадку векторна величина чи функціонал); P_{ra} – ймовірність отримання певного результату з довірчою ймовірністю $\alpha \leq 1$; Z – витрати на досягнення конкретного результату R_i (в загальному випадку векторна величина чи функціонал з урахуванням того, що витрати можуть бути не тільки в грошовій формі); P_{za} – ймовірність здійснення певної величини витрат з довірчою ймовірністю $\alpha \leq 1$; α – довірча ймовірність</p>	Розподілення, складування, транспортна, закупівельна, виробнича, запасів	+	+	+	+
<p>2. Окландер М. А. $\text{Алог} = \text{П} / \text{Влог} \rightarrow \text{max},$ де Алог – агрегований показник ефективності функціонування логістичної системи підприємства; П – прибуток від реалізації готової продукції; Влог – логістичні витрати: $\text{Влог} = \text{Врух} + \text{Взбер} + \text{Вприб},$ де Врух – витрати, пов'язані з рухом матеріалів; Взбер – витрати на зберігання матеріалів; Вприб – втрати прибутку внаслідок невикористаних (втрачених) можливостей, зумовлених існуванням матеріальних запасів</p>	Розподілення, складування, транспортна, закупівельна, виробнича, запасів	+	+	+	-
<p>3. Миротін Л. Б., Ташбаєв І. Е., Порошина О. Г. $\text{Эс} = \frac{\sum_k (\text{Эк} \cdot \text{Зк})}{\sum \text{З}}$ де Эс – показник ефективності функціонування логістичної системи (інтегральний критерій оптимальності або критерій мінімуму загальних витрат цієї системи); Эк – ефективність функціонування логістичної системи з урахуванням рівня обслуговування k-го замовлення; Зк – логістичні витрати по k-му замовленню; $\sum \text{З}$ – загальні витрати на логістичну діяльність</p>	Розподілення, складування, транспортна, закупівельна, виробнича, запасів	+	+	+	+
<p>4. Миротін Л. Б., Ташбаєв І. Е., Порошина О. Г. $\text{Евр} = \text{Опзвітний (плановий)} / \text{Влзвітний (плановий)},$ $\text{Евр} = \text{Пзвітний (плановий)} / \text{Влзвітний (плановий)},$ де Евр – ефективність використання спожитих ресурсів; Опзвітний (плановий) – обсяг продажу звітного (планового) періоду; Влзвітний (плановий) – логістичні витрати за звітний (плановий) період; Пзвітний (плановий) – прибуток звітного (планового) періоду</p>	Розподілення, складування, транспортна, закупівельна, виробнича, запасів	+	+	+	-
<p>5. Канке А. А., Кошева І. П. $\text{Квм} = \text{КорВм} / \text{НВ},$ де Квм – коефіцієнт використання матеріалів; КорВм – корисне витрачання матеріалу; НВ – норма витрачання матеріалу. $\text{ПВитр} = \text{КілВмат} / \text{Овпрод},$ де ПВитр – показник питомого витрачання сировини та матеріалів; КілВмат – кількість витраченого матеріалу (сировини); Овпрод – обсяг виготовленої з даного матеріалу (сировини) продукції</p>	Виробнича	+	+	+	-

1	2	3	4	5	6
<p>6. Стаханов В. М., Українцев В. Б.</p> $Z = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \sum_{k=1}^c \text{Вліжк} \cdot f(\text{Еопт}, \text{Ерац}) \rightarrow \min,$ <p>де Z – показник ефективності; Вліжк – логістичні витрати, що виникають у сфері виробництва (i = 1...n), обміну (j = 1...m) та споживання (k = 1...c); Еопт – оптимізація економічних потоків; Ерац – раціоналізація економічних потоків</p>	Виробнича, розподілення	+	+	+	-
<p>7. Канке А. А., Кошева І. П., Д. Уотерс</p> $\text{ПТЕРск} = (\text{Кван} \cdot \text{В} \cdot \text{Тн} \cdot \text{Хпр} \cdot \text{Vтех}) / (\text{Іпоіз} + \text{Тпр} \cdot \text{Хпр} \cdot \text{Vтех}),$ <p>де ПТЕРск – продуктивність, що залежить від техніко-експлуатаційних показників роботи рухомого складу; Кван – коефіцієнт використання вантажопідйомності автомобіля; В – вантажопідйомність автомобіля, в тоннах; Тн – час, витрачений на наряд, в годинах; Хпр – коефіцієнт використання пробігу; Vтех – технічна швидкість, у кілометрах на годину (км/год.); Іпоіз – середня відстань поїздки з вантажем, у кілометрах; Тпр – час простою автомобіля під завантаженням та розвантаженням, у годинах</p>	Транспортна	+	+	+	+
<p>8. Нечаєв Г. І., Кичкіна О. І.</p> $\text{Етсл} = \text{Втсл} + \text{ОВтсл} + \text{Взб} + \text{ОВзб},$ <p>де Етсл – показник ефективності транспортно-складської логістики; Втсл – втрати в самій транспортно-складській підсистемі логістики; ОВтсл – організаційні витрати в транспортно-складській підсистемі; Взб – втрати в логістичній системі через збої в транспортно-складській підсистемі; ОВзб – організаційні витрати в логістичній системі на запобігання наслідків збоїв у транспортно-складській підсистемі</p>	Транспортна, складська	+	+	+	+

Проаналізувавши методики оцінки ефективності логістичної діяльності, їх можна систематизувати таким чином:

а) методики 1, 3, 7, 8 є універсальними, тобто застосовуються для всіх видів логістики, що спрощує розрахунки ефективності логістичної діяльності на підприємствах;

б) інші методики 2, 4, 5, 6 застосовуються для розрахунку ефективності окремих видів логістики, а це, у свою чергу, значно ускладнює розрахунки ефективності логістичної діяльності на підприємстві в цілому;

в) деякі методики мають дуже багато складових, що ускладнює розрахунки;

г) деякі методики 1, 3, 6 мають складні формули розрахунку ефективності логістичної діяльності, а це означає, що підприємство, яке використовує дані методики, повинно мати спеціалістів, які володіють навичками розрахунку ймовірностей, функціоналів, інтегралів;

д) методики 1, 3 та 6 передбачають використання у розрахунку ефективності логістичної діяльності даних, які досить важко зібрати, тобто працівникам необхідно проводити попередні розрахунки, що потребують додаткових витрат і часу;

е) більшість методик можуть застосовуватися на вітчизняних підприємствах різних галузей, однак винятком є методики 2, 4, 5, 6, які неможливо застосувати на підприємствах будівельної галузі.

У зв'язку з цим необхідно дослідити застосування методик оцінки ефективності логістичної діяльності на підприємствах будівельної галузі. Логістична діяльність у будівництві має інтегрований характер. Основу інтегрованої системи логістики утворюють такі важливі сфери бізнесу, як закупка сировини та матеріалів, транспортні, інформаційні потоки та ін.

Використання концепції логістики є одним із основних напрямків удосконалення діяльності будівельних підприємств щодо ресурсозбереження та скорочення витрат на будівництво будинків та споруд. Розрахунок ефективності логістичної діяльності підприємств будівельної галузі потребує розробки спеціалізованого математичного апарату [5].

Таким чином, проведене дослідження дало можливість проаналізувати існуючі методики оцінки ефективності логістичної діяльності щодо універсальності їх використання та виявити можливість їх застосування для підприємств різних галузей промисловості України. Дослідження показало, що на даний момент існує невелика кількість методик розрахунку ефективності логістичної

діяльності на підприємствах будівельної промисловості. Подальшому дослідженню підлягає практичне використання розглянутих методик у напрямку оцінки ефективності логістичної діяльності на підприємствах різних галузей промисловості України.

Наук. керівн. Руденко Г. Р.

Література: 1. Семененко А. И. Логистика. Основы теории : учебник для вузов / А. И. Семененко, В. И. Сергеев. – СПб. : Изд. "Союз", 2007. – 544 с. 2. Эффективная логистика / Л. Б. Миротин, Ы. Э. Ташбаев, О. Г. Порошина. – М. : Изд. "Экзамен", 2008. – 160 с. 3. Канке А. А. Логистика : учебник / А. А. Канке, И. П. Кошева. – М. : ФОРУМ: ИНФРА-М, 2009. – 352 с. 4. Руденко Г. Р. Існуючі методики оцінки ефективності логістичної діяльності на підприємствах / Г. Р. Руденко // Економіка розвитку. – 2006. – № 4 (40). – С. 64–67. 5. Жаворонков Е. П. Эффективность логистики в строительстве / Е. П. Жаворонков. – М. : КИА центр, 2009. – 136 с.

УДК 658.7:005.332.4

Щеголькова А. Ю.

Магістр 2 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ЛОГІСТИКА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто основні питання, пов'язані з удосконаленням логістичного забезпечення конкурентного потенціалу підприємства шляхом організації відділу логістики, наведено процес ефектоутворення в логістичній системі.

Аннотация. Рассмотрены основные вопросы, связанные с усовершенствованием логистического обеспечения конкурентного потенциала предприятия путем организации отдела логистики, представлен процесс эффектообразования в логистической системе.

Annotation. The main issues related to improving the competitive capacity of logistics enterprises by organizing logistics department have been considered, the effect forming process in the logistics system is presented.

Ключові слова: конкурентоспроможність, логістична система, логістичний підхід, конкурентні переваги, організаційна структура.

Дослідження цього питання є актуальним, тому що застосування логістичного підходу при формуванні конкурентних переваг підприємства є найменш вивченим аспектом у теорії конкурентоспроможності.

Вивченням цього питання займалися такі автори, як: Неруш Ю. М. [1], М. Портер [2], В. Б. Українцев [3], А. М. Гаджинський [4], Б. А. Анікін [5].

Метою статті є розгляд організаційних аспектів формування відділу логістики на промисловому підприємстві для вдосконалення конкурентного потенціалу підприємства.

Об'єктом статті виступає використання логістичного підходу при формуванні конкурентоспроможності підприємства.

Предметом дослідження є процес упровадження відділу логістики на промисловому підприємстві.

В умовах існування в конкурентному середовищі підприємства повинні постійно розвиватися і знаходити нові джерела конкурентних переваг.

На промисловому підприємстві було проведено комплексний аналіз виробничо-господарської діяльності і виявлено ряд проблем, пов'язаних з відсутністю логістичної координації, що призвело до зниження рівня конкурентоспроможності підприємства.

Таким чином, для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства необхідними є систематизація логістичних процесів і упровадження логістичних принципів управління шляхом створення самостійного підрозділу в організаційній структурі підприємства – служби логістики, що знаходиться в прямому підпорядкуванні керівництву компанії.



Виділення логістичної підсистеми в системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства обумовлено об'єктивною необхідністю формування конкурентоспроможності підприємства з використанням логістичних принципів і підходів.

Для досягнення максимального економічного ефекту від упровадження відділу логістики, кількість працівників відділу має бути обмежена аналітичною групою, яка знаходиться у прямому підпорядкуванні начальнику відділу.

Підвищуючи ефективність роботи підприємства, відділ постачання, транспортне господарство та відділ збуту пропонується спрямувати у пряме підпорядкування відділу логістики, а саме начальнику відділу та аналітичній групі.

Відділ логістики не повинен піднімати собою існуючі функціональні підрозділи, а має виступати в якості консультуючого органу щодо всіх інших підрозділів підприємства. Відділ логістики має виконувати такі функціональні обов'язки:

1. Планування, організація, контроль і управління матеріальними та нематеріальними операціями, що здійснюються в процесі доведення сировини, матеріалів і готової продукції до споживача відповідно до вимог останнього, а також обробка, аналіз та зберігання відповідної інформації.

2. Розробка рекомендацій та раціональних пропозицій щодо організації діяльності відповідних служб підприємства з метою оптимізації витрат при доведенні матеріальних потоків до покупця.

3. Здійснення контролю за товарними й інформаційними потоками з урахуванням комплексного підходу по схемі: потрібний товар, в необхідній кількості, необхідної якості, у потрібний час, в потрібне місце з мінімальними витратами.

За допомогою відділу логістики цілі різних підрозділів підприємства повинні гармонійно поєднуватися таким чином, щоб сприяти досягненню спільної мети підприємства.

Головною метою створення відділу логістики на промисловому підприємстві є організація діяльності підприємства у сфері логістики для досягнення конкурентних переваг на ринку.

Економічний ефект від упровадження логістичних принципів управління досягається за рахунок використання логістичного підходу до управління матеріальними потоками. У сферах виробництва та обігу застосування логістики дозволяє:

1) знизити запаси на всьому шляху руху матеріального потоку. Скорочення запасів при використанні логістики забезпечується за рахунок високого ступеня узгодженості дій учасників логістичних процесів, підвищення надійності постачань, раціональності розподілу запасів та ін. Через скорочення рівня запасів здійснюється звільнення значної частини грошових коштів, які надалі формують чистий оборотний капітал, який може бути спрямований на формування нових конкурентних переваг;

2) скоротити час проходження товарів за логістичним ланцюгом. Скорочення цієї складової дозволяє прискорити оборотність капіталу, відповідно збільшити прибуток, що отримується в одиницю часу, знизити собівартість продукції;

3) знизити транспортні витрати. Оптимізуються маршрути руху транспорту, узгоджуються графіки, скорочуються холості пробіги, поліпшуються інші показники використання транспорту;

4) скоротити витрати ручної праці та витрати на операції з вантажем. Логістичний підхід передбачає високий ступінь узгодженості учасників руху товару у галузі технічної оснащеності вантажопереробних систем. Застосування однотипних засобів механізації, однакової тари, використання аналогічних технологічних прийомів вантажопереробки у всіх ланках логістичного ланцюга утворюють наступну складову економічного ефекту від застосування логістики;

5) удосконалити збутову діяльність підприємства. Ця складова економічного ефекту досягається за рахунок знаходження нових ринків збуту, налагодження зворотного зв'язку зі споживачами та удосконалення політики стимулювання збуту, максимізації диверсифікації структури збуту, що забезпечить підприємству стійкий і рівномірний попит на продукцію.

Логістичний підхід створює також умови для поліпшення багатьох інших показників функціонування підприємства, оскільки вдосконалюється його загальна організація, підвищується взаємний зв'язок окремих ланок, поліпшується керіваність.

Отже, економічний ефект від упровадження відділу логістики на промисловому підприємстві досягається за рахунок зниження витрат на всьому шляху руху матеріального потоку, що дозволяє підвищувати конкурентоспроможність підприємства завдяки реалізації логістичної стратегії лідерства витратами.

Процес ефектоутворення в логістичній системі слід розглядати в цілісній сукупності, що передбачає визначення загального економічного ефекту з урахуванням економії та витрат у всіх логістичних підсистемах для трьох видів потокових процесів: матеріального, фінансового та інформаційного.

Таким чином, можна зробити висновок, що на основі логістичного підходу до управління конкурентоспроможністю формуються нові джерела конкурентних переваг підприємства, які базуються на низьких витратах. Створення конкурентних переваг за допомогою забезпечення витрат виробництва і реалізації продукції нижче середньогалузевих можливо на основі зниження логістичних витрат.

Наук. керівн. Голофаєва І. П.

Література: 1. Неруш Ю. М. Логистика : учебник для вузов / Неруш Ю. М. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 388 с. 2. Портер М. Е. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / Портер М. Е. ; пер. з англ. – К. : Основа, 2003. – 390 с. 3. Украинцев В. Б. Конкуренция и логистика / Украинцев В. Б. – М. : Экспертное бюро, 1999. – 362 с. 4. Гаджинский А. М. Логистика : учебник для высших и средних учебных заведений / Гаджинский А. М. – 7-е изд., перераб и доп. – М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и Ко", 2009. – 408 с. 5. Логистика : учебн. пособ. / под ред. Б. А. Аникина. – М. : ИНФРА-М, 2005 – 328 с.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КЕРІВНИКІВ ТА СПЕЦІАЛІСТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Розглянуто підходи щодо проблеми ефективності менеджменту в управлінському процесі, а також викладено пропозиції щодо підвищення ефективності управління керівників та спеціалістів на підприємстві.

Аннотация. Рассмотрены подходы относительно проблемы эффективности менеджмента в управленческом процессе, а также предложены пути для повышения эффективности управления руководителей и специалистов на предприятии.

Annotation. Approaches concerning the problem of management efficiency in the administrative process are considered, and also ways for the increase of efficiency of management of leaders and specialists on an enterprise are offered.

Ключові слова: менеджмент, ефект управління, ефективність менеджменту, управлінський потенціал, керівники і спеціалісти.

Актуальними на сьогодні є розробка й упровадження систем ефективності управління як одного із найбільш діючих каталізаторів у підвищенні трудової активності, сприянні в досягненні особистих цілей управлінського персоналу і цілей підприємства.

Мета статті – розгляд основних проблем ефективності управління та пропозицій щодо її підвищення. Цією проблемою займалися такі вчені, як: Іванов А. П. [1], М. Гавриленко [2], Григорян А. Ф. [3], Коротков Е. М. і Беляєв А. А. [4].

Проблема ефективності управління включає в себе розгляд: управлінського потенціалу, тобто сукупності всіх ресурсів, якими володіє і які використовує система управління, сукупності витрат на управління, які визначаються змістом, організацією, технологією та обсягом робіт з реалізації відповідних функцій управління; ефективності управління, тобто ефективності дій людей у процесі діяльності організації, реалізації інтересів у досягненні певних цілей [5].

В управлінському процесі використовуються людські, матеріальні, інформаційні та фінансові ресурси, і залежно від того, як уміло і цілеспрямовано вони використовуються, досягається той або інший результат. Ефективність менеджменту – це результативність функціонування системи та процесу управління як взаємодії керованої і керуючої систем, тобто інтегрований результат взаємодії компонентів управління. У більш спрощеному варіанті це визначення можна представити таким чином: ефективність менеджменту – це зіставлення спожитих ресурсів з отриманим результатом. Результати та ефективність управлінської праці в кінцевому підсумку управління в цілому залежать від багатьох умов і передумов. До їх числа відносяться потенціал співробітника, його здатність виконувати певну роботу, засоби виробництва, соціальні аспекти діяльності персоналу і колективу в цілому; культура організації. Вони значною мірою залежать і від особистості самого керівника: його авторитету, стилю роботи тощо. Тому всі ці фактори діють спільно, в інтеграційній єдності [6].

Кінцевий результат управління часто називають ефектом управління. Ефект – це результат здійснення заходів, спрямованих на вдосконалення виробництва, бізнесу й організації в цілому. Ефект управління складається з трьох складових: економічний ефект – вид ефекту, що має безпосередню вартісну форму, тобто вимірюється в грошових або натуральних вимірниках; соціально-економічний ефект – має комплексну природу поєднання економічної вигоди і соціальної стабільності і спокою, наприклад поліпшення умов роботи, зниження рівня професійних захворювань (за певних умов може бути переведений у звичайний економічний ефект); соціальний ефект – вид ефекту, який принципово не може бути перерахований в економічний, наприклад запобігання соціальному конфлікту [7].

На основі аналізу результатів наукових досліджень вчених визначимо шляхи досягнення ефективності управління керівників та спеціалістів на підприємстві, що полягають у такому [1; 6; 8]:

1. Удосконалення структури управління, максимальне її спрощення, децентралізація більшості функцій, визначення повноважень керівництва з урахуванням кваліфікацій та особистих якостей.
2. Вироблення стратегії розвитку організації на основі аналізу її сильних і слабких сторін, розробка філософії і політики організації, що охоплює деякі із сфер її функціонування.
3. Розробка інформаційної системи організації, що забезпечує ефективний комунікаційний зв'язок між співробітниками і підрозділами.



4. Розробка системи прийняття рішень, правил і процедур управління, системи стимулювання.
5. Система постійного підвищення кваліфікації працівників на основі навчання, перепідготовки, розвитку ініціативи, творчості.
6. Розробка системи підбору, навчання, оцінки і переміщення керівних кадрів, планування кар'єри керівників, застосування стилю керівництва, адекватного внутрішнім і зовнішнім чинникам, що впливають на організацію.
7. Застосування найбільш ефективних методів підбору персоналу, його оцінки, формування працездатного складу працівників, створення максимально сприятливого соціально-психологічного клімату.
8. Робота зі створення культури організації, вироблення спільних цінностей, визнаних і схвалюваних співробітниками.

Важливим моментом в ефективності управління є підвищення кваліфікації з відривом і без відриву від виробництва. Підвищення кваліфікації спрямоване на вдосконалення та поглиблення знань, умінь і навичок працівника в конкретному виді діяльності. Стимулюючу роль у підвищенні ефективності праці керівних працівників виконує їх періодична атестація. Створення та підтримка атмосфери творчого пошуку – пряме завдання керівників компанії [2]. Одним із основних завдань менеджера для підвищення ефективності управління є визначення мотивів діяльності кожного співробітника і узгодження цих мотивів з цілями підприємства.

Для підвищення ефективності управління керівництвом можуть бути внесені будь-які зміни у вже існуючу структуру управління.

Таким чином, існує велика кількість шляхів і методів підвищення ефективності управління на підприємстві. Підвищити ефективність управління можна також застосовуючи різноманітні методи безпосередньо відносно самого фахівця, наприклад, збільшити рівень його кваліфікації, отримати додаткову освіту тощо. Кожне підприємство самостійно вирішує питання про вибір шляхів підвищення ефективності управління залежно від специфіки діяльності і особливостей вже сформованої системи управління [3]. Проте будь-якому керівнику важливо усвідомлювати, що найбільша ефективність управлінської діяльності буде досягнута в тому випадку, коли будуть застосовуватися різноманітні методи в комплексі з урахуванням цілей та стратегії розвитку підприємства.

Якщо система управління, що діє на підприємстві, не відповідає навіть поточним завданням, тоді вона стає істотним гальмом у розвитку, знижує конкурентоспроможність і негативно впливає на показники діяльності. Коли підприємство націлене на розвиток, розширення, вихід на нові території, на нові ринки збуту, де зустрінеться в боротьбі з сильнішими конкурентами, проблема реорганізації системи управління стає дуже актуальною. Тому якщо ставиться завдання оцінити ефективність управління підприємством, що розвивається, то, в першу чергу, необхідно встановити цілі, до яких підприємство прагне, а потім провести діагностику існуючої системи управління підприємством на відповідність майбутнім завданням.

Оцінка ефективності управління проводиться з допомогою різноманітних параметрів. Для різних підприємств цей набір показників майже не змінюється, але самі параметри набувають різної пріоритетності для кожного підприємства. За принципом Парето 80 % зусиль і уваги потрібно приділяти 20 % основних підсистем, функцій, бізнес-процесів, які найбільшою мірою впливають на результати діяльності.

У практиці менеджменту не існує єдиного непорушного стандарту, за допомогою якого підприємство може посісти передове місце у рейтингу щодо ефективності управління. Можна лише з упевненістю сказати, що управління має бути настільки ефективним, щоб підприємство досягало поставлених цілей.

Ефективність управління можна аналізувати, використовуючи економічні та соціальні критерії, загальні та часткові показники ефективності. Викладені шляхи щодо підвищення ефективності менеджменту з урахуванням усіх елементів діяльності підприємства спрямовані, в основному, на вдосконалення професіоналізму, рівня кваліфікації, особистих і ділових якостей самого керівника або на зміну стратегії підприємства, її організаційної структури, технологій виробництва, умов праці та відпочинку, комунікаційних процесів і таке інше. Таким чином, ефективне управління впливає на всі аспекти діяльності організації. Тому кожному підприємству необхідно періодично проводити оцінку ефективності менеджменту, а також розробляти продуктивні заходи щодо її підвищення. Це сприятиме збільшенню ефективності та результативності діяльності підприємства в цілому.

Наук. керівн. Яковенко К. В.

Література: 1. Иванов А. П. Менеджмент : учебник / Иванов А. П. – СПб. : Изд. Михайлова В. А., 2002. – 440 с. 2. Менеджмент : конспект лекций / сост. В. М. Гавриленко. – М. : Приор, 2004. – 160 с. 3. Григорян А. Ф. Менеджмент : учебник / Григорян А. Ф. – М. : ПБОЮЛ, 2002. – 264 с. 4. Мескон М. Х. Основы менеджмента / Мескон М. Х., Альберт М., Ходоури Ф. ; пер. с англ. – М. : Справа, 2004. – 720 с. 5. Социально-психологические аспекты менеджмента : учебн. пособ. / В. А. Кузнецова, О. В. Магомедалиева. – Орел : Орел ГТУ, 2008. – 89 с. 6. Менеджмент : учебн. пособ. для вузов / авт. кол. Е. М. Коротков, А. А. Беляев, М. Б. Жернакова и др. ; ред. Е. М. Короткова. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 224 с. 7. Общий и специальный менеджмент : учебник / общ. ред. А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухин. – М. : Изд. РАГС, 2000. – 568 с. 8. Уткин Е. А. Курс менеджмента : учебник для вузов / Уткин Е. А. – М. : Изд. "Зеркало", 2001. – 448 с.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ОНОВЛЕННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто проблему інноваційного розвитку підприємств України та світу. Проаналізовано сучасний стан оновлення продукції підприємства.

Аннотация. Рассмотрена проблема инновационного развития предприятий Украины и мира. Проанализировано современное состояние обновления продукции предприятия.

Annotation. The problem of innovation development of Ukraine and the world has been considered. Modern state of enterprise's products innovation has been analysed.

Ключові слова: інновація, продукція, інноваційне підприємство, інноваційна продукція, упровадження інновацій.

За даними Європейської статистичної організації "Євростат", проблема оновлення продукції підприємства розглядається у багатьох країнах світу. Тенденції їх розвитку здебільшого співпадають, проте є і відмінності. Але слід зазначити, що кількість підприємств, котрі займаються оновленням, невпинно зростає.

Питома вагу інноваційних організацій подано на рис. 1 [1].

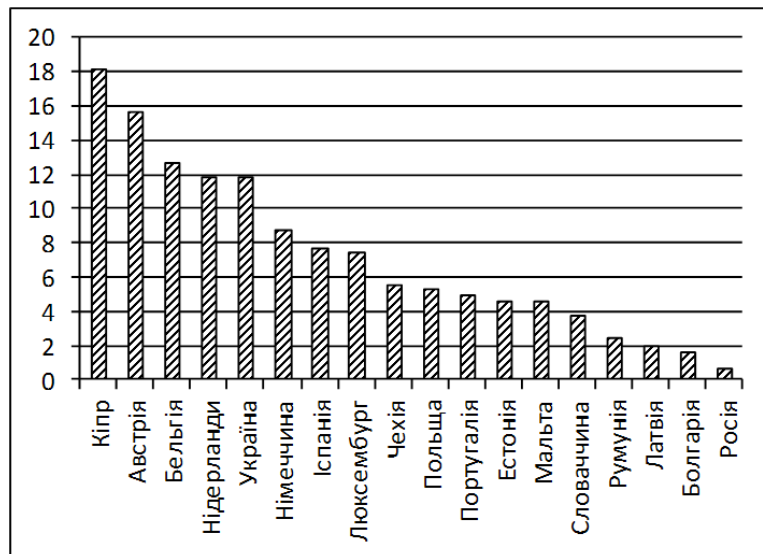


Рис. 1. Питома вага організацій, котрі займаються інноваціями

Слід зазначити, що Україна займає одне з провідних місць у даному рейтингу, а це говорить про достатній рівень інноваційної активності.

Розглянемо питому вагу затрат на дослідження та розробку в загальному обсязі затрат підприємства (рис. 2) [1].

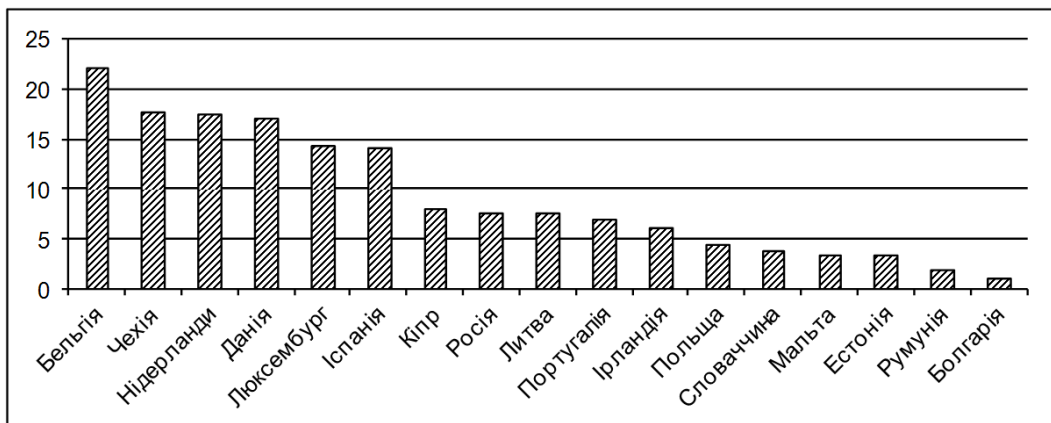


Рис. 2. Питома вага затрат у загальних затратах на технологічні інновації

Слід відмітити, що зі збільшенням кількості інноваційних підприємств у різних країнах світу зростають і затрати на розробку інновацій.

Виробництву нових або значно покращених інноваційних товарів, робіт та послуг, зокрема нових для ринку, найбільше уваги приділяють підприємства Мальти та Словаччини. Питома вага інноваційних товарів від загального обсягу в даних країнах становить 13,6 та 12,8 % відповідно. Проте характерним є той факт, що в усіх розглянутих країнах дані підприємства мають місце для існування – у середньому їх частка становить 4 – 6 % від загальної кількості підприємств (рис. 3) [2].

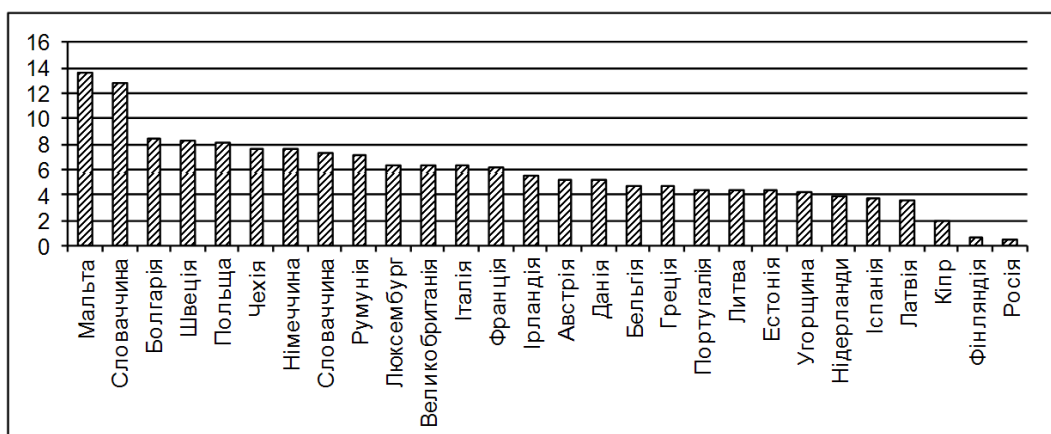


Рис. 3. Нові або значно покращені інноваційні товари, роботи та послуги, зокрема нові для ринку (питома вага від загального обсягу товарів)

Що стосується проблем інноваційної діяльності підприємств світу, то зазначимо, що більшість організацій виділяють два основних фактори, котрі перешкоджають інноваційній діяльності, – нестача власних коштів та висока вартість нововведень (рис. 4) [1].

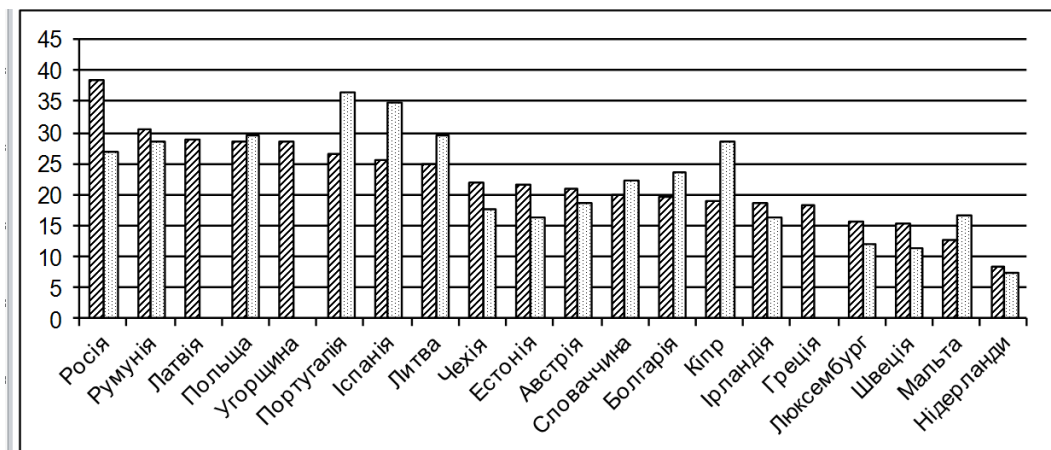


Рис. 4. Питома вага підприємств, які виділили фактори, що перешкоджають інноваційній діяльності

При цьому також важливим є той факт, що переважна кількість організацій здійснюють оновлення продукції за власний рахунок.

За даними Державного комітету статистики України за 2010 рік [3], інноваційну продукцію реалізували 964 підприємства на суму 33,7 млрд грн (3,8 % від загального обсягу промислової продукції).

Продукцію, що була новою або суттєво вдосконаленою для ринку, поставляли 270 підприємств. Її обсяг становив 11,0 млрд грн, або 32,6 % реалізованої інноваційної продукції (проти 8,5 млрд грн, або 27,1 %, у 2009 р.). Підприємства з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів реалізували її на 0,9 млрд грн, або 18,6 % [4].

Загальна кількість організацій, які виконують наукові та науково-технічні роботи, станом на друге півріччя 2010 р. подана в табл. 1 [5].

Таблиця 1

Упровадження інновацій на промислових підприємствах

	Питома вага підприємств, що впроваджують інновації, %	Упроваджено нових технологічних процесів, найм.	у тому числі маловідходні, ресурсозберігаючі, найм.	Освоєно виробництво нових видів продукції, найм.	з них нові види техніки, найм.	Питома вага реалізованої готової продукції в обсязі промисловості, %
2000	14,8	1 403,0	430,0	15 323,0	631,0	
2001	14,3	1 421,0	469,0	19 484,0	610,0	6,8
2002	14,6	1 142,0	430,0	22 847,0	520,0	7,0
2003	11,5	1 482,0	606,0	7 416,0	710,0	5,6
2004	10,0	1 727,0	645,0	3 978,0	769,0	5,8
2005	8,2	1 808,0	690,0	3 152,0	657,0	6,5
2006	10,0	1 145,0	424,0	2 408,0	786,0	6,7
2007	11,5	1 419,0	634,0	2 526,0	881,0	6,7
2008	10,8	1 647,0	680,0	2 446,0	758,0	5,9
2009	10,7	1 893,0	753,0	2 685,0	641,0	4,8
2010	11,5	2 043,0	479,0	2 408,0	663,0	4,3

Якщо розглянути деякі регіони України, зокрема Харківську, Полтавську, Херсонську та Волинську області [3], то можна зробити такі висновки:

до регіонів з добре розвинутою промисловою базою відносять Полтавську та Харківську області, це можна побачити і за результатами. Адже саме в даних регіонах спостерігаються найбільші витрати на інноваційну діяльність підприємств;

існує пряма залежність між обсягом витрат на інновації та впровадженням нових технологічних процесів, кількістю промислових підприємств, що забезпечують інновації: чим більші витрати регіону, тим більше підприємств займаються інноваціями. Проте слід також відмітити, що, за даними Держкомстату України [3], у загальному обсязі витрат на інновації, власні затрати підприємства займають найбільшу частку;

більшість підприємств лише оновлюють свій власний асортимент, упровадженням виключно нової продукції займається лише їх маленька частина: Харківська обл. – 11 підприємств із 147, Полтавська обл. – 4 із 48, Херсонська обл. – 2 із 25, Волинська обл. – 1 із 23. Така тенденція пояснюється застарілою технологічною базою підприємств та високою вартістю впровадження інновацій;

слід зазначити, що підприємства займаються й експортом інноваційної продукції і за межі України, частка таких підприємств у загальній їх кількості не дуже велика, але цей фактор свідчить про високу якість інноваційної продукції цих підприємств, про її здатність конкурувати з продукцією, представленою за кордоном (табл. 2).

Таблиця 2

Порівняльна характеристика інноваційної активності підприємств України за регіонами

Показник \ Область	Полтавська	Харківська	Херсонська	Волинська
1	2	3	4	5
Кількість промислових підприємств, що впроваджують інновації, найменувань	38	147	25	23
Підприємства, що забезпечують запровадження інновацій на ринку, найменувань	4	11	2	1

1	2	3	4	5
Загальний обсяг витрат на інновації, тис. грн	124 446,2	525 890,2	49 469,9	88 761,5
Обсяг реалізованої інноваційної продукції, тис. грн	5 617 452,3	1 473 365,5	476 055,1	295 513,2
Упровадження нових технологічних процесів у виробництво, найменувань	24	877	17	16
Освоєння нових видів продукції в промисловості, найменувань	72	191	71	44
Кількість підприємств, що реалізували інноваційну промислову продукцію, найменувань	382	818	220	224
Реалізація інноваційної продукції за межами України, найменувань	12	32	11	6

Загалом, можна сказати, що розвиток інновацій у регіонах країни, насамперед, залежить від їх фінансування, а також від існуючої техніко-технологічної бази цих підприємств. Ці фактори пояснюють те, що найбільш розвинутий даний напрямок діяльності в Харківській та Полтавській областях, а повільними темпами розвитку відзначаються Херсонська та Волинська області. Що стосується світового досвіду, то слід відзначити, що постійно зростає кількість інноваційних підприємств, а також підприємств, які займаються розробленням інновацій; що більшість організацій виділяють два основних фактори, котрі перешкоджають інноваційній діяльності, – нестача власних коштів та висока вартість нововведень.

Наук. керівн. Верещагіна Г. В.

Література: 1. Бойчик І. М. Економіка підприємства : навч. посібн. / Бойчик І. М. – 2-ге вид., доп. і переробл. – К. : Атіко, 2007. – 520 с. 2. Eurostat regional yearbook 2010: Introduction [Electronic resource]. – Access mode : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/product_details/publication?p_product_code=RY_CH_INTRO_2010. 3. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : статистичний збірник / Державний комітет статистики України. – Київ, 2001. 4. Створення та використання передових виробничих технологій на підприємствах України у 2010 році [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 5. Регіони України 2010 рік : статистичний збірник. Ч. II / Державний комітет статистики України. – К., 2010.

Петченко Т. О.

УДК 004.65

Слухач магістратури
державної служби ХНЕУ

ВИКОРИСТАННЯ ЗВЕДЕНИХ ТАБЛИЦЬ ДЛЯ АНАЛІЗУ НАДХОДЖЕНЬ ДО МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

Анотація. Згруповано первинні dbf-файли в єдину базу даних. Використано засіб зведених таблиць для групування та відбору необхідних даних для аналізу. Здійснено візуалізацію та аналіз показників на прикладі податку на доходи фізичних осіб району.

Аннотация. Сгруппированы первичные dbf-файлы в единую базу данных. Использовано средство сводных таблиц для группировки и отбора данных для анализа. Осуществлена визуализация и анализ показателей на примере налога с доходов физических лиц района.

Annotation. Primary dbf-files are grouped into a single database. The method of summary tables is used for grouping data. The analysis of personal income tax of a region has been carried out.

Ключові слова: зведена таблиця, місцеві бюджети, податок на доходи фізичних осіб, аналіз доходів, планування доходів.

Планування доходів та інших обов'язкових платежів є основою для своєчасного та обґрунтованого складання місцевих бюджетів і базується на чинному законодавстві, що регламентує їх стягнення [1].

Вивчення об'єктивних і суб'єктивних факторів, які впливають на формування бази оподаткування, свідчить про те, що обсяг надходження податків має ймовірнісний, прогнозний характер. Але, незважаючи на те, що його прогнозування базується на реальних економічних процесах, необхідно враховувати існуючі тенденції, виявляти можливі зміни в прогнозному періоді.

Основним інструментом планування доходів бюджету є аналіз динаміки надходжень податків і зборів за останні три роки до місцевого бюджету. Хоча їх надходження протягом року є нерівномірним (сезонність сплати податків, разові надходження, погашення боргових зобов'язань до бюджету тощо), доцільно створити помісячну базу надходжень.

Отже, актуальним є створення бази надходжень для проведення аналізу, визначення тенденцій і динаміки надходжень та виявлення причин різкої зміни конкретного податку чи збору.

Схожі питання розглядали у своїх наукових працях Д. Андріанов, Бровкова Е. Г., Нарожний Ю. А., Василик О. Д. та ін. [2 – 4].

Метою роботи є пошук можливості оброблення, групування інформації та подання її у зручному для сприйняття вигляді, щоб провести ґрунтовний аналіз.

Об'єктом дослідження є надходження до загального фонду місцевих бюджетів Балаклійського району за 2011 рік у розрізі територій. Для цього використовувалась інформація з бази даних (БД) щодо надходжень податку на доходи фізичних осіб.

Для оброблення й аналізу даних застосовано електронні таблиці MS Excel, для яких дані БД є зовнішніми даними [5; 6].

Бюджетна система Балаклійського району складається із районного бюджету, міського бюджету, трьох селищних та двадцяти сільських бюджетів.

Щоденно до фінансового управління Балаклійської РДА надходять електронні звіти щодо надходжень податків і зборів до бюджету району. Звіт містить перелік dbf-файлів із шаблонним іменем "Ft110*.???". Розширення імені файлів залежить від території бюджету і коливається від 021 до 045. Наприклад, FT1101E0.021 – Звіт про виконання районного бюджету, FT1101E0.022 – Звіт про виконання бюджету Балаклійської міської ради і т. д. (рис. 1).

	A1	B	C	D	E	F	G	H
	DT	KO	GR	S230	KOD	T060	T020	
1	14.01.2011	044	1	336	21081300	0	12750	
2	14.01.2011	044	1	515	14070200	0	1000	
3	14.01.2011	044	1	537	22090100	0	204	
4	14.01.2011	044	1	558	41020300	7649	237831	
5	14.01.2011	044	1	800	11010100	0	28900	
6	14.01.2011	044	1	811	13050100	2715	3985	
7	14.01.2011	044	1	813	13050300	0	233	
8	14.01.2011	044	2	808	12020200	0	3750	
9	14.01.2011	044	4	800	11010100	0	115599	
10	14.01.2011	044	4	808	12020200	0	7500	
11	14.01.2011	044	4	811	13050100	4525	6642	
12	14.01.2011	044	4	813	13050300	0	388	
13								
14								
15								
16								
17								

Рис. 1. Звіт про виконання бюджету Яковенківської сільської ради

На рис. 1 колонки звіту позначено так:

DT – дата зарахування надходжень; KO – територія; GR – приналежність надходжень до фондів бюджету (1 – загальний фонд, 2 – спеціальний фонд, 4 – контингент); KOD – коди економічної класифікації доходів; T060 – надходження за день; T020 – надходження податків і зборів з початку року.

Суттєвою особливістю є те, що показники по полях T060 та T020 зазначаються у копійках.

Для вирішення поставленого завдання необхідно взяти сукупність файлів Ft110*.021-045 за останній день місяця та об'єднати їх в один файл. У результаті ми отримуємо таблицю з показниками надходжень за останній день місяця у розрізі бюджетів. Аналогічні дії необхідно зробити за кожний місяць.

За допомогою MS Excel з кожної отриманої таблиці будуємо зведену таблицю, використовуючи "майстер зведених таблиць" за макетом (рис. 2).

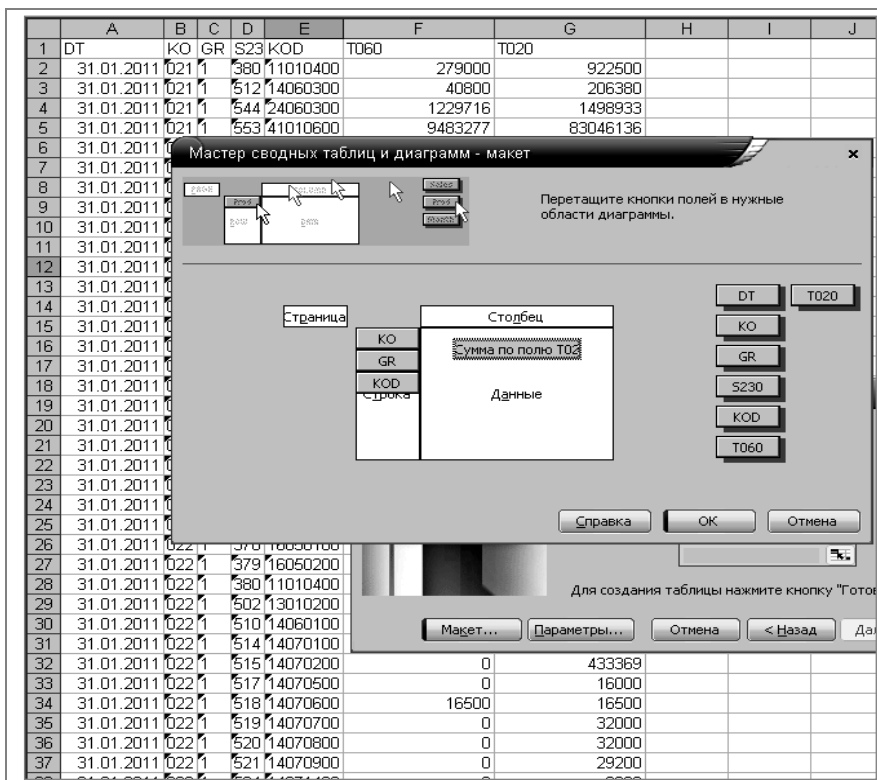


Рис. 2. Побудова зведеної таблиці за макетом

У результаті отримаємо зведену таблицю з полями KO, GR, KOD та T020 (рис. 3). Аркуш зі зведеною таблицею назвемо "січень св". Аналогічно створимо аркуші за кожний місяць. Файлу зі зведеними таблицями присвоїмо ім'я Zlic.xls.

1	A	B	C	D	E	F	G	H
2	Перетягніть сюди поля сторінок				Список полей сводной таблицы			
3	Сумма				Перетягніть элементы в сводную таблицу			
4	GR	KO	KOD	Итого				
5	1	021	11010100	403002868				
6			11010200	496543				
7			11010400	922500				
8			11010800	9470393				
9			11011100	183350				
10			11011200	1640195				
11			11011300	24826				
12			11011400	378734				
13			11020201	43000				
14			13050100	2601141				
15			13050200	5177747				
16			13050300	20959				
17			13050500	1603015				
18			14060300	206380				
19			22080401	745152				
20			24060300	1498933				
21			41010600	83046136				
22			41020100	390322879				
23			41030300	5175100				
24			41030601	305534700				
25			41030801	67809000				
26			41035001	8877600				
27			41035801	7648600				
28		021	Итого	1296429751				
29		022	11010100	48783938				
30			11010200	178422				
31			11010400	335250				
32			11010800	3100261				
33			11011100	22577				

Рис. 3. Зведена таблиця надходжень Балаклійського району

Для проведення аналізу надходжень побудуємо таблицю, де по горизонталі будуть відображатися місцеві бюджети, а по вертикалі — місяці. Файлу присвоїмо ім'я Pomis.xls.

Для заповнення форми звіту необхідно відкрити обидва файли та у файлі Zlic.xls установити умови у полі GR та KOD, а саме: по полю GR зазначаємо умову "1", що містить відображення надходжень лише загального фонду; по полю KOD зазначаємо коди доходів, які відповідають податку з доходів фізичних осіб (рис. 4).

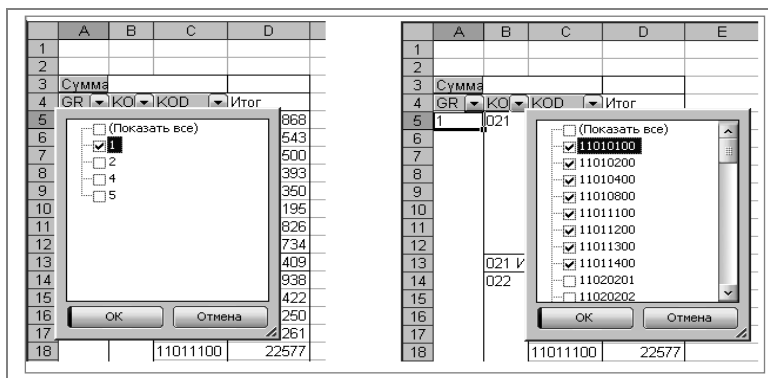


Рис. 4. Встановлення умов зведених таблиць

У результаті отримаємо зведені таблиці, у яких показники будуть відповідати заданим умовам, а саме: надходженню до загального фонду податку з доходів фізичних осіб у розрізі територій.

Форма звіту файла Romis.xls заповнюється із застосуванням математичної функції MS Excel "СУММЕСЛИ", що призначена для сумування клітинок таблиці, заданих за вказаними умовами (рис. 5).

=СУММЕСЛИ('[Zlic.xls]січень св'!\$B\$5:\$B\$93;B4;'[Zlic.xls]січень св'!\$D\$5:\$D\$93)/100

Податок з доходів фізичних осіб 2011															
		січень	лютий	березень	квітень	травень	червень	липень	серпень	вересень	жовтень	листопад	грудень	Всього	
4	Балаклійського р-н	021 Итор	4 16 194	2 914 776	4 177 457	4 563 241	4 321 992	4 949 785	4 073 087	5 037 651	5 614 587	5 196 479	4 728 115	5 963 718	55 682 082
5	м. Балаклія	022 Итор	533 592	626 074	710 901	734 958	686 459	600 422	603 695	626 624	712 365	722 576	716 434	1 001 999	8 877 288
6	селище Андріївка	023 Итор	244 632	154 536	269 087	267 675	213 424	229 458	221 424	222 638	303 369	307 223	241 285	306 682	2 992 742
7	селище Савиць	024 Итор	24 377	27 901	30 422	37 224	40 734	62 962	42 393	63 391	97 627	89 089	130 836	134 065	781 200
8	селище Чер. Донець	025 Итор	763 106	132 136	443 595	526 065	638 522	660 310	343 501	489 199	665 624	578 826	513 864	747 511	6 492 238
9	с. Асілка	026 Итор	15 174	8 223	9 970	10 606	14 576	14 527	9 418	40 751	64 633	31 045	20 099	13 639	252 561
10	с. Борщівка	027 Итор	2 322	2 973	4 336	16 640	6 580	9 438	17 156	25 016	25 118	13 646	8 367	8 658	140 250
11	с. Бригадирівка	028 Итор	3 518	2 806	6 077	8 042	2 320	5 094	1 101	5 338	7 346	7 204	17 436	3 480	69 765
12	с. Верівка	029 Итор	9 239	669	8 951	10 162	12 064	18 905	10 809	20 328	39 741	28 953	33 828	22 150	214 789
13	с. Вишнева	030 Итор	3 582	3 336	5 360	2 921	2 222	6 967	3 723	11 232	17 991	12 607	16 755	7 551	93 137
14	с. Гусарівка	031 Итор	12 006	10 758	12 685	9 801	16 917	12 617	6 646	32 224	53 158	25 717	9 249	18 528	219 296
15	с. Залиман	032 Итор	2 646	2 594	2 808	2 781	5 810	7 572	1 370	2 214	18 175	4 479	10 074	9 667	70 188
16	с. Лозовенька	033 Итор	5 633	8 415	7 047	8 223	10 251	13 402	8 613	61 979	14 945	23 629	13 328	8 677	184 143
17	с. Милова	034 Итор	9 510	10 111	15 235	28 598	31 640	42 011	40 301	47 891	57 401	47 660	44 167	49 336	423 862
18	с. Морозівка	035 Итор	4 048	5 086	5 438	6 149	3 537	8 521	6 577	4 100	7 657	8 213	5 245	10 564	75 134
19	с. Петрівське	036 Итор	11 924	13 686	14 386	15 218	8 389	30 193	15 781	36 646	28 942	23 316	14 634	20 865	233 879
20	с. Пичиб	037 Итор	34 170	28 881	50 145	39 633	39 784	47 731	26 879	49 215	60 077	48 059	56 636	59 654	529 075
21	с. Протополівка	038 Итор	3 668	3 793	3 891	3 725	4 768	9 373	4 844	7 272	25 015	11 161	16 433	10 060	104 003
22	с. Пятигірка	039 Итор	378 477	382 865	462 617	488 235	380 825	429 275	410 216	430 116	522 425	512 431	413 514	458 325	5 269 322
23	с. Веселе	040 Итор	4 615	4 458	5 069	6 567	4 317	14 272	26 473	13 372	13 919	14 443	43 950	15 517	166 973
24	с. Чепіль	041 Итор	2 396	3 339	2 646	4 033	3 891	7 657	3 064	17 854	11 808	9 052	4 063	6 646	76 450
25	с. Червона Гусарівка	042 Итор	1 847	3 141	3 166	2 257	2 584	5 516	1 238	13 437	5 507	5 551	1 796	4 242	50 283
26	с. Шевелинка	043 Итор	9 518	10 313	13 830	13 200	12 715	14 975	13 650	31 465	32 644	23 346	14 532	22 822	212 908
27	с. Шевелівка	044 Итор	4 486	4 700	3 639	6 486	12 074	13 954	8 832	31 693	13 952	12 954	6 294	30 676	161 650
28	с. Яковенкове	045 Итор	5 913	7 592	6 427	7 178	7 612	10 942	9 941	36 574	18 859	37 173	7 257	5 548	159 917
29	Всього:		6 241 792	4 372 164	6 266 187	6 829 819	6 482 899	7 424 769	6 109 631	7 556 520	8 421 882	7 794 720	7 092 173	8 930 579	83 523 135

Рис. 5. Заповнення форми звіту із застосуванням формули "СУММЕСЛИ"

Таким чином, кінцевим результатом проведеної роботи є обробка, групування первинних даних та отримання візуально зручного звіту щодо фактичних надходжень податку з доходів фізичних осіб. Пропонована модель моніторингу доходів бюджету дозволить підвищити оперативність і ефективність прийняття рішень при плануванні доходів за допомогою новітніх інформаційних технологій.

Наук. керівн. Плоткін В. І.

Література: 1. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : /zakon.rada.gov.ua/laws/show/2542-14. 2. Построение систем учета, анализа и прогнозирования государственных финансов / Д. Андрианов, Г. Полушкина, В. Павлов и др. // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 2. 3. Бровкова Е. Г. Формирование местных бюджетов [Электронный ресурс] / Бровкова Е. Г., Нарожный Ю. А. – Режим доступа : nbuv.gov.ua/articles/ospu/opu_98_2/5_12.htm. 4. Василик О. Д. Державні фінанси України / Василик О. Д. – К. : Вища школа, 1997. – 320 с. 5. Информатика: комп'ютерна техніка. Комп'ютерні технології : підручник для студентів вищих навчальних закладів / за ред. О. І. Пушкаря. – К. : Видавничий центр "Академія", 2002. – 704 с. 6. Федько В. В. Базы данных в Excel : зошит для самостійної роботи / В. В. Федько, В. І. Плоткін, О. В. Вільхівська. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2006. – 120 с.



Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА: ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Анотація. Узагальнено теоретичні положення щодо розробки та реалізації інноваційної стратегії підприємств, наведено можливі інноваційні стратегії та обґрунтовано ризики, що виникають у процесі їх реалізації.

Анотация. Обобщены теоретические положения по разработке и реализации инновационной стратегии предприятий, представлены возможные инновационные стратегии и обоснованы риски, возникающие в процессе их реализации.

Annotation. This article summarizes theoretical principles to design and implementing innovative strategies companies, innovative strategies and reasonable risks that arise during implementation of programs that are aimed at qualitative change in organization's performance have been presented.

Ключові слова: інноваційна стратегія, підприємство, інноваційна політика.

Інновації – це нові або вдосконалені технології, продукти або послуги. Для успішного впровадження інновацій підприємство має прийняти певні дії – встановити стратегію фірми.

Стратегія інновацій становить набір послідовних форм поведінки, дозволяє організації позиціонувати себе в навколишньому середовищі.

Серед авторів, які досліджували проблему реалізації інноваційних стратегій, слід виділити таких, як І. Ансофф, Гольдштейн Г. Я., Писаренко Н. Л., Длигач А. А. та ін.

Мета цього дослідження – узагальнення теоретичних положень з формування та реалізації інноваційної стратегії підприємств.

Рішення про необхідність інноваційних стратегій розвитку підприємства – дуже сміливе рішення, яке вимагає багато творчих, аналітичних та фінансових зусиль. Компанія може змінити свою позицію на ринку, якщо буде відображено новий продукт, послугу або технологію, невідомі дотепер ні ринку, ні споживачу. І сам ринок неминуче перетерпить зміну споживчих переваг, схем дій та інших факторів [1].

Підприємства – базова ланка економіки. Інновація процесу охоплює всі сторони бізнесу. Пошук для ефективного управління інноваціями відбувається на основі поєднання наукових інновацій і ринку чинників. Упровадження цих пошуків у виробництво і є інноваційною діяльністю.

Інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг.

Розробка стратегії інновації починається з визначення інновацій, цілей, форми, функції та кінцевого результату. Далі потрібно визначити інструмент інновацій, з допомогою якого буде здійснюватися стратегія. Часткове виділення та моделювання стратегії базується на даних, які були отримані. Також дуже важливо оцінити рівень ризиків при виборі і впровадженні стратегії [2, с. 152].

Розвинутий попит та споживча культура населення постійно потребують нових способів покращити рівень споживання, віддається перевага якісній продукції. Відбувається сегментація ринку, що викликає утворення індивідуалізації.

Існує значна кількість ефективних виробників, які, опанувавши та охороняючи свої позиції на ринку, збільшують ціни на конкурентні товари. Велика кількість високоякісних виробників сприяє процесу глобалізації [3, с. 87].

Основні можливості для збільшення продажів полягають у передбаченні ринкових змін на основі маркетингових досліджень, щоб знайти нові ніші ринку.

Розрізняють новаторську, імітаційну та венчурну стратегії. Новаторська стратегія спрямована на забезпечення конкурентоспроможності продукції шляхом самостійного розвитку та інновації, що охоплює всі етапи інноваційного процесу та інновацій фаз життєвого циклу стратегії. Ця стратегія включає в себе різні ризики, найбільш важливими з яких є [4, с. 178]:

1) інноваційний ризик, визначений помилкою в ідеї інновацій, недосягненням певного результату, моральним старінням інновацій;

2) технологічний ризик, пов'язаний з тим, що навіть при успішному випробуванні інновації можуть бути неефективними у виробництві завдяки збільшенню витрат;

3) комерційний ризик, пов'язаний з невизначеністю результатів великих затрат на маркетинг продукту з інновації;



4) фінансовий ризик – це можливість помилки в оцінці витрат (інвестицій) і майбутніх доходів; накопичує всі перераховані ризики та інші ризики.

Імітаційна стратегія має на меті використання відомих продуктових, технологічних та інших нововведень з незначними їх вдосконаленнями. Вона включає в себе розвиток, що охоплює всі етапи інноваційного процесу і фази життєвого циклу інновацій, за винятком фаз НДДКР, конструкторської та технологічної.

Венчурна стратегія передбачає використання підприємствами інноваційних венчурних підприємств. Венчурні підприємства займаються розробкою інновацій у галузях, що швидко розвиваються та включають етапи розвитку (НДДКР, проектування технологічної фази та проекту документації). Ці підприємства можуть також супроводжуватися розвиненням інновацій у підприємство споживача. У першому випадку підприємство несе ризик інновацій, а в другому – частково технологічний ризик. Таким чином, підприємства, які використовують венчурну стратегію, є менш ризикованими, ніж інші стратегії.

Стратегія інноваційного підприємства реалізується через інноваційну політику. Інноваційна політика підприємства становить визначення цілей інноваційної стратегії та забезпечення механізму для підтримки пріоритетних програм і проєктів.

При проєктуванні інноваційної політики можуть бути використані два підходи [4, с. 179]:

1. Мета інновації – це отримання великих прибутків у певний момент часу за рахунок "піонерства" в будь-якій галузі. Упровадження інновацій та їх подальше розповсюдження пов'язане зі значним зниженням витрат і можливістю зростання попиту на продукцію.

2. Метою введення є завоювання невеликого сегмента ринку – з мінімального прибутку до подальшого збільшення частки на ринку і прибутку.

Таким чином, перехід підприємства до інноваційної стратегії є раціональним при певному рівні розвитку ринкових відносин та при зміні характеру економічної системи країни.

Наук. керівн. Ріпка Д. О.

Література: 1. Инновационная стратегия предприятия: условия формирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://kain7.narod.ru/docs/1/work_3doc.html#qwe. 2. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / Ильенкова С. Д., Гохберг Л. М., Ягудин С. Ю. и др. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 343 с. 3. Разработка инновационной стратегии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.step-by-step.ru/services/consulting/strategic-consulting/1325/>. 4. Коробейников О. П. Роль инноваций в процессе формирования стратегии предприятия [Электронный ресурс] / Коробейников О. П., Трифилова А. А., Коршунов И. А. – Режим доступа : http://www.innovbusiness.ru/content/document_r_572F4D2B-65E9-419E-8161-2745A0C0E5B9.html.

УДК 005.336.1

Билополая Е. Н.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

АНАЛИЗ И ОБОБЩЕНИЕ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Аннотация. Проведен морфологический анализ сущности понятия "эффективность" в трактовке современных авторов и представлены основные подходы к оценке эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

Анотація. Проведено морфологічний аналіз сутності поняття "ефективність" у трактуванні сучасних авторів і подано основні підходи до оцінки ефективності господарської діяльності підприємства.

Annotation. A morphological analysis of the essence of the concept of efficiency in the interpretation of modern authors and the main approaches to assessing the efficiency of business are presented.

Ключевые слова: эффект, эффективность, подходы к оценке эффективности.

Современные рыночные условия ведения хозяйства требуют от предприятий повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции и услуг на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, эффективных форм ведения хозяйства и управления

© Билополая Е. Н., 2012



производством, активизации предпринимательства. В условиях рынка для обеспечения экономического развития предприятия вынуждены постоянно контролировать и повышать экономическую эффективность своей деятельности.

Понятия эффективности рассматриваются в трудах современных ученых Мочерного В. И., Петрова И. В., Сеницыной Т. А., Ефимовой О. В. и других, которые объясняют эту категорию по-разному. Исследованию вопросов оценки эффективности деятельности предприятия также уделено значительное внимание. Эту проблему рассматривают такие ученые, как: Осовская Г. В., Устенко О. Л., Шеремет А. Д., Герчикова И. Н. и др. Однако отсутствие однозначной четкой трактовки понятия "эффективность" и единой системы количественной и качественной ее оценок предопределяет рассмотрение в анализе хозяйственной деятельности предприятий.

Целью данной статьи является анализ и обобщение наиболее известных подходов к определению понятия эффективности.

Эффективность является одним из важнейших показателей человеческой активности, взятым с точки зрения ее способности обеспечить конечный результат. Как экономическая категория эффективность дает единую качественно-количественную характеристику результативности хозяйствования [1].

Невзирая на то, что эффективность происходит от слова "эффект", в научной литературе четко разграничиваются понятия "эффект" и "эффективность". Приведем несколько наиболее типичных примеров определения категории "эффект" в табл. 1.

Таблица 1

Подходы к определению эффекта в трактовке разных авторов

Автор	Определение эффекта
Сеницына Т. А. [2]	Эффект – это результат, следствие каких-либо причин, действий, хозяйственных мероприятий
Петрова И. В. [3]	Эффект – полезный результат, выраженный в стоимостной оценке
Осовская Г. В. [4]	Эффект – результат реализации мероприятий, направленных на повышение эффективности производства за счет экономии всех производственных ресурсов
Мочерный С. В. [1]	Эффект – достигнутый результат в разных формах проявления (материальной, денежной, продвижении по службе, социальной и др.)

Таким образом, можно сделать вывод, что эффект – это непосредственно достигнутый результат от осуществления определенного вида деятельности. Но понятие "эффект" не может полностью охарактеризовать какой-либо вид деятельности или процесс. Для более полной характеристики необходимо учитывать, какие были результаты, за какое время, благодаря каким расходам или ресурсам был получен данный эффект. С этой целью была выделена категория эффективности.

Рассмотрим подходы к определению эффективности в трактовке разных авторов, выделив при этом морфологический признак определения в табл. 2.

Таблица 2

Подходы к определению эффективности в трактовке разных авторов

Авторы	Морфологический признак	Определение эффективности
Долан Е. Дж.	выбор	Эффективность – это выбор правильных целей, на которых фокусируется вся энергия
Друкер П. Ф., Устенко О. Л. [5], Маркина И. А., Шеремет А. Д., Сайфулин Р. С. [6]	результат	Эффективность – это не только связь результата с намеченными целями, но и результат (эффект) с точки зрения оптимального использования ресурсов – материальных, финансовых, трудовых
Мескон М. Х., М. Альберт, Ф. Хедоури	оценка	Эффективность – внутренняя экономичность, которая измеряет наилучшее использование ресурсов
Румянцева З. П., Мазур И. И., Шапиро В. Д., Ольдерогге Н. Г., Сеницына Т. А. [2], Ячменева М. В., Сулима О. Й., Мильнер Б. З., Н. Туленков, Мочерный С. В. [1], К. Макконелл и С. Брю	соотношение	Эффективность – это всегда определенное соотношение (результата с целями или результата с расходами на его получение), то есть величина относительная, данная категория носит управленческий характер и отображает, прежде всего, степень достижения поставленных целей. Эффективность – это способность приносить эффект, результативность процесса, проекта и т. п., которые определяются как отношение эффекта, результата к расходам, которые обеспечили этот результат



Согласно морфологическому признаку можно отметить, что мнения авторов разделились на 4 группы. Первая группа авторов понимают эффективность как выбор правильных целей деятельности предприятия, вторая группа – как результат оптимального использования ресурсов, третья группа – как оценку использования ресурсов предприятия. Наиболее популярным является определение эффективности как соотношения либо результатов к затратам, либо результатов деятельности к намеченным целям.

Следовательно, под эффективностью следует понимать комплексную категорию, которая отображает степень достижения намеченных целей и определяется как соотношение эффекта и установленных целей или соотношение эффекта и расходов, ресурсов, потраченных на его достижение, с обязательным учетом фактора времени.

В экономической литературе предложено множество подходов к оценке эффективности хозяйственной деятельности.

Герчикова И. Н. предлагает считать эффективность относительно реальных расходов производства. При этом она считает, что эффективность следует определять по рентабельности активов, по рентабельности собственного капитала и ссудного капитала.

Шеремет А. Д. и Сайфулин Р. С. предлагают определять эффективность авансированных ресурсов и эффективность употребленных ресурсов, а также оборотность и рентабельность средств или их источников [6].

Ефимова О. В. приходит к выводу, что эффективность целесообразно определять по рентабельности использованного капитала, причем в случае привлечения ссудных средств нужно учитывать также финансовые расходы (проценты). Прибыль для определения рентабельности следует брать ту, которая остается в распоряжении предприятия, то есть чистый доход.

По мнению Г. Шмалена, одним из основных критериев оценки деятельности предприятия в условиях рыночной экономики является экономичность. Под экономичностью автор понимает получение определенного результата при наименьших расходах или заданном объеме расходов. Основными показателями деятельности предприятия в рыночных условиях Г. Шмален называет финансовую стойкость и прибыль (рентабельность), под которой он понимает рентабельность собственного капитала и рентабельность всего капитала, вложенного в предприятие [7].

Определение эффективности хозяйственной деятельности имеет важное как научное, так и практическое значение. С ее помощью можно не только оценить эффективность работы предприятия, проанализировать суммарный эффект разных ее структурных подразделений и направлений деятельности, но и определить стратегию развития, разработать прогноз и план действий на перспективу, установить результаты использования потраченных ресурсов: средств производства, рабочей силы, информации и т. п.

Научн. рук. Кулешова Н. В.

Литература: 1. Економічна енциклопедія : у 3-х т. Т. 1 / редкол. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Вид. центр "Академія", 2000. – 864 с. 2. Синицына Т. А. Оценка эффективности системы управления промышленным предприятием – целевой подход : дис. канд. экон. наук : 08.06.01 / Синицына Т. А. – Одесса : ОГЭУ, 2004. – 187 с. 3. Петрова І. В. Оцінка ефективності управлінської діяльності на підприємствах вугільної промисловості : дис. канд. экон. наук : 08.06.01 / Петрова І. В. – Донецьк, 2003. – 192 с. 4. Осовська Г. В. Основи менеджменту : навч. посібник для студентів ВНЗ / Осовська Г. В. – К. : Кондор, 2003. – 556 с. 5. Устенко О. Л. Економіка підприємництва : метод. посібн. / О. Л. Устенко. – К. : МАУП, 1999. – 44 с. 6. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин. – М. : ИНФРА, 1996. – 176 с. 7. Шмален Г. Основы и проблемы экономики предприятия : учебник / Шмален Г. ; пер. с нем. ; под ред. А. Г. Поршнева. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 510 с.

УДК 658.155:005.52

Базарова К. В.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

АНАЛИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. Рассмотрена сущность понятий прибыли и прибыльности. Определены направления повышения прибыльности предприятия.

Анотация. Розглянуто сутність поняття прибутку та прибутковості. Визначено напрями підвищення прибутковості підприємства.

© Базарова К. В., 2012



Annotation. Essence of concepts of profit and profitability is examined. Directions for increasing profitability of enterprise are determined.

Ключевые слова: прибыль, прибыльность, рентабельность, направления повышения прибыльности.

В связи с переходом к рыночным методам управления значительно изменилась роль прибыли в развитии экономики Украины. От прибыли зависит финансовое положение предприятия, уровень удовлетворения потребностей его работников. Помимо того, за счет платежей из прибыли в бюджет формируется основная часть ресурсов государства, региональных и местных органов власти.

Понятие прибыльности является предметом исследования многих ученых-экономистов. Важный вклад в разработку теоретических и практических аспектов прибыльности внесли такие ученые, как Бланк И. А., Кейнс Дж. М., К. Маркс, Поддерегин А. М., Д. Рикардо, Ищенко Е. А. [1], Власова Н. О. [2], Коха Р. [3], Филимоненко О. С. [4], Кучер С. В. [5] и др.

Вопросы по повышению уровня прибыльности остаются в центре внимания многих субъектов хозяйствования. Одним из этапов решения данных вопросов является комплексный анализ путей повышения прибыльности предприятий [1]. Однако как в экономической литературе, так и в большинстве литературных источников, а также в практике украинских предприятий имеется целый ряд вопросов, связанных с выбором направлений повышения прибыльности, которые на данный момент исследованы недостаточно полно.

Цель статьи – анализ путей повышения прибыльности предприятий.

Для достижения поставленной цели были поставлены следующие задачи:

определить сущность понятий прибыли и прибыльности в экономической литературе;

выявить основные направления повышения прибыльности предприятий.

Финансовым результатом хозяйственной деятельности любого предприятия является его прибыльность, которая характеризуется абсолютными (размер прибыли) и относительными (уровень рентабельности) показателями [2].

Вопросы, посвященные значению и сущности прибыли, порядку его определения и распределения, анализу путей повышения прибыли на предприятиях, исследовались многими отечественными и зарубежными учеными-экономистами, такими, как Коха Р. [3], Власова Н. О. [2], Филимоненко О. С. [4] и др. В таблице представлены разные подходы к определению категории "прибыль" [5].

Таблица

Определения категории "прибыль"

Автор	Определение категории "прибыль"
Т. Мен	Прибыль – превышение цены реализации над ценой приобретения
Ф. Кене	Прибыль – увеличение потребительской стоимости над затратами на производство
А. Смит	Прибыль – вычитание с продукта труда рабочих в пользу предпринимателя
Сей Ж. Б.	Прибыль – награда предпринимателя за производительную услугу
Н. Сениор	Прибыль – награда предпринимателя за риск
К. Маркс	Прибыль – форма дополнительной стоимости, результат отношения между необходимым и дополнительным рабочим временем

Сущность термина "прибыль" изменялась на протяжении развития экономической теории и до сегодняшнего дня остается дискуссионным вопросом в экономической теории. На современном этапе развития прибыль определяется как выручка от реализации за вычетом затрат деятельности предприятия [4].

Для оценки результатов хозяйствования и использования составных процесса производства, с помощью которых была получена прибыль, ее сумму необходимо соотнести с соответствующими показателями. В результате будет получен показатель прибыльности или рентабельности [4].

Рентабельность – относительный показатель, характеризующий финансовый результат и эффективность деятельности предприятия. Показатели рентабельности – важные характеристики факторной среды формирования прибыли (дохода) предприятия [6].

В результате анализа экономической литературы были систематизированы функции, которые выполняет прибыльность. Результаты проведенного анализа представлены на рисунке.

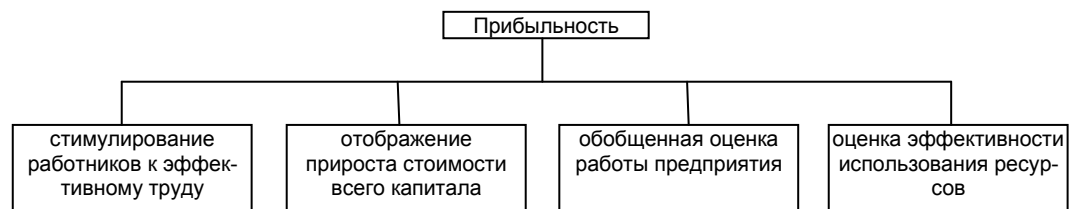


Рис. Функции прибыльности

Для того чтобы обеспечить рост прибыльности предприятия, необходимо постоянно искать неиспользованные резервы роста прибыли, количественно их оценивать, разрабатывать комплекс

мероприятий по их использованию, практически реализовывать данные мероприятия и контролировать их выполнение.

К основным направлениям повышения прибыльности предприятий можно отнести [3]:

- 1) сокращение затрат;
- 2) расширение деятельности в смежном сегменте;
- 3) расширение деятельности в существующих сегментах;
- 4) проникновение в новые сегменты;
- 5) изменения в основной деятельности;
- 6) повышение уровня качества и обслуживания;
- 7) внедрение инноваций.

Рассмотрим более детально предложенные направления повышения прибыльности предприятий.

Сокращение затрат актуально в случае, если у конкурентов анализируемого предприятия наблюдаются более высокие показатели рентабельности продаж и реализуется это за счет производства или закупки сырья на стороне.

Расширение деятельности в смежном сегменте целесообразно, если есть возможность использования преимуществ и опыта анализируемого предприятия над конкурентами в смежных отраслях для повышения своей прибыльности.

Расширение деятельности в существующих сегментах предусматривает рост деятельности предприятия, поглощение конкурентов и достижение более высоких показателей производственно-хозяйственной деятельности, чем у конкурентов.

Проникновение в новые сегменты возможно в случае наличия свободных, неиспользованных мощностей и резервов у предприятия и нового видения сегментов рынка.

Изменения в основной деятельности предусматривают интеграцию с поставщиками, посредниками или концентрацию на том виде деятельности, который имеет преимущества перед главными конкурентами.

Повышение уровня качества и обслуживания реализуется в случае неудовлетворения покупателей выпускаемой продукцией рынка или низким уровнем имиджа предприятия.

Использование и внедрение инноваций приемлемо в случае успешности деятельности предприятия, наличия возможности использования иностранного опыта или копирования современных тенденций, наблюдающихся в отрасли.

Таким образом, сущность категории "прибыль" имеет многосторонние аспекты, которые являются основой для формирования эффективной системы управления прибылью на предприятии. Для того чтобы выбрать соответствующие направления по повышению прибыльности любого предприятия, необходимо проанализировать, в каком состоянии находится предприятие с точки зрения финансового обеспечения и положения на рынке, а также в зависимости от его намерений изменить свое положение. Представленные в статье направления повышения прибыльности являются традиционными, так как на современном этапе развития существует ряд новых направлений, которые предусматривают увеличение стоимости самого капитала предприятия, а не рост его прибыли.

Перспективой дальнейших исследований будет разработка мероприятий по повышению прибыльности предприятий и оценка эффективности результатов их практического применения.

Научн. рук. Кулешова Н. В.

Литература: 1. Ищенко Е. А. Прибыль как критерий эффективности функционирования предприятия [Текст] / Е. А. Ищенко // Экономист. – 2005. – № 8. – С. 90–92. 2. Власова Н. О. Финансы предприятия : учебн. пособ. / Н. О. Власова, О. А. Круглова, Л. И. Бузинова. – К. : Центр уч. лит-ры, 2007. – 250 с. 3. Коха Р. Пути повышения прибыльности предприятий / Р. Коха. – СПб. : Питер, 2006. – 220 с. 4. Коха Р. Финансы предприятия : учебн. пособ. / Р. Коха, О. С. Филимонок. – К. : Кондор, 2007. – 320 с. 5. Кучер С. В. Эволюция понятия "прибуток" у загальній історії економічних вчень / С. В. Кучер // Вісник Житомир. держ. техн. ун-ту. Сер. : Екон. науки. – 2009. – № 4. – С. 76–78. 6. Большой экономический словарь / Л. А. Малютин и др. – М. : Финансы, 2007. – 594 с.

УДК 005.336

Калашник В. В.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Досліджено значимість потенціалу підприємства; визначено найбільш важливі його елементи, а також їх характеристику; обґрунтовано необхідність проведення аналізу всіх складових елементів потенціалу підприємства.

© Калашник В. В., 2012



Аннотация. Исследована значимость потенциала предприятия; определены наиболее важные его элементы, а также их характеристика; обоснована необходимость проведения анализа всех составляющих элементов потенциала предприятия.

Annotation. The potential enterprise importance is investigated, the most important of its elements are identified, as well as their characteristics, the necessity of analyzing all the constituent elements of the capacity of the enterprise has been grounded.

Ключові слова: потенціал, ринковий потенціал, виробничий потенціал, фінансовий потенціал, кадровий потенціал, інноваційний потенціал, маркетинговий потенціал, систематичний аналіз.

У сучасних умовах метою підприємства стає утримання та закріплення позицій у своїй сфері діяльності. Для того щоб досягти поставленої мети, підприємству необхідно мати більш високі конкурентні переваги порівняно зі своїми потенційними конкурентами. Детальне вивчення цієї теми є досить актуальним, оскільки саме аналіз усіх складових елементів потенціалу підприємства дає можливість підприємству визначити свої перспективи розвитку, а також конкурентні переваги над опонентами.

Дослідженню значущості потенціалу підприємства та його складових елементів присвячені роботи вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як Бланк І. А., М. Данько, Акимов І. М., Кайгородов А. Г., Ковальов В. В., Комаров М. А., Личагіна М. В., Матвієнко О. Д., Мисько К. М., Огорокова Л. Г., Бернштейн Л. А., Сердак С. Є., Д. Стоун, Шаховська Л. С., Іванов С. А., Гришко В. А. та ін. Проте їх роботи не виділяють одну загальну класифікацію складових елементів, а лише доповнюють одна одну, що сприяє подальшому поглибленому вивченню всіх аспектів формування загального потенціалу підприємства та його складових елементів.

Щоб ефективно функціонувати, необхідно володіти інформацією про зміни зовнішнього середовища, оскільки підприємство взаємодіє з нею, купуючи необхідні ресурси для здійснення своєї діяльності, а також у процесі передачі створеної продукції в зовнішнє середовище. Також, вивчаючи інформацію про зовнішнє середовище, підприємство набуває для себе нові вигідні можливості для зміцнення власних конкурентних позицій. Через це підприємству необхідно бути готовим до своєчасного реагування на зміни в навколишньому середовищі та мати достатній рівень наявного потенціалу. Для визначення рівня потенціалу підприємства слід систематично проводити аналіз його складових елементів. Для реальної оцінки перспектив розвитку підприємства необхідно мати уявлення не тільки про фінансові результати, а також про використання економічного потенціалу, що визначає можливості зростання виробництва і потреби в додаткових інвестиціях. Такий підхід широко застосовується в наукових працях провідних зарубіжних вчених, таких, як Бернштейн Л. А., Ж. Рішар, Д. Міддлтон, Д. Стоун, Е. Хелферт та ін.

Метою статті є дослідження значущості складових елементів потенціалу підприємства, а також розгляд їх класифікації та взаємозв'язків між ними.

Аналіз наукової літератури [1 – 3], присвяченої дослідженню проведення аналізу всіх складових елементів потенціалу підприємства, показав, що на сьогоднішній день приділяється недостатня увага їх загальній оцінці як в теоретичному плані, так і в прикладних аспектах.

У підході, запропонованому Мерзлікіною Г. С. і Шаховською Л. С., визначені вагомі складові потенціалу підприємства, які більшою мірою характеризують його стан у певних ринкових сегментах і аналіз яких сприяє отриманню більш точного стану підприємства:

ринковий потенціал: потенційний попит на продукцію і частка ринку, яку займає підприємство, підприємство і ринок праці;

виробничий потенціал: потенційний обсяг виробництва продукції, потенційні можливості основних засобів, можливості використання сировини і матеріалів, можливості професійних кадрів;

фінансовий потенціал: потенційні фінансові показники виробництва (прибутковості, ліквідності, платоспроможності), інвестиційні можливості [1].

У доповнення до вищезапропонованих складових елементів потенціалу підприємства в науковій літературі [2, 3] виділяють такі складові:

маркетинговий потенціал, який характеризує здатність підприємства успішно просувати свою продукцію на ринки збуту за допомогою інструментарію сучасного маркетингу;

кадровий потенціал, який характеризує рівень кваліфікації персоналу підприємства;

ресурсний потенціал, який характеризує сукупність усіх ресурсів підприємства;

інформаційний потенціал, який характеризує можливості підприємства забезпечувати всіх своїх працівників необхідною інформацією;

технічний потенціал характеризує можливість підприємства забезпечувати свою виробничу діяльність необхідними технічними ресурсами.

Формування потенціалу і всіх його складових необхідно для реалізації і досягнення поставлених цілей підприємства. Усі складові елементи, безумовно, взаємодіють між собою. Система взаємозв'язків даних складових потенціалу наведена схематично на рисунку.

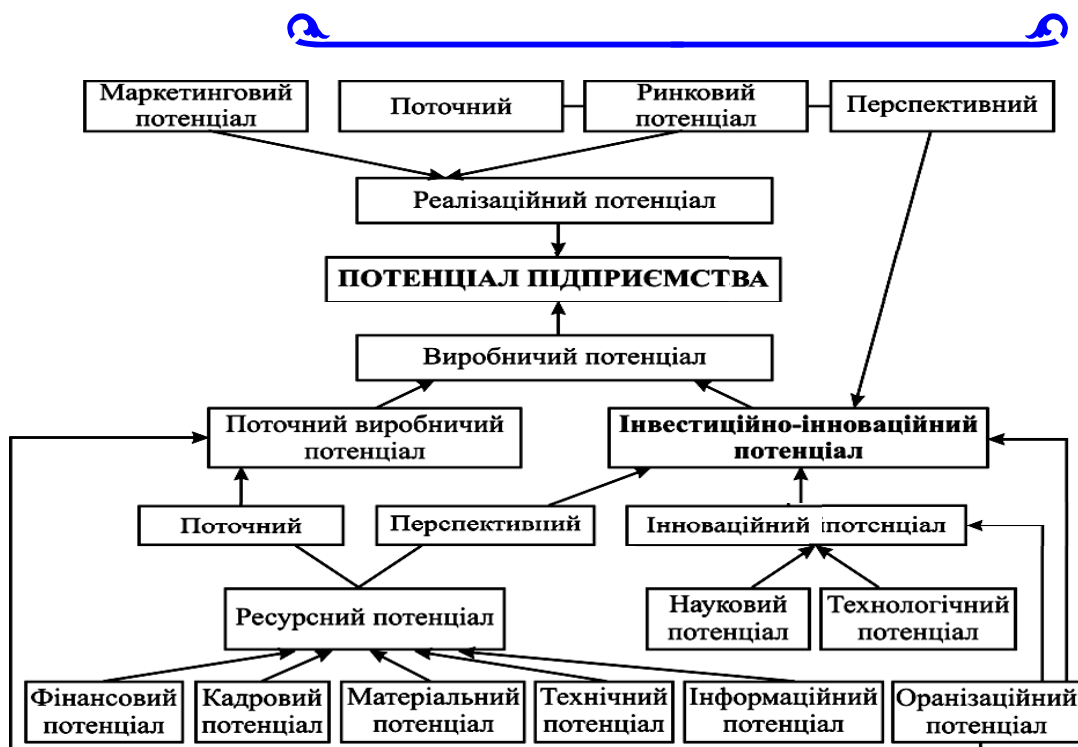


Рис. Схема взаємозв'язків між складовими елементами загального потенціалу підприємства [2]

Формування потенціалу підприємства є досить проблемним, оскільки сам потенціал підприємства – це досить складна економічна система. Бажаючи досягти максимального ефекту його формування (синергетичного ефекту), необхідно оптимально формувати кожен його структурну складову. Це, безумовно, складне теоретичне і практичне завдання, однак без його розв'язання підприємство не досягне стабільності розвитку і може виникнути загроза необхідності залишити ринок, на якому воно функціонує.

Перш ніж розглядати вплив потенціалу і його складових на ефективну діяльність підприємства, необхідно розкрити поняття самого потенціалу. Доцільно буде розглянути еволюцію трактування різними авторами терміна "потенціал":

1. Воблій К. Г. розглядає поняття "потенціал виробничих сил" як потенційну можливість країни виробляти матеріальні блага для задоволення потреб населення.

2. Мец В. О. вважає, що економічний потенціал є узагальнюючою характеристикою діяльності підприємства і проявом сукупного впливу наступних взаємозалежних його сторін: виробничого, майнового, фінансового і ділового потенціалів.

3. Олексюк О. І.: потенціал підприємства – максимально можлива сукупність активних і пасивних, явних і прихованих альтернатив якісного розвитку соціально-економічної системи підприємства у певному середовищі господарювання з урахуванням ресурсних, структурно-функціональних, тимчасових та інших обмежень.

4. Стимулін С. Г.: економічний потенціал – сукупна виробнича сила праці всіх працездатних членів суспільства.

5. Чумаченко М. Г. економічний потенціал визначає як "відносини, які виникають на підприємстві з приводу досягнення максимально можливого фінансового результату" [4].

Аналіз літературних джерел [1 – 4] дозволив узагальнити і визначити потенціал підприємства як сукупність наявних і потенційних можливостей, які можуть бути використані для досягнення тактичних та стратегічних цілей підприємства.

До складу загального потенціалу підприємства входить безліч підвидів потенціалу, таких, як: ринковий, маркетинговий, організаційний, науковий, технологічний, фінансовий, матеріальний, технічний, інформаційний, ресурсний. Кожен з них має особливий вплив на результуючий показник діяльності підприємства і його конкурентоспроможність, а також на межі економічного зростання і структурного розвитку всього підприємства.

Аналізуючи літературні джерела [5 – 7], у яких описується важливість кожного зі складових елементів потенціалу, слід зазначити, що всі вони мають значний вплив на діяльність підприємства. Однак, на думку автора, основним потенціалом будь-якої системи є кадровий потенціал, оскільки саме від наявних і потенційних можливостей працівника залежить якісне та швидке виконання покладених на нього функцій, які сприяють досягненню цілей перспективного розвитку підприємства.

Також досить важливе значення для підприємства має інноваційний потенціал, який базується на накопиченні певної кількості інформації про результати науково-технічних робіт, винаходів, проектно-конструкторських розробок, зразків нової техніки та продукції [5; 6]. Адже за його допомогою підприємство може запроваджувати нововведення, які є основним засобом підвищення ефективності виробництва, поліпшення якості продукції та послуг, також дані нововведення дозволяють



підприємству витримати ринкову конкуренцію і тим самим забезпечити економічну безпеку господарської системи [7].

Наявність фінансового потенціалу має велике значення для підприємства, адже завдяки йому визначається фінансовий стан підприємства, рівень його стабільності та фінансової незалежності, здатність підприємства своєчасно погашати заборгованості. Підприємства з достатнім рівнем фінансового потенціалу є привабливими для потенційних інвесторів, оскільки вони оцінюють, наскільки ефективними будуть їх вкладення в даний проект [8].

Досить вагомим для підприємства є маркетинговий потенціал, який характеризується можливостями, обумовленими широким спектром діяльності: розробкою товару, дослідженням ринку, налагодженням комунікацій, організацією розподілу, встановленням цін, розгортанням служби сервісу. За допомогою маркетингового потенціалу підприємство набуває можливість проводити аналіз кон'юнктури ринку, визначати потенційні ринки збуту з урахуванням виявлених і передбачуваних потреб, а також перспективи підприємства в області досліджень і оптимізації виробництва в руслі існуючих вимог [9; 10].

Таким чином, можна зробити висновок, що структура всіх складових елементів потенціалу підприємства становить увесь спектр стратегічних можливостей підприємства і умов для їх реалізації, обґрунтовує необхідність високопрофесійного управління і керівництва всіма процесами і видами діяльності на підприємстві, що дозволяє здійснювати раціональний вибір пріоритетів розвитку підприємства і досягнення поставлених цілей; оцінювати рівень розвитку кожного елемента потенціалу і сфокусуватися на більш пріоритетних напрямках розвитку сфер діяльності; визначати послідовність управління підприємством загалом, інтегруючи його ресурсні, організаційні та інституційні можливості в цілях ефективного функціонування і розвитку.

Також необхідно керівництву підприємства систематично проводити аналіз всіх складових елементів потенціалу підприємства, який дасть змогу визначити оцінку загального потенціалу підприємства, оскільки потенціал будь-якого підприємства впливає не тільки на кінцеві результати його діяльності, а й на межі економічного зростання і структурного розвитку всієї організації. Підприємству слід постійно розробляти шляхи розвитку складових елементів потенціалу, щоб підтримувати високий рівень конкурентоспроможності продукції та послуг, також виходити на більш високі сегменти ринку, що дасть можливість підприємству повноцінно та ефективно функціонувати.

Наук. керівн. Кулешова Н. В.

Література: 1. Мерзликін Г. С. Оценка экономической состоятельности предприятия : монография / Мерзликін Г. С. – Волгоград : ВолгГТУ, 1998. – 63 с. 2. Гришко В. А. Место и роль инвестиционно-инновационной составляющей части в общем экономическом потенциале предприятия [Электронный ресурс] / Гришко В. А. – Режим доступа : <http://www.nbu.gov.ua/portal/chembiol/nvnlut/206/185Gryszko206>. 3. Сердак С. Е. Принципы эффективного управления ресурсами суб'єктів господарювання / С. Е. Сердак // Академічний огляд. – 2008. – № 2. – С. 83–88. 4. Дяківка Р. Енциклопедія бізнесу, економіста, менеджера / Дяківка Р. – К. : Міжнародна економічна фундація, ТзОВ "Книгодрук", 2000. – 704 с. 5. Данько М. Інноваційний потенціал в промисловості України / М. Данько // Економіст. – 1999. – № 10. – С. 26–32. 6. Кокурин Д. И. Инновационная деятельность / Д. И. Кокурин. – М. : Экзамен, 2001. – 575 с. 7. Иванов С. А. Инновационный потенциал развития экономической безопасности хозяйственной системы [Электронный ресурс] / С. А. Иванов, Э. Я. Осип. – Режим доступа : <http://vestnik.igps.ru/wp-content/uploads/V2/19.pdf>. 8. Кайгородов А. Г. Финансовый потенциал как критерий целесообразности финансового оздоровления предприятия [Электронный ресурс] / А. Г. Кайгородов, А. А. Хомякова. – Режим доступа : <http://auditfin.com/fin/2007/4/Номуякова/Номуякова%20.pdf>. 9. Акимов И. М. Промышленный маркетинг / Акимов И. М. – К. : Общ. "Знання", КОО, 2000. – 296 с. 10. Матвиенко Е. Д. Развитие потенциала предприятия в контексте ключевых экономических интересов [Электронный ресурс] / Е. Д. Матвиенко, О. В. Финатина. – Режим доступа : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdie/2010_2/files/10.pdf

Коваленко К. А.

УДК 005.332.4:005.21

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ КОНКУРЕНТНОГО АНАЛІЗУ

Анотація. Розглянуто та узагальнено методи конкурентного аналізу, а також виділено найбільш доцільні для застосування на вітчизняних підприємствах.

Аннотация. Рассмотрены и обобщены методы конкурентного анализа, а также выделены наиболее уместные для применения на отечественных предприятиях.

© Коваленко К. А., 2012

Annotation. Methods of competitive analysis were reviewed and summarized, and the most appropriate for use in native enterprises were selected.

Ключові слова: конкурентний аналіз, конкурентні переваги, споживачі, методи аналізу.

Із набуттям незалежності нашою державою українські підприємства вперше за багато років відчували конкурентну боротьбу. Конкуренція – один із найважливіших факторів і умов формування напрямів розвитку, стимул для власного вдосконалення: покращення технології, управління виробничим процесом, оптимальне використання ресурсів тощо у господарській діяльності.

Одним із ключових факторів успіху в умовах конкуренції є застосування ефективних методів конкурентного аналізу та аналізу споживачів. Дослідженням методів конкурентного аналізу та аналізу споживачів займалися К. Фляйшер, Б. Бенсуссан, Ф. Котлер, Гольдштейн Г. Я., Азоев Г. Л., М. Николаичук [1 – 4], М. Портер, А. Томпсон, Дж. Стрікленд та ін.

Проте не втрачає актуальності це питання і сьогодні, особливо в умовах ринкового розвитку української економіки. Ще недостатньо розроблені підходи та методи конкурентного аналізу на вітчизняних промислових підприємствах, які, проте, дозволяють на початкових етапах виявляти проблеми та сильні сторони підприємства та його конкурентів для довготривалого успішного функціонування та розвитку. Не враховані постійні зміни ринкових умов господарювання. Цей факт пояснюється високою комплексністю проблеми та недостатньою сформованістю наукової бази.

Тому метою статті є дослідження та порівняння методів конкурентного аналізу та виділення найбільш доцільних для застосування на вітчизняних підприємствах.

Конкурентний аналіз виявляє ті риси внутрішнього і зовнішнього середовищ компанії, які найбільше впливають на стратегічне бачення та можливості компанії.

Різні автори виділяють різні методи конкурентного аналізу. Так, усім відомий аналіз "п'яти сил" М. Портера передбачає врахування впливу на конкурентоспроможність підприємства таких факторів, як: поява продуктів-замінників, поява нових конкурентів, постачальників, споживачів та рівень конкурентної боротьби [5]. Цей метод аналізу широко застосовується та дає відповіді майже на всі головні питання в ході ведення конкурентної боротьби, дозволяє визначити всі складові конкурентного середовища, кожен із яких має значний вплив на формування конкурентних переваг конкретного підприємства. Метод "п'яти сил" побудований на постулаті, що прояв конкуренції в різних галузях господарства має багато спільного.

Вченими пропонуються різні варіації такого підходу. Наприклад, Гольдштейн Г. Я. до основних "п'яти" сил у своєму аналізі додає аналіз основних економічних характеристик галузевого оточення (зростання ринку, географічні особливості, структура галузі та ін.), рушійні сили, конкурентну позицію основних компаній (сприятливе чи несприятливе позиціонування), можливі дії конкурентів та ключові фактори успіху (фактори, що роблять привабливою галузь, перспективи рентабельності галузі) [2]. Інший російський вчений Лапуста М. Г. зазначає, що конкурентний аналіз галузі включає виявлення головних економічних характеристик галузі, рушійних сил розвитку галузі, оцінку сил конкуренції та конкурентних позицій підприємств-суперників, аналіз найближчих конкурентів, оцінку перспектив розвитку галузі, а також ключові фактори успіху, реалізація яких відкриває перспективи покращення власної конкурентної позиції [6].

Дещо інший склад напрямків конкурентного аналізу запропонували Томпсон А. А. та Стрікленд А. Дж., які виділяють такі етапи аналізу загальної ситуації і конкуренції в галузі: 1) встановлення основних економічних показників, що характеризують галузь; 2) визначення конкурентних сил, діючих у галузі, і сила їх впливу на ситуацію; 3) виявлення чинників, що викликають зміни в структурі конкурентних сил у галузі; 4) визначення підприємств, що мають найсильніші та найслабші конкурентні позиції; 5) прогнозування найбільш ймовірних кроків конкурентів; 6) встановлення ключових чинників успіху в конкурентній боротьбі; 7) прийняття остаточного рішення про привабливість галузі. Цей підхід дозволяє ширше аналізувати конкурентне середовище, будувати прогнози на майбутнє (щодо ймовірних кроків конкурентів), детальніше характеризує галузь та її теперішній стан, тобто може використовуватися для конкурентного аналізу в конкретній галузі.

Перелічені методики дозволяють досить чітко аналізувати всі аспекти діяльності підприємства. Проте не враховують можливих напрямків створення конкурентних переваг шляхом недопущення помилок у реалізації тієї чи іншої діяльності (виявлення так званих "сліпих" зон), не показують значущість сегментування покупців та виокремлення їх ціннісних переваг для створення знову ж таки конкурентних переваг, не розглядають оцінку індивідуальних характеристик конкурентів, що дозволяє передбачати дії конкурентів залежно від їх особистісних якостей.

Тому варто враховувати ці методи конкурентного аналізу та аналізу споживачів для створення більш вигідних позицій підприємства. Адже його метою є адаптація підприємства до конкурентного середовища. К. Фляйшер та Б. Бенсуссан пропонують шість методів конкурентного аналізу та аналізу споживачів [7] – аналіз "сліпих" зон, конкурентний аналіз, аналіз сегментації та цінності покупців, а також аналіз функціональних можливостей та ресурсів і індивідуальна оцінка конкурентів, серед яких вже широко використовуються конкурентний аналіз, метод сегментації покупців, індивідуальна оцінка конкурентів.

Аналіз "сліпих" зон вивчає причини, що лежать в основі неточностей або помилок у процесі прийняття стратегічного рішення. Він пояснює, чому аналітики часто неправильно розуміють конкурентне навколишнє середовище і чому внутрішня ретельна перевірка може призвести до переоцінки конкурентної спроможності фірми. Аналіз "сліпих" зон важливий для ефективного аналізу та прийняття ефективного рішення. Він повинен поширюватися на всі інші інструменти та методи



управління, які застосовує фірма в пошуках стратегії. Існує кілька джерел виникнення "сліпих" зон: неправильні припущення (про конкурентів, постачальників, про конкурентні можливості самого підприємства та ін.); зайва самовпевненість менеджерів; просіювання інформації та її спотворення.

Аналіз сегментації покупців та аналіз цінності передбачає, що компанія повинна зробити три важливі кроки: ідентифікувати та вивчити різні групи покупців; обрати один або декілька сегментів ринку для обслуговування; у кожному цільовому сегменті довести інформацію до споживачів про вигідні пропозиції компанії [3, с. 175]. Сегментація покупців полягає у тому, що покупці мають різні концепції цінності. Аналогічно у конкурентів є різні потенційні можливості і ресурси, доступні для задоволення купівельної цінності [7, с. 228].

Оцінка індивідуальних характеристик конкурентів – це аналітичний інструмент, що надає ОПР (особа, що приймає рішення) організації відомості про рівень освіти, цілі, особистісні якості і психологічні характеристики конкурентів-фахівців, які приймають рішення. Ця інформація використовується для передбачення майбутніх стратегічних рішень керівництва конкуруючих фірм і забезпечує унікальне розуміння того, яким чином думають, діють та керують конкуренти [7, с. 277]. Сьогодні погляди на людський капітал розглядаються як економічна категорія, що виступає ключовим чинником реалізації конкурентної політики [4].

Узагальнюючи існуючі методи конкурентного аналізу, можна виділити ті, що використовуються найчастіше та характеризуються найбільшою ефективністю (таблиця).

Таблиця

Методи конкурентного аналізу, що застосовуються різними авторами

Автор	Аналіз "п'яти" сил	Аналіз загальної ситуації і конкуренції в галузі	Аналіз "сліпих" зон	Аналіз сегментації	Аналіз цінності покупців	Оцінка індивідуальних характеристик конкурентів
М. Портер [5]	+			+	+	
Томпсон А. А., Стрікланд А. Дж. [7]	+	+				
Гольдштейн Г. Я. [2]	+	+				
Лапуста Г. Л. [8]	+	+				
К. Фляйшер, Б. Бенсуссан [7]			+	+	+	+
Ф. Котлер, Келлер К. Л. [3]				+	+	
М. Ніколайчук [4]						+

Очевидно, що запропонована М. Портером методика аналізу п'яти сил конкуренції має якісну перевагу у здійсненні конкурентного аналізу та безперечно повинна використовуватися українськими підприємствами. У сучасних умовах кожен господарюючий суб'єкт має визначати та аналізувати своїх постачальників (теперішніх та потенційних), оцінювати конкурентів та власні сили у порівнянні з ними, постійно відстежувати появу нових конкурентів та товарів-замінників, що може суттєво перерозподіляти частки ринку, змінювати бар'єри входу в галузь. Крім цього, вітчизняним підприємствам слід ретельніше ставитися до виділеного К. Фляйшером, Б. Бенсуссаном аналізу "сліпих" зон. Цей підхід дає можливість не допускати помилок на всіх етапах розробки та прийняття різноманітних рішень, що суттєво впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства. Аналіз "сліпих зон" використовується для дослідження внутрішнього середовища аналізованого підприємства, проте при можливості його можна застосовувати і для оцінки зовнішнього середовища з метою виявлення схильності конкурентів до створення хибних уявлень та, як наслідок, до помилок. Аналіз "сліпих" зон відносно недорогий метод та повинен застосовуватися систематично і поширюватися на всі сфери діяльності. Особливу увагу приділяють аналізу сегментів та цінності споживачів М. Портер, Ф. Котлер, Келлер К. Л. Вдало обраний сегмент та конкретна цінність споживача, яку можна задовольнити якнайкраще, дозволяє "влучити прямо в ціль" та здобути стійку частку ринку і конкурентні переваги, що має гостру необхідність у сучасних умовах різноманіття представленої продукції, зростаючої вибагливості споживачів та скорочення доступних ресурсів.

Таким чином, у результаті проведеного дослідження проаналізовано та узагальнено методи конкурентного аналізу, а також виділено основні методи конкурентного аналізу, що дозволяють виявляти необхідну інформацію в процесі діяльності підприємства та безперервної конкурентної боротьби. З урахуванням наявних ресурсів кожне підприємство повинне індивідуально розробляти заходи для проведення конкурентного аналізу. Та необхідним мінімумом для конкурентного аналізу є аналіз "п'яти сил" та конкуренції в галузі із уникненням "сліпих" зон та чітким потраплянням у цільові сегменти. Необхідно ґрунтовно підходити до конкурентного аналізу, щоб мати вплив на позицію підприємства в галузі, країні чи за її межами. При проведенні аналізу ринкової ситуації для конкретного підприємства не буває дрібниць, необхідно враховувати всі деталі та особливості, такі, як:

допущені "сліпі зони", характер фахівця-конкурента, ступінь потрапляння у певний сегмент споживачів тощо. Відхилення за цими показниками погіршують конкурентні позиції та у сукупності здійснюють значний вплив на всі сфери діяльності підприємства.

Наук. керівн. Селезньова Г. О.

Література: 1. Азов Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Азов Г. Л., Челенков А. П. – М. : ОАО "Типография "Новости", 2000. – 252 с. 2. Гольдштейн Г. Я. Стратегический инновационный менеджмент : учебн. пособ. / Гольдштейн Г. Я. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2004. – 267 с. 3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Котлер Ф., Келлер К. Л. ; пер. с англ. под науч. ред. С. Г. Жильцова. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2010. – 480 с. 4. Николайчук М. Проблеми оцінки людського капіталу в системі реалізації конкурентної політики / Николайчук М. // Україна : аспекти праці. – 2011. – № 6. – С. 46–51. 5. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Портер М. – М. : ИД "Альпина Бизнес Букс", 2008. – 715 с. 6. Центр дистанционного образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.elitarium.ru/2007/05/24/konkurentnyjj_analiz_otrasli.html. 7. Фляйшер К. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе / Фляйшер К., Бенсуссан Б. – М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2005. – 541 с. 8. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. – М. : Диалектика-Вильямс, 2010. – 928 с.

УДК [338.45:624](477):330.322

Шекун А. В.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Анотація. Наведено аналіз стану будівельної галузі України за останні роки та основних факторів впливу на неї. Подано загальну оцінку інвестиційної привабливості галузі та найбільш перспективні напрями розвитку.

Аннотация. Представлен анализ состояния строительной отрасли Украины за последние годы и основных факторов влияния на нее. Дана общая оценка инвестиционной привлекательности отрасли и наиболее перспективные направления развития.

Annotation. The paper presents the analysis of the construction industry in Ukraine in recent years and the main factors that influenced it. This is an overall assessment of investment attractiveness and the most promising directions of development.

Ключові слова: інвестиції, будівельна галузь, ефективність, інвестиційний потенціал, перспективи.

У зв'язку з постійним зростанням міст, що обумовлено загальною світовою тенденцією збільшення населення, чисельність якого нещодавно досягла 7 мільярдів осіб, будівнича промисловість виходить на одне з перших місць за темпами зростання, обсягами виробництва та соціальною значимістю. Про це свідчить велика кількість підприємств, працюючих у цій галузі, і навіть висока конкуренція анітрохи не зменшує її привабливості. Проте, всупереч світовим тенденціям, населення України навпаки з кожним роком зменшується, на що є свої причини. Вітчизняна будівельна галузь, незважаючи на спад показників діяльності, що спостерігався в останні роки, має значний потенціал. Для його підтримки та розвитку галузь потребує значних інвестиційних вливань, при цьому виникає питання, чи будуть вони доцільними та чи принесуть прибутки.

Проблеми інвестиційної діяльності у будівництві та основні напрями її вдосконалення досліджували такі вчені-економісти, як Ачкасов А. Є., Крушевський А. В., Ковалевський Г. В., Писаревський І. М., Торкатюк В. І., Тищенко О. М., Ушацький С. Ф., Шатенко Л. М. Але треба відзначити, що у вітчизняних наукових дослідженнях практично немає системних розробок з оцінки інвестиційної привабливості акціонерних товариств будівельної галузі, відсутній єдиний погляд на трактування її суті. До того ж при подібній оцінці слід звертати увагу на чисельну кількість факторів, які постійно змінюються, отже, інформація піврічної давнини інколи може бути вже зовсім не актуальною.

Метою статті є проведення аналізу інвестиційної привабливості будівельної галузі України на сьогоднішній день та виділення найбільш перспективних напрямків для інвестицій.



Згідно з даними державної статистики, на сьогодні житловий фонд України складає більше 1 млрд кв. метрів, з яких у приватній власності знаходиться близько 92 % житла [1]. Але це не зменшує потенційний попит на нерухомість як промислового призначення, так і побутового. Незважаючи на поступове економічне зростання України в 1 півріччі 2010 р., будівельний сектор України все ще характеризується поступовим спадом за основними показниками [2]. Обсяги виконаних будівельних робіт порівняно з попередніми роками скоротилися: у 2008 р. – на 15,8 %, у 2009 р. – на 48,2 %, а у 2010 – на 12,6 %. Обсяги інвестицій в основний капітал будівельної галузі в 2009 р. порівняно з 2008 р. скоротилися на 62,2 %. За результатами 2010 р. ситуація не змінилась. У структурі інвестування економіки інвестиції в будівельний сектор скоротилися з 6,4 – 5,3 % за 2003 – 2005 роки до 3,3 – 3,9 % в 2009 – 2011 роках [3].

Безумовно, основною причиною розвитку кризи в будівельній галузі України стала криза на світових фінансових ринках, через яку погіршали умови фінансування будівництва, у тому числі істотно скоротився доступ українських компаній до кредитних ресурсів у результаті зростання процентних ставок. Найбільше зростання процентних ставок було зафіксовано у 1 кварталі 2009 р., коли середньозважена квартальна процентна ставка по кредитах з будівництва досягла для нефінансових корпорацій 21 %, а домогосподарств – 18,2 % [4]. Слід зазначити, що і в докризовий період в Україні спостерігався дефіцит інвестицій, спрямованих у будівельний сектор. Міжнародні зіставлення за показником інвестування будівельного сектору свідчать про те, що Україна значно поступається за цим пунктом більшості розвинених країн, які стимулюють розвиток вітчизняної будівельної галузі. Тільки за рівнем офіційних платежів для отримання дозволів на будівництво Україна займає 169 місце серед 182 країн світу, а з огляду на високий рівень корупції – розділяє останні місця. За кількістю часу, що витрачається для отримання дозволів на будівництво, Україні займає 170 місце серед 182 країн світу [5].

Також конкурентоспроможність будівельної галузі обмежує високий рівень зносу основних фондів будівельних організацій. Недостатні обсяги інвестування в оновлення фондів у будівельному секторі стали причиною того, що загальний знос фондів у будівельному секторі в 2009 р. склав приблизно 46 %. В Україні на душу населення приходиться лише 54 дол. США інвестицій в основний капітал будівельного сектору, це в 7 – 8 разів нижче рівня Іспанії, Норвегії, Бельгії та Швеції та в 2 – 3 рази нижче рівня Чехії, Польщі, Росії. Виходячи з показника інвестицій в основний капітал будівельного сектору на 1 кв. км території країни, Україна також є аутсайдером порівняно з країнами Центрально-Східної Європи [6].

На сьогоднішній день в Україні понад 18 000 об'єктів незавершеного будівництва. За оцінкою Мінрегіонбуду на їх добудову необхідно близько 240 млрд грн [1]. Силами держави вирішити проблему завершення будівництва недобудов навряд чи вдасться, а приватні інвестори не поспішають вкладати гроші в ці проекти. Водночас внаслідок низької будівельної активності в Україні спостерігається дефіцит якісної комерційної та житлової нерухомості. Інвестори в Україні завжди віддавали перевагу офісним проектам через їх порівняно швидку окупність. Проте починаючи з 2009 р. нове будівництво таких об'єктів зупинено, значна частина розпочатих об'єктів залишається незавершеною, про що вже згадувалось. Зміни на ринку нерухомості полягають у переміщенні багатьох орендарів в офіси більш низького класу. У першому півріччі 2010 р. почав збільшуватись попит на приміщення площею 50 – 100 кв. м і більше 300 кв. м. Орендарі, здебільшого представники середнього і великого бізнесу, прагнуть об'єднати підрозділи в одній будівлі, а малий бізнес у той самий час, орендував приміщення в житлових будинках. Однак кількість якісних офісних площ також залишає бажати кращого: у Києві на душу населення припадає 0,4 кв. м офісних площ класу А і В, у Гамбурзі – 8 кв. м, у Лондоні – 6,5 кв. м, Берліні – 5 кв. м, Празі – 2,2 кв. м, Варшаві – 2 кв. м, Будапешті – 1,8 кв. м, Москві – 1,3 кв. м [2]. Що стосується житлової нерухомості, то за останні п'ять років спостерігається тенденція зростання попиту не на масивні багатопверхові житлові комплекси, що відрізняються відносно низькою ціною для споживача, а навпаки, на невеликі приватні котеджі. На думку експертів, найбільш прогнозованими в сенсі інвестиційної віддачі є індивідуальні домоволодіння, які мають повний спектр технічної оснащеності, розташовані не далі 10 – 15 км від міського центру, "вписані" у відповідне та однорідне середовище соціального оточення. При операціях з малоповерховим житлом чи не вирішальним фактором вибору є оптимальна віддаленість від міського центру і наявність відповідної дороги. Але відсутність хоча б одного з обов'язкових елементів інженерної інфраструктури може звести інвестиційну привабливість домоволодіння до нуля.

Важливою умовою фінансування будівельної діяльності є формування національного капіталу на основі диверсифікації джерел фінансування, механізмів залучення вільних коштів підприємств і заощаджень населення, створення системи інституційних інвесторів, активізації фінансових ринків у регіонах. Розвитку будівництва повинна сприяти тенденція відновлення кредитування будівельного сектору. Перспективи розвитку будівництва залежать від розвитку потенціалу будівельної науки та будівельного проектування, розвитку промисловості будівельних матеріалів на основі впровадження енергозберігаючих технологій, комплексного використання сировини, розширення випуску нових будівельних матеріалів і конструкцій. Необхідно вдосконалення законодавства у сфері містобудування на основі його наближення до світових стандартів, зниження транзакційних витрат у будівництві за рахунок спрощення системи отримання дозволів та погоджень при одночасному підвищенні відповідальності забудовника за порушення вимог проектів, державних будівельних норм і стандартів. Ключовою умовою стабілізації ринку житла є забезпечення доступності довгострокових кредитів. Податковий кодекс, що передбачає збільшення плати за надмірну площу житлової нерухомості, може сприяти збалансуванню ринку житла за рахунок збільшення продажів надлишків житлової нерухомості.

Таким чином, неможливо однозначно оцінити інвестиційну привабливість будівничої галузі. Ситуація, що склалась на ринку за останні роки, вказує на наявність великої кількості проблем. Однак, незважаючи на це, є досить перспективні напрями будівництва, за рахунок яких можливо вдасться усунути хоча б частку проблем та поліпшити ситуацію у всій галузі.

Наук. керівн. Боровик М. В.

Література: 1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 2. Сухоруков А. И. Условия выхода строительного комплекса из кризиса и ориентация его на развитие реальной экономики [Электронный ресурс] / Сухоруков А. И., Олейников А. А., Морква О. П. – Режим доступа : <http://www.inventure.com.ua>. 3. Авраменко Е. В. Строительная отрасль требует реанимации, а не декларации [Электронный ресурс] / Авраменко Е. В. – Режим доступа : <http://www.business.ua>. 4. Белов Г. О. Подолання кризи в будівельній галузі [Електронний ресурс] / Белов Г. О. – Режим доступу : <http://www.rusnauka.com>. 5. Белоликов В. Т. Организация и экономика строительного производства : учебн. пособ. / Белоликов В. Т., Бондарь А. М., Птухина И. С. ; под общ. ред. заслуженного строителя РФ, проф. Белоликова В. Т. – СПб. : СПбГПУ, 2002. – 86 с. 6. Цапу Л. И. Научно-методологические основы повышения эффективности управления жилищным строительством в мегаполисе : учебн. пособ. / Цапу Л. И. – СПб. : СПбГАСУ, 2009. – 76 с.

УДК 330.341.1::330.322(477)

Бабенко А. П.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто аспекти здійснення інноваційно-інвестиційної політики розвину-тими країнами та особливості її реалізації в Україні.

Аннотация. Рассмотрены аспекты осуществления инновационно-инвестиционной поли-тики развитыми странами и особенности ее реализации в Украине.

Annotation. The article deals with aspects of innovation and investment policies of developed countries and particularly its implementation in Ukraine.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інвестиційний капітал, національна економіка.

Загальновідомо, що ефективність реформування економіки будь-якої країни, її структурні перетворення з якісним оновленням товаровиробництва, ринкової і соціальної інфраструктури, формування сучасного і майбутнього конкурентоспроможного середовища немислиме без відповідних капіталовкладень, розробки і здійснення науково обґрунтованих програм і конкретних проєктів трансформацій, їх моделювання за оцінним критерієм приросту реального ефекту – зростання ВВП і НД у розрахунку на душу населення. У цьому, власне, і полягає сутність економічної стратегії і тактики державних дій щодо досягнення сталого розвитку, формування і відтворення ресурсного потенціалу – необхідних матеріальних (включаючи природні), фінансових і трудових (демографічного ресурсів) – та використання наявних ресурсів.

Актуальність теми дослідження визначається необхідністю досягнення високих і стабільних темпів економічного зростання України, яке досягається за рахунок переважно інноваційних факторів. Перед державним управлінням стоїть завдання створити умови для розвитку інноваційно-інвестиційних процесів в їх нерозривній єдності.

Державна інноваційно-інвестиційна політика – це діяльність держави, спрямована на створення сприятливих нормативно-правових та економічних умов для інвестицій взагалі й інвестицій в інновації, стимулювання процесу формування інвестиційних умов для інноваційного розвитку, а також формування ринку інновацій та інвестицій.

Вітчизняні та зарубіжні вчені достатньо багато уваги приділяють вивченню та аналізу інноваційно-інвестиційної політики України як фактора забезпечення економічної стабільності. Серед них Дж. Копперн, В. Горт, Колодізов О. А., Солтис Я. А., Марков Г. В., Геєць В. М., Гриньов А. В., Гриньова В. М., Шерстюк О. Л., Ястремська О. М. та ін. [1 – 3], проте, незважаючи на попередні



дослідження, питання щодо інноваційно-інвестиційної політики України потребує подальшого розвитку. Потребує уточнення і законодавча база, яка б забезпечила сприятливий інвестиційний клімат і розвиток наукового потенціалу держави.

Тому метою статті є дослідження процесу здійснення інноваційно-інвестиційної політики в розвинутих країнах світу та використання їх досвіду в Україні.

Сучасна державна інноваційна політика – це сукупність науково-технічних, виробничих, управлінських, фінансово-побутових і інших заходів, пов'язаних із просуванням нової чи поліпшеної продукції на ринок збуту. Інноваційна політика в широкому розумінні поєднує науку, техніку, економіку, підприємництво та управління. Вона торкається всього соціально-економічного середовища, включаючи виробництво, банки, науково-технічні кадри, рівень науково-технічної грамотності населення країни. У сучасній розвинутій, економічно незалежній державі науково-технічна політика набуває рис стратегії загального розвитку, підкоряючи собі структурну та інвестиційну політику, економічна політика орієнтується на формування інноваційно-інвестиційної моделі розвитку, коли зростання ефективності суспільного виробництва досягається за рахунок зростання знань, інноваційна діяльність тісно пов'язана з інвестиційною, тобто сукупністю практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій [4].

Однією з основних умов реалізації ефективної інноваційно-інвестиційної діяльності є наявність чіткої законодавчої бази. В Україні в процесі ринкової трансформації економічної системи в основному створено законодавчі передумови для переходу на інноваційну модель розвитку, однак вони характеризуються слабким взаємозв'язком, а часом і суперечливістю окремих положень. Це є причиною того, що сьогодні багато процесів, пов'язаних із переходом до інноваційно-інвестиційної моделі розвитку, носять в основному спонтанний і малокерований характер і є неефективними в масштабах країни. Проблема співвідношення і взаємозв'язку інновацій та інвестицій взагалі вимагає окремого аналізу. Переважно, саме інвестиція є безпосереднім носієм інновації, отже, реалізація інноваційної політики в несприятливому інвестиційному кліматі практично неможлива. Проаналізувавши попередні дослідження зарубіжних та вітчизняних вчених, умовно можна виділити чотири варіанти інноваційно-інвестиційної політики, які були пріоритетними в різні періоди, в різних промислово-розвинутих країнах і в різних поєднаннях:

політика "технологічного поштовху" виходить з того, що пріоритетні напрями розвитку науки й техніки має визначати держава, володіючи для цього необхідними матеріальними ресурсами, можливістю здійснення експертизи та інформаційним забезпеченням. Такий варіант інноваційної політики ґрунтується на наявності науково-технічних і соціально-економічних проблем, розв'язати які можна шляхом розробки відповідних державних програм, великих капіталовкладень і інших прямих форм державної участі;

політика ринкової орієнтації визнає провідну роль ринкових ресурсів у виборі напрямків розвитку науки й техніки. Вона передбачає обмеження ролі держави у стимулюванні досліджень, створенні економічного клімату та інформаційного середовища;

політика соціальної орієнтації передбачає визначене соціальне регулювання наслідків НТП, а процес ухвалення рішення базується на широкому соціально-політичному консенсусі із залученням широкої громадськості;

комплексна політика спрямована на зміну економічної структури господарського механізму. Вона передбачає значний вплив провідних технологій на розв'язання соціально-економічних проблем, на зміну галузевої структури, на взаємодію суб'єктів господарювання, на рівень життя тощо.

На даний момент не викликає сумніву той факт, що саме інноваційна діяльність є головним джерелом суспільного прогресу. У розвинутих країнах більше половини підприємств займаються інноваційною діяльністю. Такий активний розвиток інноваційної діяльності можливий лише за активної державної підтримки [4].

Розглядаючи державну політику розвинутих країн у сфері підтримки інновацій, можна виділити два полюси. На одному виступають США та Великобританія, де держава найменше втручається в економіку, у тому числі й в інноваційну діяльність. Американська модель інвестиційно-інноваційної політики відрізняється найбільш повною автономією підприємництва. Єдиною особливою областю є військова технологія, куди держава вкладає кошти і тим самим забезпечує її технологічний пріоритет. Результати і побічні продукти військових інновацій стають важливим джерелом інновацій цивільних. Схожу модель використовує й Англія. Однак це не означає відсутності активної підтримки інноваційної діяльності з боку уряду. У США акцент робиться на створення сприятливих умов для ведення бізнесу взагалі, що зумовлює рівні умови для впровадження інноваційних продуктів у всі галузі народного господарства, у той час як в Японії та Франції уряд визначає пріоритетні напрями інноваційно-технологічного розвитку, яким надається суттєва урядова підтримка. Японська модель припускає створення технологічного пріоритету, і при цьому акцент робиться на конкретні технології. Іншими словами, на державному рівні визначаються технологічні переваги, які повинні бути досягнуті, і надалі стимулюється їх розвиток для того, щоб потім переводити на нові технології все народне господарство. Проміжне положення між цими полюсами інноваційної політики займають решта розвинутих європейських країн і Канада [5].

Що ж до України, то проблемі інноваційно-інвестиційного розвитку нашої держави останнім часом приділяється окрема увага. Актуальним і необхідним завданням у реалізації намічених на довгострокову перспективу економічного піднесення України та розвитку національної економіки є створення на інноваційній основі потужної виробничої бази за участю інвестиційного капіталу, в основі якої повинні бути передові технології, новітня техніка, організаційні та управлінські нововведення. Досягнення високого рівня соціально-економічного розвитку в Україні неможливе без



ефективної структурно-інвестиційної політики перебудови економіки з метою створення сприятливого інвестиційного клімату. Однак в умовах значного дефіциту внутрішніх фінансових ресурсів в Україні актуальним також стає формування виваженої політики залучення іноземних інвестицій, які б забезпечили інноваційну основу розвитку, а не сприяли б подальшій структурній деформації національного виробництва. Якщо звернути увагу на інвестиційну сферу на мікрорівні, то сьогодні в Україні існує роздроблений і малорозвинений ринок інвестиційних ресурсів. Підприємства, які працюють на ньому, діють досить невиважено та малоефективно. Недостатній розвиток інформаційної інфраструктури ринку заважає формуванню та реалізації інвестиційного процесу. Отже, зростання інтересу до вивчення інвестиційних процесів – об'єктивне явище, тому їх вивчення необхідне в усіх ланках системи освіти та перепідготовки кадрів [1].

Таким чином, на основі аналізу слід зазначити, що ефективна інноваційно-інвестиційна діяльність дозволить підприємствам України працювати в умовах спаду економіки та спрямувати їх до сталого економічного зростання. Наявність інвестицій дозволить будувати інноваційну економіку в Україні, тому варто врахувати досвід розвинутих країн.

У подальших дослідженнях необхідно зосередити увагу на реалізації інноваційно-інвестиційної політики на досліджуваному підприємстві.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Проблеми розвитку інвестиційної діяльності : монографія / Гриньова В. М., Коюда В. О., Лепейко Т. І. та ін. ; за заг. ред. В. М. Гриньової. – Х. : ХДЕУ, 2002. – 464 с. 2. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, управління / Гриньов А. В. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 308 с. 3. Ястремська О. М. Ризик у процесі інвестиційної діяльності / Ястремська О. М. // Наукові праці ДонНТУ. Серія : економічна. – Вип. 31–1. – С. 56–60. 4. Ковальчук С. С. Інноваційна діяльність як пріоритет економічного розвитку України / Ковальчук С. С. // Фінанси України. – 2004. – № 7. – С. 96–103. 5. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18.09.1991 р. № 1560-XII (із змінами і доповненнями) // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1991. – № 47. – С. 646. 6. Про режим іноземного інвестування : Закон України від 19.03.1996 р. № 93/96-ВР (із змінами і доповненнями) // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1999. – № 19. – С. 80. 7. Бутко А. Д. Інноваційно-інвестиційна політика України / Бутко А. Д., Шерстюк О. Л. // Фінанси України. – 2004. – № 4. – С. 76–86. 8. Денисюк В. Щодо вдосконалення системи індикаторів для управління інноваційним розвитком / Денисюк В. // Економіст. – 2004. – № 6. – С. 55–59. 9. Мартиненко В. Формування державного механізму управління інвестиційним процесом в Україні: проблеми невизначеності та методи їх зняття / Мартиненко В. // Економіка України. – 2004. – № 8. – С. 50–56. 10. Пономаренко В. С. Реальне інвестування суб'єктів господарювання : навч. посібн. / Пономаренко В. С., Ястремська О. М. – Х. : ХДЕУ, 2000. – 168 с.

УДК 331.108.43

Межевець І. П.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

АТЕСТАЦІЯ ЯК МЕТОД ОЦІНКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Анотація. Розглянуто оцінку персоналу, оцінку виконання роботи, атестацію персоналу, "метод 360°". Визначено мету проведення атестації та вчених, які займалися проблемами оцінки атестації персоналу.

Аннотация. Рассмотрены оценка персонала, оценка выполнения работы, аттестация персонала, "метод 360°". Обозначены цель проведения аттестации и ученые, которые занимались проблемами оценки аттестации персонала.

Annotation. An assessment of staff performance evaluation, certification of personnel, "a 360 ° method" have been regarded. The target of the certification and scientists who were engaged in the problems of assessing staff attestation were designated.

Ключові слова: персонал, атестація персоналу, оцінка персоналу, періодична атестація.

Персонал є головним ресурсом будь-якої організації. Саме від його професійного розвитку, рівня кваліфікації, здібностей та вмінь залежить розвиток та ефективність роботи підприємства. Але, на жаль, досить складно лише за документами про освіту визначити здібності персоналу до



праці та його професіоналізм. Тому на підприємствах застосовують оцінку персоналу, яка служить критерієм професійних здібностей персоналу, показує особисті якості та перспективні можливості співробітників. Об'єктивно проведена оцінка діяльності не тільки дає можливість працівникові мати уявлення про те, як було оцінено виконану ним роботу, а й значною мірою впливає на мотивацію його подальшої трудової діяльності.

Проблемами оцінки та атестації персоналу займалися багато вчених: Борисова Є. А., Єгоршин А. П., Магура М. І., Шекшня С. В., Чистова Ю. Г. та ін.

Мета даної роботи полягає в тому, щоб краще зрозуміти, що таке оцінка персоналу, чому вона необхідна на підприємстві, і докладно розглянути такий метод оцінки персоналу, як атестація.

Під оцінкою персоналу розуміють цілеспрямоване порівняння визначених характеристик (професійно-кваліфікаційного рівня, ділових якостей, результатів роботи) працівників з відповідними параметрами, вимогами, еталонами. Процес оцінки регулюється нормативними актами підприємства, наприклад "Положенням про оцінку персоналу".

Атестація персоналу – це формалізована оцінка кадрів, що проводиться у визначений час, у встановленій формі, за спеціально розробленою процедурою, за результатами якої приймаються рішення щодо професійно-кваліфікаційного просування працівників, зарахування їх до резерву на керівні посади, професійного навчання чи звільнення працівників. На практиці найбільшого поширення набула атестація керівників та фахівців.

Порядок проведення атестації регулюється державними нормативними актами, у тому числі КЗоТ України [1].

Ціль атестації – визначення потреби кожного працівника у відповідних навичках, якщо це пріоритетно для даного працівника, або для його наступної роботи, якщо запропоновано його підвищення, так щоб він міг почати якісь дії, щоб забезпечити відповідність рівню вимог.

Значення атестації персоналу організацій підвищується тоді, коли у суспільстві посилюється контроль за дотриманням прав людини, соціальних гарантій у сфері трудових відносин і, навпаки, зменшується у випадку послаблення соціальних гарантій у сфері трудових відносин, порушень трудового законодавства, як це має місце, зокрема, у сучасному українському малому бізнесі.

Атестація персоналу в системі управління персоналом займає особливе місце. Слід пам'ятати, що атестація персоналу й оцінка персоналу – різні речі. Атестація персоналу є всього лише одним із методів оцінки персоналу, проте для співробітників має серйозні наслідки [2].

Оцінка виконання роботи – це система контролю, заснована як на зворотному, так і на прямому зв'язку.

Як механізм зворотного зв'язку оцінка виконання роботи забезпечує працівника інформацією про те, як сприймається його робота. Оцінка повинна розглядатись відкрито, слід обговорювати досягнення працівника та вибирати шляхи покращення його діяльності. Працівники мають знати, які помилки були з їх вини, а які залежать від внутрішніх умов підприємства. Це дозволяє скорегувати як поведінку працівників, так і умови їх роботи [3]. Оцінка також корисна для тих, хто зайнятий найманням, тестуванням, добором і навчанням працівників організації.

Метод "360° атестація" – це один із методів нетрадиційної атестації, який міцно затвердився як "стандартний" метод оцінки персоналу багатьох компаній. Суть цього методу полягає в тому, що співробітник оцінюється своїм керівником, своїми колегами й своїми підлеглими. Цей метод ще називають по-іншому "схема зірки".

Нетрадиційні методи атестації дозволяють перебороти властиві традиційній системі недоліки, однак їх використання також може створювати значні проблеми для організації. Насамперед, розширення складу співробітників, що оцінюють атестованого, може стати причиною цілого ряду конфліктів між ним і його колегами або підлеглими, пов'язаними об'єктивністю оцінки і сприйняттям цієї оцінки як об'єктивної самим атестованим. Зсув акценту вбік потенціалу, що досить складно оцінити і, найголовніше, пояснити оцінюваній людині, також може стати джерелом образ і конфліктів. Тому нові методи атестації повинні бути ретельно продумані фахівцями і добре зрозумілі всім іншим співробітникам організації [4].

На практиці найпоширенішим видом оцінки є періодична атестація, у процесі проведення якої вирішуються головні питання: відповідність або невідповідність того чи іншого працівника займаній посаді.

Крім того, періодична атестація персоналу дає змогу роботодавцеві виявити, зокрема:

ефективність праці для подальшого прийняття рішення щодо рівня і форми стимулювання працівників;

коло працівників для формування кадрового резерву та підходи до планування професійно-кваліфікаційного просування, кар'єри спеціалістів;

лідерські і професійні якості при доборі працівників на ключові позиції в управлінні підприємством, структурними підрозділами.

Періодична атестація також сприяє поліпшенню якісного складу персоналу, його ефективному використанню, зростанню професійної компетентності та підвищенню кваліфікації.

У більшості корпорацій оцінка й атестація організуються щорічно, в окремих компаніях, особливо якщо вони застосовують спрощені процедури оцінки, кожні півроку.

Виділяють три види атестації: підсумкову, проміжну та спеціальну.

При підсумковій атестації робиться повна і різнобічна оцінка виробничої діяльності працівника за весь період. Це оцінка минулого, без якої не можна зрозуміти сьогодення і судити про готовність людей до майбутнього. Але блискучі успіхи в минулому не гарантія гарної роботи, оскільки все змінюється, і тому необхідно оцінювати особисті якості. Це дозволяє передбачати поведінку

людини в складних ситуаціях і доповнити оцінку підсумків, на які можуть впливати також і незалежні зовнішні фактори. Зазвичай підсумкова атестація проводиться раз на три – п'ять років.

Проміжна атестація проводиться через порівняно короткі періоди, і кожна наступна повинна базуватися на результатах попередньої.

Регулярні атестації як основа просування та винагороди доцільні там, де праця носить індивідуальний характер. Але при цьому потрібно мати на увазі, що загроза зниження кваліфікаційної категорії в результаті атестації може мати і зворотний ефект.

Спеціальна атестація у зв'язку з особливими обставинами, наприклад направленням на навчання, затвердженням на новій посаді, проводиться перед прийняттям відповідного рішення [5].

Безперечним є вплив атестації на поліпшення якісного складу персоналу, його ефективне використання, зростання професійної компетентності, підвищення кваліфікації, посилення організованості й відповідальності працівників.

Підготовка до проведення атестації передбачає опрацювання необхідних документів, організацію роз'яснювальної роботи щодо цілей і порядку проведення атестації [6].

Атестація персоналу спрямована на обґрунтоване прийняття управлінських рішень, пов'язаних з кадровим менеджментом. Зокрема, після проведення атестації персоналу можна на законних підставах прийняти рішення про звільнення, пониження на посаді, переведення на іншу роботу тощо або, навпаки, підвищення в посаді, переведення в кадровий резерв.

Таким чином, можна сказати, що атестація дозволяє провести діагностику персоналу, тобто отримати інформацію про співробітників, виявити "больові точки", моменти, які ускладнюють роботу персоналу, та своєчасно вирішити ці проблеми. Атестація може бути ефективною, тільки якщо буде позбавлена ознак формальності, буде об'єктивною, а за її результатами проведуть конкретні заходи. Найголовніше – повинні здійснюватися реальні дії відповідно до тих цілей, які були заявлені перед початком оцінки.

Наук. керівн. Боровик М. В.

Література: 1. Магура М. И. Оценка работы персонала / М. И. Магура, М. Б. Курбатова. – М. : ООО "Журнал "Управление персоналом", 2005. – 224 с. 2. Борисова Е. А. Оценка и аттестация персонала / Е. А. Борисова. – СПб. : Питер, 2003. 3. Шекшня С. В. Оценка и обратная связь / Шекшня С. В. // Управление персоналом.– 2004. – № 6(94). – С. 42–51. 4. Чистова Т. Диагностика предприятия с помощью аттестации / Чистова Т. // Управление персоналом.– 1998. – № 12. – С. 11–15. 5. Магура М. И. Оценка работы персонала, подготовка и проведение аттестации / М. И. Магура, М. Б. Курбатова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЗАО "Бизнес школа "Интел – Синтез", 2002. – 176 с. 6. Егоршин А. П. Управление персоналом / А. П. Егоршин. – М. : НИМБ, 2005. – 722 с.

УДК 005.336.1:631.16

Ермоленко К. С.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Розглянуто сутність економічної ефективності. Узагальнено поняття ефективності господарської діяльності підприємства. Запропоновано показники ефективності діяльності з урахуванням специфіки сільськогосподарських підприємств.

Аннотация. Рассмотрена сущность экономической эффективности. Обобщено понятие эффективности хозяйственной деятельности предприятия. Предложены показатели эффективности с учетом специфики сельскохозяйственных предприятий.

Annotation. Essence of economic efficiency is considered. The concept of efficiency of economic activity of enterprise is generalized. The indexes of efficiency taking into account the specifics of agricultural enterprises have been proposed.

Ключові слова: ефективність, ефект, результативність, витрати, сільськогосподарське підприємство.

© Ермоленко К. С., 2012



Сучасні ринкові умови господарювання потребують від підприємств підвищення ефективності виробництва, конкурентоспроможності продукції і послуг на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу. В умовах кризи для забезпечення економічної стабільності та розвитку підприємства змушені постійно контролювати і підвищувати економічну ефективність своєї діяльності.

Поняття ефективності як економічної категорії достатньо досліджувалось у вітчизняній і в зарубіжній економічній літературі. Ці питання розглядалися у працях Пономаренка В. С., Гонтаревої І. В., П. Малишева, І. Шиліна, М. Бора, Л. Костіна, Савіцької Г. В. та ін. [1 – 3]. Проте ряд питань щодо формування показників ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств потребує подальшого теоретичного та практичного обґрунтування. У кризових умовах потрібно використовувати показники, які найбільш детально відображають ситуацію в економічній діяльності сільськогосподарського підприємства [4].

Метою даного дослідження є теоретичне узагальнення поняття "ефективність" та обґрунтування показників ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств.

Вивчення літературних джерел показало, що однозначної думки щодо визначення ефективності господарської діяльності в економічній науці не існує. Науковці, економісти трактують ефективність по-різному.

На думку Мочерного С. В., "ефективність – це здатність приносити ефект, результативність процесу, проекту, які визначаються як відношення ефекту, результату від витрат, що забезпечили цей результат" [5]. Однак при цьому автор не зазначає, як формуються витрати та результати від соціальних, екологічних заходів, що не завжди мають кількісну оцінку.

Новожилов В. В. вважає, що економічна ефективність є співвідношенням результатів і затрат на їх отримання [6]. Це визначення подібне до визначення Мочерного С. В., однак автор не зазначає вид робіт, процесів, явищ, через які виникають витрати та результати.

Хачатуров Т. С. вважав, що ефективність суспільного виробництва відображає взаємообумовленість затрат суспільної праці, затраченої на виробництво, та отриманого від цього суспільством економічного і соціального ефекту, тобто кінцевого результату у вигляді матеріальних благ та інтелектуальних цінностей, необхідних суспільству для його розвитку [7]. Дане визначення повною мірою відображає сутність поняття "ефективність", враховуючи як економічну, так і соціальну ефективність.

Таким чином, економічна ефективність господарської діяльності – це співвідношення отриманого результату (ефекту) і витрат або ресурсів, що зумовили даний результат. Можливі три варіанти зміни цього співвідношення – зростання, стабілізація і зниження. У першому випадку додатковий ефект перевищує додаткові витрати, ефективність зростає і вкладені засоби забезпечують розширене відтворення; у другому – ефективність залишилася сталою і можливе лише просте відтворення; у третьому варіанті додатковий ефект менше додаткових витрат – це означає, що інтенсифікація здійснюється неефективно [8].

Ефективність сільськогосподарського виробництва має свою специфіку, вона залежить, у першу чергу, від ефективності використання всіх його ресурсів, що є чинниками виробництва. До них відносять: землю, капітал, працю і підприємливість. У даній проблематиці чинником виробництва є природні ресурси. У першу чергу, це землі сільськогосподарського призначення. Тому одними з головних показників ефективності господарювання є валова продукція, валовий прибуток і прибуток, отримані з одного гектара сільськогосподарських угідь, ріллі або посівів [9].

Узагальнюючими показниками ефективності господарської діяльності [3; 6; 7; 9] з урахуванням специфіки сільськогосподарського підприємства є:

Рівень інтенсивності розвитку – відношення суми основних виробничих фондів сільськогосподарського призначення та виробничих затрат, без урахування амортизації основних фондів до площі сільськогосподарських угідь.

Вартість виробничих фондів (основних і оборотних) на один гектар сільськогосподарських угідь – відношення суми виробничих оборотних фондів і основних виробничих фондів сільськогосподарського призначення до площі сільськогосподарських угідь.

Вартість основних виробничих фондів сільськогосподарського призначення з розрахунку на 1 гектар земельної площі – відношення основних виробничих фондів сільськогосподарського призначення до площі сільськогосподарських угідь.

Сума поточних виробничих витрат сільського господарства – відношення виробничих затрат до площі сільськогосподарських угідь. Показник вимірюється в гривнях на 1 гектар сільськогосподарських угідь.

Урожайність сільськогосподарських культур, продуктивність тварин, затрати праці на 1 центнер продукції, витрати кормів на 1 центнер продукції (у тваринництві), собівартість одиниці продукції, прибуток з розрахунку на 1 гектар посіву чи одну голову худоби, рівень рентабельності.

Поголів'я корів, голів; річний надій від корови – у кілограмах; поголів'я, яке обслуговує один працівник ферми; кількість закріплених за дояркою корів; енергоозброєність праці; затрати праці на корову за рік і на 1 центнер молока – у людино-годинах; капітальні вкладення в механізацію в розрахунку на 1 тварину – у гривнях; річні експлуатаційні витрати на корову і на 1 центнер молока – у гривні; рівень рентабельності виробництва молока [3].

Загальний збиток від загибелі врожаю на всій площі посіву, який розраховується як добуток вартості середньорічної врожайності з 1 гектара сільськогосподарської культури та загальної площі посіву культури. Показник має вартісний вимір.

Потрібно зазначити важливість урахування специфіки окремих видів рослинництва та тваринництва. Для порівняння економічної ефективності виробництва окремих видів продукції рослинництва використовують такі показники: виробництво валової продукції рослинництва в розрахунку



на 1 гектар посіву; на одного середньорічного працівника; на 1 гектар виробничих витрат; валовий та чистий дохід і прибуток на 1 гектар посіву (на 1 людину-годину), на 1 гривню виробничих витрат; рівень рентабельності виробництва.

Для порівняння економічної ефективності виробництва окремих видів продукції тваринництва використовують такі показники: виробництво валової продукції тваринництва (гривні) з розрахунку на 1 умовну худобу, на 1 людину-годину, на 1 гривню; розрахунок на 1 гривню виробничих витрат, валовий та чистий дохід і прибуток на 1 умовну худобу, на 1 людину-годину, на 1 гривню виробничих витрат; рівень рентабельності виробництва [10].

Поряд з визначенням економічної ефективності сільськогосподарського виробництва на рівні галузей, підприємств та окремих продуктів визначають економічну ефективність різних заходів. Здійснення агротехнічних і зооветеринарних заходів, упровадження досягнень науки та передової практики зумовлюють необхідність визначення їх економічної ефективності та прогнозування можливих наслідків для економіки сільськогосподарських підприємств [11].

Економічну ефективність вирощування нових сортів сільськогосподарських культур визначають порівнянням їх із районованими, які виступають тут як своєрідний стандарт. Новий сорт і стандарт порівнюють за середньою врожайністю культури протягом 3 – 5 років. При цьому враховують основну і побічну продукцію, визначають їх поживну цінність у центнерах кормопротеїнових одиниць. Крім того, визначають затрати праці (у людину-годинах) на 1 гектар посіву та 1 центнер кормопротеїнових одиниць; порівнюють також виробничі затрати на 1 гектар посіву культури і собівартість 1 центнера продукції; ціну реалізації та чистий дохід (прибуток) з 1 гектара посіву, а також рівень рентабельності, виражений у процентах [9].

Таким чином, за результатами дослідження була узагальнена сутність економічної ефективності діяльності підприємств, запропоновані показники ефективності з урахуванням специфіки діяльності сільськогосподарських підприємств. В умовах практичної господарської діяльності це дозволить підвищити ефективність управлінських рішень щодо активізації діяльності сільськогосподарських підприємств.

Наук. керівн. Усенко Н. М.

Література: 1. Гонтарева І. В. Оцінка результативності діяльності підприємства / І. В. Гонтарева // Економічний вісник НТУУ "КПІ". – 2011. – № 74. 2. Пономаренко В. С. Проблема оцінки системної ефективності функціонування та розвитку підприємства / В. С. Пономаренко, І. В. Гонтарева // Економіка розвитку. – 2011. – № 1(57). – С. 5–8. 3. Серова Е. В. Аграрная экономика : учебник для студентов экономических вузов, факультетов и специальностей / Серова Е. В. – М. : ГУ ВШЭ, 1999. 4. Предеин Д. Б. Агротехнология / Предеин Д. Б. – М. : Москва, 2002. – 24 с. 5. Економічний словник-довідник / за ред. С. В. Мочерного. – К., 1995. – 519 с. 6. Новожилов В. В. У истоков подлинной экономической науки / Новожилов В. В. – М. : Наука, 1995. – 234 с. 7. Хачатуров Т. С. Эффективность капитальных вложений / Хачатуров Т. С. – М. : Экономика, 1979. – 336 с. 8. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК : учебник / Г. В. Савицкая. – Мн. : Новое знание, 2005. – 736 с. 9. Андрийчук В. Г. Економіка аграрних підприємств : підручник / В. Г. Андрийчук. – 2-ге вид., доп. і переробл. – К. : КНЕУ, 2002. – 624 с. 10. Булатов А. Рыночные отношения в АПК: особенности и проблемы становления (спекурс) / Булатов А. // Российский экономический журнал. – 1996. – № 11–12. 11. Свободин В. А. Оценка финансового положения сельскохозяйственных предприятий / Свободин В. А., Свободина М. В. // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 1995. – № 5. – С. 23–25. 12. Минаков И. А. Экономика отраслей АПК / И. А. Минаков. – М. : Колос, 2004. – 412 с.

УДК 331.58 (477)

Пуша М. С.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА РЕГУЛЮВАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ

Анотація. Досліджено сучасну економічну політику держави щодо регулювання зайнятості в Україні та її функціонування в умовах ринкових перетворень.

Аннотация. Исследована современная экономическая политика государства относительно регулирования занятости в Украине и ее функционирования в условиях рыночных преобразований.

© Пуша М. С., 2012



Annotation. The article is devoted to researching of modern economic policy, the regulation of employment in Ukraine and its functioning in terms of market reforms.

Ключові слова: державна політика, зайнятість населення, ринок праці, моделі політики зайнятості.

Україна із набуттям державності почала адміністративне регулювання та реформування своєї національної економіки, відбулися перехід від планової до ринкової економіки та подальші трансформаційні процеси у період її незалежності. Водночас реформувався і ринок праці вже під впливом ринкової економіки, але не завжди ефективно та узгоджено з етапами розвитку нової національної економіки.

За останні 20 років разом із інституціональними зрушеннями в економіці відбулися зміни пріоритетів та цінностей у соціальному та економічному середовищах, котрі були зумовлені процесами інтеграції та глобалізації, а також розвитком країни. Глобалізація, як специфічне явище сучасності, має широкий спектр прояву як в економічній площині (експансії ринків, рух капіталів, розвиток міжнародної торгівлі), так і значною мірою в соціальній площині (поширення інформації, засобів зв'язку, мобільність ідей, ціннісне вирівнювання соціумів тощо). Водночас трудовий потенціал України сьогодні функціонально залежить від тих демографічних процесів, які склалися під впливом кризових явищ у соціально-економічному середовищі [1, с.13].

Для функціонування ринку праці держава виконує соціальну політику, яка має регулювати зайнятість населення, оцінювати та надавати оцінки трудовому потенціалу на ринку праці на загальнонаціональному рівні.

Мета роботи – оцінка теоретичних підходів до трактування принципів формування та реалізації державної соціальної політики регулювання зайнятості України в сучасних умовах і розкриття їх змісту.

У всесвітньому масштабі питання формування соціальної політики в умовах сформованої ринкової економіки відображені в роботах таких європейських і американських дослідників, як Т. Аткинсон, П. Самуельсон, М. Фрідмен, Ф. Хайєк та ін. Питання політики державного регулювання зайнятості в Україні були предметом наукових досліджень Вороненка О. В., Галицького В. М., Базилінської О. Я., Грیشної О. А., Пірона І. В. та ін.

Державне регулювання здійснюється мережею спеціальних державних установ для підтримання прийнятого рівня зайнятості, підвищення мобільності робочої сили, створення нових робочих місць.

На сьогоднішній час можливо виділити три основні моделі державної політики зайнятості [1, с. 266].

Європейська модель – це скорочення числа зайнятих при підвищенні продуктивності праці і, як наслідок, зростання доходу. Така політика передбачає дорогу систему допомоги для великої кількості безробітних.

Скандинавська модель – це забезпечення зайнятості практично всіх працівників шляхом утворення робочих місць у державному секторі з середніми умовами оплати праці. Така політика розрахована в основному на державні кошти, при дефіциті яких настає спад виробництва, що спричиняє звільнення.

Американська модель орієнтується на утворення робочих місць, які не потребують високої продуктивності, для значної частини економічно активного населення. При такому підході безробіття формально зменшується, але збільшується кількість людей з низькими доходами.

Державне регулювання зайнятості населення ґрунтується на:

- забезпеченні соціального партнерства суб'єктів ринку праці;
- сприянні забезпеченню ефективної зайнятості, запобіганню безробіття, створенню нових робочих місць; добровільному виборі сфери діяльності й робочих місць;
- дотриманні комплексності заходів щодо регулювання зайнятості населення;
- підтримці працездатних громадян у працездатному віці, які потребують соціального захисту;
- забезпеченні заходів запобіжного характеру щодо регулювання зайнятості населення та відтворення робочих місць;
- повній гарантії збереження робочих місць і професій, одержання доходів тощо.

Залежно від стану економіки та ринку праці передбачається два основних варіанти заходів проведення політики зайнятості: активний і пасивний.

Активна політика зайнятості – це сукупність правових, організаційних і економічних заходів, які проводить держава з метою зниження рівня безробіття. Вона передбачає заходи з профілактики звільнення, навчання і підвищення кваліфікації, активний пошук і підбір робочих місць, фінансування створення нових робочих місць.

Пасивна політика зайнятості передбачає виплату допомоги безробітним і надання простих послуг щодо підбору робочих місць через державну службу зайнятості. Така політика може себе виправдати лише при високій гнучкості ринку праці загалом [1, с. 227].

В Україні існують величезні можливості для підвищення рівня зайнятості: розвиток приватного підприємництва, малого бізнесу, сфери послуг, фермерства, будівельної та всієї ринкової інфраструктури тощо.

Сучасний стан зайнятості населення України, який, насамперед, характеризується різким зниженням попиту на працю, закриттям чи тимчасовим припиненням діяльності підприємств, скороченням працівників, неповним робочим днем і, як наслідок, поповненням лав безробітних, безпосередньо

обумовлений фінансово-економічною кризою, яка почалася у другій половині 2008 р. та нагадує про себе дотепер.

Незважаючи на те, що протягом періоду незалежності в Україні створено систему правового регулювання сфери зайнятості та праці населення (врегульовано нормами права відносини на ринку праці; прийнято спеціалізований законодавчий акт – Закон України "Про зайнятість населення", що визначає правові, економічні та організаційні основи зайнятості населення України і його захисту від безробіття; визначено принципи, типи, види та форми зайнятості; прийнято правові акти, якими регулюються правовідносини у сфері загальнообов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття, які врегульовують основні правовідносини, що виникають з питань зайнятості, а саме: Положення про державну службу зайнятості, Положення про державний фонд сприяння зайнятості населення, Порядок реєстрації громадян як безробітних, виплати допомоги по безробіттю та про умови подання додаткової матеріальної та іншої допомоги безробітним і членам їх сімей, Положення про організацію оплачуваних громадських робіт, Положення про інспекцію по контролю за додержанням законодавства про зайнятість населення; врегульовано й такі аспекти зайнятості населення, як: самозайнятість, сезонні роботи, професійна підготовка, підвищення кваліфікації та перепідготовка вивільнюваних працівників, незайнятого населення та безробітних, які відповідають принципам та основним положенням відповідних міжнародних правових актів), ситуація у сфері зайнятості населення різко погіршується, що негативно позначилось на трудових доходах громадян, породжує бідність серед працівників, спричиняє масове безробіття та руйнування трудового потенціалу, втрату конкурентоспроможності національної економіки.

У рекомендаціях парламентських слухань на тему: "Про стан дотримання конституційних гарантій трудових прав громадян" від 15.01.2009 року висловлюється занепокоєння проблемою зайнятості населення і створення умов для повного здійснення громадянами свого права на працю, адже рівень зайнятості в Україні залишається низьким порівняно з рівнем зайнятості у багатьох країнах Євросоюзу. На сьогодні зростання рівня зайнятості в Україні головним чином стримується як через незадовільні умови праці на робочих місцях і низький рівень заробітної плати працівників, так і через невідповідність професійно-кваліфікаційного рівня робочої сили потребам економіки та ринку праці [2, ст. 370].

Отже, стан, який склався на ринку праці України в умовах фінансово-економічної кризи, є наслідком недостатньо ефективного поєднання економічних реформ і державної політики зайнятості населення.

Державна політика зайнятості населення в Україні базується на таких принципах:

- 1) забезпечення рівних можливостей усім громадянам у реалізації права на вільний вибір виду діяльності відповідно до здібностей та професійної підготовки;
- 2) сприяння забезпеченню ефективного зайнятості, запобіганню безробіття, створенню нових робочих місць;
- 3) координації діяльності у сфері зайнятості з іншими напрямками соціально-економічної політики;
- 4) забезпечення контролю профспілок, спілок підприємців, власників підприємств за виконанням заходів щодо забезпечення зайнятості населення;
- 5) міжнародного співробітництва у вирішенні проблем зайнятості населення [3, с. 324].

Політика зайнятості має макрорівень (загальнодержавний) і мікрорівень (регіональний і локальний), перший з яких є визначальним.

Основи соціального захисту населення у сфері трудових відносин закладені в Конституції України і в Законі України "Про зайнятість населення" [4, с.170].

Важливим провідником державної політики на ринку праці є біржа праці. Згідно з Законом України "Про зайнятість населення", цей інститут інфраструктури ринку праці в Україні називається Державною службою зайнятості. Відповідно до Закону послуги, пов'язані із зайнятістю населення, надаються Державною службою зайнятості безкоштовно. При цьому вона не вирішує питань про ціну робочої сили. Основні завдання державної служби зайнятості в Україні:

1. Аналіз і прогнозування попиту і пропозиції на робочу силу, інформування про стан ринку праці.
2. Консультування громадян і власників підприємств, організацій, установ про можливість отримання роботи і забезпечення робочою силою.
3. Облік вільних робочих місць і громадян, які звертаються в питаннях працевлаштування.
4. Допомога громадянам у підборі підходящої роботи, а роботодавцям – у підборі необхідних працівників.
5. Організація професійної підготовки і перепідготовки громадян, які лишилися без роботи.
6. Надання послуг відносно працевлаштування і профорієнтації незайнятого населення.
7. Реєстрація безробітних і надання їм у межах своєї компетенції допомоги, у тому числі і матеріальної.
8. Участь у підготовці перспективних і поточних програм зайнятості і заходів щодо соціального захисту різних верств населення від безробіття.

Нарівні з Державною службою зайнятості на ринку робочої сили великого значення набуває Державний фонд зайнятості. Останній формується за рахунок асигнувань з бюджетів різних рівнів, внесків підприємств, установ, організацій, кооперативів, добровільних внесків громадських організацій, громадян, іноземних фірм. Державний фонд зайнятості використовується для фінансування заходів щодо профорієнтації населення, професійного навчання вивільнених працівників і безробітних, сприяння їх працевлаштуванню і виплати допомоги по безробіттю, надання безпроцентних



кредитів безробітним, для здійснення підприємницької діяльності, організації додаткових робочих місць, на утримання працівників служби зайнятості і оплати інших витрат, пов'язаних із соціальним захистом прав громадян України на працю [5].

Також існує ще одна державна політика зайнятості, яка спрямована на допомогу та працевлаштування молоді, вона є дуже пріоритетною, бо, по-перше, молодь визначає рівень народжуваності, тобто демографічні перспективи держави. По-друге, завдяки збільшенню чисельності молодого населення, в останні роки молодь стала значно активніше брати участь у суспільно-політичному житті країни. Основні завдання, принципи і напрямки молодіжної політики в Україні викладені в Декларації "Про загальні засади державної молодіжної політики в Україні", прийнятої Законом України від 15 грудня 1992 року № 2859-XII [6].

Проаналізувавши українську політику щодо регулювання зайнятості населення, можна впевнено заявити, що сьогодні Україна здійснює реальні кроки з адаптації критеріїв національного розвитку до стандартів Європейського Союзу. У цьому процесі не можна недооцінювати значення молоді. Адже від того, наскільки молоде покоління буде готове взяти на себе відповідальність за розвиток держави, як активно і конструктивно приєднається до суспільних процесів, наскільки ініціативно братиме участь у вирішенні невідкладних завдань, значною мірою залежатиме доля країни, завтрашній день якої належить саме молоді.

Наук. керівн. Попов О. Є.

Література: 1. Базілінська О. Я. Макроекономіка : навч. посібн. / Базілінська О. Я. – 2-ге вид., випр. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 442 с. 2. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: "Про стан дотримання конституційних гарантій трудових прав громадян" : Постанова Верховної Ради України від 15.01.2009 р. № 892-VI // ВВР України. – 2009. – № 28. – С. 370. 3. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини / Грішнова О. А. – К. : Знання, 2006. – 535 с. 4. Про зайнятість населення : Закон України // Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР). – 1991. – № 14. – С. 170. 5. Про затвердження Основних напрямів проведення державної політики зайнятості на період до 2009 року : Постанова Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 6. Про загальні засади державної молодіжної політики в Україні : Декларація, прийнята Законом України від 15 грудня 1992 р. № 2859-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.

Степанова Н. І.

УДК 330.322(477)

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Анотація. Проведено аналіз участі України в процесах міжнародного інвестування та напрямки активації інвестиційних процесів.

Аннотация. Проведен анализ участия Украины в процессах международного инвестирования и направления активации инвестиционных процессов.

Annotation. An analysis of Ukraine's participation in international investment and the direction of activation of investment processes has been carried out.

Ключові слова: інвестиції, іноземні кошти, громадський, політичний та економічний клімат.

Приплив інвестицій в економіку будь-якої країни відіграє велику роль як на мікро-, так і на макрорівні. Сучасна світова ситуація показує, що без залучення коштів внутрішніх і зовнішніх інвесторів підняти рівень економіки країн, що розвиваються, і країн, що вступили на шлях ринкових перетворень, просто неможливо.

За даними статистики, виробничі потужності національних підприємств потребують переоснащення і відновлення, 95 % основних фондів у виробництві застарілі. На думку експертів, загальний обсяг інвестицій в економіку України має скласти 40 млрд доларів США. Між тим за роки незалежності склалася така реальна картина: щорічний приплив іноземних інвестицій становить не більше 300 млн доларів. Усі ці обставини зумовлюють актуальність дослідження причин та факторів цього негативного процесу.

© Степанова Н. І., 2012

Мета роботи – провести оцінку стану інвестиційної сфери та клімату в Україні, розглянути стан інвестиційної сфери за обсягом вкладень іноземних коштів в її економіку і визначити перспективні напрями її розвитку.

Проблематику інвестицій у цінні папери вивчають вчені-економісти Бланк І. А., Ковальов В. В., Кравченко Ю. Я., Мертенс А. В., Дж. Лінтнер, Мозговий О. М., Найман Є. Л., Пересада А. А., Примостка Л. А., Суторміна В. М., Дж. Тобин, Дж. Трейнор, В. Шарп, Федосов В. М.

Інвестиції – це вкладення не тільки в реальний капітал, але і в грошовий. Цей вид інвестицій (у грошовий капітал) здійснюється у вигляді грошових коштів, кредитів, цінних паперів, а також вкладень у рухоме і нерухоме майно, інтелектуальну власність, майнові права та інші цінності.

Аж до 2009 р. приплив іноземного капіталу в економіку України мав позитивну динаміку. За останні п'ять років середньорічні темпи приросту іноземного капіталу становили приблизно 25 %. Разом з тим високий ступінь корупції, непрозорість, складність і непередбачуваність оподаткування, недружній діловий та інвестиційний клімат значно знижували інтерес до України з боку іноземних інвесторів, задовольняючи необхідну потребу в інвестиційних ресурсах менше ніж на 50 %.

Зростання інвестицій продемонстрували послуги у сфері НДДКР, а також діяльність у сфері культури, спорту і дозвілля. Найменше падіння інвестицій зазначено в таких сферах діяльності: комунальні та індивідуальні послуги, виробництво і розподіл електроенергії газу та води, транспортні послуги, послуги зв'язку, роздрібна торгівля.

У сучасних умовах України інвестиції мають стати найважливішим засобом забезпечення виходу з довготривалої економічної кризи, досягнення реальних структурних змін, технічного переозброєння, підвищення якісних показників господарської діяльності і життєвого рівня населення. Іноземні інвестиції є сьогодні тим ресурсом, який у перспективі може вагомніше за все сприяти підвищенню ефективності підприємств, а отже, і розвитку відповідних міст, поліпшенню соціального захисту громадян.

За оцінками експертів, для нормального розвитку економіки України потрібно додаткових інвестицій від 80 до 100 млрд дол. США. У той же час прямі іноземні інвестиції за п'ятнадцять років незалежності становили лише 5,3 млрд дол. Цифра більш ніж скромна. Наприклад, Чехія за цей же час отримала понад 20 млрд дол. Щорічні інвестиції у Польщу становлять 4 – 5 млрд дол., тоді як в Україні – 0,5 млрд. За обсягами іноземних інвестицій на душу населення Україна поступається навіть Албанії та Казахстану. За даними американської асоціації Economist Group, за рівнем інвестиційної привабливості Україна знаходиться в сьомій десятці країн [1].

Диференціація привабливості для іноземних інвесторів полягає в бажанні отримати прибуток у найкоротший термін. Але при детальному аналізі це твердження стосується лише невеликої частини економіки, оскільки в Україну базисними галузями для інвестування залишаються сировинні та металообробні галузі, харчова промисловість, будівництво і транспорт.

У перспективі найближчих років зберігається загроза наростання кризових проблем з боку відносно стабільних у даний час азіатських економік, спричинених стимулюючими урядовими програмами підтримки внутрішнього попиту. Обсяг виданих кредитів у Китаї в 2009 р. перевищив 9 трлн юанів (\$ 1,3 трлн) проти 4,2 трлн юанів (\$ 615 млрд) у 2008 р. [2].

В основному Україна оновлює свої застарілі фонди за рахунок внутрішніх інвестицій (власних коштів вітчизняних підприємств, амортизаційних фондів, кредитів банків та прибутку). Однак цих коштів за розрахунком експертів недостатньо і необхідність залучення капіталів із зовнішніх джерел буде зростати в міру зношеності фондів.

Є також тенденція переведення власного підприємницького капіталу України за кордон, тобто втеча капіталу для національної економіки – актуальне питання внутрішнього регулювання.

Загальна оцінка громадського, політичного та економічного клімату залишається на рівні нижче середнього. Порівняно з третім кварталом минулого року, коли індекс інвестиційної привабливості був на рівні 2,56, а тепер він трохи виріс до 2,57, можна говорити навіть про незначне коригування у бік оптимізму. Але в цілому картина економіки країни перебуває в обтяжуючому стані, а перед політичною елітою стоїть проблема вибору – або проводити непопулярні системні реформи, щоб у довгостроковій перспективі все-таки вийти на модель конкурентного зростання, або увійти в стан довгострокової стагнації з поступовою втратою українськими товаровиробниками як зовнішніх, так і внутрішніх ринків.

Таким чином, Україна не займає істотного місця в процесах міжнародної міграції капіталів. Негативний імідж України у світових рейтингах не приваблює іноземних інвесторів вкладати свої капітали в національну економіку України, незважаючи на те, що країна має непоганий інвестиційний потенціал.

Наук. керівн. Стрижак О. О.

Література: 1. www.ukrstat.gov.ua. 2. <http://news.liga.net/all/economics>. 3. Багрова І. В. Міжнародна економічна діяльність України : підручник / Багрова І. В., Гетьман О. О., Власюк В. Є. – К/, 2004. 4. Гуткевич С. А. Пріоритетність та привабливість об'єктів інвестування / Гуткевич С. А. // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 11. 5. Прямі іноземні інвестиції в економіку України // Економіка України. – 2003. – № 10.

Магістр 1 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ЕВОЛЮЦІЯ ТЕОРІЙ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Анотація. Розглянуто теоретичні основи еволюції теорії економічного зростання, досліджено та узагальнено сучасне розуміння економічного зростання.

Аннотация. Рассмотрены теоретические основы эволюции теории экономического роста, исследовано и обобщено современное понимание экономического роста.

Annotation. The theoretical foundations of evolutionary theory of economic growth have been studied and the current understanding of economic growth has been summarized.

Ключові слова: економічне зростання, теорії зростання, моделі економічного зростання.

Економічному зростанню, як найважливішій характеристиці розвитку національної економіки, присвячено велику кількість фундаментальних досліджень, оскільки воно слугує основою розв'язання більшості соціально-економічних проблем, є головним фактором цивілізаційного прогресу, результатом розвитку науки, техніки та інституційного розвитку. Еволюція економічного зростання починається з епохи первісного накопичення капіталу, яка характеризується розвитком виробництва, науки і техніки, зростанням торговельних і промислових міст.

Проблемі теорії економічного зростання присвячені праці таких відомих вчених, як С. Кузнець, Р. Солоу, К. Арроу, Р. Лукас, Ф. Перру, Р. Барро, А. Льюїс, Д. Медоуз, Р. Харрод, Е. Домар, А. Пороховський, Г. Клейнер, Ю. Шараєв, В. Калюжний.

Метою статті є дослідження еволюції економічного зростання у науковій літературі.

Перші дослідження питань економічного зростання були виконані відомими економістами А. Смітом і Т. Мальтусом, які виділяли землю як найбільш важливий фактор економічного зростання.

Вагомий внесок у теорію економічного зростання зробив французький вчений Ф. Кене, який уперше в економічній науці представив "національне господарство" як систему зі своїм балансом. Ф. Кене вважав, що виробничою галуззю є лише сільське господарство, у якому створюється додатковий продукт.

На думку Мілля Дж. С., економічне зростання визначається через приріст багатства, обумовлений величиною наявних факторів виробництва та їх продуктивністю [1, с. 10].

П. Самуельсон розуміє економічне зростання як характерну особливість сучасного світу і про аспекти економічного зростання говорить так: "Країни зростають за чисельністю населення, за загальними масштабами виробництва, за реальним національним продуктом, за рівнем життя типової сім'ї в даний час порівняно з рівнем життя дідів, за кількістю вільного часу після роботи, за ступенем полегшення важкої, стомлюючої праці, що була перед долею людини, що заробляє на життя" [2, с. 345].

Кейнсіанські теоретики показали особливу роль попиту на інвестиції для досягнення динамічної рівноваги. Розвиваючи теорію Дж. Кейнса, представники даного напрямку виступали за державне регулювання процесу накопичення капіталу в тривалому періоді з метою досягнення стійких темпів зростання національного доходу.

У середині ХХ ст. на основі кейнсіанської теорії макроекономічної рівноваги утворився новий напрямок в економічній науці – неокейнсіанство.

Серед неокейнсіанців, що розробили динамічні моделі економічного зростання, необхідно виділити економіста Роя Харрода, який у своїй моделі досліджує взаємини зростання робочої сили, доходу на душу населення і готівкового капіталу [2, с. 125].

Деяко інший варіант моделі економічного зростання запропонований американцем Е. Домаром, що розробив "головне управління рівноважного зростання", де розвиток (зростання) розглядається як кількісне явище, як глибокі структурні зміни, що охоплюють основні галузі народного господарства [2, с. 127].

Великий вплив на розвиток теоретичних основ економічного зростання внесла "теорія стадій економічного зростання" вченого У. Ростоу, що спочатку запропонував виділити три стадії зростання, а пізніше збільшив їх кількість до п'яти [3, с. 143].

Для першої стадії – "традиційне" суспільство – характерна ситуація, коли понад 75 % працездатного населення зайнято в сільському господарстві. Це суспільство структуроване ієрархічно, політична влада належить земельним власникам або центральному уряду.

У період другої стадії – період створення передумов для "зльоту" – здійснюються важливі зміни в трьох непромислових сферах економіки: сільському господарстві, транспорті і зовнішній торгівлі.



Третя стадія – "злет" – охоплює невеликий проміжок часу 20 – 30 років. У цей час великими темпами зростають капіталовкладення, випуск продукції на душу населення, починається швидке впровадження нової техніки в промисловість і сільське господарство.

Четверта стадія – період руху до зрілості – характеризується як тривалий етап технічного прогресу.

Під час п'ятої стадії – в епоху великого масового споживання – здійснюється зрушення від пропозиції до попиту, від виробництва до споживання.

Теорія стадій економічного зростання У. Ростоу здійснила значний вплив на створення теорії "великого поштовху", родоначальником якої є П. Розенштейн-Родан. Головна увага в цій теорії приділяється економічній політиці держави, спрямованій на зростання національного доходу. Під розвитком (зростанням) прихильниками теорії "великого поштовху" розуміють глибокі структурні зміни, що охоплюють основні галузі народного господарства [3, с. 137].

Неокласичні моделі зростання базуються на виробничій функції, розробленій американськими вченими: математиком Ч. Кобом і економістом П. Дугласом. Функція Коба – Дугласа і сьогодні використовується для оцінки окремих факторів зростання, особливо технічного прогресу. Відповідно до їх моделі зростання трактується як витіснення зовнішніх джерел фінансування внутрішніми, заміна імпорتنих товарів вітчизняними, створення передумов для подолання зовнішньої фінансової залежності [4, с. 191].

Розглянемо теорію дуалістичної економіки, представниками якої є неокласики – Р. Льюїс, Дж. Фей, Г. Раніс та ін. [5, с. 145]. Трактують розвиток (зростання) в теорії дуалістичної економіки розуміється як подолання дуалізму між традиційною економікою і сучасною, між доіндустріальною та індустріальною, між натуральною (бартерною) і ринковою економікою.

Нова течія, що виникла на стику політекономії і соціології, отримала назву інституціоналізм. Найбільший вплив на соціально-економічну думку здійснили роботи шведського вченого-інституціоналіста Г. Мюрдаля [5, с. 128]. На його думку, головною причиною відсталості країн є не достатність іноземного капіталу, а недовикористання трудових ресурсів. Розвиток розуміється як підвищення ступеня задоволення основних потреб усіх членів суспільства.

Серед російських економістів, що займалися проблемами дослідження економічного зростання, слід виділити Н. Кондратьєва, який розробив теорію довгих хвиль в економіці. На його думку, великі хвилі кон'юнктури не могли бути пояснені випадковими причинами, їх необхідно було шукати в особливостях капіталістичної системи господарювання [6, с. 127].

У 1920-ті роки російський економіст Г. Фельдман розробив основи теорії економічного зростання до радянської планової економіки, побудував систему рівнянь і отримав ряд важливих коефіцієнтів, що характеризують ефективність економіки та джерела її зростання. З їх допомогою він досліджував взаємозв'язок і взаємозалежність між інвестиціями, капітальним фондом та економічним зростанням, коефіцієнтами використання капіталу і темпами зростання національного доходу і його різних складових частин [7, с. 104].

На думку І. Ушачева, економічне зростання – це більш широке поняття, ніж збільшення валового внутрішнього продукту (ВВП). Зростання ВВП – це один із інструментів, який забезпечує економічний розвиток, а економічне зростання передбачає нарощування соціально-економічного потенціалу країни, поліпшення якості життя і збільшення чисельності населення, підвищення рівнів його освіченості і здоров'я, розвиток усіх форм безпеки, рівноправну участь у міжнародному поділі праці [8, с. 5].

Трактують поняття економічного зростання наводиться в роботах Є. Гайдара, де як кількісна оцінка розглядаються середньодушовий ВВП і темпи його зміни [9]. При цьому підкреслюється, що "середньодушовий ВВП характеризує не тільки рівень виробництва і споживання, а й уклад життя, зайнятість, співвідношення чисельності міського та сільського населення, структуру сім'ї".

Поняття "сучасне економічне зростання" ввів С. Кузнець, трактуючи його як тривале, стійке зростання виробництва валового суспільного продукту в розрахунку на душу населення. Питання економічного зростання розглядалися в роботі Н. Молочникова як позитивна динаміка, тобто перехід економіки в такий стан, коли існують не окремі приклади успіхів, тимчасової стабілізації або підйому окремих галузей, а стійкий поступальний розвиток усієї економіки [6, с. 20–22].

Таким чином, дослідження показали, що серед учених немає єдиної науково обґрунтованої точки зору визначення економічного зростання. Автор визначає економічне зростання як поступальний прогресивний розвиток продуктивних сил суспільства, здатність економіки з року в рік виробляти все більше товарів і послуг, необхідних для задоволення зростаючих потреб суспільства.

Наук. керівн. Ревуцька О. Є.

Література: 1. Милль Дж. С. Основы политической экономии / Дж. С. Миль. – М., 1969. – 230 с. 2. Левитана Р. Ф. История экономических учений : полный курс в кратком изложении / Р. Ф. Левитана. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 224 с. 3. Нуреев Р. Теория развития: кейнсианские модели становления рыночной экономики / Р. Нуреев // Вопросы экономики. – 2000. – № 4. – С. 137–156. 4. Нобелевские лауреаты XX века. Энциклопедический словарь. – М. : РОССПЭН, 2001. – 956 с. 5. Нуреев Р. Теория развития: институциональные позиции становления рыночной экономики / Р. Нуреев // Вопросы экономики. – 2000. – № 6. – С. 126–145. 6. Демченко С. К. Эволюция теорий экономического роста : монография / С. К. Демченко. – Красноярск : Красн. гос. ун-т, 2006. – 149 с. 7. Фельдман Г. Модель экономического роста / Г. Фельдман // Плановое хозяйство. – 1999. – № 12. – С. 104. 8. Ушачев И. Социально-ориентированная экономика / И. Ушачев // Экономика сельского хозяйства. – 2004. – № 5. – С. 5. 9. Гайдар Е. Восстановленный рост и некоторые особенности современной экономической ситуации в России / Е. Гайдар // Вопросы экономики. – 2003. – № 5. – С. 3–21.

Студент 1 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙ АПК УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто стан інвестиційного клімату України та розвиток агропромислового комплексу, визначено проблеми інвестиційного АПК України, запропоновано шляхи їх вирішення.

Аннотация. Рассмотрены состояние инвестиционного климата в Украине и развитие агропромышленного комплекса, определены проблемы инвестиций АПК Украины, а также предложены пути их решения.

Annotation. The state of investment climate in Ukraine and development of agriindustrial complex have been regarded, investment problems were defined and ways for their solution have been proposed.

Ключові слова: агропромисловий комплекс, інвестиції, аграрний сектор, лізинг.

Агропромисловий комплекс є базовим сектором народного господарства України, тому для забезпечення його ефективного функціонування необхідні значні інвестиційні ресурси. Проте в Україні інвестиційна активність внутрішніх і зарубіжних інвесторів значною мірою стримується за рахунок несприятливого інвестиційного середовища, цілої низки зовнішніх і внутрішніх чинників. Тому проблема підвищення ефективності інвестиційного процесу є однією з найбільш актуальних на даному етапі розвитку економіки держави.

Стан інвестиційного клімату України та розвиток агропромислового комплексу вивчали вітчизняні вчені О. Рогач, М. Дем'яненко, М. Гарасимчук, Г. Мазур, Н. Петруня, І. Шалигіна, О. Євтушевська. Вони розглядали вихід аграрного сектору з кризової ситуації, розвиток конкурентоспроможного виробництва за рахунок відновлення матеріально-ресурсного потенціалу. Проте розв'язання проблеми інвестування та сталого розвитку цього комплексу так і залишаються невирішеними.

Метою дослідження є обґрунтування основних проблем, що гальмують залучення інвестицій в агропромисловий комплекс, та шляхи їх вирішення.

Агропромисловий комплекс країни має необхідні передумови для широкого залучення іноземних інвестицій, а саме: родючі чорноземні ґрунти, розвинута транспортна інфраструктура, вигідне географічне розташування, наявність робочої сили, ненасиченість продовольчого і ресурсного ринків. Проте існує ряд факторів, які перешкоджають надходженню іноземних інвестицій в аграрний сектор України [1, с. 20].

Виробництво сільськогосподарської продукції завжди було і залишається досить ризикованим видом діяльності, адже залежить від кліматичних умов. Землі сільськогосподарського призначення не підлягають приватизації та продажу, тому неможливо визначити реальну ринкову ціну землі. Через відсутність застави і сезонність виробництва банки не можуть надавати довгострокові кредити.

Не слід забувати, що економічна ситуація в Україні є нестабільною, досі не вирішені основні напрями та стратегії розвитку народного господарства. Недосконала нормативно-правова база, відсутність налагодженої системи купівлі-продажу землі, іпотечного кредитування, поширення корупції, тіньової економіки, високі податки дещо відлякують іноземних інвесторів [2, с. 87].

Щодо політичної ситуації в країні, експерти стверджують, що постійна боротьба за владу, нестабільність створюють ризиковані умови для залучення інвестицій.

Досить часто іноземні інвестори не мають доступу до інформації про природно-кліматичні умови окремої території чи регіону, відсутні переклади карт на іноземні мови. Тільки в декількох областях за допомогою міжнародних організацій створені сільськогосподарські дорадчі центри.

На залучення інвестицій впливає екологічний фактор. Велика кількість земель мають підвищену кислотність, еродовані, радіоактивно забруднені, а на півночі країни заболочені ґрунти. Значні площі заняті під відходи промислового виробництва.

Проте ситуація не є безнадійною, є низка іноземних фірм-інвесторів АПК, які займаються підприємством в Україні, – це "Ілта Холдинг С. А." (Швейцарія), "Каргілл", "Кейс" (США), "Янке" (ФРН), але обсяг інвестицій ще не достатній. За перші 9 місяців 2010 року в сільське господарство України надійшло 5 844,5 млн грн, а за аналогічний період 2011 року 10 838,2 млн грн [3]. За цей період інвестиції надійшли зі 124 країн світу (рисунок). До десятки основних країн-інвесторів, які формують понад 82 % загального обсягу прямих інвестицій, входять Кіпр (22,5 % від загального обсягу інвестування), Німеччина (16,5 %), Нідерланди (9,6 %), Російська Федерація (7,0 %), Австрія (6,3 %), Сполучене Королівство (5,4 %), Франція (4,1 %), Швеція (4,1 %), Віргінські Британські острови (3,4 %), США (2,9 %).

Найбільш успішними регіонами у залученні іноземних інвестицій у сільське господарство є Донецька (12,4 %), Київська (11 %), Дніпропетровська (9 %) та Одеська (6,2 %) області. На жаль, Харківська область не належить до їх числа [4].

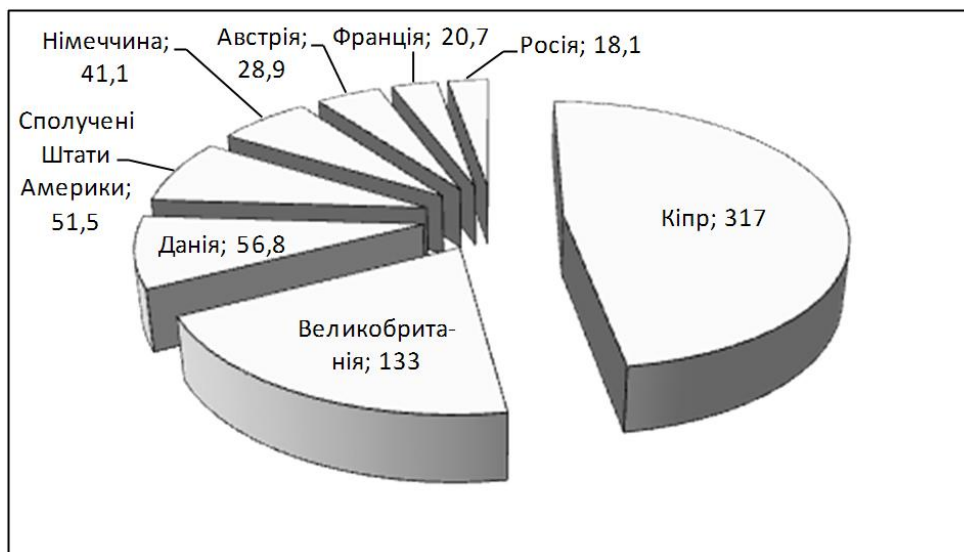


Рис. Країни-інвестори, які вкладають кошти в сільське господарство України в млн дол. США

Для того щоб поліпшити інвестиційний клімат в Україні, необхідно стабілізувати макроекономічну ситуацію, сформувані стабільну нормативно-правову базу, стимулювати довгострокове банківське кредитування, створити лізингові компанії.

Розвиток лізингових відносин в аграрному секторі сприятиме забезпеченню нових конкурентних позицій підприємств АПК. Лізинг може стати альтернативою кредитування, що дасть можливість отримати необхідні ресурси та уникнути значних втрат. Найбільшим постачальником техніки в Україні є НАК "Укראгролізинг", який пропонує аграріям надійну і порівняно недорогу техніку. Використання лізингу дозволяє направляти ресурси на розширення виробництва та впровадження передових технологій. Перевагою лізингу в галузі АПК є те, що, окрім всього, він є ефективним інвестиційним механізмом оновлення основних засобів, не виключає, а передбачає інші форми державного регулювання, наприклад податкові і кредитні пільги. Що ж до лізингоотримувачів, то вони зможуть: придбати якісні нові основні засоби без відволікання із господарської діяльності значних коштів; сплатити авансовий платіж (переважно від 20 до 30 % вартості предмета лізингу) і негайно приступити до використання придбаного встаткування і, таким чином, генерувати грошовий потік з його участю; здійснювати виплати за гнучким графіком платежів, який буде для них зручним, використовувати податкові пільги; не витрачати час на здійснення страхування, державної реєстрації та інших передбачених законодавством дій. Також лізинг є новим перспективним фінансовим інструментом, який здатний сприяти збільшенню інвестиційних вкладень в економіку країни.

Щоб забезпечити стабільну економічну ситуацію в АПК, слід провести ряд реформ у сільському господарстві, які передбачали б забезпечення суб'єктам господарювання захисту прав власності на землю, майно та результати своєї праці; створення умов для забезпечення кредитами товаровиробників з урахуванням сезонності виробництва; проведення цінової політики та підтримки доходів сільськогосподарських товаровиробників для забезпечення відтворення виробництва сільськогосподарської продукції на основі запровадження заставних цін, регулювання доходів через систему державних дотацій та субсидій; сприяння розвитку мережі дорадчих сільськогосподарських служб і системи моніторингу аграрного ринку.

Створення вільних економічних зон, спільних підприємств дало б можливість більш інтенсивно залучати іноземний капітал, а валютні надходження від агропромислової діяльності значно зміцнили б регіональну економіку. Вільні економічні зони потрібно створювати, насамперед, на тих територіях, де складаються сприятливі гідрометеорологічні, фінансово-кредитні, природно-кліматичні, митні умови.

Необхідно підвищувати рівень кваліфікації працівників аграрного сектору, зокрема підготовку менеджерів для сільськогосподарського виробництва, які змогли б організувати роботу так, щоб отримати максимум доходів за мінімальних витрат.

Іноземні інвестори незадоволені складністю судового захисту своїх прав, часто рішення довго затягуються або ж взагалі не виконуються, тому потрібно сприяти судовій реформі щодо питань агропромислового комплексу.

Стимулюючи розвиток експортно-імпортного потенціалу галузі, можна забезпечити конкурентоспроможність аграрного сектору. Присутність іноземних інвестицій є доцільною у тих сферах, які є джерелом конкурентоспроможного експорту сільськогосподарської продукції.

Найбільш пріоритетними і прибутковими сферами для іноземного інвестування в агропромисловий сектор є: оновлення і модернізація на базі нових технологій підприємств, зокрема тих, що займаються заготівлею та зберіганням зерна; впровадження високопродуктивних технологій вирощування сільськогосподарських культур; створення потужностей та сировинної бази для виробництва обладнання для олійно-жирової, м'ясо-молочної, борошномельно-круп'яної та хлібопекарської промисловості; налагодження випуску ефективних хімічних засобів захисту сільськогосподарських рослин і тварин; сільськогосподарська інфраструктура [5, с. 74].



Таким чином, можна сказати, що інвестиційний клімат України не є сприятливим, ризики для інвесторів залишаються високими. Поліпшити ситуацію в агропромисловому комплексі можна лише за виваженої політики держави у сфері підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва, дотримання економічних законів, вдосконалення законодавства з питань аграрної політики, регулювання кредитних операцій, раціонального розподілу коштів, їх ефективного використання і вчасного повернення боргу.

Наук. керівн. Зайцева І. С.

Література: 1. Сугай Т. Ю. Стан інвестиційного клімату в АПК України / Сугай Т. Ю. // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 10. – С. 18–24. 2. Семикіна К. В. Проблеми інвестування агропромислового комплексу України / Семикіна К. В. // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. – 2011. – № 1. – С. 85–89. 3. <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 4. <http://www.minagro.kiev.ua/>. 5. Назарова Л. В. Розвиток інвестиційних процесів в АПК України: стан, проблеми, перспективи / Назарова Л. В. // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. – 2011. – № 1. – С. 71–75.

Золотова А. С.

УДК 330.131.7:332.12

Студент 1 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРОБЛЕМЫ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННОЙ УКРАИНЕ

Аннотация. Рассмотрены сущность, особенности и пути преодоления теневой экономики в Украине.

Анотація. Розглянуто сутність, особливості та шляхи подолання тіньової економіки в Україні.

Annotation. The essence, features and ways to overcome the shadow economy in Ukraine have been reviewed.

Ключевые слова: теневая экономика, "утечка" капитала, методики подсчета масштабов тенизации.

Теневая экономика как явление социально-экономической жизни типична для любого общества. Даже странам с развитой экономикой присущ определенный уровень доли теневой экономики, который составляет 5 – 10 % от ВВП [1, с. 180]. Она сосуществует рядом с легальной экономикой. Это явление невозможно полностью преодолеть или уничтожить. Однако чрезмерное распространение теневого сектора экономики представляет собой угрозу для стабильного развития экономики.

Для Украины данная проблема актуальна, так как уровень теневой экономики, к сожалению, достигает критического уровня, который по оценкам некоторых экспертов превышает 40 % [2, с. 9]. Борьба с этим явлением является важнейшей задачей и функцией государства.

Прежде всего, функционирование теневой экономики приводит к сокращению налоговых поступлений в бюджет страны, что чаще всего ставит под угрозу выполнение важных государственных программ и является источником инфляции. Немаловажно ее влияние на условия существования социального сектора. Распространение теневой экономики может также привести к "утечке" капитала за границу, сокращению объемов официального производства, оттоку трудоспособного населения, подрыву доверия как у внешних, так и внутренних инвесторов [3, с. 24]. Таким образом, влияние теневых факторов заметно во всех сферах общества.

Исследованиями причин и масштабов распространения теневой экономики, закономерностей ее развития и форм проявления, характеристикой ее сущности занимались П. Гутман, Э. Фейг, Г. Гросман, Б. Румер, Д. Блейдс, Л. Ронсек, Э. Сатерланд, Ю. Козлов, В. Лазовской, Л. Никифоров и др. Весомый вклад в изучение формирования и развития теневой экономики в Украине внесли О. Турчинов, А. Базилюк, О. Барановский, В. Барадюк, Ю. Прилипка, Т. Приходько и др.

Проблема теневой экономики достаточно часто становится предметом обсуждения в средствах массовой информации.

Американский ученый Э. Фейг к теневой экономике относит всю экономическую деятельность, которая по тем или иным причинам не учитывается официальной статистикой и не включается при подсчетах в показатели национальных счетов. Такими могут быть производство легальной



продукции, которое укрывается от власти в связи с нежеланием платить налоги, производство запрещенных товаров и оказание запрещенных услуг, скрытие доходов в натуральной форме.

Традиционно причиной тенизации экономики называют тяжесть налогов. Однако, как показывают результаты исследований, это мнение не может преобладать. Так, например, в Украине общая налоговая нагрузка на предприятие в 2010 году составляла около 55,5 %. Во Франции этот показатель достигал 65,8 %, в Австрии – 55,5 %, а в Швеции – 54,6 %. При этом масштабы тенизации экономики в этих странах были в пределах от 10 до 25 %. В свою очередь, в Греции, где налоговая нагрузка составляет 47 %, уровень тенизации равен 25 % [4].

В качестве ключевого условия тенизации экономики исследователи выделяют неэффективный институциональный базис регулирования предприятия и неудовлетворительные условия для осуществления предпринимательской деятельности [4; 5].

По данным Всемирного экономического форума, ситуация с институциональным развитием Украины названа экспертами ключевой проблемой. По показателю "Институты" Украина заняла в 2011 году 134 место из 183, что на 14 позиций ниже, чем в 2010. По показателю легкости осуществления предпринимательской деятельности в 2011 году Украина стала 149. Такая позиция обусловлена низкой эффективностью налогообложения (181 место), сложностью процедуры получения разрешения на строительство (180 место), регистрации собственности (166 место) и др. [2, с. 11].

В связи с отсутствием общепринятой методики подсчета масштабов тенизации отдельные госслужбы называют разные цифры. Так, по данным Госслужбы статистики Украины, масштабы теневой экономики составляют 15 – 18 %. По подсчетам Министерства экономического развития и торговли Украины, размер теневого сектора экономики последние пять лет находится в пределах от 28 до 39 %.

Но чаще всего в международных сопоставлениях используется результат, подсчитанный австрийским экономистом Ф. Шнайдером, который составляет 52,8 % от официального ВВП [2, с. 13].

Подводя итоги, стоит отметить тот факт, что оценки масштабов теневой экономики не всегда несут объективный характер и не могут быть полностью достоверными, так как иначе данный сектор экономики не получил бы название "теневое". Однако, несмотря на трудности в оценке масштабов данного сектора экономики, уровень тенизации ее в Украине определенно велик и требует немедленного вмешательства со стороны государства, направленного, в первую очередь, на усовершенствование институциональной среды страны и создание условий, обеспечивающих невыгодные условия занятия теневым производством.

Научн. рук. Бережная Н. И.

Литература: 1. Ангелко І. Методичні основи оцінки обсягів тіньового сектору економіки / І. В. Ангелко // Вісник СумДУ. Серія Економіка. – 2011. – № 1. – С. 180–189. 2. Тищук Т. Тіньова економіка в Україні: масштаби та напрямки подолання : монографія / Т. А. Тищук, Ю. М. Харазішвілі, О. В. Іванов. – К. : НІСД, 2011. – С. 31. 3. Нехайчук Ю. Про вплив тіньової економіки на соціально-економічний розвиток / Ю. С. Нехайчук // Науковий вісник. Фінанси, банки, інвестиції. – 2010. – № 2. – С. 24–28. 4. The Influence of the economic crisis on the underground economy in Germany and the other OECD-countries in 2010: a (further) increase [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.econ.jku.at/members/Schneider/files/publications-LatestResearch2010/ShadEcOECD2010.pdf>. 5. Швабій К. І. Дослідження структури тіньового сектору економіки / К. І. Швабій // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 3. – С. 115–122.

УДК 658.01

Комишан О. І.

Студент 4 курсу
факультету економіки та менеджменту ХНУБА

ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, СТРУКТУРА, ФАКТОРИ ВПЛИВУ

Анотація. Розглянуто визначення поняття "потенціал підприємства". Визначено основні складові потенціалу та розкрито фактори зовнішнього та внутрішнього середовищ, які здійснюють вплив на його формування.

Аннотация. Рассмотрено определение понятия "потенциал предприятия". Определены основные составляющие потенциала и раскрыты факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на его формирование.

© Комишан О. І., 2012

105

"Управління розвитком", №1 (132)2012



Annotation. The article reviews the definition of "enterprise potential". The basic constituents of potential and the major factors of the external and internal environment, which influence its formation have been defined.

Ключові слова: потенціал підприємства, структура потенціалу підприємства, чинники впливу на потенціал підприємства.

Ринкове середовище в Україні, у якому функціонують суб'єкти господарської діяльності, характеризується динамічним і складним розвитком. Як наслідок – економічні відносини стають більш глобалізованими та невизначеними, що вимагає концентрації зусиль менеджменту підприємств у площину вивчення всіх наявних можливостей прибуткового функціонування, забезпечення конкурентних переваг, формування яких є певним гарантом тривалого ефективного функціонування підприємства і залежить від якості реалізації його потенціалу.

Проте більшість вітчизняних підприємств не повністю використовує свій потенціал, що обумовлено, в першу чергу, відсутністю розуміння важливості цієї складової економічної категорії, що спонукає до подальшого дослідження даної проблематики.

Поняття "потенціал підприємства" досліджували такі видатні вчені, як Авдєєнко В. М., Білоусов Р. А., Волкова О. М., Горбунов Е. П., Ждан О. В., Ігнатовський П. А., Євдокімов Ф. І., Ф. Котлер, Ковальов В. В., Краснокутська Н. С., Могилов Ю. М., саме вони сформували певну теоретичну базу щодо суті та складових частин даної категорії.

Метою даної статті є розгляд питання сутності та складу потенціалу підприємства, його структуризації та формування, внутрішні та зовнішні факторів впливу на його ефективність використання.

У ринкових умовах господарювання визначальними для підприємства є його потенційний випуск – очікуваний у перспективі обсяг виробництва певного виду продукції, товарів, обчислений з урахуванням виробничих можливостей, ринкового попиту, цін. У цьому контексті важливе місце належить потенціалу, оскільки він дає змогу правильно оцінити стан підприємства щодо вимог зовнішнього й внутрішнього середовищ.

В етимологічному значенні термін "потенціал" походить від латинського *potentia* й означає "можливості, потужність".

Коло визначень потенціалу підприємства дуже широке, що пояснюється відсутністю єдиної думки у вчених-науковців щодо змісту цього поняття та його відношення з іншими економічними категоріями.

Так, Лапін Є. В. ототожнював потенціал з масштабами діяльності виробничого підприємства, а для його характеристики найчастіше використовував такі показники, як виробнича потужність, знімання продукції з одиниці виробничої площі тощо [1].

Олексюк О. І. потенціал підприємства визначає як максимальну можливу сукупність активних і пасивних, явних і прихованих альтернатив (можливостей) якісного розвитку соціально-економічної системи підприємства у певному середовищі господарювання (ситуаційно-ринкова складова) з урахуванням ресурсних, структурно-функціональних, часових, соціокультурних та інших обмежень [2].

Проте найбільш поширене трактування сутності потенціалу підприємства звучить як сукупності можливостей суспільства формувати і максимально задовольняти потреби в товарах і послугах на основі оптимального використання наявних ресурсів в умовах конкретних соціально-економічних відносин.

Деякі автори залежно від специфіки підприємства в його внутрішній структурі розглядають функціональні області потенціалу, а саме: виробництво, маркетинг, кадри, менеджмент, фінанси, інформацію, наявність яких потребує структуризації потенціалу підприємства. У рамках кожної функціональної області формується свій внутрішній потенціал, який умовно можна структурувати на об'єктний і суб'єктний (рисунок).



Рис. Структура потенціалу підприємства за складовими

Оскільки формування потенціалу підприємства є складним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію із зовнішнім середовищем і забезпеченням високої якості реалізації, важливо визначити чинники, які зумовлюють розвиток його елементів і впливають на їхню збалансованість

та ефективність використання [3]. Усі фактори можна класифікувати на зовнішні та внутрішні, саме вони формують єдиний системний комплекс.

До зовнішніх факторів можна віднести економічні, соціальні, політичні, юридичні умови, вплив яких визначається обмежувальними або стимулюючими заходами з боку різних державних органів, банків, інвестиційних компаній, суспільних груп, політичних сил. Крім того, важливим зовнішнім фактором виступають ринкові умови на вході (умови конкуренції на ринках ресурсів) і виході із системи (умови конкуренції безпосередньо в галузі). Зовнішні чинники виникають за підприємством і зазвичай перебувають поза сферою його впливу.

Внутрішні, навпаки, виникають у середині підприємства і пов'язані з помилками керівництва та персоналу: досвід і навички менеджерів, принципи організації та ведення бізнесу, моральні цінності й амбіції керівників, а також загальноприйняті в рамках підприємства цінності та культура [4].

Якщо на зовнішні чинники підприємство не може ніяким чином вплинути, то на внутрішні просто зобов'язане. З метою підвищення ефективності використання потенціалу, повинні бути враховані всі внутрішні передумови, пов'язані з загальноприйнятими настановами всередині підприємства, які допоможуть йому утримувати конкурентні переваги на ринку, за рахунок зростання прибутковості бізнесу.

Кожний окремий елемент потенціалу підприємства повинен використовуватися по максимуму та містити в собі ключові умови успіху. До них можна віднести: використання інновацій у виробничому процесі, високу якість виробничих досліджень, наявність прогресивних технологій та високого досвіду персоналу в певній галузі, його здатність до розробки та реалізації інновацій, наявність системи підготовки та підвищення кваліфікації кадрів відповідно до стратегічних цілей діяльності, наявність високоякісної паливної арматури, дешевих джерел енергії, високий рівень обслуговування, широкий асортимент продукції, привабливий дизайн, гарантійне обслуговування покупців, широку мережу дилерів, високу кваліфікацію служби маркетингу та менеджменту, високу якість реклами та наявність позитивного іміджу [5].

Відповідно всі елементи потенціалу об'єктивно пов'язані з функціонуванням і розвитком підприємства. З одного боку, вони підлягають фізичному та техніко-економічному старінню, з іншого – чутливі до досягнень науково-технічного процесу [3].

Таким чином, для прибуткового функціонування суб'єктів господарювання однією з умов є широке розуміння та ефективне використання такої економічної категорії, як "потенціал підприємства". Його, з огляду на викладене, пропонується розглядати як сукупність ресурсів підприємства, що визначають його можливість здійснювати у майбутньому виробництво товарів і послуг, одержувати доходи і прибуток. Структурно потенціал поділяється на об'єктивні та суб'єктивні складові, покращення використання яких дасть можливість отримання конкурентних переваг, а відповідно і лідерства у своєму сегменті на ринку.

Наук. керівн. Телишевська Л. І.

Література: 1. Ждан О. В. Економічне обґрунтування терміна "потенціал підприємства" / О. В. Ждан // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.3. – С. 140. 2. Репіна І. М. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління / І. М. Репіна // Вісник Української академії державного управління при Президенті України. – 1998. – № 2. – С. 262–271. 3. Маринич І. А. Наукові підходи до формування потенціалу підприємства / І. А. Маринич, Н. Р. Кадилович // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.15. – С. 220–223. 4. Могилів Ю. М. Потенціал і розвиток підприємства : концепт лекцій / Ю. М. Могилів. – Павлоград, 2008. 5. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент : концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон ; [пер. с англ.]. – М. : Изд. дом "Вильямс", 2002.

УДК 331.53:349.244 – 54.6

Панина Д. А.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ОСОБЕННОСТИ ПРИЕМА НА РАБОТУ ИНОСТРАНЦЕВ

Аннотация. Исследованы проблема приема на работу иностранных граждан и особенности трудовых отношений работодателей и иностранцев.

Анотация. Досліджено проблему прийому на роботу іноземних громадян і особливості трудових відносин роботодавців та іноземців.

© Панина Д. А., 2012



Annotation. The problem of employing foreigners and peculiarities of labour relations between employers and foreigners have been investigated.

Ключевые слова: трудоустройство, иностранные граждане, работодатель, законодательство.

Данная статья является актуальной, так как прием на работу иностранцев является специфическим и большинство работодателей не знают как правильно и без ущерба для себя официально оформить на работу иностранца.

Согласно ч. 1 ст. 3 Закона Украины "О правовом положении иностранцев и лиц без гражданства" иностранцы и лица без гражданства, которые находятся в Украине на законных основаниях, пользуются теми же правами и свободами, а также несут такие же обязанности, как и граждане Украины. Иностранцы имеют право на трудоустройство в Украине с учетом отдельных особенностей, которые обусловлены требованиями национальной безопасности и государственной политики относительно трудоустройства собственных граждан [1].

Статьями 18 и 20 Закона Украины от 21.06.2001 г. № 2557-III "О беженцах" установлено, что: прибывшие в Украину лица, в отношении которых принято решение об оформлении документов для решения вопроса о предоставлении им статуса беженцев, имеют право на временное трудоустройство;

лица, получившие статус беженцев и имеющие соответствующее удостоверение, имеют право на трудоустройство на общих основаниях с гражданами Украины.

Права и обязанности иностранных граждан во время их пребывания на территории Украины регулируются Законом Украины от 04.02.94 № 3929-XII "О правовом статусе иностранцев и лиц без гражданства".

Согласно ст. 8 указанного Закона и ст. 8 Закона Украины от 01.03.91 № 803-XII "О занятости населения" иностранцы и лица без гражданства, прибывшие в Украину на определенный срок, получают право на трудовую деятельность только при наличии разрешения на трудоустройство, выданного работодателю государственной службой занятости Украины. Причем требование о получении разрешения распространяется на всех иностранных граждан, в том числе и граждан стран СНГ.

Порядок выдачи указанных разрешений утвержден Постановлением КМУ от 01.11.99 № 2028 (далее – Порядок № 2028). Причем его действие распространяется также и на иностранцев, направленных нерезидентом-работодателем в Украину для выполнения определенного объема работ или услуг на основании контрактов, заключенных между украинским и иностранным субъектами хозяйствования.

Разрешение на трудоустройство выдается на конкретную должность (рабочее место) Государственным центром занятости Минтруда Украины или по его поручению соответствующими центрами занятости АР Крым, областей, городов Киева и Севастополя [2].

Согласно п. 5 Порядка № 2028 для получения разрешения на трудоустройство иностранца или лица без гражданства работодатель должен представить в областной центр занятости следующие документы:

- заявление работодателя (в произвольной форме);
- обоснование необходимости использования труда иностранцев и возможности создания для них необходимых условий пребывания и деятельности;
- копию контракта между иностранным и украинским субъектами хозяйственной деятельности во исполнение определенного объема работ или услуг (если такой контракт заключен);
- копии устава и свидетельства о государственной регистрации предприятия (заверенные нотариально);
- список иностранцев с указанием их полного имени и фамилии, года рождения, номера паспорта, специальности (профессии), пола;
- копию проекта контракта работодателя с работником – иностранным гражданином;
- документ, удостоверяющий право представителя работодателя представлять его интересы в центре занятости (приказ, доверенность, извлечение из протокола);
- копии документов об образовании или квалификации;
- справку налоговой службы об уплате работодателем предусмотренных законодательством налогов и сборов;

квитанцию о внесении платы за рассмотрение заявления [3].

Если же украинский работодатель имеет намерение использовать труд иностранца на конкретной должности или рабочем месте, предусмотренном штатным расписанием, то для получения разрешения представляется копия проекта трудового контракта украинского работодателя с работником – иностранным гражданином.

Обязательность оформления трудовых правоотношений украинского работодателя с работником – иностранным гражданином – в форме трудового контракта обусловлена тем, что срок трудовых правоотношений в таких случаях определяется сроком действия разрешения и не может выходить за пределы его действия. Соответственно копия контракта между иностранным и украинским субъектами хозяйствования в данном случае не предоставляется.

Основные условия получения разрешения на трудоустройство:

1. От кандидата на получение разрешения:
 - легальность пребывания на территории Украины;
 - наличие образования не ниже среднего;
 - наличие национального паспорта.

2. От работодателя:
отсутствие задолженности по выплате заработной платы;
отсутствие задолженности перед фондом занятости;
полученные ранее разрешения на трудоустройство были сданы в соответствии с Законом (если работодатель ранее обращался за такими разрешениями)[4].

Решение о предоставлении разрешения или отказе в нем выдается не позднее тридцатого дня с момента получения соответствующим центром занятости вышеперечисленных документов и на срок, как правило, до одного года, который при необходимости может быть продлен. Продление срока действия и получение новых разрешений производится в порядке, предусмотренном п. 7 Порядка № 2028 и Инструкцией о порядке продления срока пребывания в Украине иностранцев и лиц без гражданства, утвержденной Приказом МВД от 01.12.2003 г. № 1456.

По окончании срока действия разрешение на трудоустройство возвращается работодателем в соответствующий центр занятости.

Отметим, что разрешение на трудоустройство согласно п. 12 Правил оформления визовых документов для въезда в Украину, утвержденных Постановлением КМУ от 20.02.99 № 227, является основанием для выдачи иностранцу иммиграционной визы IM-1.

Следует также обратить внимание на то, что в случае использования труда иностранцев или лиц без гражданства без разрешения на трудоустройство государственная служба занятости взимает с работодателя штраф за каждое такое лицо в 50-кратном размере не облагаемого налогом минимума доходов граждан (ч. 3 ст. 8 Закона Украины от 01.03.91 № 803-XII "О занятости населения"). При этом согласно п. 13 Порядка № 2028 иностранец, принятый на работу без разрешения на трудоустройство, подлежит выдворению из Украины органами внутренних дел в порядке, определенном Постановлением КМУ от 29.12.95 № 1074 "О Правилах въезда иностранцев в Украину, их выезда из Украины и транзитного проезда через ее территорию".

Без получения разрешения на трудоустройство на работу могут приниматься:
иностранцы, получившие вид на жительство в Украине;
иностранцы, которые приобрели статус беженцев;
представители иностранного морского (речного) флота и зарубежных авиакомпаний, которые обслуживают эти организации на территории Украины;
работники зарубежных средств массовой информации, аккредитованные для работы в Украине;

артисты и работники искусства для работы в Украине по специальности;
работники аварийно-спасательных служб для выполнения срочных работ в Украине;
руководители представительств иностранных субъектов хозяйственной деятельности в Украине, которые зарегистрированы в Минэкономике;
иностранцы, нанятые инвестором в рамках соглашения о распределении продукции, по должностям (специальностям), определенным этим соглашением [2].

Согласно законодательству Украины иностранцы не могут назначаться на отдельные должности и заниматься некоторыми видами трудовой деятельности.

Так, иностранцы не могут быть приняты:
на государственную службу (ст. 4 Закона Украины от 16.12.93 № 3723 "О государственной службе", с изменениями и дополнениями);
нотариусами (ст. 3 Закона Украины от 02.09.93 № 3425 "О нотариате", с изменениями и дополнениями);
адвокатами (ст. 2 Закона Украины от 19.12.92 № 2887 "Об адвокатах");
аудиторами (ст. 5 Закона Украины от 22.04.93 № 3125 "Об аудиторской деятельности", с изменениями и дополнениями);
судьями (ст. 7 Закона Украины от 15.12.92 № 2862 "О статусе судей") [3].

При заключении трудового договора в Украине с иностранцами или лицами без гражданства следует руководствоваться определенными правилами. Наравне с гражданами Украины право на трудоустройство имеют только иностранцы, постоянно проживающие в Украине (ст. 8 Закона Украины от 04.02.94 № 3929-XII "О правовом статусе иностранцев и лиц без гражданства"), то есть трудоустроиться могут иностранцы, получившие удостоверение на проживание в Украине (вид на жительство) в порядке, предусмотренном ст. 1 Закона Украины от 07.06.2001 г. № 2491-III "Об иммиграции".

Следует обратить внимание, что запрещено использовать труд иностранцев, если согласно законодательству Украины назначение на должность или занятие определенным видом деятельности связано с принадлежностью к гражданству Украины. В частности, иностранцы не могут быть приняты на государственную службу. Они также не могут заниматься нотариальной деятельностью (Закон Украины от 02.09.93 № 3425-XII "О нотариате").

Порядок трудоустройства в Украине иностранных сотрудников представительств иностранных субъектов хозяйствования регулируется Инструкцией о порядке регистрации представительств иностранных субъектов хозяйственной деятельности в Украине, утвержденной Приказом МВЭСторга от 18.01.96 № 30 (далее – Инструкция № 30).

В свидетельстве о регистрации представительств должно быть указано количество иностранных граждан – служащих иностранного субъекта хозяйственной деятельности, являющихся сотрудниками представительств (п. 9 Инструкции № 30).

Согласно п. 18 Инструкции № 30 иностранным сотрудникам представительств иностранных субъектов хозяйствования Минэкономике выдаются специальные служебные карточки, действующие на всей территории Украины в порядке и по форме, определенным в приложениях к этому документу.



Таким образом, при условии регистрации представительства иностранного субъекта хозяйствования в установленном законодательством порядке с получением свидетельства Минэкономики о такой регистрации, в котором указывается количество иностранных сотрудников представительства – служащих, включая руководителя представительства, такие сотрудники имеют право работать без получения разрешения в центре занятости, но только в данном представительстве.

Если такие граждане имеют намерение заключить трудовой договор с другим предприятием, учреждением или организацией, то им необходимо получить разрешение на трудоустройство в Украине [2].

Также следует отметить, что согласно Правилам оформления визовых документов для въезда в Украину, утвержденным Постановлением КМУ от 20.02.99 № 227, въезжающим в Украину лицам, являющимся соучредителями совместных предприятий или представителями компаний (фирм, ассоциаций) для осуществления контроля за выполнением контрактов или консультантами иностранных компаний, а также персоналу иностранных представительств, оформляется деловая виза (Б), а лицам, въезжающим в Украину с целью трудоустройства, оформляется иммиграционная виза (ИМ-1). Причем лицам, прибывшим по визам типа (Б), не разрешено изменять статус временного пребывания в Украине и таким образом они не могут получить разрешение на трудоустройство.

Кроме этого, следует обратить внимание на то, что если резидентом с иностранцем заключен гражданско-правовой договор, то разрешение на трудоустройство последнему не требуется, поскольку такие правоотношения не являются трудовыми. Причем заключение гражданско-правового договора с иностранцем, уже въехавшим в Украину, не зависит от вида полученной им визы (Письмо Минтруда от 24.03.2006 г. № ДЦ-12-1556/0/6-06).

Научн. рук. Быба Н. Н.

Литература: 1. Особенности трудоустройства иностранцев в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://soter.kiev.ua/publications/features_employing_foreigners_ukraine. 2. Порядок заключения трудового договора и приема на работу [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ua.avers3.com/documents/new2834.htm>. 3. Кадровое делопроизводство [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.bs-staff.com.ua/pages/p_priyom_rab_inostran.html. 4. Трудоустройство иностранных граждан в Украине от 13.11.2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.prokerch.com/dokument_14.html. 5. Трудоустройство иностранца: как официально оформить взаимоотношения [Электронный ресурс] // Газета "Адвокат Бухгалтера" от 14.09.2004. – Режим доступа : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/DG040737.html.

Зобнина А. В.

УДК [330.322:346.5] (477)

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТНОШЕНИЙ ВЛОЖЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ

Анотація. Проведен аналіз інвестиційної ситуації в Україні, досліджені проблеми вложення інвестицій в економіку. Предложено пути решения данных проблем и разработаны методы повышения инвестиционной привлекательности страны.

Анотація. Проведено аналіз інвестиційної ситуації в Україні, досліджено проблеми вложення інвестицій в економіку. Запропоновано шляхи вирішення даних проблем і розроблено методи підвищення інвестиційної привабливості країни.

Annotation. Analysis of the investment situation in Ukraine has been carried out, the problems of investment in the economy has been studied. The ways of solution of these problems were suggested and methods to increase the investment attractiveness of the country have been developed.

Ключевые слова: инвестиции, экономика, кредитование, законодательство, государство.

С момента провозглашения независимости Украины перед государством встает вопрос становления и развития не только экономики страны, но и отдельно ее отраслей, что требует постоянного вложения капитала. Развитие экономики государства в целом, как и отдельных его сегментов,

© Зобнина А. В., 2012

IIО

"Управління розвитком", № 11(132)2012

может осуществляться за счет кредитования, целевого выделения денежных средств из бюджета на развитие конкретных направлений, а также за счет привлечения этих средств в качестве инвестиций.

Учитывая тот факт, что развитие регионов, осуществляющееся за счет кредитования, требует в дальнейшем возврата заемных денежных средств и уплаты за пользование кредитными ресурсами, становится очевидно, что развитие за счет кредитования в дальнейшем ляжет тяжелым бременем не только на заемщика, но и на потребителя, так как требует включения в себестоимость выпускаемых товаров и предоставляемых услуг.

Тогда как привлечение инвестиций не требует возврата средств, их можно рассматривать как вид предпринимательской деятельности, что предполагает их освоение, а соответственно в дальнейшем благотворно сказывается на экономике предприятия, региона и страны в целом. Исходя из вышесказанного, совершенно очевидна актуальность избранной темы.

Цель исследования состоит в разработке методических рекомендаций относительно повышения инвестиционной привлекательности экономики Украины.

В различное время вопросами вложения инвестиций в экономику занимались такие отечественные ученые, как С. Витте, И. Вышеградский, А. Паршев, А. Мовсесян, С. Сутырин, С. Огнивцев, В. Комаров, Н. Мильчаков, М. Туган-Барановский, а также зарубежные ученые – Б. Брандт, А. Зак, И. Левин, Д. Менделеев, Л. Ляндау, Л. Эвентов, М. Портер, Д. Голд и др.

Само понятие "инвестиции" означает вложения капитала в отрасли экономики внутри страны и за границей. Иностранные инвестиции определяются как ценности, которые вкладываются иностранными инвесторами в объекты инвестиционной деятельности, в соответствии с законами Украины "Об инвестиционной деятельности", "О режиме иностранного инвестирования". Целью вложения инвестиций является получение прибыли или достижение иного социально значимого эффекта. Иностранное инвестирование осуществляется в различных формах и видах, но все же их можно разделить на два основных вида – это государственные и частные инвестиции. Правовое регулирование иностранных инвестиций существует как на основе внутреннего законодательства страны, в которую вкладываются инвестиции, так и на основе международных нормативных актов. Основным нормативным правовым актом, регламентирующим вопросы инвестиционной деятельности на территории Украины, является Закон Украины от 18 августа 1991 г. "Об инвестиционной деятельности" [1]. Режим иностранного инвестирования на территории Украины, с учетом его особенностей, регулируется Законом Украины от 19 марта 1996 г. "О режиме иностранного инвестирования" [2].

Любое государство заинтересовано в первую очередь в иностранных инвестициях, при увеличении доли которых экономика государства развивается более интенсивно. Поэтому создание благоприятного инвестиционного климата является основной задачей государства. Именно отсутствие четкого законодательства создает дополнительные проблемы иностранному инвестору, а следовательно, значительно менее благоприятный климат для вложения инвестиций наиболее развитых стран (основных реципиентов капитала) в экономику развивающихся стран. В связи с частой сменой законодательства и нестабильной политической ситуацией иностранные инвестиции не только уменьшаются, но и неравномерно распределяются по регионам Украины. Наиболее приоритетными, с точки зрения анализа привлекательности региона, являются: Киевская, Днепропетровская, Донецкая, Львовская, Одесская, Харьковская области. Западные инвесторы вкладывают инвестиции прежде всего в наиболее приоритетные и перспективные отрасли: машиностроение и металлургию, а также в сельское хозяйство, как в перспективное направление развития народного хозяйства [3].

К сожалению, инвестиционную ситуацию в Украине на сегодняшний день нельзя назвать стабильной и привлекательной. Такое положение дел объясняется сильной заполитизированностью государства и нежеланием политиков принимать компромиссные решения. В этой связи, при достаточном уровне природных ресурсов, благоприятном климате и удачном географическом положении, большой численности населения и квалифицированной рабочей силе, инвесторы не стремятся вкладывать средства в экономику Украины. Основные причины такого нежелания вытекают из заполитизированности – это нестабильная социально-политическая и экономическая ситуация, далекое от совершенства законодательство и отсутствие гарантий защиты инвестора. Также препятствуют инвестированию незнание и нежелание руководителей предприятий Украины работать по установившимся в мировой практике правилам, отсутствие опыта работы с иностранными инвесторами, нежелание предприятий идти на материальные затраты в процессе привлечения инвестиций. На инвестиционную привлекательность существенно оказывают влияние такие факторы, как состояние государственного долга, который продолжает расти, преступность и коррупция, непомерное налогообложение, слабо развитая банковская система, валютная и торговая политика. В настоящее время инвестиционная деятельность осуществляется в основном в форме финансирования краткосрочных проектов, удельный вес долгосрочных инвестиционных кредитов ничтожно мал, и это объясняется, в первую очередь, очень высокой степенью риска [4].

По мнению автора, с целью создания благоприятного инвестиционного климата в Украине необходимо обеспечить четкое взаимодействие всех ветвей власти для разрешения задач, которые улучшили бы инвестиционную привлекательность Украины.

Для стабилизации политической ситуации и восстановления доверия государству нужно следовать единой продуманной национальной стратегии и создавать единые условия для привлечения иностранного инвестора в Украину. Для этого в первую очередь необходимо разработать основные направления развития народного хозяйства Украины и создавать для этих отраслей благоприятные условия их развития через создание режима наибольшего благоприятствования, что привлекло бы инвестора.



Не последнюю роль в формировании привлекательности играют налоги. Для улучшения сложившейся ситуации необходимо сбалансировать систему налогового законодательства, достичь его совершенства, для чего нужно отказаться от действующей ныне жестокой зарегулированности экономики, которая толкает предпринимателей заниматься теневой экономикой, достигнуть согласованности внутренней налоговой системы с налоговыми системами смежных государств, которые являются основными экономическими партнерами Украины.

Одним из отталкивающих факторов для иностранных инвесторов являются риски, которые нельзя спрогнозировать. Одним из факторов, влияющих на степень снижения инвестиционных рисков, выступает страхование, которое в Украине находится в экономически слабом состоянии. Из-за отсутствия собственного капитала страховые компании не в состоянии обеспечивать снижение инвестиционных рисков. Это означает, что страховые компании просто не могут отвечать по своим долговым обязательствам. Как следствие, возникает коррупция. Считается, что самые коррумпированные службы в нашей стране – это суд, милиция, прокуратура, СБУ, таможенные органы. С каждым годом коррупция непреклонно растет. На сегодняшний день этот процесс регулируется Законом Украины "Об основах предотвращения и противодействия коррупции в Украине". Сам Закон далек от совершенства, так как затрагивает в основном лиц, обладающих незначительной властью [5].

В этой связи только при помощи высокопоставленных лиц из корпуса государственных чиновников или депутатов Верховного Совета можно разрешить вопросы фактического возмещения причиненного вреда при наступлении страхового случая. Ибо страховые компании, пользуясь несовершенством законодательства страховой деятельности, пытаются регулировать возникающие правоотношения с учетом только личных интересов. А принимаемые изменения в действующее законодательство в основном направлены на увеличение суммы обязательных платежей страхователей и уменьшение фактической ответственности страховых компаний. Следовательно, необходимо законодательно отойти от процесса узаконивания отношений между страховой компанией и страхователем на основе так называемых типовых договоров и перейти к полноценному гражданско-правовому договору. А законодателю закрепить в законах общеобязательные условия, которые бы не подвергались изменению по согласию сторон (сумма франшизы, сроки возмещения причиненного вреда), и предусмотреть ответственность страховщика при несоблюдении сроков выплаты страховой суммы вплоть до уголовной ответственности.

Из всего вышеизложенного следует, что на данном этапе процесс инвестирования в Украине оставляет желать лучшего. Развитие инвестиционной активности в стране и, как следствие, улучшение инвестиционного климата является одной из основных задач государства. Для этого необходимо усовершенствовать законодательную базу, разработать механизм защиты иностранных инвесторов и обеспечить четкий контроль инвестиционной деятельности со стороны государства, отойти от практики формирования и принятия законодательства с учетом политических интересов правящей партии и отдельных высокопоставленных лиц.

Научн. рук. Сергиенко В. В.

Литература: 1. Об инвестиционной деятельности : Закон Украины от 22.12.2011 № 4218-VI [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.rada.gov.ua. 2. О режиме иностранного инвестирования : Закон Украины от 13.04.2000 № 36-у/2000 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.rada.gov.ua. 3. Инвестиционный климат Украины. Бизнес в Украине. Предпринимательство Украины: Киев, Одесса, Харьков, Крым [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://ukraine.allbusiness.ru/content/document_r_F0827E8B-22D6-4780-9C88-9281B31E1868.html. 4. Гуткевич С. А. Условия привлечения иностранных инвестиций в экономику Украины [Электронный ресурс] / Гуткевич С. А. – Режим доступа : http://www.nam.kiev.ua/ape/n_01_5-6/Gytkevich.htm. 5. Современные проблемы инвестирования в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://business.mydndz.info/sovremennyye-problemy-investirovaniya-v-ukraine-the-problems-investing.html>

Мордовец А. В.

УДК [349.244:316.346.2-021.23](477)

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ПРОБЛЕМА ГЕНДЕРНОГО НЕРАВЕНСТВА В УКРАИНЕ

Аннотація. Розглянуто проблеми гендерної нерівності в Україні та запропоновано шляхи впровадження принципу рівності між чоловіками і жінками.

Анотация. Рассмотрены проблемы гендерного неравенства в Украине и предложены пути внедрения принципа равенства между мужчинами и женщинами.

© Мордовец А. В., 2012

Annotation. The problem of gender inequality in Ukraine and ways of implementing the principle of equality between men and women have been considered.

Ключевые слова: гендерное неравенство, гендер, права женщин на труд.

Актуальность выбранной темы заключается в необходимости разработки механизма защиты от дискриминации, который задекларирован в законодательстве практически всех экономически развитых государств, но, к сожалению, воплощение названных положений в жизнь далеко не во всех государствах осуществляется на должном уровне.

Несмотря на то, что существует мировая тенденция по вовлечению женщин практически во все сферы человеческой деятельности, все более актуальной становится проблема гендерного неравенства. Данная проблема как в общественной, так и правовой жизни имеет длинную историю. С конца XIX столетия и на протяжении всего XX века женщина выступала основным объектом и субъектом проблем, которые фокусировались на недопустимости дискриминации прав женщин по сравнению с мужчинами во всех сферах деятельности: политической, экономической, социальной и других.

Поэтому анализ гендерного равенства в сфере труда и перспектив его реализации для достижения равноправия женщин в трудовых отношениях является актуальной проблемой.

Исследованиями проблем правового обеспечения равенства женщин в сфере труда занимаются как отечественные, так и зарубежные ученые – М. Буроменский, Власов В. И., Д. Гомьен, Доминик Меда, Киселев И. Я., О. Липовская, Мезенцева Е. Б., Чуткова И. Ю., С. Фолтер-Барнс, Шамшина И. И., Ярошенко О. М. и др.

Однако анализ отечественной правовой сферы для определения перспектив реализации принципа гендерного равенства в современных условиях в работах ученых рассмотрен фрагментарно.

Рассматривая проблему гендерного равенства, следует проанализировать сам термин "гендер" (от греч. "генос" – происхождение, материальный носитель наследственности) – социокультурная категория и коллективные представления, благодаря которым биологические различия полов переводятся на язык социальной и культурной дифференциации. Термин "гендер" был введен в социальные науки Энн Оклейте в 70-е годы XX века. Социологи проводят различие между мужчиной и женщиной по следующим признакам: биологический пол, гендерная идентификация, гендерные роли [1, с. 161].

Гендер имеет социальный и правовой аспект. Основой правового статуса личности является ее фактический социальный статус, то есть реальное положение человека в обществе. Право вводит это положение в законодательные рамки.

За годы независимости Украина сделала решительный шаг к осмыслению необходимости осуществления гендерных преобразований. Однако на практике сегодня женщины не до конца отстаивают свое право на полноценное равенство. Основной проблемой является декларативный характер гендерного равенства и формальность прав женщин. Реальная ситуация в целом является прямо противоположной правовым нормам.

Ни один нормативно-правовой документ Украины не содержит статей или норм дискриминационного характера по отношению к женщинам.

В соответствии с основными принципами защиты прав человека, закрепленными в Конституции Украины, действуют Гражданский и Уголовный кодексы Украины, Кодекс законов о труде Украины и Кодекс о браке и семье Украины, законы об образовании, пенсионном обеспечении, государственной помощи семьям с детьми, охране труда, Основы законодательства Украины об охране здоровья, Декларация об общих основах государственной политики Украины относительно семьи и женщин, Концепция государственной семейной политики и т. п.

Статья 3 Конституции Украины закрепляет равенство мужчин и женщин во всех сферах жизни. Часть третья ст. 24 Конституции Украины, непосредственно посвященная преодолению дискриминации в отношении женщин в Украине, отмечает, что равенство прав женщин и мужчин обеспечивается путем предоставления женщинам равных с мужчинами возможностей в общественно-политической и культурной деятельности, в получении образования и профессиональной подготовке, в труде и вознаграждении за него [2].

Это означает, что какие-либо привилегии или ограничения по полу невозможны, то есть женщина на уровне с мужчиной может претендовать на право получения образования, вознаграждения за ее труд специальными мероприятиями по охране труда и здоровья женщин, установлением пенсионных льгот; созданием условий, которые дают женщинам возможность объединять труд с материнством и т. д.

Кроме этого, Украина ратифицировала Конвенцию о ликвидации всех форм дискриминации по отношению к женщинам 1979 года, Конвенцию № 156 о трудящихся с семейными обязанностями, итоговые документы Всемирной конференции по правам человека (Вена, 1993 г.), Конвенцию о ликвидации насилия в отношении женщин, Конвенцию о гражданских и политических правах, Конвенцию о социальных, экономических и культурных правах (1976 г.).

Эти нормативные акты носят декларативный характер и не обеспечивают механизм реализации. Наиболее значительное гендерное неравенство характерно для сферы труда и политики. Например, при опросе граждан Украины по поводу работы, которая требует высокого уровня образования и квалификации, 50 % опрошенных ответили, что такая работа в большей степени подходит мужчинам; 30 % считают, что такая деятельность наиболее подходяща для женщин; и только 20 % полагают, что такой вид деятельности в равной степени подходит как мужчинам, так и женщинам [3, с. 171].



Проблемам обеспечения гендерного равенства в сфере труда уделяется значительное внимание. В течение двух последних десятилетий ООН активно проводит конференции, посвященные проблемам женщин.

Большое значение для обеспечения реального равенства мужчин и женщин в трудовых отношениях имеет конвенция МОТ № 100 "О равном вознаграждении мужчин и женщин за труд равной ценности", принятая в 1951 г. [4] и несколькими годами позже ратифицированная нашей страной. Конвенция относится к числу "основополагающих", ратификация и выполнение которых считаются признаком демократичности любого государства. Статья 2 этой Конвенции закрепляет, что каждая страна "обеспечивает применение в отношении всех трудящихся принципа равного вознаграждения мужчин и женщин за труд равной ценности" путем либо национального законодательства, либо путем заключения коллективных договоров, либо сочетанием этих способов. В статье 4 предусмотрено сотрудничество правительств с организациями предпринимателей и трудящихся, то есть с профсоюзами, в деле "внедрения в жизнь положений" конвенции. В настоящее время Украина ратифицировала: Конвенцию ООН "О ликвидации всех форм дискриминации относительно женщин" 1979 г. [5]; "Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах" 1966 г.; Конвенцию МОТ № 45 от 1935 г. "О применении труда женщин на подземных работах в любых шахтах"; Конвенцию МОТ № 100 от 1951 г. "О равном вознаграждении мужчин и женщин за труд равной ценности" [4]; Конвенцию МОТ № 111 от 1958 г. "О дискриминации в области труда и занятий" [6]; Конвенцию МОТ № 156 от 1981 г. "О равном отношении и равных возможностях для трудящихся мужчин и женщин: трудящихся с семейными обязанностями" [7] и др.

Если обратиться к опыту по разделению данной проблемы экономически развитых стран, то мы можем увидеть, что ситуация относительно реализации гендерного равенства отличается от той, которая существует в Украине. Например, во Вьетнаме предусмотрены государством налоговые льготы для предприятий, на которых в большей степени используется женский труд. Кроме того, существует правовая норма, обязывающая работодателя отдавать при трудоустройстве предпочтение женщине, если ее профессиональный уровень такой же, как у претендующего на эту вакансию мужчины [8, с. 245]. В Нидерландах разработана система грантов для поддержания и стимулирования процесса эмансипации в обществе [9].

Таким образом, государство должно предусматривать такие меры правового регулирования, которые позволили бы реально и в полной мере обеспечить принцип гендерного равенства в сфере труда.

Нельзя сказать, что в нашем обществе женщины в меньшей степени стремятся реализовать себя в профессиональном плане, чем в Западных странах. Но, несмотря на это, правовое обеспечение реализации гендерного равенства в странах западного мира находится на более высоком уровне, по сравнению с Украиной. Стереотипы нашего общества существенно ограничивают возможность карьерного роста для женщин. При трудоустройстве у женщин меньше шансов, чем у мужчин, получить вакантное место; довольно часто работодатель указывает, что конкурс объявляется исключительно для мужчин. И таких примеров дискриминации женщин в процессе труда можно привести множество, так как наличие деклараций гендерного равенства в законодательстве еще не гарантирует преодоление дискриминации женщин в трудовых отношениях.

Решение данной проблемы требует интеграции зарубежного опыта в украинскую практику с целью:

- 1) создания эффективного правового и организационного механизма реализации принципа гендерного равенства на практике;
- 2) совершенствования форм и методов государственного надзора и контроля;
- 3) внедрения эффективного механизма судебной защиты от дискриминации.

Таким образом, для достижения существенных изменений в положении женщин в Украине необходимо принимать последовательную государственную политику в данной сфере с учетом зарубежного опыта.

Научн. рук. Быба Н. Н.

Литература: 1. Пушкарева Н. Л. Зачем он нужен, этот гендер? / Пушкарева Н. Л. // Социальная история. – 1998/1999. – С. 155–177. 2. Конституція України // Відомості Верховної Ради України. –1996. – № 30. – С. 141. 3. Конвенция ООН "О ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин" от 18.12.1979 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.un.org.shtml>. 4. Конвенция МОТ № 111 от 1958 г. "О дискриминации в области труда и занятий" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/labour.shtml. 5. Конвенция МОТ № 100 от 1951 г. "О равном вознаграждении мужчин и женщин за труд равной ценности" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://old.vkr.ru/doc/c100.html>. 6. Конвенция МОТ № 156 от 1981 г. "О равном отношении и равных возможностях для трудящихся мужчин и женщин: трудящихся с семейными обязанностями" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.un.org.shtml>. 7. Мезенцева Е. Б. Трудовые права в современном российском контексте (гендерный аспект) / Мезенцева Е. Б. // Права женщин: исследование реальной практики их соблюдения и массового сознания (по результатам анкетного опроса): сб. Т. 1. – М. : МЦГИ, Ин-т социально-экономических проблем народонаселения РАН, 1998. – С. 167–216. 8. Киселев И. Я. Зарубежное трудовое право : учебник для вузов / Киселев И. Я. – М. : НОРМА-ИНФРА-М, 1998. – 258 с. 9. Гендерная политика в Европейском регионе [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://gender.ru/pages/library/books-pdf/rol/part3.pdf>.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА КАР'ЄРУ ЖІНКИ В УКРАЇНІ

Анотація. Досліджено проблему кар'єри жінки в Україні, а також вплив факторів на її кар'єрне зростання.

Аннотация. Рассмотрены проблема карьеры женщины в Украине, а также влияние факторов на ее карьерный рост.

Annotation. This article aims to research careers of women in Ukraine and factors influence that her career have been considered.

Ключові слова: професійна кар'єра, кар'єра жінки, лідер, бізнес-леді, гендер, гендерні аспекти.

Для нормального ефективного функціонування організацій виявлення й використання основних закономірностей вибору й побудови професійної кар'єри, управління кар'єрою розглядаються як необхідні елементи. Але водночас наявність у суспільстві умов і можливостей для здійснення успішної кар'єрної реалізації саме для жінок вважається одним із індикаторів демократичності й соціально-економічного благополуччя суспільства.

Адже сьогодні жінки рішуче виступають проти існуючої дискримінації у сфері зайнятості й намагаються реалізувати гендерну рівність у вищих професійних і політичних сферах.

Наявність серйозних стримуючих факторів приходу жінок у бізнес чи політику надає актуальності вивченню проблем та шляхів вирішення питання щодо кар'єри жінки на вітчизняному ринку праці.

Так, гендерні аспекти, а саме вивчення проблеми політичних прав і політичної участі жінок, розглянуто в роботах С. Айвазова; праці Т. Гурко описують розвиток феміністської перспективи в соціології; роботи І. Жеребкіної аналізують філософсько-методологічні проблеми фемінізму; питання рівності можливостей у сфері зайнятості розкриваються у працях Е. Мезенцева; а також різні аспекти планування професійної кар'єри й управління нею розглядають А. Бандура, С. Осипов, І. Лотова, проблемам кар'єри жінок, які працюють, присвячені роботи таких вчених, як А. Чирикова, Н. Гончарова та ін. [1, с. 142].

Метою статті є виявлення чинників, що впливають на становище жінки в процесі формування власної професійної кар'єри.

Багато років суспільство і традиція пропонували жінці незалежно від її соціального стану вирішити у своєму житті два важливих завдання: вийти заміж і народити дітей. Зараз до цих завдань додалося не менш важливе – зробити кар'єру.

Поняття "кар'єра" (від франц. *carriere* та італ. *carriera* – бір) у загальному розумінні означає успішне просування в галузі суспільної, службової, наукової та іншої діяльності [2]. Визначення цього терміна можна знайти в більшості підручників, монографій, статей, але законодавчо в нашій країні воно залишається нерегульованим. Тому, на думку автора, слід формувати пропозицію щодо внесення терміна "професійна кар'єра" у проект нового трудового кодексу, тим самим законодавчо підтвердити рівноправність між кар'єрою чоловіка та кар'єрою жінки [3].

Адже до середини 90-х рр. ХХ ст. поняття "кар'єра" і "жінка" досить рідко ставилися поруч; термін "кар'єра" прямо або побічно пов'язувався з негативними асоціаціями, зокрема кар'єризмом.

Останнім часом західні компанії все більше довіряють жінкам керівництво підприємствами, мотивуючи це тим, що при цьому прибуток компанії зростає.

Американський інститут гендерних досліджень Каталіст у ході аналізу 500 фірм у Сполучених Штатах, які мають право продажу акцій на біржі, виявив, що прибуток на вкладений капітал до 53 % вищий у тих із них, на яких жінки виконують роль топ-менеджерів [4].

Дослідження, проведені Організацією Об'єднаних Націй, показали, що великі компанії, членами правління яких є представниці прекрасної статі, мають на 42 % більше прибутку від реалізації продукції і значно більш високі доходи від інвестицій [4].

Німецька компанія Телесот ввела квоту на керівні посади для жінок, яка до 2015 року досягне 30 %, мотивуючи це економічною вигодою і відзначаючи, що підприємства, де жінки займають керівні посади, досягають значною мірою більш високих результатів і мають велику рентабельність [4].

Проте, аналізуючи ситуацію в Україні, Міжнародна фінансова корпорація (IFC) у своєму звіті зазначила, що за результатами гендерних досліджень українським жінкам досягти керівної посади на підприємстві значно складніше, ніж чоловікам.

Провівши аналіз ситуації, експерти дійшли висновку, що чим більше підприємство, тим імовірніше, що його очолює чоловік. Великим бізнесом з числом співробітників понад 250 осіб в Україні



управляє тільки 6 % бізнесвумен. Сьогодні дуже рідко можна зустріти жінку на посаді голови правління банку або директора великої корпорації, найчастіше це керівники невеликого магазину чи аптеки.

Та й почати свій бізнес в Україні жінкам, як вважають експерти, важче через відсутність ресурсів. Приватизація фактично обійшла жіночу статтю, і 95 % капіталу зосереджено в руках чоловіків, тому жінкам-бізнесменам важче взяти кредит у банку для відкриття свого бізнесу.

Жінкам поступаються місцем, жінок пропускають вперед де завгодно – тільки не на шляху до лідерства... Чому саме так складається ситуація та які існують проблеми на шляху жіночої кар'єри?

Найвпливовішим чинником у цьому випадку експерти вважають світ великих грошей або "чоловічий світ", вибудований за чоловічими законами [5, с. 189].

Особливе значення для характеристики можливостей, наданих міжнародним правом державам для гендерного реформування суспільства, мають норми Конвенції про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок та Конвенція про політичні права жінки [6; 7].

Ухвалена в 1979 році Конвенція про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок розкриває поняття "дискримінація щодо жінок" як будь-які обмеження за ознаками статі, що спрямоване на послаблення або зводить нанівець визнання, користування та здійснення жінками незалежно від їх сімейного стану на основі рівноправного становища чоловіка та жінки прав та основних свобод у політичній, економічній, соціальній, культурній та інших галузях.

Визнаючи право на працю як невід'ємне право кожної людини, держава повинна створити однакові можливості при прийнятті на роботу чоловіка та жінки, при просуванні, а також на гарантію зайнятості. У трудових відносинах жінка має право на рівну винагороду за працю, включаючи отримання пільг, а також на рівний підхід до оцінки якості роботи.

Також четверта стаття даної Конвенції припускає можливість введення тимчасових спеціальних заходів, спрямованих на прискорення встановлення фактичної рівності між чоловіками та жінками, які не вважаються, за визначенням Конвенції, дискримінаційними [6]. Це дуже важливе положення, особливо у світлі дискусій щодо можливостей квотування як методу збільшення представництва жінок у політичній сфері. Чимало європейських розвинутих країн запровадили у себе квотування, що допомогло їм підвищити реальну участь жінок в управлінні державами (Швеція, Фінляндія, Іспанія, Македонія, Ісландія та ін.) і, як показує досвід, підвищити рівень та якість життя.

Конвенція про політичні права жінок від 20.12.1952 року встановлює, що жінки можуть обиратися, на рівних з чоловіками умовах, без будь-якої дискримінації, в усі встановлені національним законом установи, що вимагають публічних виборів. Також жінкам належить, на рівних з чоловіками умовах, без будь-якої дискримінації, право займати посади на суспільно-державну службу і виконувати всі суспільно-державні функції, встановлені національним законом [7].

На думку автора, є доцільним створення з метою забезпечення захисту прав жінки на міжнародному рівні в Економічній та Соціальній Раді ООН з 1946 року Комісії зі становища жінок, а у зв'язку з прийняттям Конвенції про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок 1979 року (Україна з 3 вересня 1981 р. є учасницею цієї Конвенції) – Комітету з ліквідації дискримінації щодо жінок.

Слід зазначити, що вибір кар'єри – дуже складне і відповідальне питання в житті. Від його рішення буде залежати не лише наше фінансове благополуччя, а й особисте життя. Від того, який шлях обирає людина, буде залежати і її оточення: друзі і вороги, союзники й ідейні противники, смаки й уподобання, цінності та інтереси. Від вибору кар'єри залежить і рівень самооцінки людини. Місце проживання часто також обумовлене вибором кар'єри. Таким чином, вибір кар'єри – один із вирішальних факторів життєвого успіху і щастя.

Здійснювати цей вибір варто дуже обдуманно, незважаючи на тиск оточуючих та не йдучи "шляхом найменшого опору". Щоб уникнути цього, потрібно ретельно проаналізувати ситуацію, зважити всі "за і проти", виконати цілий ряд розумових операцій, серед яких [5, с. 145]:

аналіз ситуації – дуже часто вибір кар'єри залежить від фінансових можливостей людини або сім'ї, у якій вона народилася. Наприклад, цілі династії вчених, музикантів чи політиків будуть відомі завчасно;

оцінка своїх здібностей – для цього потрібно згадати свої успіхи і невдачі, прислухатися до думки оточуючих щодо суджень про переваги і недоліки;

конкретизація власних цінностей та інтересів – якщо правильно визначите свої інтереси, то, швидше за все, оберете ту сферу діяльності, яка буде приносити задоволення;

аналіз ринку праці – при виборі кар'єри не в останню чергу оцінюється і можливість майбутнього працевлаштування.

Тому, роблячи висновки, варто зазначити, що у більшості жінок виникає питання вибору між теплом і затишком родини та кар'єрою. Досить багато хто сполучають дві ці області, але дуже важко при цьому не стати і посередньою дружиною і працівником. Психологія успіху така: якщо жінка спрямує всі свої сили на конкретну галузь, вона досягне успіху.

Наук. керівн. Биба Н. М.

Література: 1. Руденко Н. В. Вибір студентами професійної кар'єри: гендерні аспекти / Руденко Н. В. // Педагогіка і психологія. – 2003. – № 4. – С. 142–143. 2. Персонал : словарь понятий и определений / Журавлев П. В. и др. – М. : Экзамен, 2000. – 512 с. 3. Кодекс законів про працю України з постатейними матеріалами / за ред. В. М. Вакуленко, О. П. Товстенка. – К., 1998. 4. Чи легко жінці в Україні отримати керівну посаду? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vsirivni.com.ua/news/chi-legko-zh-nts-v-ukra-otrimati-ker-vnu-posadu>. 5. Кольцова И. С. Формула успеха современной женщины / Кольцова И. С. – М. : Изд-во "Эксмо-пресс", 2007. – 272 с. 6. Конвенція Організації Об'єднаних Націй про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.un.org.shtml. 7. Конвенція про політичні права жінки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.un.org.shtml.

ОХОРОНА ТА ЗАХИСТ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НА КОМП'ЮТЕРНІ ПРОГРАМИ

Анотація. Обґрунтовано особливості, а також окреслено напрямки вдосконалення процесів охорони та захисту права інтелектуальної власності на комп'ютерні програми в Україні.

Аннотация. Обоснованы особенности, а также очерчены направления усовершенствования процессов охраны и защиты права интеллектуальной собственности на компьютерные программы в Украине.

Annotation. The features are grounded and the directions of improvement of safety and protection processes of intellectual ownership right to computer programs in Ukraine are outlined.

Ключові слова: інтелектуальна власність, авторське право, комп'ютерна програма, охорона авторського права, захист авторського права.

У сучасному світі інтелектуальна власність набуває дедалі більшого значення та охороняється у більшості країн світу, бо вона є одним із наймогутніших стимулів розвитку науково-технологічного прогресу всіх галузей функціонування суспільства. Успішність вирішення соціально-економічних проблем, що кожного дня постають перед суспільством, насамперед, пов'язана з інтелектуальним потенціалом та рівнем його культурного розвитку. Питання охорони і використання інтелектуальної власності в сучасних умовах відіграють усе важливішу роль у комерційній, підприємницькій і виробничій діяльності підприємств та установ України всіх форм власності.

Саме тому їх вивчення стало метою наукових праць таких вчених, як: Підпригора О. А., Дроб'язко В. С., Святоцький О. Д. [1], Жуков В. І. [2], Миرونюк Г. І., Довгий С. О., Жаров В. О. [3], Юскаєв В. Б., Потєхіна В. О. [4; 5], Антонов В. М. [6] тощо.

Правова охорона комп'ютерних програм є актуальною проблемою юридичної науки вже майже півсторіччя, але досі не знайшла свого вирішення. Її рішення, які пропонуються та обговорюються на чисельних науково-практичних конференціях, не знайшли свого остаточного законодавчого закріплення [7].

Мета цієї статті полягає у науковому обґрунтуванні правової охорони та захисту комп'ютерних програм.

В Україні комп'ютерна програма стала користуватись охороною з набуттям чинності Закону України "Про авторське право і суміжні права" від 23 грудня 1993 р. [8], у якому зазначається, що комп'ютерні програми охороняються як літературні твори.

Згідно зі ст. 1 [8], комп'ютерна програма – набір інструкцій у вигляді слів, цифр, кодів, схем, символів чи у будь-якому іншому вигляді, виражених у формі, придатній для зчитування комп'ютером, які приводять його у дію для досягнення певної мети або результату (це поняття охоплює як операційну систему, так і прикладну програму, виражені у вихідному або об'єктному кодах). Разом з тим [9] визначає комп'ютерну програму як послідовність інструкцій, що призначені для виконання пристроєм управління обчислювальної машини; дається визначення комп'ютерної програми з позицій системного програмування як даних та машинних кодів, які розміщені в оперативній пам'яті комп'ютера та виконуються процесором для досягнення якоїсь мети.

У більшості країн, у тому числі й в Україні, законодавчо передбачений лише один вид охорони комп'ютерних програм – за допомогою механізму авторського права, за аналогією з літературними творами [10].

Сьогодні не лише Україна – весь світ поставлений перед проблемою недосконалої охорони комп'ютерних програм. Обрана більшою частиною світу охорона комп'ютерних програм авторським правом має свої переваги: простота та доступність охорони; дія охорони розповсюджується на всі комп'ютерні програми без обмежень; авторське право та відповідно можливість охорони програми виникають з моменту її створення [4].

Однак усе частіше висловлюються пропозиції про необхідність патентної охорони комп'ютерних програм за аналогією з винаходами.

У випадку комп'ютерної програми норми авторського права можуть бути застосовані тільки для охорони від загального відтворення програми, а також від копіювання комп'ютерного коду (такі



порушення входять до поняття "літературних"). Авторське право також забезпечує охорону комп'ютерних програм від деяких "нелітературних" порушень, таких, як відтворення екранних заставок (screen displays). Суттєвий недолік авторської охорони полягає в неможливості запобігти створенню конкуруючої комп'ютерної програми з використанням ідеї існуючої [4].

Перевага патентної охорони для комп'ютерних програм полягає у можливості захистити певний алгоритм, втілений у комп'ютерній програмі, від використання його іншими особами без дозволу. Натомість авторське право надає значно вужчі можливості, захищаючи лише "вираз" ідеї та залишаючи поза межами охорони саму ідею програми.

Більшість країн-учасниць Бернської конвенції, членом якої є й Україна, застосовують до охорони комп'ютерних програм комплексний підхід, поєднуючи норми авторського і патентного права [11].

Тобто комп'ютерні програми, як специфічні об'єкти інтелектуальної власності, повинні мати особливий статус правової охорони. Поряд з авторським правом вони повинні охоронятися патентним договірним правом, законодавством про недобросовісну конкуренцію, про охорону комерційних таємниць [6].

Для ефективної охорони законодавство України має бути розширене спеціальним Законом "Про охорону прав на комп'ютерні програми" з урахуванням таких пропозицій:

необхідно дати чітке визначення поняттю "комп'ютерна програма", а також термінам, що стосуються охорони комп'ютерних програм;

визначити об'єкти комп'ютерної програми, які підлягають охороні законодавством про авторське право;

визначити об'єкти винаходів при патентуванні комп'ютерних програм, законодавчо закріпивши можливість патентної охорони для "процесів комп'ютерної програми";

закріпити право на державну реєстрацію комп'ютерних програм з визначенням процедури її здійснення та передбачити ведення реєстру;

додати положення про те, що імпортування, виготовлення, поширення і використання апаратних засобів, метою яких є зняття технічного захисту з комп'ютерних програм, є незаконними;

закріпити права законного користувача програми на виготовлення її копій, дозволених ліцензійною угодою, або ж однієї копії за умови, що така копія необхідна для використання програми;

уточнити положення щодо вільного використання законно придбаної комп'ютерної програми з метою передачі копії з некомерційною метою.

Урахування зазначених рекомендацій при формуванні національної охорони комп'ютерних програм сприятиме розвитку комп'ютерної індустрії та підвищенню рівня економіки України [2].

Незважаючи на окремі недоліки системи охорони прав на інтелектуальну власність, що склалася в Україні, загалом можна стверджувати, що зазначена система відповідає міжнародним стандартам і може забезпечити належну охорону прав на об'єкти інтелектуальної власності. Але такої оцінки не можна дати системі захисту прав інтелектуальної власності. Більше того, є всі підстави стверджувати, що захист прав інтелектуальної власності не відповідає сучасним вимогам. Він не забезпечує надійного й ефективного захисту інтелектуальної власності [1].

Під захистом інтелектуальної власності розуміють заходи, спрямовані на відновлення становища власників прав інтелектуальної власності у випадку, якщо ці права були порушені [3].

У світовій практиці захист права інтелектуальної власності прийнято поділяти на два види – юрисдикційний і неюрисдикційний. Юрисдикційний захист права інтелектуальної власності здійснюється у судовому порядку судами та іншими уповноваженими на це державними органами. Сутність цього захисту полягає у тому, що суб'єкт права інтелектуальної власності, право якого порушене, звертається до належного державного органу за захистом, який у разі необхідності і надає такий захист. Неюрисдикційний спосіб захисту права інтелектуальної власності характеризується тим, що це позасудовий захист, який здійснюється особою, право якої порушене, самостійно, але в межах закону. Такі засоби захисту застосовуються досить рідко [1].

Комп'ютерна програма є об'єктом торгівлі та становить комерційний інтерес для тих чи інших груп, її можна продати, отримавши прибуток. Тому зі зростанням кількості комп'ютерних програм зростає і кількість порушень прав авторів та виробників комп'ютерних програм. Подібні порушення називаються комп'ютерним піратством та можуть проявлятися у різноманітних формах від простого копіювання та тиражування до розробки та створення нових комп'ютерних програм з несанкціонованим використанням елементів уже існуючого програмного забезпечення [12].

У ст. 50 [8] зазначається, що порушенням авторського права і (або) суміжних прав, що дає підстави для судового захисту, є дії, які порушують особисті немайнові права суб'єктів авторського права і (або) суміжних прав та їх майнові права; піратство у сфері авторського права і (або) суміжних прав; плагіат; незаконне ввезення на митну територію України примірників творів, фонограм, відеограм, програм мовлення; вчинення дій, що створюють загрозу порушення авторського права і (або) суміжних прав; будь-які дії для свідомого обходу технічних засобів захисту авторського права і (або) суміжних прав, зокрема виготовлення, розповсюдження, ввезення з метою розповсюдження і застосування засобів для такого обходу; підроблення, зміна чи вилучення інформації, зокрема в електронній формі, про управління правами без дозволу суб'єктів авторського права і (або) суміжних прав чи особи, яка здійснює таке управління; розповсюдження, ввезення на митну територію України з метою розповсюдження, публічне сповіщення об'єктів авторського права і (або) суміжних прав, з яких без дозволу суб'єктів авторського права і (або)

суміжних прав вилучена чи змінена інформація про управління правами, зокрема в електронній формі.

У Листі [13] повідомляється, що порушення авторських прав на комп'ютерні програми передбачає цивільно-правову відповідальність (ст. 431 ЦКУ [14], ст. 52 Закону України [8]), адміністративну відповідальність (ст. 512 КУпАп [15]) та кримінальну відповідальність (ст. 176 КК [16]). Щодо цивільно-правової відповідальності, за порушення авторських прав на комп'ютерну програму ст. 431 ЦКУ встановлює можливість порушення права інтелектуальної власності як у формі дій (посягання на право інтелектуальної власності), так і у формі бездіяльності (невизнання права інтелектуальної власності). Порушником права інтелектуальної власності може бути як фізична, так і юридична особа.

Однак в Україні практично відсутні норми адміністративного і кримінального права, спрямовані на припинення протиправних дій, пов'язаних з комп'ютерними програмами. Необхідною є розробка конкретних адміністративно-правових і кримінально-правових заходів, спрямованих на попередження і невідкладне припинення контрафактних дій. До порушників прав на комп'ютерні програми слід запровадити ордери на обшук та інші профілактичні процедури цивільного права. Кримінальна практика повинна включати конфіскацію піратських копій, накладення арешту на матеріали й обладнання, виготовлену продукцію, позбавлення порушників волі за злочини у великих розмірах [6].

Таким чином, можна зробити висновок, що серед напрямків удосконалення процесів правової охорони та захисту авторських прав на комп'ютерні програми найбільш актуальними є такі: удосконалення основних засад правової охорони комп'ютерних програм (уточнення переліку випадків, що кваліфікуються як неправомірне використання комп'ютерних програм, встановлення санкцій за неправомірне використання комп'ютерних програм; встановлення уніфікованої термінології, що стосується комп'ютерної сфери); удосконалення нормативно-правової бази в галузі охорони прав інтелектуальної власності в мережі Інтернет; удосконалення законодавства про авторське право, про патентне право, про недобросовісну конкуренцію, про охорону комерційних таємниць; внесення змін та доповнень до відповідних кодексів України, що передбачають посилення відповідальності за порушення прав на об'єкти інтелектуальної власності з урахуванням необхідної боротьби з піратством; запровадження комплексного підходу до правової охорони та захисту комп'ютерних програм тощо.

Наук. керівн. Єфремова К. В.

Література: 1. Право інтелектуальної власності: Академ. курс : підручник для студентів вищих навч. закладів / О. А. Підпригора, О. Б. Бутнік-Сіверський, В. С. Дроб'язко та ін. ; за ред. О. А. Підпригора, О. Д. Святоцького. – 2-ге вид., переробл. та доп. – К. : Концерн "Видавничий Дім "Ін Юре", 2004. – 672 с. 2. Концепція правової охорони комп'ютерних програм в Україні, розроблена Державним агентством України з авторських і суміжних прав і авторським колективом у складі Жукова В., Капіци Ю., Курикіна Б., Синькова М., Тимофійка Л. та ін. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://umicyb.kiev.ua/~vant/htdocs/konz.htm>. 3. Інтелектуальна власність в Україні: правові засади та практика : наук.-практ. вид. : у 4-х т. / за заг. ред. О. Д. Святоцького. – Т. 2 : Авторське право і суміжні права / С. О. Довгий, В. С. Дроб'язко, В. О. Жаров та ін. ; за ред. Г. І. Мирнока, В. С. Дроб'язка. – К. : Видавничий Дім "Ін Юре", 1999. – 460 с. 4. Потехіна В. О. Використання міжнародного досвіду для становлення національного законодавства України у сфері охорони комп'ютерних програм в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / Потехіна В. О. – Режим доступу : <http://www.viravallee.com/articles/1.pdf>. 5. Потехіна В. О. Інтелектуальна власність : навч. посібн. / Потехіна В. О. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 414 с. 6. Антонов В. М. Інтелектуальна власність і комп'ютерне авторське право / Антонов В. М. – 2-ге вид., стереотип. – К. : КНТ, 2006. – 520 с. 7. Селиванов М. Проблеми правової охорони комп'ютерних програм [Електронний ресурс] / Селиванов М. – Режим доступу : <http://www.cip.in.ua/r4436>. 8. Про авторське право і суміжні права від 23 грудня 1993 р. № 3792-ХІІ : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>. 9. Википедія – свободная энциклопедия [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org>. 10. Жуванов Д. Яку форму правової охорони обрати для комп'ютерної програми? [Електронний ресурс] / Жуванов Д., Стонній Є. – Режим доступу : http://www.romanenko.ua/ua/library/article_program.html. 11. Негрескул В. Протидія комп'ютерному піратству [Електронний ресурс] / Негрескул В. ; Центр исследования компьютерной преступности. – Режим доступу : <http://www.crime-research.ru/library>. 12. Мороз В. Особенности защиты компьютерной программы в соответствии с действующим законодательством Украины [Електронний ресурс] / Мороз В. – Режим доступу : <http://blog.liga.net>. 13. Лист Державного департаменту інтелектуальної власності Міністерства освіти та науки України № 16-12/5480 від 23 грудня 2004 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1038.717.0>. 14. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>. 15. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 р. № 8073-X [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>. 16. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 р. № 2341-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ЗАКОН УКРАИНЫ "ОБ ИНФОРМАЦИИ". ОСОБЕННОСТИ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Аннотация. Рассмотрены Постановление НБУ № 278 "Об утверждении Изменений к Инструкции о порядке организации и осуществления валютно-обменных операций на территории Украины", соотношение его с законами Украины "Об информации", "О защите персональных данных" и др.

Анотація. Розглянуто Постанову НБУ № 278 "Про затвердження Змін до Інструкції про порядок організації та здійснення валютно-обмінних операцій на території України", співвідношення його з законами України "Про інформацію", "Про захист персональних даних" та ін.

Annotation. The Resolution of NBU № 278 "On Approval of Amendments to the Regulations on the organization and implementation of foreign exchange operations in the territory of Ukraine" has been considered, its reference to the Law of Ukraine "On Information", the Law "On Protection of personal data" and other laws has been analysed.

Ключевые слова: Постановление НБУ, Закон Украины "Об информации", личная информация, Декларация, банковская деятельность, конфиденциальная информация.

Кто владеет информацией – владеет миром.

Билл Гейтс

В связи с переходом Украины к рыночной экономике для продвижения товара на рынке человеку предоставляется множество услуг, в том числе и информационного характера. Для исполнения положения Конституции Украины, закрепляющего право на информацию, особое значение обретает реклама, которая осуществляется средствами массовой информации. В связи с необходимостью обеспечения положения Конституции о достоверной информации о товаре человеку должна предоставляться полная информация. Поэтому реклама как особый вид информационных услуг требует к ее регулированию особого подхода. В соответствии с установленным законодательством отношения в части предоставления информационных услуг урегулированы законами Украины "Об информации" и "О рекламе". Данные нормативные акты не только закрепляют понятие информации, ее виды, но и регулируют отношения порядка ее предоставления. Положения указанных законов закрепляют право человека на достоверную информацию, в том числе и информацию о качестве и составе товара. В соответствии со ст. 1 Закона Украины "Об информации", информация – это документированные или публично оглашенные сведения о событиях и явлениях, происходящих в обществе, государстве и окружающей природной среде.

В соответствии с Законом Украины установлено, что информация делится на различные виды. Так, в ст. 28 Закона Украины "Об информации" по режиму доступа информация делится на открытую информацию и информацию с ограниченным доступом. Информация с ограниченным доступом по своему правовому режиму делится на конфиденциальную и секретную. В связи с установленным Законом информация может быть доведена до общества, а может быть скрыта от него. Поэтому во избежание оглашения информации, которая затрагивает личные интересы человека, она приобретает скрытый характер и может быть доведена другим лицам лишь по его согласию.

11 сентября 2011 г. Национальный банк Украины принял Постановление № 2781 "Об утверждении Изменений к Инструкции о порядке организации и осуществления валютно-обменных операций на территории Украины", которое вызвало широкий резонанс в связи с нарушением отдельных положений Закона Украины "Об информации". Учитывая факт, что Постановление Национального банка Украины есть подзаконный акт, необходимо решить вопрос, как соотносится данное Постановление с Законом Украины "Об информации". По мнению автора, из анализа положения ст. 31 Закона "Об информации" личная информация не может быть разглашена без ведома обладателя,

совершенно очевидно, что данное Постановление нарушает Положение Закона Украины "Об информации", а также Закона "О защите персональных данных".

Кроме того, следует отметить, что данное Постановление нарушает и Положение Конституции Украины, обеспечивающее гарантию тайны информации, и Международную Декларацию "Защиты прав человека".

Проблематикой вопроса тайны информации в различное время занимались такие ученые: Щербанин Ю. А., Щеголева Н. Г., Васькович Й. О. [1], Кириченко О. А., Папуша А. О. [2], Бакун О. О. [3], Патрикац Л. В. [4]. Общетеоретические исследования данных ученых являлись базой для написания статьи.

Согласно ст. 60 и 62 Закона Украины "О банках и банковской деятельности", информация относительно деятельности и финансового состояния клиентов (резидентов и нерезидентов), которая стала известна банку в процессе обслуживания клиента и взаимоотношений с ним или третьим лицам при предоставлении услуг банка, является банковской тайной, имеет ограниченный доступ и может быть раскрыта третьим лицам только в законодательно установленном порядке, например по решению суда. При осуществлении валютно-обменных операций эта норма должна четко придерживаться банками (финансовыми учреждениями). Поэтому основная проблема – это нестыковка обеспечения гарантии хранения тайны личной информации. С целью установления возможных последствий несоблюдения Конституционных норм и норм Закона Украины "Об информации" проанализируем действия финансовых учреждений в части обеспечения тайны личной информации.

Согласно пункту 1.3 главы 1 Инструкции Постановления НБУ № 278 от 11.08.2011, банк (финансовое учреждение) должен осуществлять валютно-обменные операции при предъявлении документа, удостоверяющего личность. Таким документом, согласно Постановлению, является паспорт, ксерокопию которого должен сделать банк или иное финансовое учреждение.

В соответствии с пунктом 1.3 главы 1 Постановления работник банка (финансового учреждения) обязан обеспечить хранение копий страниц документа, удостоверяющего личность, в документах дня. Таким образом, лицо должно будет дать полную информацию о себе, оставив ксерокопию паспорта. Зададимся вопросом: к чему это может привести? Во-первых, обеспечение хранения копий документа, удостоверяющих личность (паспорт), требует наличия специального хранилища, а также места в хранилище. В Постановлении НБУ этому вопросу не уделяется никакого внимания. Во-вторых, каков порядок передачи данных должностному лицу, отвечающему за хранение копии документа и тайны личной информации, и что это за лицо? Таким образом, на каком этапе произошло рассекречивание личной информации, выяснить практически невозможно, то есть процесс реализации вопроса гарантии тайны личной информации Постановлением не урегулирован.

Поэтому нужно отметить, что данное Постановление Национального банка Украины распространяется на частных предпринимателей – владельцев валютно-обменных пунктов, а учитывая то, что обменными пунктами осуществляются валютно-обменные операции, можно с уверенностью сказать, что они не имеют специального оборудования, обеспечивающего исполнение Положения Закона Украины "Об информации" и Постановления Национального банка Украины относительно тайны информации лица. То обстоятельство, что режим рабочего дня устанавливается собственником, то есть количество лиц, принимающих участие в процедуре осуществления обменных операций, определено нечетко и может в течение дня меняться, также создает возможность утечки электронной и документированной информации о лице на изначальном этапе осуществления формирования базы лиц, осуществляющих валютные операции, связанные с обменом валютных средств.

При осуществлении операции на сумму до 50 000 гривен банк (финансовое учреждение) снимает копию первой страницы паспорта гражданина Украины. В случае предъявления физическим лицом другого документа, удостоверяющего личность, банк (финансовое учреждение), кроме первой страницы, снимает копию страницы, в которой указана отметка о постоянном месте жительства. В общемировой практике принято, что водительское удостоверение является документом, удостоверяющим личность. Остается выяснить, является ли водительское удостоверение таким же документом. Из Постановления очевидно, что водительское удостоверение не может быть документом, удостоверяющим личность, так как в своих нормах оно не содержит указаний.

Копирование соответствующих страниц документов осуществляет банк (финансовое учреждение). Копии этих документов подшиваются в документах дня банка (финансового учреждения) вместе с документами об осуществлении валютно-обменных операций и должны находиться в банке (финансовом учреждении) не менее 3-х лет. Является ли обменный пункт таким же финансовым учреждением в части установленной информации? Так как правовое положение обменных пунктов не определено, поэтому вопросы, связанные с обеспечением тайны информации, для них не существуют, ввиду отсутствия документа, устанавливающего правовые положения обменных пунктов. Таким образом, Постановление Национального банка Украины распространяется на обменные пункты, но процесс реализации положения данного Постановления для них становится практически невозможным, так как не определен процесс контроля за их деятельностью.

Вторым, не менее важным вопросом, вытекающим из данного Постановления, является порядок обеспечения валютно-обменных операций иностранными гражданами на территории Украины. Так, в соответствии с законодательством, а именно с Конституцией, на иностранных



граждан, находящихся на территории Украины, распространяется действие законов Украины. Таким образом, встает вопрос не только о соблюдении тайны личной информации граждан, что обеспечивается Декларацией "О защите прав человека", а также подтверждении информации в предоставленном иностранным гражданином документе, так как данный документ выписан на языке той страны, чью гражданскую принадлежность он имеет. Встает вопрос о необходимости наличия при себе копии данного документа, перевод которого осуществлен лицом, имеющим соответствующее полномочие. Эта копия должна быть нотариально заверена, что в какой-то степени нарушает права иностранного подданного и требует дополнительных непредвиденных затрат.

Согласно требованиям статьи 13 раздела I Закона Украины "О предотвращении и противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, или финансированию терроризма", идентификация клиента не является обязательной в случае проведения финансовой операции лицами, которые ранее были идентифицированы. Если физическое лицо, которое обратилось в банк (финансовое учреждение) с целью проведения валютно-обменной операции, ранее было идентифицировано банком (финансовым учреждением), то банк (финансовое учреждение) осуществляет валютно-обменную операцию для такого физического лица без дополнительной идентификации. Что подразумевается под дополнительной идентификацией, остается непонятным, так как не разъяснено НБУ.

В соответствии со ст. 18 Закона Украины "Об информации" основными видами информации являются: статистическая информация; административная информация (данные), массовая информация; информация о деятельности государственных органов власти и органов местного и регионального самоуправления; правовая информация; информация о личности; информация справочно-энциклопедического характера, социологическая информация. Ранее упоминалось, что по режиму доступа информация делится на открытую информацию и информацию с ограниченным доступом, а информация с ограниченным доступом по своему правовому режиму – на конфиденциальную и секретную. Конфиденциальная информация – это сведения, находящиеся во владении, пользовании или распоряжении отдельных физических либо юридических лиц и распространяемые по их желанию в соответствии с предусмотренными ими условиями (ст. 30 Закона Украины "Об информации"). Информация о лицах в соответствии с Постановлением НБУ может храниться в электронной базе. К сожалению, учитывая развитие научно-технического прогресса, никто не может обеспечить конфиденциальность и защиту тайны личной электронной информации от хакеров – чрезвычайно квалифицированных специалистов, обладающих навыками в работе компьютерных систем. Поэтому, попадая в пользование банка, личная информация может стать общедоступной, таким образом нарушается тайна такой информации. В дальнейшем она может быть использована другими лицами с целью осуществления противоправных действий. Так, учитывая изменения в Законе Украины "О государственной регистрации юридических и физических лиц – предпринимателей", имея копию паспорта лица, можно открыть предприятие, получить краткосрочный кредит, а долг переписать на собственника предприятия, чьи данные указаны в паспорте. Согласно ст. 31 Закона Украины "Об информации", запрещается доступ посторонних лиц к сведениям о другом лице, собранным в соответствии с действующим законодательством государственными органами, организациями и должностными лицами. Доступ лиц к личной информации должен быть ограничен, только должностное лицо, определенное как ответственное, имеет доступ к такой информации. Постановлением НБУ не определен порядок доступа, что дает возможность любому работнику банка или иного финансового учреждения доступ к личной информации. Таким образом, по мнению автора, введение общеобязательного наличия документа, удостоверяющего личность, а именно паспорта, при осуществлении валютно-обменных операций нарушает не только Закон Украины "Об информации", но и Международную конвенцию о защите прав человека в части об обеспечении тайны информации. Невозможно в принудительном порядке решить вопрос контроля за движением денежных средств, так как оно повлекло за собой активную деятельность так называемых "менял", у которых возросло количество обменных операций, а также спровоцировало уход валютно-обменных операций в тень. Данное Постановление Национального банка Украины нуждается в доработке и приведении его в соответствие с Положением Закона Украины "Об информации".

Научн. рук. Сергиенко В. В.

Литература: 1. Васюкович Й. Проблеми та перспективи побудови правової держави в Україні / Васюкович Й. // Право України. – 2010. – № 1. 2. Папуша А. Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України / Папуша А. // Вісник НБУ. – 2010. – № 1. 3. Бакун О. Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України / Бакун О. // Вісник НБУ. – 2010. – № 1. 4. Патрикац Л. Роль банківської системи в економічному зростанні / Патрикац Л. // Вісник НБУ. – 2010. – № 1. 5. Об информации : Закон Украины № 1703-IV [1703-15] от 11.05.2004 // ВВР. – 2004. – № 32. – С. 394. 6. Банківський менеджмент : навч. посібн. / за ред. О. А. Кириченка. – К., 2009. – С. 12. 7. Основні показники діяльності банків України // Вісник НБУ. – 2011. – № 8. 8. Основні показники діяльності банків України // Вісник НБУ. – 2011. – № 2. 9. Оцінка ефективності кредитних вкладень комерційних банків // Фінанси України. – 2000. – № 9. – С. 149.

ПЛАГИАТ В ВУЗАХ УКРАИНЫ И МЕТОДЫ БОРЬБЫ С НИМ

Аннотация. Рассмотрено понятие "плагиат"; выделены основные причины плагиата в вузах; систематизированы предложения по борьбе с плагиатом в вузах Украины.

Анотація. Розглянуто поняття "плагіат"; виділено основні причини плагіату у ВНЗ; систематизовано пропозиції щодо боротьби з плагіатом у ВНЗ України.

Annotation. The concept of plagiarism is considered; plagiarism principal causes in high schools are allocated; offers on struggle against plagiarism in HIGH SCHOOLS of Ukraine are systematized.

Ключевые слова: плагиат, пути борьбы с плагиатом, Министерство образования и науки, молодежи и спорта Украины, проверка на плагиат, написание рефератов.

В настоящее время проблема плагиата в вузах является очень актуальной, поскольку это явление наблюдается постоянно и на сегодняшний день не разработаны эффективные методы борьбы с данным явлением.

Например, одним из путей борьбы с плагиатом в вузах Министерство образования и науки, молодежи и спорта Украины выбрало отчисление студентов из учебных заведений. Такое положение было отображено в проекте Закона "О высшем образовании", в котором предусматривается отчисление студента из вуза за "академический плагиат". По мнению автора, данный метод поможет решить проблему с плагиатом, но при этом повлечет за собой рост коррупции в вузе, ведь отчисляться будут те, кто не находится в тесной "дружбе" с администрацией, те, кого посчитают лишним, и т. д. [1].

Помимо этого, МОНмолодежьспорт Украины хочет ввести в оборот новый метод вычисления плагиатов в вузах. Сейчас ведомство занимается тестированием новой программы, которая сможет распознавать скопированные с Интернета рефераты, курсовые и дипломные работы. Это поможет упростить проверку на плагиат и нагрузку на преподавателей, которые должны проверять это.

Целью данного научного исследования является теоретическое обоснование и разработка практических рекомендаций по борьбе с плагиатом в украинских вузах.

В Законе Украины "Об авторском праве и смежных правах" дается такое определение плагиата, как обнародование (опубликование), полностью или частично, чужого произведения под именем лица, которое не является автором этого произведения [2].

Большой толковый словарь определяет плагиат как неразрешенное заимствование, воссоздание чужого литературного, художественного или научного произведения (его части) под своим именем или псевдонимом, не совместимое как с творческой деятельностью, так и с нормами морали и законом, который охраняет авторское право [3, с. 157].

Для более точного понимания приведенного определения стоит раскрыть сущность понятий "неразрешенное", "заимствовать", "воссоздание". Неразрешенное – которое нельзя позволить, одобрить, которое заслуживает осуждения: недопустимое [3, с. 756]. Заимствовать – перенимать что-нибудь, присваивать, делать своим приобретением [3, с. 415]. Воссоздание – изготовление одного или больше экземпляров произведения [4, с. 68].

Можно привести еще одно определение понятия "плагиат". Плагиат – выдача чужого произведения за свое или незаконное опубликование чужого произведения под своим именем, литературное похищение [5, с. 459].

По мнению автора, наиболее простым и понятным будет такое определение: плагиат – это кража чужого произведения и выдача его за свое.

Для того чтобы решать какую-либо проблему, нужно для начала разобраться в причинах ее появления. К основным причинам, которые приводят студентов к плагиату, относятся следующие:

1. Много разнопрофильных предметов, по которым нужно писать рефераты, в результате чего студент просто физически не в состоянии писать их самостоятельно.

2. Сдача рефератов без защиты приводит к тому, что студенту даже не обязательно читать их.

3. Отсутствие вообще проверки на плагиат. Практически в каждом вузе говорят об этой проверке, но никто нею не занимается (особенно это касается рефератов, курсовых, отчетов о прохождении практики), поскольку за этот вид деятельности нет никакого поощрения преподавателям.

4. Большинство рефератов проверяется преподавателем методом просмотра содержания, читается он в редких случаях. Это объясняется тем, что у преподавателя нет такого количества свободного времени, чтобы он мог перечитывать эти 20-страничные работы.

5. Отработки рефератами. Как правило, отработок много, из-за этого печатается большое количество рефератов, которые преподаватель не в состоянии прочитать. Это дает возможность нескольким студентам сдавать абсолютно идентичные работы.



6. Привычка. Плагиат начинается со школы.

7. Одной из главных причин плагиатов в вузах является недостаточное развитие студентов, их малый круг познаний в научной и практической деятельности.

Исходя из вышеперечисленных причин, можно выделить практические советы по борьбе с плагиатом. Во-первых, борьбу нужно начинать со школы, ведь первый плагиат в жизни современного студента – это переписанное сочинение из Интернета или сборника готовых домашних заданий. Таким образом, одним из стимулов к добросовестному написанию сочинений или других работ в школе должно стать повышение оценки на определенный бал. Помимо этого, по мнению автора, в школе не нужно практиковать написание рефератов. В целях облегчения проверки учителем и написания работы учеником можно ввести меньший объем работ, но при этом должен делаться акцент на самостоятельных высказываниях ученика и, конечно же, при написании этих работ школьники должны научиться делать ссылки на источники.

Во-вторых, что касается написания рефератов студентами по всевозможным предметам, то, по мнению автора, необходимо ввести определенное количество рефератов, которое должен и может написать студент самостоятельно и только по профильным предметам, чтобы все эти рефераты были взаимосвязаны и развивали его познания именно в той отрасли, которую он выбрал для обучения, а в дальнейшем и для работы.

В-третьих, можно вводить определенные санкции за плагиат, например такие:

за скачанный с Интернета реферат пишется 2 новых реферата рукописным текстом;

недопуск к экзамену;

если в вузе действует система "автоматов", то за плагиат можно наказывать лишением возможности получить автоматом зачет, а в случае, если такой возможности нет, – недопуском к экзамену и т. д.

В-четвертых, следует избегать введения рефератов как способа отработки за прогулы или другие простои, ведь реферат – это, по сути, творческая работа, за которую нужно не просто "перекрывать" отсутствие, а ставить положительную оценку, уделять время на защиту студентом своей работы и проверке ее на плагиат. Если отработка обязательно должна быть творческой, то можно проверить знания студентов с помощью эссе или краткого диалога с преподавателем по пройденным темам – это будет более эффективным, чем скачанный реферат и его перечитывание преподавателем, что не входит в их оплачиваемую нагрузку.

Таким образом, в результате выполненного исследования автором было выделено определение плагиата, которое является наиболее понятным и четко отражает его сущность, причины плагиата в украинских вузах, исходя из которых были разработаны практические рекомендации по борьбе с плагиатом студентов.

Перспективой дальнейших научных исследований в данном направлении является разработка системы методов выявления плагиата в вузах.

Научн. рук. Ефремова Е. В.

Литература: 1. Корреспондент.net. – Режим доступа : <http://korrespondent.net>. 2. Об авторском праве и смежных правах : Закон Украины // Ведомости Верховной рады Украины. – 1993. – № 13. – С. 50. 3. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з додат. і допов.) / уклад і головн. ред. В. Т. Бусел. – К. ; Ірпінь : ВТФ "Перун". – 2005. – 1728 с. 4. Інтелектуальна власність : словник-довідник у 2-х т. / за заг. ред. О. Д. Святоцького. – Т. 1 : Авторське право і суміжні права / за ред. О. Д. Святоцького, В. С. Дроб'язка. – К. : ВД "Ін Юре", 2000. – 356 с. 5. Ожегов С. И. Словарь русского языка / Ожегов С. И. ; [под ред. докт. филолог. наук, проф. Н. Ю. Шведовой]. – 15-е изд., стереотип. – М. : Русский язык, 1984. – 816 с.

Тоюнда А. О.

УДК 331.109.6

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

РОЛЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ СЛУЖБИ ПОСЕРЕДНИЦТВА І ПРИМИРЕННЯ У ВИРІШЕННІ ТРУДОВИХ СПОРІВ

Анотація. Визначено роль Національної служби посередництва і примирення у вирішенні трудових спорів.

Анотация. Определена роль Национальной службы посредничества и примирения в разрешении трудовых споров.

© Тоюнда А. О., 2012

Annotation. The role of NSPP in solving labour disputes has been defined.

Ключові слова: трудові спори, колективний трудовий спір, Національна служба посередництва і примирення (НСПП).

Трудові відносини об'єктивно припускають існування конфлікту, оскільки в процесі праці з'єднуються різні фактори виробництва, відчужені один від одного (наявність відчуження робочої сили (праці) від капіталу і засобів виробництва), взаємодіють економічно відокремлені суб'єкти (працівники і роботодавці).

Вступаючи в трудові правовідносини, роботодавці та працівники відстоюють власні інтереси, що не збігаються з інтересами іншої сторони трудового договору. Розбіжність, а часом і протилежність (антагонізм) інтересів роботодавців і працівників у процесі здійснення трудової діяльності є об'єктивною основою виникнення конфліктів з приводу встановлення і зміни умов праці, застосування законодавства та інших нормативних правових актів, угод про працю.

Метою даної статті є визначення сутності, видів трудових спорів та визначення ролі Національної служби посередництва і примирення (НСПП) у вирішенні трудових спорів. Трудові спори – це неврегульовані шляхом безпосередніх переговорів розбіжності між працівником (колективом працівників) і власником підприємства (уповноваженим ним органом) з приводу застосування норм трудового законодавства, а також встановлення нових або зміни існуючих умов праці. Моментом виникнення індивідуального трудового спору є звернення із заявою до відповідного органу, що розглядає трудові спори [1].

Відповідно до ст. 124 Конституції України, звернутися безпосередньо до суду за розглядом індивідуального трудового спору можуть громадяни (працівники), які вважають, що їх трудові права було порушено незалежно від того, чи розглядається їх трудовий спір комісією з трудових спорів.

Індивідуальний трудовий спір – неврегульовані розбіжності між роботодавцем і працівником щодо застосування законів та інших нормативно-правових актів про працю, угоди, колективного договору, трудового договору (у тому числі про встановлення або зміну індивідуальних умов праці), про які заявлено в орган, що розглядає індивідуальні трудові спори [2].

Колективний трудовий спір (конфлікт) – це розбіжності, що виникли між сторонами соціально-трудових відносин.

Колективні трудові спори (конфлікти) виникають щодо: встановлення нових або зміни існуючих соціально-економічних умов праці та виробничого побуту;

укладення чи зміни колективного договору, угоди;
виконання колективного договору, угоди або окремих їх положень;
невиконання вимог законодавства про працю [2].

Зазначимо, що порядок вирішення індивідуального та колективного трудового спору різний. Трудове законодавство забезпечує захист прав працівників та роботодавця за допомогою як суду, так і досудових органів, що створюються для вирішення саме трудових спорів.

Індивідуальний трудовий спір може виникнути через недостатню обізнаність працівника чинного законодавства про працю. Причинами трудових спорів можуть бути зневажливе ставлення роботодавця до виконання закону, умов колективного договору та угод, трудового договору з працівником та ін.

Колективний трудовий спір (конфлікт) виникає з моменту, коли уповноважений представницький орган найманих працівників, категорії найманих працівників, колективу працівників або профспілки одержав від власника або уповноваженого ним органу повідомлення про повну або часткову відмову в задоволенні колективних вимог і прийняв рішення про незгоду з рішенням власника або уповноваженого ним органу (представника) або коли строки розгляду вимог, передбачених Законом, закінчилися, а відповіді від власника не надійшло (ст. 6 Закону України "Про вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)") [3].

Для того щоб неврегульовані розбіжності між працівниками і роботодавцями були кваліфіковані як колективний трудовий спір, необхідна наявність двох зазначених ознак. Якщо спір характеризується лише однією з них, його не можна визнати колективним. Тому суперечки з приводу застосування законів та інших нормативних правових актів (за винятком угод та колективних договорів), навіть якщо вони зачіпають інтереси всіх працівників організації, не можуть розглядатися як колективні.

Розгляд питання про трудові спори буде неповним, якщо не з'ясувати причини їх виникнення. Вони можуть мати як об'єктивний, так і суб'єктивний характер.

До об'єктивних причин, що породжують трудові спори, можна віднести обставини організаційного характеру:

недостатній рівень організації праці;
низький ступінь забезпечення захисту трудових прав і законних інтересів працівників;
фінансові труднощі підприємств, які не дозволяють своєчасно виплачувати заробітну плату, надавати працівникам передбачені законодавством або колективним договором пільги, у тому числі на соціально-побутове обслуговування та на охорону праці;
суперечності у законодавстві про працю, які пов'язані з реформуванням трудового законодавства щодо умов ринкової економіки;

недостатня доступність законодавства про працю для роботодавця, а також для працівників та їх неналежну обізнаність.



Причинами суб'єктивного характеру, які породжують виникнення трудових спорів, називають: порушення законодавства про працю роботодавцями, що, у свою чергу, призводить до порушення суб'єктивних трудових прав працівників;

неоднозначне тлумачення норм трудового права суб'єктами трудових правовідносин; помилки однієї із сторін спору про наявність чи відсутність фактичних обставин, з якими закон пов'язує виникнення, зміну чи припинення певних трудових правовідносин [4].

Для примирення сторін колективного трудового спору до вирішення спору може залучатися спеціально створений державний орган – Національна служба посередництва і примирення.

Національна служба посередництва і примирення – це постійно діючий орган, покликаний сприяти врегулюванню колективних трудових спорів (конфліктів). Її основними завданнями є:

сприяння взаємодії сторін соціально-трудових відносин у процесі врегулювання колективних трудових спорів (конфліктів), що виникли між ними;

прогнозування виникнення колективних трудових спорів (конфліктів) та сприяння своєчасному їх вирішенню;

здійснення посередництва і примирення під час вирішення колективних трудових спорів (конфліктів);

забезпечення здійснення соціального діалогу, вироблення узгоджених пропозицій щодо розвитку соціально-економічних та трудових відносин в Україні;

здійснення заходів із запобігання виникненню колективних трудових спорів (конфліктів);

підвищення рівня правової культури учасників соціально-трудових відносин [5].

На етапі, коли спору ще немає, НСПП здійснює реєстрацію висунутих працівниками вимог і може перевірити отримання їх протилежною стороною спору. Крім того, вона може контролювати розгляд вимог роботодавцем, а також державними органами, якщо їх розгляд і вирішення виходить за межі компетенції роботодавця. Працівники служби роз'яснюють представникам сторін порядок вирішення спору, їх права та обов'язки згідно з чинним законодавством. Після початку колективного трудового спору НСПП може перевіряти також повноваження представників сторін.

НСПП аналізує вимоги найманих працівників, здійснює оцінку їх обґрунтованості, а також дотримання при цьому чинного законодавства.

Національна служба посередництва і примирення формує списки незалежних посередників і трудових арбітрів, які можуть залучатися до вирішення спорів, та проводить їх підготовку. При наявності прохання сторін також пропонує кандидатури незалежних посередників та трудових арбітрів для участі у примирних процедурах, тобто, уже починаючи з етапу виникнення колективного трудового спору, НСПП бере активну участь у формуванні примирних органів, а також у примирних процедурах. На цьому етапі і в подальшому НСПП сприяє встановленню контактів між сторонами спору. На прохання сторін вона розглядає матеріали спору з метою його успішного вирішення, координує дії сторін спору щодо організаційного, матеріально-технічного і фінансового забезпечення роботи незалежних посередників, членів примирних комісій і трудового арбітражу. Крім того, служба здійснює контроль за виконанням сторонами колективного трудового спору рішень примирних органів. Якщо представники служби визнають за необхідне, то до участі у примирних процедурах за погодженням зі сторонами спору можуть залучатися народні депутати України, представники органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування.

На етапі проведення страйку НСПП також сприяє сторонам у проведенні колективних переговорів з метою найшвидшого розв'язання конфлікту.

У тих випадках, коли законом передбачена заборона проведення страйку, і в разі, якщо рекомендації служби не враховано сторонами, вона має право звернутися із заявою про вирішення колективного трудового спору до відповідного суду і при цьому бере активну участь у розгляді спору в суді.

НСПП здійснює заходи з вивчення й узагальнення причин виникнення колективних трудових спорів та їх можливих наслідків. На основі проведеного аналізу вона розробляє пропозиції щодо запобігання виникненню колективних трудових спорів, вивчає і узагальнює вітчизняний та зарубіжний досвід роботи щодо запобігання та врегулювання конфліктів у сфері трудових відносин. Національна служба вносить в установленому порядку пропозиції про вдосконалення законодавства з питань вирішення колективних трудових спорів і в межах своєї компетенції розробляє та затверджує нормативні акти щодо здійснення примирних процедур. Зокрема, наказом Національної служби посередництва і примирення від 24 квітня 2001 р. № 92 затверджене Положення про порядок проведення примирних процедур з вирішення колективних трудових спорів (конфліктів). НСПП затверджує положення про примирну комісію, про трудовий арбітраж, про незалежного посередника [6].

Рішення НСПП мають характер рекомендацій і повинні розглядатися сторонами колективного спору та відповідними центральними і місцевими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування. У разі, якщо у вимогах найманих працівників чи профспілки містяться питання, вирішення яких відповідно до законодавства віднесено до компетенції центральних або місцевих органів виконавчої влади чи органів місцевого самоврядування, НСПП надсилає свої рекомендації разом з відповідними матеріалами керівникам цих органів. Останні зобов'язані розглянути їх у 7-денний термін і проінформувати про прийняті ними рішення сторони та Національну службу посередництва і примирення [6].

На сьогоднішній день спостерігається стрімке збільшення трудових спорів серед працівників підприємств. Серед причин, які викликають трудові спори, найбільш поширеними є недостатня доступність законодавства про працю для роботодавця, а також для працівників та їх неналежну обізнаність, порушення законодавства про працю роботодавцями, що, в свою чергу, призводить до

порушення суб'єктивних трудових прав працівників. Неможливість їх вирішення самостійно призводить до зниження продуктивності праці та погіршення морально-психологічного клімату в колективі. Для запобігання цього варто працівникам звертатися до служби НСПП, яка допомагає у вирішенні колективних трудових спорів. Основним завданням її є здійснення заходів із запобігання виникненню колективних трудових спорів (конфліктів) на підприємстві через інформування працівників про їх права та обов'язки, яке призводить до покращення відносин між працівниками та збільшення ефективності діяльності підприємства, на якому вони працюють.

Наук. керівн. Биба Н. М.

Література: 1. Куренной А. М. Практический комментарий к законодательству о трудовых спорах / Куренной А. М., Миронов В. И. – М.: Дело, 1997. – 384 с. 2. Запара С. Генезис юридичного змісту поняття "колективні трудові спори (конфлікти)" / Запара С. // Право України. – 2003. – № 8. – С. 113–117. 3. Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів): Закон України від 03.03.1998 р. № 137/98-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua. 4. Лазарев В. В. Причины возникновения трудовых споров в современных социально-экономических условиях / Лазарев В. В. // Актуальні проблеми держави і права: зб. наук. пр. – Одеса: Юридична література, 2003. – Вип. 18. – С. 724–732. 5. Основні завдання Національної служби посередництва та примирення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nspr.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=2. 6. Як сприяє розвитку громадянського суспільства НСПП [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vis.maidanua.org/?p=203>.

УДК [347.211:005.336.4] (477)

Іваненко О. В.

Магістр 2 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ЗАХИСТ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В АСПЕКТІ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ В УКРАЇНІ

Анотація. Проведено аналіз співвідношення понять "економіка знань" та "право інтелектуальної власності", а також розглянуто можливості правового захисту права інтелектуальної власності з урахуванням їх ролі у стимулюванні розвитку економіки знань в Україні.

Аннотация. Проведен анализ соотношения понятий "экономика знаний" и "право интеллектуальной собственности", а также рассмотрены возможности правовой защиты интеллектуальной собственности с точки зрения их роли в стимулировании развития экономики знаний в Украине.

Annotation. The analysis of the co-dependence between the knowledge based economy and the intellectual property rights has been carried out. The ways to stimulate the development of knowledge based economy in Ukraine by using the mechanism of protection for intellectual property rights were recommended.

Ключові слова: економіка знань, право інтелектуальної власності, угода про торгівельні аспекти прав інтелектуальної власності, економіка, заснована на знаннях.

Сьогодні у світовій науковій думці та практиці спостерігається формування таких нових концепцій, як становлення інформаційного суспільства та розвиток економіки знань. Поняття "економіка знань", або "економіка, заснована на знаннях", має економічне походження і характеризує новітній засіб виробництва матеріальних благ.

Об'єктом купівлі-продажу стає не тільки товар, а й інформація про нього. Тому проблема правового захисту об'єктів інтелектуальної власності є надзвичайно актуальною. Це зумовлює те, що в умовах сучасного розвитку підприємництва зростає необхідність у захисті комерційної таємниці та її доскональному врегулюванні у нормативно-правових актах.

Теоретичним та методологічним аспектам становлення та розвитку економіки знань, або економіки, що заснована на знаннях, присвячені роботи вітчизняних та закордонних економістів, таких, як К. Свейбі, Т. Ллойд, К. Віг, І. Нонака, Б. Мільнер, Д. Стоунхауз, Л. Федулова та ін. Водночас,



питання, пов'язані із захистом прав інтелектуальної власності на такі об'єкти, як нерозкрита інформація, комерційна таємниця тощо, розглядають у своїх роботах такі вчені, як О. Підпригора, О. Амосов, О. Святоцький, М. Вачевський та ін.

Проте необхідно підкреслити, що визначені напрямки наукових досліджень хоча й мають однаковий об'єкт дослідження, однак тенденція розглядати їх у взаємозв'язку не досить виражена, адже вони належать до різних напрямів: юридичного та економічного. Тому комплексне вивчення даного проблемного питання є досить актуальним.

Метою статті є дослідження та аналіз значення впливу захисту прав інтелектуальної власності на розвиток економіки знань в Україні.

Концепція економіки знань зосереджує увагу на необхідності усвідомлення логіки розвитку теорій економічного зростання та визначення тенденцій рушійних сил економічного розвитку на основі знаннєвого ресурсу організації, підприємства, економіки загалом. Економіка знань розглядається як процес управління економічним розвитком підприємства на основі створення, розповсюдження, комерціалізації знань, що їх генерує підприємство в процесі функціонування [1].

У науковій літературі є багато визначень цього поняття, проте здебільшого вони мають однакову суть. Так, Л. Федулова [2] розглядає менеджмент знань як процес виділення, створення/придбання, збору, кодифікації, організації, поширення, повторного використання та упорядкування стратегічних знань, необхідних для такого способу функціонування організації, що створює конкурентні переваги на ринку.

Вивчення наукової літератури [3 – 5] дає змогу зробити висновок, що менеджмент знань має два основних аспекти, які доцільно розглянути відносно проблеми захисту прав інтелектуальної власності на об'єкти нерозкритої інформації. По-перше, ключовою ланкою управління знаннями є структурна організація існуючих даних, що забезпечує збільшення ефектів від інформаційних технологій. По-друге, знання для менеджменту – процес, набір комплексів динамічних умінь, секретів виробництва, що постійно змінюються.

У такій ситуації основне завдання менеджменту полягає в тому, щоб зв'язати структуровану і неструктуровану інформацію з правилами, що змінюються, за якими люди її застосовують, а його стратегія спрямована на збільшення ефекту від використання нематеріальних активів.

Для забезпечення ефективного менеджменту знань та розвитку економіки знань в Україні дуже важливо, щоб держава створювала адекватне сучасним потребам правове поле щодо цього питання.

На сьогодні для правового регулювання відносин суб'єктів підприємницької діяльності, захисту інтересів від неправомірних дій конкурентів створена відповідна правова база. ВРУ прийняла ряд важливих законів у галузі захисту підприємницької діяльності, серед них: "Про інформацію" від 02.10.1992 р., "Про обмеження монопольної діяльності" від 18.02.1992 р., "Про державну таємницю" від 21.01.1994 р., "Про захист від недобросовісної конкуренції" від 01.07.1996 р. [6 – 9]. З правового погляду комерційна таємниця є засобом захисту від недобросовісної конкуренції у рамках реалізації права на інтелектуальну власність.

В Україні поняття комерційної таємниці міститься у ст. 505 ЦК України. Комерційна таємниця – це інформація, яка є секретною в тому розумінні, що вона загалом чи у певній формі та сукупності її складових є невідомою та не є легкодоступною для осіб, які зазвичай мають справу з видом інформації, до якого вона належить, у зв'язку з цим має комерційну цінність та була предметом адекватних існуючим обставинам заходів щодо збереження її секретності, вжитих особою, яка законно контролює цю інформацію [10].

У проєкті Закону України "Про комерційну таємницю" [11] поняття "комерційна таємниця" пропонується викласти так: "Комерційна таємниця – це різновид інформації з обмеженим доступом ділового, комерційного характеру, яка має самостійну, дійсну або потенційну економічну вартість завдяки тому, що не є загальновідомою або доступною іншим особами, які можуть використовувати її з комерційною метою, і належить юридичній або фізичній особам, є об'єктом розумних зусиль по її захисту, розголошення (передача, розкрадання, витік) якої може завдати матеріальної шкоди їх інтересам або сприяти успіху конкурентів".

Для України, як для держави пострадянського простору, питання захисту комерційної таємниці у ринковій конкурентній економіці є досить новими. Тому доцільно звернутися до досвіду зарубіжних країн, у яких інститут права інтелектуальної власності існує значний період часу.

В економічно розвинених країнах трактування поняття комерційної таємниці різне. У Великобританії ці питання регулюються в рамках більш загальної категорії конфіденційності нормами договірної права, делікатного права, судовими прецедентами та окремими нормативними актами. У Франції захист інтересів підприємців у сфері комерційних секретів забезпечується застосуванням загальних положень кримінального, трудового та цивільного законодавства, які регулюють відповідно питання збереження професійних секретів, звільнення, відшкодування збитків. У Швейцарії законодавчі норми з порушених питань містяться в різних нормативних актах: кримінальному кодексі, трудовому праві, патентному законі, законі про оподаткування, законі про несумлінну конкуренцію та ін. За законодавством Фінляндії у разі розголошення чи передачі конкурентам або третім особам комерційних відомостей можуть застосовуватися відповідні параграфи Закону про неправомірні угоди, а також Кримінального кодексу. У США під комерційною (торговельною) таємницею розуміють будь-яку комерційну цінну інформацію або у формі винаходу, або у формі теоретичної промислової, або комерційної ідеї, або плану [12].

О. Підпригора визначає комерційну таємницю як нерозкрити інформацію. Нерозкрита інформація підлягає захистові від незаконного використання, якщо вона має реальну чи потенційну

комерційну цінність через її невідомість третім особам [13]. До такої інформації немає вільного доступу на законних підставах, а її володільць вживає заходів до збереження її конфіденційності.

Тобто нерозкрита інформація визначається як технічна, організаційна, комерційна, економічна та інша інформація, здатна сприяти підвищенню ефективності виробництва та іншої суспільно корисної діяльності або давати інший позитивний ефект, не відома третім особам, унаслідок чого вона має комерційну вартість. Більшість істотних ознак нерозкритої інформації, виділених у наведеному визначенні, властиві також і комерційній таємниці.

В умовах ринкової економіки все більше зростає значення будь-якої інформації, у тому числі науково-технічної, що має конфіденційний характер. Специфічність інституту комерційної таємниці полягає в тому, що вона не підлягає офіційній реєстрації. Опис, який становить її сутність, має конфіденційний характер і передається з рук у руки під серйозні застереження. У ліцензійних договорах переважно обумовлюються порядок та умови передачі цієї інформації. Цими та іншими факторами забезпечується необхідність окремого правового інституту захисту такої нерозкритої інформації.

Україна є учасницею багатьох міжнародних угод, які є частиною національного законодавства. Завершено також процес входження до Світової організації торгівлі (СОТ) і забезпечено участь в Угоді про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (ТРИПС) [14]. Але, незважаючи на досить розвинену систему захисних заходів щодо порушень прав інтелектуальної власності, ефективність правозастосування системи загалом залишає бажати кращого через недостатню узгодженість і конкретність положень про відповідальність та санкції, що накладаються за порушення прав інтелектуальної власності.

До переваг ТРИПС можна віднести: заохочення до творчої та інноваційної праці; передачу технологій на комерційних умовах; зменшення торгівлі підробленими товарами; зростання експорту й імпорту.

Основним засобом заохочення до творчої та інноваційної роботи є ефективна охорона прав інтелектуальної власності (патенти, авторське право, промислові зразки) шляхом винагороди розумової праці. Також ТРИПС вимагає від країн-членів чіткого дотримання положень, якими передбачається, що власники патентів мають розголошувати технічну інформацію, яка дозволить кваліфікованим спеціалістам відтворити винаходи. А це, у свою чергу, дасть можливість промислового сектору використовувати її для подальших досліджень та розробки процесів і нових видів продукції, які відрізняються від запатентованих. Звичайно, таке стимулювання піде на користь усій країні загалом.

Очевидно, що захист прав інтелектуальної власності є важливим фактором у прийнятті рішень компаніями розвинутих країн щодо інвестування в країни, що розвиваються. Зазвичай це можна побачити, наприклад, у прийнятті інвестиційних рішень у хімічній та фармацевтичній галузях промисловості. Посилена охорона прав інтелектуальної власності заохочуватиме іноземних партнерів створювати спільні підприємства для проведення дослідницької роботи в країнах, що розвиваються.

Головними причинами недостатнього рівня ефективності системи охорони інтелектуальної власності фахівці найчастіше називають такі [15]: відсутність у держави засобів на патентування і здійснення реєстраційних процедур за кордоном; низький рівень правової культури в країні; відсутність належних знань та інформації про порядок захисту інтелектуальної власності за межами України; законодавчу неврегульованість в Україні питань трансферу технологій, у тому числі у випадках виїзду українських фахівців на роботу за кордон.

Таким чином, у зв'язку з необхідністю створення економіки знань держава може сприяти цьому процесу, якщо відповідально поставиться до рішення таких питань: упровадження стимулюючого оподаткування для високотехнологічного бізнесу, підтримка і пільгові умови підприємствам, що займаються високими технологіями; система стимулів для інвестицій в економіку знань, створення механізму капіталовкладень в області з найбільшими ризиками; підтримка експорту наукомісткої продукції і послуг (гарантії, страхування та ін.); захист малого бізнесу в економіці (великими корпораціями, муніципалітетами, статусом наукових міст та ін.); підвищення ролі уряду, розробка короткострокового плану і довгострокової стратегії розвитку економіки знань; фінансування фундаментальних досліджень; дієва система заохочення осіб, які роблять внесок у справу створення нововведень, за допомогою цільового виділення коштів; система законів, положень, що сприяють захисту авторських прав, з одного боку, і поширенню нових знань і розширенню соціальних ефектів – з іншого (необхідно внести поправки в законодавство про інтелектуальну власність, що захищають інтереси автора, винахідника, ученого, конструктора).

Отже, пріоритетним завданням для України в умовах розповсюдження економіки знань є розроблення та реалізація ефективної системи охорони інтелектуальної власності та стратегії розвитку національної матеріально-технологічної бази. Ефективність системи охорони інтелектуальної власності залежить від створення економічних, правових та організаційних механізмів, які у своїй тісній взаємодії здатні забезпечити дієву охорону інтелектуальної власності та прискорити процес розповсюдження економіки знань в Україні.

Наук. керівн. Єфремова К. В.

Література: 1. Федулова Л. І. Економіка знань : підручник / Л. І. Федулова. – К., 2009. – 600 с. 2. Федулова Л. І. Особливості економіки знань на сучасній фазі розвитку суспільства: теорія і практика розбудови в Україні / Л. І. Федулова, Т. М. Корнеєва // Активні проблеми економіки. – 2010. – № 4 (106). – С. 73–86. 3. Гузар У. Є. Економіка знань та її перспективи для України / У. Є. Гузар // Регіональна економіка. – 2009. – № 1 (51). – С. 27–35. 4. Красовська О. Ю. Знання як сучасна тенденція світогосподарського розвитку



/ О. Ю. Красовська // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. – 2010. – № 2. – С. 108–114.
5. Мельник С. Економіка знань: світовий досвід та перспективи впровадження в Україні / С. Мельник, В. Матросов // Вища школа. – 2009. – № 10. – С. 14–25.
6. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. // ВВР України. – 1992. – № 48. – С. 1.
7. Про обмеження монопольної діяльності : Закон України від 18.02.92 // ВВР України. – 1992. – № 23. – С. 1.
8. Про державну таємницю : Закон України від 21.01.1994 р. // ВВР України. – 1994. – № 16. – С. 1.
9. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 01.07.1996 р. // ВВР України. – 1996. – № 16. – С. 1.
10. Цивільний кодекс України : Чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 1 серпня 2009 р. – К. : Паливода А. В., 2009. – С. 52, 57, 131.
11. Про комерційну таємницю: Проект Закону [Електронний ресурс] // Сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.
12. Пристайко В. Поняття та ознаки комерційної таємниці / Пристайко В. // Бизнес и безопасность. – 2007. – № 1(57). – С. 23–24.
13. Право інтелектуальної власності: Академ. курс : підручник для студентів вищих навч. закладів / О. А. Підпригора, О. Б. Бутнік-Сіверський, В. С. Дроб'язко та ін. ; за ред. О. А. Підпригори, О. Д. Святоцького. – 2-ге вид., переробл. та доп. – К. : Концерн "Видавничий Дім "Ін Юре", 2004. – 672 с.
14. Офіційний сайт Державного департаменту інтелектуальної власності. – Режим доступу : www.sdir.gov.ua.
15. Сіренко І. Юридична природа прав на об'єкти інтелектуальної власності / І. Сіренко // Українське право. – 2007. – С. 132–135.

Пантелеєва О. С.

УДК 339.543(477)

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОЇ МИТНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ ТА НАПРЯМИ ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ

Анотація. Розглянуто правові засади діяльності Державної митної служби України та напрями їх удосконалення.

Аннотация. Рассмотрены правовые основы деятельности Государственной таможенной службы Украины и направления их совершенствования.

Annotation. The legal framework for the State Customs Service of Ukraine and the direction of improving them have been considered.

Ключові слова: митна служба, митна справа, Митний кодекс України.

Митна справа в Україні розвивається у певній гармонізації та уніфікації із загальноприйнятими в міжнародній практиці нормами та стандартами. Митне регулювання здійснюється відповідно до вимог Митного кодексу України (далі – МК), законів України та міжнародних договорів України. Наша держава може вступати в митні союзи з іншими державами, брати участь у діяльності міжнародних організацій з питань митної справи.

Під час дослідження теми проаналізовано роботи таких вчених України: як Бандурки О. М. [1], Гарашука В. М. [2], Настюка В. Я. [3] тощо.

Метою даної статті є висвітлення правових засад діяльності митної служби України. Досягнення мети потребує розв'язання таких завдань: визначити правові засади організації нормотворчої та правозастосовної діяльності митної служби, проблеми та напрями вдосконалення організаційних і управлінських механізмів у митних органах.

На сьогодні актуальною є організація роботи митниць з населенням, у тому числі громадськими формуваннями, з питань можливого виявлення шляхів та каналів незаконного переміщення через митний кордон товарів, іноземної та національної валюти, інших цінностей, установлення причетних до цього осіб чи зловживань з боку працівників митниць.

Упродовж еволюції митної системи України значних змін зазнало правове регулювання діяльності митних органів. На перших етапах еволюції митної системи особлива роль в управлінні митними органами була віддана законодавчій та виконавчій владі, на наступних етапах безпосереднє керівництво Державною митною службою України здійснюється Президентом України [4].

Державна митна служба України є спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади в галузі митної справи, була створена у 1991 році для спрямування, координації та контролю за діяльністю митних органів та організацій щодо виконання законодавства України з питань митної справи [5].

© Пантелеєва О. С., 2012



Митна служба України – це єдина загальнодержавна система, яка складається з митних органів та спеціалізованих митних установ та організацій [6]. З огляду на те, що саме на митні органи покладається обов'язок реалізації митної політики, розглянемо їх правовий статус більш детально.

Для реалізації функцій, покладених на митницю, необхідне здійснення митного контролю та митного оформлення товарів та транспортних засобів, які переміщуються через митний кордон України суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності. Митні органи здійснюють взаємодію з підприємствами в таких основних напрямках:

1. Організують проведення контролю за додержанням законодавства України у сфері митно-тарифної справи.
2. Сприяють захисту інтелектуальної власності учасників зовнішньо-економічних зв'язків, інших юридичних та фізичних осіб.
3. Застосовують заходи тарифного та нетарифного регулювання процесів при переміщенні товарів через митний кордон України.
4. Здійснюють митний контроль та митне оформлення товарів і транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України.
5. Здійснюють комплексний контроль спільно із Національним банком, дотримання правил переміщення валютних цінностей через митний кордон України [7].
6. Створюють сприятливі умови для прискорення товарообігу та пасажиропотоку через митний кордон України.
7. Надають інформаційно-аналітичні послуги.
8. Здійснюють верифікацію (установлення достовірності) сертифікатів походження товарів з України.

Митним кодексом України законодавчо визначені принципи митного регулювання, якими керуються митні органи. Так, згідно зі ст. 4 МК України [8], митне регулювання здійснюється на основі принципів: виключної юрисдикції України на її митній території, виключної компетенції митних органів України щодо здійснення митної справи, законності, єдиного порядку переміщення товарів і транспортних засобів через митний кордон України, системності, ефективності, додержання прав та гарантованих законом інтересів фізичних та юридичних осіб, гласності та прозорості.

До того ж такі принципи митного регулювання, як законність, системність, ефективність, додержання прав та інтересів фізичних та юридичних осіб, що охороняються законом, гласність та прозорість, є конституційними загальноправовими принципами діяльності будь-якого органу державного управління, тому вони також є принципами діяльності митної служби за всіма напрямками, у тому числі за напрямом взаємодії з підприємствами.

Державне регулювання діяльності митних органів в Україні здійснюється вищими органами державної влади України на основі прийнятих законів та інших нормативних актів. Митні органи України не мають права проводити оперативно-розшукові дії і не належать до правоохоронних. Це питання є вельми дискусійним, що з'ясувалося при прийнятті нового МК України [8]. На погляд автора, митні органи стовідсотково можуть бути віднесені до правоохоронних органів.

Здійснення митної політики України відповідно до законів України та координація діяльності міністерств, державних комітетів та відомств України з питань митної справи забезпечується Кабінетом Міністрів України [8]. До того ж КМ України встановлює розміри мита та зборів, плати за митні процедури, проводить переговори та укладає міжнародні договори України з митних питань у випадках, передбачених законами України, подає на розгляд Верховної Ради України пропозиції щодо вдосконалення системи митних органів України.

Державна митна служба України в межах своїх повноважень має право видавати накази та організувати і контролювати їх виконання. Нормативно-правові акти Держмитслужби України та її спільні акти з іншими центральними та місцевими органами виконавчої влади, які зачіпають права, свободи й законні інтереси громадян або мають міжвідомчий характер, містять правові норми, розраховані на невизначене коло осіб, підприємств, установ, організацій і неодноразове застосування, незалежно від терміну їх дії та характеру відомостей, що в них містяться, у тому числі з грифами "Для службового користування", "Не для друку", "Таємно" та іншими, а також підлягають державній реєстрації в Міністерстві юстиції України на підставі Постанови Кабінету Міністрів України "Про затвердження Положення про державну реєстрацію нормативно-правових актів міністерств та інших органів виконавчої влади" від 28 грудня 1992 року [5]. Зареєстровані в установленому порядку нормативні акти Держмитслужби України є обов'язковими для виконання центральними та місцевими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, підприємствами, установами та організаціями всіх форм власності, а також громадянами.

З огляду на те, що збільшується кількість суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а відповідно й обсяги зовнішньоторговельних операцій, виникають суперечливі ситуації між митними органами та суб'єктами господарювання особливо щодо митного оподаткування. Розв'язання даних проблем, серед яких особливе місце посідають питання визначення митної вартості чи класифікації товарів відповідно до товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності, можливе тільки за умови проведення кваліфікованої експертизи переміщуваних товарів, що матиме місце тільки при створенні розгалуженої системи митних лабораторій.

Комплекс напрямів і засобів розв'язання цих проблем спрямований на вдосконалення організаційних і управлінських механізмів взаємодії митних органів на всьому маршруті руху товарів. На першому етапі формування митної системи в Україні основними органами в ній були зовнішні митниці, на другому – підвищується значення внутрішніх митниць. Нинішній етап розвитку митної системи України потребує створення ще однієї ланки в цьому ланцюгу – мобільних митних груп. Основна



мета їх створення – це митний контроль на етапі проходження вантажу між зовнішньою та внутрішньою митницею. Це надасть можливість не тільки розв'язувати проблеми порушення митних правил, а й забезпечити ефективну роботу митних органів у боротьбі з контрабандою.

Наук. керівн. Жирнова К. О.

Література: 1. Бандурка О. М. Управління в органах внутрішніх справ України : підручник / О. М. Бандурка. – Х. : Ун-т внутр. справ, 1998. – 480 с. 2. Адміністративне право України : підручник для юрид. вузів і фак. / Ю. П. Битяк, В. В. Богущий, В. М. Гарашук та ін. ; за ред. Ю. П. Битяка. – Х. : Право, 2000. – 520 с. 3. Настюк В. Я. Норми митного права теорія і практика застосування / Настюк В. Я. – Х., 2003. – 215 с. 4. Про Державну митну службу України Указ Президента України : в редакції Указу № 216/98 від 23.03.98 із змінами, внесеними згідно з Указами Президента станом від 30.03.2006 N 272/2006 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 5. Офіційний сайт Державної митної служби України. – Режим доступу : <http://www.customs.gov.ua>. 6. Правник. Інфо. Юридичний радник, юридичний словник, юриспруденція, юрисконсульт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pravnyk.info/>. 7. Митна справа : навч. посібн. для студ. вищ. навч. закл. : у 3-х т. Т. 1 / за ред. А. Д. Войцещука. – К. : ТОВ "ВД "Мануфактура", 2006. – 408 с. 8. Митний кодекс України: із змінами станом на 14 лютого 2011 р. – К. : Алерта, 2011. – 140 с. 9. Конституція України : прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. : із змінами станом на 10 лип. 2007 р. / М-во юстиції України ; Офіц. вид. – К. : Ін Юре, 2007. – 134 с.

Котляревская К. Ю.

УДК 331.108.644

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

УВОЛЬНЕНИЕ ЗА АМОРАЛЬНЫЙ ПРОСТУПОК

Анотация. Рассмотрены термин "аморальный проступок", юридические основания для увольнения работников, проведен анализ данного аспекта в Кодексе законов о труде Украины и Трудовом кодексе Российской Федерации.

Анотація. Розглянуто термін "аморальний проступок", юридичні підстави для звільнення працівників, проведено аналіз даного аспекту в Кодексі законів про працю України та Трудовому кодексі Російської Федерації.

Annotation. The term "immoral offense", the legal grounds for dismissal of employees and this aspect are analyzed in the Labor Code of Ukraine and the Labor Code of the Russian Federation.

Ключевые слова: аморальный проступок, увольнение, воспитательная функция, моральные устои.

"Что такое аморальный проступок и кто может его совершить?" – не каждый работодатель даст ответ на этот вопрос. В Кодексе законов о труде (далее – КЗоТ) нет разъяснений, что считать аморальным проступком, поэтому зачастую это специфическое основание для увольнения руководители применяют неправильно, а работники, уволенные по данной мотивации, выигрывают трудовые споры в судах, что делает данную тему публикации крайне актуальной на сегодняшний день. Целью данной статьи является детальное изучение вопросов, связанных с увольнением работников за аморальный проступок, а также конкретизация оснований, по которым правомерно определять проступок как аморальный.

Толковый словарь русского языка Ожегова С. И. под понятием "аморальный" понимает деяние индивида, не удовлетворяющее высоким стандартам и ожиданиям окружающего его социума, а также противоречащее его внутренней сущности и не отвечающее его восприятию окружающего мира, не представляющее гармонично развитое начало, способствующее развитию человеческой личности в любви к ближнему своему, доброте и благочестивости намерений, как внутренней сущности, так и деяние, не выраженное в форме определенного поступка, ибо сие и не есть конечная цель данного потеряннного индивида [1]. Изучением данного понятия занимались такие ученые, как Керне И. Б., Паттерсон Р. М. и др. Аморальный проступок – это виновное действие или бездействие, которое нарушает основные моральные нормы общества и противоречит содержанию трудовой

функции и тем самым дискредитирует служебно-воспитательные, должностные полномочия соответствующего круга лиц [2].

При определении правомерности увольнения по этому основанию возникают три вопроса:

1. Относится ли работник к кругу лиц, выполняющих воспитательные функции?

2. Совершил ли он деяние, которое является "аморальным проступком, несовместимым с продолжением данной работы"?

3. Соблюден ли порядок увольнения?

В КЗоТ отсутствует круг лиц, которые подлежат увольнению за аморальный проступок.

Однако следует заметить, что подлежать увольнению по данному основанию могут только те работники, для которых выполнение воспитательной функции является основным средством работы, поскольку работа по воспитанию подрастающего поколения требует не только высокой квалификации и трудоспособности, но и высокого морального и адекватного поведения в коллективе и в быту.

Хотя процесс воспитания происходит не только в сфере образования, но и на производстве, в уголовно-исполнительной системе, данное основание увольнения все же сфокусировано на работах образовательных учреждений. Это логично, так как именно их влияние на формирование личности воспитанников и обучающихся наиболее существенно значимо, а их личное поведение и моральный облик служат образцом для подражания.

Расторжение трудового договора за аморальный проступок может последовать, в частности, за появление в общественных местах в нетрезвом состоянии, оскорбляющем человеческое достоинство и общественную нравственность, за вовлечение несовершеннолетних в пьянство. Если виновные действия, дающие основание для утраты доверия, либо аморальный проступок совершены работником по месту работы и в связи с исполнением им трудовых обязанностей, то такой работник может быть уволен с работы при условии соблюдения порядка применения дисциплинарных взысканий. В то же время нельзя уволить за аморальный проступок школьных уборщиц, завхозов, слесарей, бухгалтеров – работников, трудовые обязанности которых не связаны с воспитанием. При увольнении необходимо убедиться, что воспитательная функция, предусмотренная трудовым договором, является основной трудовой функцией.

С одной стороны, отсутствие в законе конкретики – перечня аморальных проступков или критериев отнесения деяний к таковым – затрудняет понимание и применение рассматриваемого основания расторжения трудового договора, делает аморальность оценочным понятием. С другой стороны, закрепить в законодательстве исчерпывающий перечень просто невозможно, так как очень сложно уравнивать моральные устои различных слоев населения. То, что непростительно для педагога в какой-нибудь элитной гимназии, может оказаться совершенно оправданным педагогическими мерами в спецшколе для трудных подростков.

Также право должно отражать существующие моральные устои, быть социальным регулятором поведения членов общества. Но каждое общество имеет свои представления о нравственности. Важную роль играют религия, обычаи, традиции. Неоспоримым является тот факт, что нередко то, что несколько лет назад казалось недопустимым, сегодня воспринимается вполне адекватно.

Факт совершения работником аморального проступка должен быть документально подтвержден. Для этого необходимо провести служебное расследование. Основанием для его проведения может служить служебная записка непосредственного руководителя работника, жалоба учащихся, сообщение правоохранительных органов и т. п. Работник должен дать письменное объяснение случившегося. Выводы, основанные на результатах расследования (иных аналогичных документах), должны убедительно указывать на несовместимость совершения работником аморального проступка с продолжением им прежней работы.

При этом, оформляя увольнение за аморальный проступок, работодатель должен учитывать обстоятельства его совершения, степень тяжести, а также то, совершались ли ранее данным работником подобные проступки. Как правило, принимая решение об увольнении, работодатель учитывает производственную характеристику работника, мнение коллег и подопечных. Об увольнении работника работодателем издается соответствующий приказ (распоряжение), на основании которого производится оформление иных необходимых документов. Увольнение на основании слухов, общей оценки поведения, а также неконкретных или недостаточно проверенных фактов, недопустимо.

Не могут быть уволены согласно п. 3 ст. 41 КЗоТ руководители всех рангов, кроме руководителей учебно-воспитательных заведений, которые самостоятельно исполняют функции в учебном процессе. Увольнение по данному пункту не является мерой дисциплинарного взыскания, и поэтому требования ст. 148 и ст. 149 КЗоТ о сроке и порядке применения дисциплинарного взыскания на него не распространяются. Однако при решении вопроса об увольнении работника должно приниматься во внимание время, которое прошло с момента совершения аморального поступка, и другие конкретные обстоятельства, имеющие значение. Расторжение трудового договора по основаниям, предусмотренным п. 3 ст. 41 КЗоТ, может быть проведено только по предварительному согласию выборного органа (профсоюзного представителя) первичной профсоюзной организации, членом которой является работник (ст. 43 КЗоТ) [3].

Таким образом, аморальный проступок – это действия, которые нарушают нормы морали и нравственности, противоречат общепринятым представлениям о разумном и достойном поведении. Аморальными проступками признаются как незаконные действия (воровство, насилие, оскорбление, хулиганство), так и просто порицаемые обществом (например, чрезмерное употребление спиртных напитков, грубость по отношению к другим, недостойное поведение в быту). Каждый



работник должен знать свои права и обязанности; внимательно изучать основания, выдвинутые в его адрес работодателем для увольнения и, при необходимости, отстаивать свои права, обращаясь в суд, и опровергать информацию, если она является неправдивой и наносит вред его репутации.

Научн. рук. Быба Н. Н.

Литература: 1. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ozhegov.ru/>. 2. Гончарова Г. С. Трудовое право Украины в вопросах и ответах : учебно-справочное пособие / Гончарова Г. С., Жернаков В. В., Прилипко С. М. ; под ред. В. В. Жернакова. – Х. : "Одиссей", 2010. – 280 с. 3. Кодекс Законов о труде Украины. – К. : Изд. Цапко Д. М., 2008.–168 с.

Беженарь О. А.

УДК [005.956.2:349.2] (477)

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРОЦЕССА ВЫСВОБОЖДЕНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ СОГЛАСНО ПРОЕКТУ ТРУДОВОГО КОДЕКСА УКРАИНЫ

Аннотация. Рассмотрены нормативно-правовые нормы, регулирующие процесс высвобождения и увольнения персонала на предприятии на основе действующего Кодекса законов о труде и проекта Трудового кодекса, проведен их сравнительный анализ с последующими рекомендациями.

Анотація. Розглянуто нормативно-правові норми, що регулюють процес вивільнення та звільнення персоналу на підприємстві відповідно до чинного Кодексу законів про працю та проекту Трудового кодексу, проведено їх порівняльний аналіз з подальшими рекомендаціями.

Annotation. The legal and regulatory rules governing the process of release and dismissal of staff in the company according to the Labour Code and the draft of the labour code have been examined, conducted and a comparative analysis and subsequent recommendations have been care made.

Ключевые слова: Кодекс законов о труде, проект Трудового кодекса Украины, высвобождение персонала, увольнение, основания для увольнения.

С учетом ухудшения финансового положения многих предприятий процесс высвобождения персонала является болезненным, поэтому для них важно осуществить данный процесс с минимальными затратами и без последующих разбирательств в суде. Этот факт и обуславливает актуальность вопроса высвобождения и увольнения персонала с предприятия.

Целью данной статьи является исследование проблемы высвобождения персонала по действующему законодательству и по проекту Законов о труде, их сравнительно-правовой анализ и предложения пути их решения.

Осуществление процедуры высвобождения должно быть в строгой последовательности и в соответствии с требованиями трудового законодательства.

Поскольку сокращение штата используется для комплектации предприятия наиболее квалифицированными кадрами, администрация вправе в рамках однородных должностей осуществлять перегруппировку работников и переводить более квалифицированного из них, должность которого сокращается, на другую должность, уволив с нее по указанным основаниям менее квалифицированного работника [1, с. 372].

Стоит учитывать и те обстоятельства, что неоправданные высвобождения снижают продуктивность труда, вызывают снижение интереса к работе ("внутреннее увольнение"), отсутствие во время работы на рабочем месте, увольнение по собственной инициативе, дополнительные затраты, например наем нового сотрудника. Поэтому каждое высвобождение должно быть всесторонне обоснованным [1, с. 373].

© Беженарь О. А., 2012



Для осуществления процедуры сокращения штата работников собственник или уполномоченный им орган должен совершить ряд определенных действий, предусмотренных Кодексом законов о труде (далее по тексту КЗот), а именно:

не позднее чем за два месяца издать приказ о сокращении штата работников. Этим же приказом вносятся соответствующие изменения в действующее штатное расписание;

не позднее чем за два месяца персонально (под роспись) предупредить работника (или работников) о предстоящем увольнении, одновременно предложив ему другую работу на том же предприятии, в учреждении, организации по его специальности или профессии, если у собственника такая возможность имеется.

Основаниями прекращения трудового договора являются:

соглашение сторон;

расторжение трудового договора по инициативе работника, по инициативе собственника или уполномоченного им органа или по требованию профсоюзного или иного уполномоченного на представительство трудовым коллективом органа;

основания, предусмотренные контрактом [2, с. 19–20].

Трудовой договор, заключенный на неопределенный срок, а также срочный трудовой договор до истечения срока его действия могут быть расторгнуты собственником или уполномоченным им органом в случаях:

изменений в организации производства и труда, в том числе ликвидации, реорганизации, банкротства или перепрофилирования предприятия, учреждения, организации, сокращения численности или штата работников;

выявленного несоответствия работника занимаемой должности или выполняемой работе вследствие недостаточной квалификации или состояния здоровья, которые препятствуют продолжению данной работы, а также в случае отказа в предоставлении допуска к государственной тайне или если исполнение возложенных на него обязанностей требует доступа к государственной тайне;

систематического неисполнения работником без уважительных причин обязанностей, возложенных на него трудовым договором или правилами внутреннего трудового распорядка, если к работнику ранее применялись меры дисциплинарного или общественного взыскания;

прогула (в том числе отсутствия на работе более трех часов в течение рабочего дня) без уважительных причин;

появления на работе в нетрезвом состоянии, в состоянии наркотического или токсического опьянения;

совершения по месту работы хищения (в том числе мелкого) имущества собственника, установленного приговором суда, вступившим в законную силу, или постановлением органа, в компетенцию которого входит наложение административного взыскания или применение мер общественного воздействия и т. д. [2, с. 24].

На увольнение работника требуется согласие профсоюзного органа. Профсоюзные органы проверяют следующие обстоятельства: действительно ли имеет место сокращение численности штата; продиктовано ли увольнение данного работника интересами производства; учтено ли преимущественное право работника быть оставленным на работе наряду с другими работниками равной с ним квалификации; действительно ли администрация не имеет возможности перевести увольняемого работника на другую работу; имел ли место отказ работника от предложений о трудоустройстве.

Основные различия проекта нового Трудового кодекса Украины и действующего законодательства о труде представлены в таблице [2; 3].

Таблица

Различия проекта нового Трудового кодекса Украины и действующего законодательства о труде

Действующее законодательство о труде	Проект нового Трудового кодекса
1	2
Данная норма отсутствует	Запрещается увольнять в связи с достижением пенсионного возраста
Работодатель обязан предупреждать об увольнении и об изменении размера заработной платы за 2 месяца	Разрешено руководителям малых предприятий предупреждать об увольнении за две недели, а об изменении заработной платы за один месяц
Ранее данные причины увольнения не были предусмотрены	В дополнение к действующим причинам увольнения разработаны следующие: грубое нарушение правила техники безопасности; хищение, утрата доверия и растрата; разглашение государственной или коммерческой тайны; невозможность выполнять работу по состоянию здоровья; недостаточная квалификация для занимаемой должности; потеря права на управление автомобилем или другого разрешения, необходимого для выполнения работы; уклонение от медосмотра или профилактических прививок

1	2
Срока согласования со стороны профессионального союза нет	Процедура согласования с профессиональными союзами увольнения наемных работников требует письменного оформления и передачи работодателю юридической позиции профессионального союза в течение одного дня
Работодатель или его представитель не имеет права присутствовать на заседании профессионального союза	Работодатель или его представитель имеет право присутствовать на заседании профессионального союза, которое рассматривает вопросы согласования увольнения работника

В проекте Трудового кодекса предусмотрены следующие дополнительные причины, позволяющие работодателю уволить работника:

грубое нарушение правила техники безопасности, если это привело или могло привести к несчастным случаям – данная законодательно установленная мера позволит дисциплинировать работников, обяжет соблюдать все меры предосторожности и выполнять требования, прописанные в инструкциях и остальных документах. Благодаря данной императивной правовой норме, для работников уменьшается вероятность получения производственных травм, а для работодателя – необходимость выплачивать денежные компенсации;

хищение, утрата доверия и растрата. Применяется в основном к материально ответственным лицам и руководителям подразделений. В данном случае можно не согласиться с тем, что утрата доверия – это причина для увольнения. Если хищение и растрату можно доказать, то доказать причину утраты доверия руководством сложно. Это позволит работодателю по любой субъективной причине уволить сотрудника, тем самым ущемляя права работника;

разглашение государственной или коммерческой тайны, в том числе оглашения размера своей зарплаты или заработка на предприятии, но при условии, если работник давал подписку о неразглашении. На сегодняшний день растет стоимость ноу-хау и конфиденциальной информации. Защита такой информации важна для предприятия, и проводятся всякие мероприятия, направленные на защиту от разглашения ценной для предприятия информации;

невозможность выполнять работу по состоянию здоровья. Данная мера правомерна, так как направлена на социальную защиту общества в целом. Данная норма должна применяться в основном к работникам, которые в рамках своей профессиональной деятельности вынуждены всегда общаться с другими людьми, например, продавцы, воспитатели детских садов и т. д.;

недостаточная квалификация, что подтверждается результатами аттестации и другими доказательствами. Безусловно, персонал каждого без исключения предприятия должен перманентно развиваться, повышать свой уровень квалификации, чтобы быть на одном уровне с научно-техническим прогрессом, но все же данная мера, по мнению автора, должна носить не императивный, а диспозитивный характер и применяться в крайних случаях. Доказать, что уровень квалификации работника не соответствует занимаемой должности, для работодателя не составит труда. Применяя данную меру, работодатель может без особых усилий уволить сотрудника по субъективным причинам;

потеря права на управление автомобилем или другого разрешения, необходимого для выполнения работы. При этом работнику обязаны заблаговременно предложить переквалифицироваться либо же занять другую должность, требующую более низкой квалификации. Данная мера является справедливой, так как в дальнейшем такая выполняемая работа будет противоречить действующему законодательству Украины. При этом работник защищен от неизбежного увольнения – ему обязаны будут предложить другую должность;

уклонение от медосмотра или профилактических прививок, если они предусмотрены, так как такой отказ несет потенциальную угрозу коллективу предприятия и, как следствие, угрозу общественному здоровью. Данная мера должна носить исключительно диспозитивный характер и применяться непосредственно к тем работникам, которые постоянно взаимодействуют с другими людьми.

Предусмотрен запрет на увольнение работника в связи с достижением пенсионного возраста, что значительно осложняет решение проблемы безработицы среди молодежи, так как рабочие места не будут освобождаться в полной мере. Данная мера применима в тех случаях, если молодые специалисты без труда находят для себя работу по окончании учебного заведения. В Украине же на одно рабочее место приходится около 70 молодых претендентов, поэтому пока данная мера только усугубит проблему безработицы среди молодежи и не принесет положительных результатов.

Руководители малых предприятий смогут предупреждать об увольнении за две недели, когда в действующем Кодексе данный срок составляет два месяца. Данная мера усложняет подготовку и непосредственно осуществление процесса высвобождения персонала, ведь в течение такого незначительного промежутка времени сложно найти новую работу уволенному сотруднику. Такие же последствия влечет за собой и пункт, оговаривающий, что об изменении заработной платы работники мелких фирм смогут узнать только за один месяц. Если в данном случае размер новой заработной платы не будет устраивать работника и он примет решение об увольнении по собственному желанию, оптимально осуществить процесс его увольнения с сохранением лояльности данного работника к предприятию сложно.

При увольнении работников по причине сокращения штата в течение двух месяцев с момента предупреждения о предстоящем увольнении сотруднику предоставляется свободное от работы

время с сохранением заработной платы для поиска работы – до одного рабочего дня в неделю. Данная мера позволяет наиболее оптимально осуществить процесс высвобождения персонала, поддерживая с ним деловые отношения и с сохранением лояльности уволенного сотрудника к бывшему предприятию – работодателю.

В проекте Трудового кодекса учтено, что представителю работодателя дается право присутствовать на заседании профкома, которое рассматривает вопросы согласования увольнения работников, что противоречит принципу независимости профсоюзов и неподконтрольности их работодателю.

Определены сроки процедуры согласования с профессиональными союзами увольнения наемных работников, которая требует письменного оформления и передачи работодателю юридической позиции профессионального союза в течение одного дня, что, как отмечают в профессиональных союзах, на практике невозможно сделать. Кроме того, если в действующем законодательстве решения комиссии по трудовым спорам принимались путем голосования большинства, то в проекте предусмотрено, что решения должны приниматься исключительно единогласно. Таким образом, любое решение всегда может быть заблокировано работодателем.

Вводится запрет работодателю требовать увольнения по собственному желанию путем угроз, насилия, обмана и т. п. Для соблюдения работодателем данной нормы необходимо предусмотреть соответствующий механизм контроля, чтобы уравновесить права работника и работодателя.

Говорить о том, какой законодательный акт лучше – действующий КЗоТ или проект Трудового кодекса – в вопросе высвобождения персонала однозначно сказать нельзя. Учитывая то, что внесенные изменения взяты из лучших законодательных проектов о труде развитых стран, они справедливы и эффективны, но не для Украины. Необходимо учитывать особенности экономического и социального развития Украины, чтобы перенять опыт других стран, который мог бы принести пользу и нашей стране. Несправедливым и неправильным является практически полное ограничение прав профсоюзов. Негативным является то, что на малых предприятиях работодатель может предупреждать работника о предстоящем увольнении за две недели. На сегодняшний день, когда безработица среди молодежи носит уже катастрофический характер, запрет увольнения работников по причине достижения им пенсионного возраста является ошибочным, так как еще более усугубит безработицу среди молодежи. Но важно отметить и положительные стороны проекта, например ужесточение правил безопасности, а также предоставление работнику, которого собираются уволить, времени на поиск новой работы. Важно отметить, что с принятием проекта Трудового кодекса работник становится не в полной мере защищенным со стороны законодательства, а работодателю, в свою очередь, стало намного проще уволить работника и по каким-либо субъективным причинам. Баланс прав между наемным работником и работодателем существенно нарушен. Проект нуждается в доработке, необходимо выбрать те правовые нормы, которые свойственны нашему обществу, а не слепо копировать чужой опыт.

Научн. рук. Быба Н. Н.

Литература: 1. Балабанова Л. В. Організація праці менеджера : підручник / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К. : Професіонал, 2007. – 416 с. 2. Кодекс законів о труде України. – Х. : ООО "Одиссей", 2008. – 144 с. 3. Проект Трудового кодекса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://gallery22.ucoz.ua/blog/proekt_trudovogo_kodeksa/2011-07-02-80.

УДК 005.963(477)

Федчук І. Г.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

СТАН РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто стан розвитку персоналу на підприємствах України, методи професійного та соціального розвитку персоналу, його недоліки і наслідки.

Аннотация. Рассмотрены состояние развития персонала на предприятиях Украины, методы профессионального и социального развития персонала, его недостатки и последствия.

© Федчук І. Г., 2012



Annotation. The state personnel development in Ukraine, the methods of professional and social development staff, its drawbacks and consequences have been considered.

Ключові слова: розвиток персоналу, соціальний розвиток персоналу, професійний розвиток персоналу, методи розвитку персоналу.

Ефективне функціонування будь-якої організації, насамперед, визначається ступенем розвитку її персоналу. В умовах сучасного швидкого старіння теоретичних знань, умінь та практичних навичок спроможність організації постійно підвищувати фаховий рівень своїх працівників є одним із найважливіших факторів забезпечення конкурентоспроможності її на ринку, оновлення і зростання обсягів виробництва товарів чи надання послуг [1].

Як економічна категорія "розвиток персоналу" – це цілеспрямований комплекс інформаційних, освітніх та прив'язаних до конкретних робочих місць елементів, які сприяють підвищенню кваліфікації працівників даного підприємства відповідно до завдань розвитку самого підприємства і потенціалу та нахилів співробітників [2].

Проблемою розвитку персоналу на підприємствах України є недосконалість системи розвитку персоналу, недостатнє фінансування заходів, що сприяють розвитку персоналу і, насамперед, небажання працедавців брати участь у розвитку персоналу.

Метою даної статті є виявлення рівня використання заходів з розвитку персоналу в Україні та визначення методів розвитку персоналу, що можуть застосовуватися на підприємствах.

Основна мета розвитку персоналу – забезпечення організації добре інформованими і мотивованими працівниками відповідно до стратегії і цілей організації, здатними забезпечити, у свою чергу, вирішення завдань, поставлених перед підприємством [3].

Розвиток персоналу включає в себе два різновиди: професійний та соціальний розвиток персоналу, що знаходяться у тісному взаємозв'язку між собою.

Соціальний розвиток персоналу організації означає зміни на краще у його соціальному середовищі – у тих матеріальних, суспільних і духовно-моральних умовах, у яких працівники організації працюють, разом із сім'ями живуть та в яких відбувається розподіл і споживання благ, складаються об'єктивні зв'язки між особистостями, знаходять вираження їх морально-етичні цінності [4].

Професійний розвиток персоналу – це цілеспрямований і систематичний вплив на працівників за допомогою професійного навчання протягом їх трудової діяльності в організації з метою досягнення високої ефективності виробництва чи наданих послуг, підвищення конкурентоспроможності персоналу на ринку праці, забезпечення виконання працівниками нових більш складних завдань на основі максимально можливого використання їхніх здібностей та потенційних можливостей [1].

З огляду на сучасний економічний стан України можна зробити висновок про те, що роботодавці виплачують заробітну плату працівникам і вважають, що цього достатньо, але слід врахувати і той фактор, що працівникам потрібно надавати можливість для розвитку, як професійного, так і особистого, що в результаті створює позитивний ефект підприємству. Наприклад, надання працівникам можливості професійного розвитку може привести до підвищення працездатності працівників, зменшення трудомісткості продукції, зниження витрат часу та грошових засобів на виготовлення продукції та ін.; при наданні можливості соціального розвитку забезпечується зацікавленість працівників працювати саме на цьому підприємстві, зменшення конфліктів, згуртованість працівників та ін.

Роботодавцями можуть застосовуватись різні методи розвитку персоналу, як соціального, так і професійного: лекції, розгляд практичних ситуацій, ділові та рольові ігри, тренінги, дискусії, відкрите (дистанційне) навчання [5].

Звичайно, ці методи потребують грошових витрат та можуть здійснюватись лише за межами підприємства, але вони надають працівникам можливість здобути нові знання у напрямку своєї трудової діяльності, навчитися систематизувати їх та при необхідності використовувати.

На думку автора, можна запропонувати перелік таких методів навчання, що можуть застосовуватись без відриву від виробництва та не потребують значних вкладень коштів на їх здійснення: наставництво, інструктаж, делегування обов'язків, метод ускладнюючих завдань, ротація, копіювання методів вирішення завдань.

Ці методи також достатньо ефективні у використанні їх працівниками та потребують набагато менше грошових витрат, ніж методи розвитку персоналу з відривом від виробництва, тому що працівник має можливість на робочому місці отримати знання і одразу використати їх на практиці.

На підприємствах найчастіше комбінують методи розвитку персоналу, які здійснюються з відривом від виробництва, з тими, які здійснюються без відриву від виробництва, що приносить позитивний результат для підприємства та допомагає зменшити грошові витрати на професійний та соціальний розвиток персоналу.

У наш час існує велика проблема в забезпеченні розвитку персоналу, оскільки здобути знання у навчальних закладах або на тренінгах не адаптовані до нашого суспільства, тому відтворення знань часто буває неможливим на підприємствах України. Також роботодавці не виявляють бажання сприяти розвитку персоналу через те, що персонал починає по-іншому оцінювати свої можливості і свій внесок у розвиток підприємства; стає складніше управляти таким

персоналом, він вимагає розробки добре продуманої системи мотивації, постійної наявності перед ним завдань, що вимагають творчого підходу, використання всієї його кваліфікації тощо; працівники висувують підвищені вимоги до керівництва організації, бажання працювати з кваліфікованим персоналом.

Наук. керівн. Кожанова Є. П.

Література: 1. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу : навч. посібн. / Савченко В. А. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с. 2. Том Н. Развитие персонала как инструмент управления предприятием / Том Н. // Проблемы теории и практики управления. – 1993. – № 2. – С. 71. 3. Развитие персонала: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.infodirektor.ru/kadrovaaya-politika/tazvitie-personala-problemi-i-perspektivi/>. 4. Управление персоналом организации : учебник / под ред. А. Я. Кибанова. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 678 с. 5. Гавкалова Н. Л. Менеджмент персонала : учебн. пособ. / Гавкалова Н. Л., Маркова Н. С. – 2-е изд., перераб. и доп. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2009. – 296 с.

УДК 339.944:346.3

Овечкина О. А.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТНК СНОВА АКТУАЛЬНО

Аннотация. Рассмотрено правовое регулирование деятельности транснациональных корпораций.

Анотація. Розглянуто правові засади діяльності транснаціональних корпорацій.

Annotation. The legal regulation of transnational corporations has been described.

Ключевые слова: транснациональная корпорация, Кодекс поведения транснациональных корпораций.

В начале XXI века, благодаря интернационализации производства и капитала на основе развития производственных сил, значение геоэкономических границ снижается с каждым днем. Как следствие, достижения НТП быстрее распространяются от экономически развитых стран к развивающимся, создаются новые рабочие места и квалификация рабочей силы повышается.

Но наряду с вышеперечисленными положительными сторонами интернационализации растет ее негативное влияние, в частности, на экономики развивающихся стран. Транснациональные корпорации (далее – ТНК), могущество которых растет из года в год, подавляют как национальное производство развивающихся стран, так и человеческие права отдельных граждан.

Целью данной статьи является обоснование необходимости регулирования деятельности ТНК.

Для реализации данной цели поставлены следующие задачи:

изучение понятия ТНК и их особенностей в правовом аспекте;

анализ положительных и отрицательных последствий деятельности ТНК;

анализ существующих правовых документов, регулирующих деятельность ТНК.

Данную проблему в своих трудах исследовали такие авторы, как Вельяминов Г. М., Любецкий В. В., Поляков В. В., Щенин Р. К., Зорин С. Ф. и др.

Однако вопрос о необходимости регулирования ТНК остается открытым.

В проекте Кодекса поведения ТНК, разрабатывавшегося в ООН в течение нескольких десятилетий, ТНК определяется как "предприятие, будь то государственное, частное смешанное, имеющее отделения в двух и более странах, независимо от юридической формы и области деятельности этих отделений, которое функционирует в соответствии с определенной системой принятия решений, позволяющей проводить согласованную политику и общую стратегию через один



и более центров по принятию решений, и в рамках которого отделения таким образом связаны между собой, будь то отношениями собственности или иными отношениями, что одно или несколько из них могут оказывать (оказывают) значительное влияние на деятельность других и, в частности, пользоваться общими знаниями и ресурсами и разделять ответственность с другими" [1].

Для отнесения корпораций к транснациональным обычно применяют следующие критерии: число стран, в которых действует корпорация (не менее пяти);

число стран, в которых размещены производственные мощности корпорации (не менее трех);

лидирующие позиции на ключевом рынке;

доля иностранных операций в доходах или продажах корпорации (не менее четверти);

интернациональный состав персонала и высшего руководства корпорации [2].

В правовом аспекте особенностью ТНК является, во-первых, то, что формально это предприятие, подпадающее, как и его соответствующие подконтрольные центру зарубежные отделения, под национальную юрисдикцию соответствующих стран. Фактически же ТНК – мультинациональное, трансграничное предприятие.

Во-вторых, зарубежные отделения ТНК, его дочерние общества, находясь под юрисдикцией принимающего государства, зарегистрированы в нем и формально являются предприятиями данного принимающего государства, фактически для него – иностранные, ибо их зависимость от зарубежного головного комплекса ТНК значительно сильнее и существеннее, чем от принимающего государства.

Наконец, в-третьих, особенностью ТНК является и то, что во многих случаях, обычно через головное, материнское предприятие, ТНК ведет деловые операции непосредственно с принимающими государствами, потенциально принимающими, просто с государствами, как с деловыми партнерами [1].

Транснациональные корпорации в своем развитии прошли несколько этапов. Говоря кратко, об эволюции ТНК можно сказать, что первое поколение ТНК (с периода их зарождения в конце XIX в. до начала Первой мировой войны 1914 – 1918 гг.) занималось в основном разработкой и добычей сырьевых ресурсов в колониальных странах Азии, Африки, Латинской Америки, а также их переработкой в странах – владельцах колоний. В начале XXI в. в условиях ускоряющихся процессов региональной экономической интеграции ТНК появляются и начинают целенаправленно развиваться. Для ТНК нового поколения присуща опора на современную науку и инновационный бизнес, что делает их главными генераторами научных идей и концепций [3].

Примером ТНК могут служить: "Дженерал моторс", "Дженерал Электрик", "Форд", "Ройал Датч Шелл", "Бритиш Петролеум", "Нестле", "Фпс", "Митцуи", "Мицубиши", "Микрософт", "Юнилевер" и многие другие.

По оценкам ООН в категорию ТНК включаются до 45 тысяч головных (материнских) корпораций и 280 тысяч их зарубежных отделений. Транснациональные корпорации производят $\frac{1}{4}$ мирового ВВП и $\frac{1}{2}$ мирового промышленного производства, им принадлежит $\frac{1}{5}$ патентов и лицензий на новую технику, технологии и "ноу-хау". Объем продаж зарубежных филиалов ТНК и других компаний превысил в конце XX в. 11 трлн долларов, а их экспорт приблизился к 2,5 трлн долларов, что составило около $\frac{1}{2}$ мировой торговли. Если же к этому прибавить торговлю в рамках ТНК и связанную с ними торговлю с независимыми компаниями, то получится примерно $\frac{2}{3}$ мировой торговли [4]. При этом до половины всех ТНК базируются в трех государствах: США (около 25 %), Великобритании и Японии (примерно по 12 – 13 %) [1].

Все отмеченные особенности, не говоря о фактической гигантской материальной мощи, служат неким предлогом, чтобы рассматривать ТНК не просто в качестве обыкновенного коммерческого предприятия, но особого рода международного образования – равного если не юридически, то фактически по мощи самим государствам. А отсюда и вроде бы логическое основание для того, чтобы признать "равенство" и юридически, то есть признать ТНК субъектами международного права с той или иной степенью правоспособности (правосубъектности).

Фактически единственную цель приобретения ТНК международно-правового статуса с очевидностью можно видеть лишь в стремлении вывести ТНК из-под национальной юрисдикции, придав им международно-правовой иммунитет от гражданско-правовых судебных притязаний на национальном уровне.

Вопреки этому, говоря о наделении ТНК международной правосубъектностью, следует отметить, что включение ТНК в "состав" субъектов международного права принципиально порочно, ибо открывает шлюзы для размывания самого понятия и сущности международного права. Логически, если предоставлять международную правосубъектность для ТНК, почему тогда не предоставлять ее и для иных национальных предприятий, возможно не менее крупных, чем некоторые ТНК, а следуя далее, и для любых юридических лиц и индивидов [1].

Экономическое, политическое и социальное воздействие деятельности и инвестиций ТНК на принимающие страны двояко. С одной стороны, к положительным последствиям функционирования ТНК относят: распространение достижений НТП на периферийную зону мирового хозяйства; выделение денежных и технических средств для модернизации отраслей промышленности; создание новых рабочих мест и повышение уровня занятости местного населения; более высокий уровень

заработной платы местного населения; повышение квалификации национальных кадров; включение местных производителей в процессы МРТ [4].

С другой стороны, общеизвестными фактами являются: использование экономической мощи ТНК для оказания давления на политику принимающих государств, вмешательство в их внутренние дела, подкуп местных чиновников в интересах получения выгодных заказов, налоговых и иных льгот. Отсюда и широкая практика политических скандалов, коррупция, налоговые злоупотребления, попытки применения в своей деятельности законов и иных норм стран происхождения ТНК, претензии на особые привилегии, отказ признавать исключительную юрисдикцию местных судов и т. п. [4].

Одним из политических скандалов, связанных с деятельностью ТНК, который обсуждал весь деловой мир, явился скандал вокруг предоставления дочерней фирме компании Halliburton подряда на тушение горящих нефтяных скважин в Ираке. Halliburton был назван победителем тендера благодаря тому, что им в течение пяти лет руководил нынешний вице-президент США Дик Чейни. Информация о тендере не была предоставлена другим компаниям и конгрессу США. Его победителем оказалась фирма Kellogg, Brown & Root (KBR) – структурное подразделение Halliburton. Сомнительной также была сама структура сделки, позволяющая KBR не только назначать свою цену за проделанную работу, но и прибавлять к ней от 2 до 5 % в качестве премиальных.

Анализируя последствия деятельности ТНК, можно выделить также тот факт, что ТНК, экспортируя свои товары, препятствуют развитию конкурирующего национального производства. Планирование производства и торговли, осуществляемое в рамках ТНК, может вступать в противоречие с программами экономического развития принимающих стран, подрывая выполнение этих программ.

Образование внутри ТНК закрытых внутрикорпорационных систем планирования и осуществления международной торговли между подконтрольными ТНК предприятиями разных стран позволяет ТНК по своему усмотрению распределять платежи, сосредотачивая прибыли в одном государстве, а убытки – в другом. Распространенной практикой является и размещение в странах пребывания ТНК экологически вредных производств, в том числе не допускаемых в государствах, где размещаются головные предприятия [1]. Внедрившись в экономику развивающихся стран, ТНК захватывают ведущие позиции в основных отраслях экономики. Так, они контролируют 40 % всего промышленного производства развивающихся стран и 50 % внешней торговли.

Именно отмеченные и другие негативные особенности деятельности ТНК в принимающих странах, особенно в развивающихся, зачастую не способных оказывать в индивидуальном плане сопротивление напору со стороны ТНК, часто по финансово-экономической мощи преобладающих над принимающим государством, являлись уже с 70-х гг. XX в. причиной и стимулом для усилий, прежде всего, в рамках ООН по выработке международно-правовых норм, которые бы ставили деятельность ТНК под некий контроль.

В рамках движения в середине 70-х гг. в направлении установления так называемого "Нового международного экономического порядка", который обеспечивал бы приоритетные экономические интересы развивающихся стран, была, в частности, принята в 1974 г. Генеральной Ассамблеей ООН известная Хартия экономических прав и обязанностей государств, где содержались среди прочего и положения, согласно которым каждое государство имеет право "регулировать и контролировать деятельность транснациональных корпораций в пределах действия своей национальной юрисдикции и принимать меры по обеспечению того, чтобы такая деятельность не противоречила его законам, нормам и постановлениям и соответствовала его экономической и социальной политике".

Положение это, по сути лишь подтверждающее и без того неоспоримые суверенные права государств, разумеется, мало что давало с точки зрения конкретных международно-правовых ограничений действий ТНК, как, впрочем, и названная Хартия в целом, представлявшая собой юридически лишь резолюцию Генассамблеи ООН со свойственной такому акту необязывающей правовой силой.

Тогда же, в 1974 г., по инициативе так называемой "Группы 77" была образована Комиссия ООН по ТНК со своим Секретариатом – Центром по ТНК, которым было поручено, в частности, подготовить проект Кодекса поведения транснациональных корпораций, а также осуществлять изучение политических, экономических и социальных последствий деятельности ТНК, организовать всеобъемлющую систему информации и т. п.

В результате проект был разработан и подготовлен. Кодекс этот изначально предусматривался не для оформления в конвенционном порядке, но лишь для принятия в виде резолюции Генассамблеи ООН. Однако проект так и не был окончательно согласован. В этой связи, естественно, проект Кодекса юридически не обладает какой-либо правовой силой даже и рекомендательного характера, не говоря об императивности.

Осуждение и запрет взяточничества и коррупции, зафиксированные в проекте Кодекса, имели резонансом принятие Генеральной Ассамблеей на ее XXX сессии особой резолюции "О мерах против коррупции, практикуемой транснациональными корпорациями и другими корпорациями, их посредниками и причастными к делу сторонами". К сожалению, данный акт обладал не более чем рекомендательной силой.



В этом же направлении работает и правовой документ уже с конвенционной обязывающей силой, а именно разработанная в рамках ОЭСР и подписанная в 1997 г. Конвенция по борьбе с подкупом иностранных должностных лиц при совершении международных деловых операций, причем Конвенция применима не только к деятельности ТНК.

Можно упомянуть и трехстороннюю Декларацию Международной организации труда (МОТ) о принципах, касающихся многонациональных предприятий и социальной политики, затрагивающих деятельность таких предприятий и ее последствия в социальном плане (1977 г.) [1].

Характер документов, прямо посвященных деятельности ТНК, достаточно ясно свидетельствует о том, что, к сожалению, действительно существенного международно-правового регулирования деятельности ТНК сегодня не существует.

Из вышеперечисленных правовых документов, связанных с регулированием деятельности транснациональных корпораций, наибольший интерес вызывает Кодекс поведения ТНК, а точнее причины его непринятия.

Затянувшийся процесс обсуждения и согласования позиций сторон свел на нет усилия инициаторов его разработки в связи с тем, что в 80-х гг. изменилась философия отношения к транснациональному бизнесу. В результате Кодекс так и не был принят.

Начиная с 80-х гг. многие страны изменили свою политику относительно ТНК в сторону либерализации, что объясняется объективными процессами, происходящими в современной мировой экономике: нарастающее влияние НТР во всех сферах мирового хозяйства, его интернационализация, изменение в социальной структуре общества, однотипность решаемых практически перед всеми странами мира задач, а именно создание условий для долгосрочного экономического роста; оказание повышенного внимания научно-технической политике; укрепление экономического потенциала страны на основе глубоких структурных сдвигов; качественное обновление производственной базы страны и усиление конкурентоспособности ее продукции. В развивающихся странах к этому добавились: долговой кризис; неэффективность социально-экономической политики, связанной с большой долей государственного регулирования; постепенное накопление опыта эффективного регулирования деятельности иностранного капитала в национальной экономике; новое понимание роли транснационального бизнеса в экономике развивающихся стран, возможность решения многих проблем экономического развития посредством сотрудничества с международными компаниями.

Эти задачи невозможно было решить только административными методами, путем государственного вмешательства в экономику, поэтому механизм государственного монополистического регулирования трансформировался в пользу поощрения инициативы частного предпринимательства, и изменилась политика в отношении международных монополий [4].

Таким образом, характерная особенность начала XXI в. – кардинальный сдвиг в направленности регулирования иностранных инвестиций. Если в первые послевоенные десятилетия основной вектор политики в отношении ПИИ определялся ограничениями и мерами контроля, то сейчас центральной задачей всех правительств выступает привлечение иностранного капитала в национальную экономику.

Но если в 80-е гг. ТНК еще не проявляли своего негативного влияния и, наоборот, способствовали развитию экономики принимающих стран, то сегодня деятельность ТНК наносит большой вред экономике этих стран, тормозя развитие национального производства. Данное утверждение подтверждает опыт существующих в мире ТНК.

Следовательно, можно говорить о том, что Кодекс поведения ТНК снова наделяется актуальностью и, возможно, в ближайшем будущем Генеральная ассамблея снова поднимет вопрос о необходимости регулирования деятельности ТНК.

Таким образом, в данной статье было проанализировано положительное и отрицательное влияние ТНК на экономику развивающихся стран и мир в целом, а также указаны документы, регулирующие деятельность транснациональных корпораций.

Вывод данной работы однозначен и заключается в том, что значительного регулирования деятельности ТНК на данный момент не существует и необходимым является разработка правовых актов, ее регулирующих. Как указывалось выше, проект Кодекса поведения транснациональных корпораций уже разрабатывался, но не был принят по причине утраты актуальности в 80-е гг. Сегодня данный вопрос снова актуален, поэтому рационально будет пересмотреть взгляды на то, действительно ли ТНК развивают экономику развивающихся стран.

Научн. рук. Жирнова Е. А.

Литература: 1. Вельяминов Г. М. Международное экономическое право и процесс (Академический курс) : учебник / Вельяминов Г. М. – М. : Волтерс Клувер, 2004. 2. Зорин С. Ф. Современные транснациональные корпорации и их роль в мировой экономике [Электронный ресурс] / Зорин С. Ф. – Режим доступа : <http://socrates.ru/pdf/Global.pdf>. 3. Поляков В. В. Мировая экономика и международный бизнес : учебник / Поляков В. В., Щенин Р. К. – М. : КНОРУС, 2005. 4. Любецкий В. В. Мировая экономика : учебный курс / Любецкий В. В. – М. : МИЭМП, 2008.

АНАЛИЗ ПРИЧИН ВОЗНИКНОВЕНИЯ И ПОСЛЕДСТВИЙ ТРУДОВЫХ КОНФЛИКТОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. Проанализированы причины и последствия трудовых конфликтов как способа выражения противоположных интересов администрации и наемного работника. Систематизированы причины возникновения и последствия различных видов трудовых конфликтов.

Анотація. Проаналізовано причини і наслідки трудових конфліктів як способу вираження протилежних інтересів адміністрації і найнятого робітника. Систематизовано причини виникнення і наслідки різних видів трудових конфліктів.

Annotation. Reasons of labour disputes and their consequence are analysed, as a method of expression of opposite interests of administration and a hired worker. Reasons of origin and consequence of different types of labour disputes are systematized.

Ключевые слова: конфликт, трудовой конфликт, межличностной конфликт, конфликтология.

Одним из субъектов социально-трудовых отношений является наемный работник. Большую часть своего времени каждый трудоспособный человек проводит на рабочем месте. И соответственно в процессе выполнения любой управленческой либо производственной деятельности сталкивается с другими участниками производственного процесса, которые могут иметь различный жизненный опыт, социальные статусы, уровень квалификации. Следовательно, значительное влияние на трудоспособность работника оказывает социально-психологический климат в коллективе, характер взаимоотношений с администрацией предприятия. Если же между взятым работником или группой наемных рабочих и руководителем возникают противоречия в сфере социально-трудовых отношений, то в данной ситуации имеет место трудовой конфликт.

В современных рыночных условиях проблема анализа трудового конфликта (спора) приобретает все больший смысл. Для любого предприятия неизбежно столкновение интересов работодателя и наемного работника в условиях нестабильной и неустойчивой переходной экономики. На данном этапе развития работник чувствует себя незащищенным, лишенным любых социально-экономических гарантий, что непосредственно влияет на его работоспособность. Исследованию трудовых конфликтов посвящены работы ученых: Есиновой Н. И., Скибицкой Л. И., Киржнер Л. А., Мартыненко М. В. [1 – 3].

Целью данной работы является анализ трудового конфликта как способа выражения противоположных интересов администрации предприятия и наемного работника.

Исходя из вышеуказанной цели, задачи данной статьи следующие:

- 1) раскрыть сущность понятия "трудовой конфликт";
- 2) перечислить и охарактеризовать причины возникновения трудовых конфликтов на предприятии;
- 3) систематизировать основные последствия трудового конфликта.

Научный подход к пониманию конфликтов сформировался сравнительно недавно. Наиболее рациональным следует считать подход школы научного управления, согласно которому основной причиной трудового конфликта являются ошибки в организации труда. Также одним из наиболее разумных подходов к пониманию трудовых конфликтов, по мнению автора, является подход школы "человеческих отношений", согласно которому одной из причин возникновения конфликта выступает тот факт, что руководители недостаточно времени уделяют социальным вопросам.

Тем не менее, определения вышеуказанных школ не отображают всю суть понятия "трудовой конфликт". По мнению автора, наиболее целесообразно под трудовым конфликтом понимать проявление противоположных интересов наемного работника или группы рабочих и руководящих лиц предприятия по поводу вопросов, связанных с регулированием трудового процесса, а также применением трудового законодательства в отношении работника, в том числе нарушением социально-экономических прав гражданина, закрепленных в Конституции Украины.

Иными словами, трудовой конфликт – это сложное социально-экономическое явление, в котором выражаются противоречия между субъектами СТО.

Как правило, выделяют следующие причины трудовых конфликтов [1, с. 115–118]:

- 1) проблемы распределительных отношений;
- 2) сложность функционального взаимодействия;

- 3) чисто деловые разногласия;
- 4) разделение вины, ответственности;
- 5) лидерство;
- 6) ненормальные условия труда;
- 7) половозрастной состав организации;
- 8) социальные расхождения.

Обобщая данные причины в группы, следует утверждать то, что трудовые конфликты на предприятии в основном происходят из-за ошибочных действий менеджера либо подчиненных. Анализируя действия руководителя, необходимо выделить характерные промахи, допускаемые администрацией, что в последствии приводит к трудовым спорам. Во-первых, нарушение основных принципов управления (планируемости, целенаправленности и т. д.), а также нарушение этических норм управления:

использование своего должностного положения и возможностей, связанных с этим в своих целях, а не для блага предприятия;

несоблюдение общепринятых правил поведения по отношению к своим подчиненным.

Во-вторых, одной из групп неправильных действий руководителя является несоблюдение положений Конституции Украины, Кодекса законов о труде и других нормативно-правовых актов, регулирующих сферу социально-трудовых отношений.

При детальном анализе трудовых споров необходимо отдельно рассмотреть последствия, которые влекут за собой трудовые конфликты. Чаще всего споры, возникшие в социально-трудовой сфере, носят отрицательный оттенок [1, с. 113]:

- 1) усиление настроения вражды, увеличение части недоброжелательных высказываний и взаимных оценок;
- 2) падение мотивации к труду и фактических показателей трудовой деятельности вследствие негативного настроения, недоверия;
- 3) ухудшение взаимопонимания;
- 4) фактические затраты времени, отвлечение от работы или неиспользование благоприятной ситуации и шанса достичь что-либо из-за борьбы и спора.

Чаще всего трудовые конфликты носят разрушительный характер, что накладывает свой отпечаток на дальнейшее взаимодействие конфликтующих сторон. Прежде всего необходимо говорить о том, что на основе возникшего спора между субъектами СТО складываются сложные отношения, лишённые взаимного уважения и доверия, что создает преграды на пути развития эффективной совместной деятельности, уменьшая в будущем вероятность дальнейшего сотрудничества. Также несомненным отрицательным последствием трудовых споров является снижение производительности и, естественно, уменьшение прибыли из-за сосредоточенности на конфликтной ситуации. По мнению автора, причины возникновения конфликтов и их последствий следует рассматривать в тесной взаимосвязи и в разрезе каждого из видов конфликтов (таблица).

Таблица

Причины и последствия трудовых конфликтов

Вид трудового конфликта	Причины	Последствия
1	2	3
Межличностный конфликт (руководитель – подчиненный)	1) личная неприязнь руководителя к подчиненному; 2) ненадлежащее выполнение работником своих обязанностей	1) ухудшение социально-психологического климата в коллективе; 2) снижение производительности труда, увеличение материальных потерь предприятия
Межличностный конфликт (подчиненный – руководитель)	1) высокая степень неудовлетворенности работника системой вознаграждения за труд; 2) условия труда, не соответствующие общепринятым стандартам; 3) нарушение режимов труда и отдыха; 4) личная неприязнь подчиненного к руководителю; 5) отсутствие конкретно сформулированных заданий работника, а также, отсутствие полного описания всех функций работника; 6) низкая степень информированности работников о событиях, происходящих на предприятии	1) невыполнение предусмотренного плана работ в установленные сроки; 2) накопление отрицательных эмоций, ухудшение психологического здоровья и, как результат, возникновение стресса; 3) отсутствие сосредоточенности работника на выполнении своих должностных обязанностей; 4) снижение трудовой дисциплины; 5) снижение трудоспособности

1	2	3
Конфликт между личностью и группой (руководитель – коллектив)	1) ошибочные управленческие решения; 2) неверно выбранный стиль руководства; 3) превышение руководителем своих полномочий; 4) чрезмерное недовольство действиями подчиненных, выраженное в агрессивной форме	1) барьер во взаимоотношениях между руководителем и группой подчиненных; 2) отсутствие возможности осуществления эффективной совместной деятельности; 3) сосредоточенность коллектива на конфликте велика, вероятность снижения производительности труда, уменьшение ожидаемой прибыли

Таким образом, проанализировав трудовые споры как способ выражения противоположных интересов администрации предприятия и наемного работника, можно сделать соответствующие выводы. Итак, трудовые конфликты выступают в качестве нежелательных событий, влекущих за собой массу отрицательных последствий. Перечень причин возникновения трудовых споров достаточно широк и не ограничивается лишь неудовлетворенностью работника своим уровнем заработной платы. Детально рассмотрев возможные последствия трудовых конфликтов, следует говорить о том, что споры могут приводить к лишению взаимосвязи и взаимодействия в организационной структуре предприятия.

Научным результатом данного исследования является систематизация причин возникновения и последствий межличностных конфликтов типов руководитель – подчиненный и подчиненный – руководитель, а также конфликтов типа руководитель – коллектив. Перспективой дальнейших научных исследований в данном направлении является разработка мероприятий по нейтрализации отрицательных последствий трудовых конфликтов.

Научн. рук. Мишина С. В.

Литература: 1. Єсінова Н. І. Економіка праці та соціально-трудо́ві відносини : навч. посібн. / Єсінова Н. І. – К. : Кондор, 2006. – 432 с. 2. Скібіцька Л. І. Конфліктологія : навч. посібн. / Скібіцька Л. І. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 384 с. 3. Кіржнер Л. О. Конфліктологія : навч. посібн. / Л. О. Кіржнер, М. В. Мартиненко, О. В. Мангольд. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2007. – 144 с.

УДК [336.14:352](477.54)

Поліщук О. Ю.

Магістр 1 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ВИКОНАННЯ МІСЦЕВОГО БЮДЖЕТУ НА ПРИКЛАДІ ХАРКІВСЬКОГО РАЙОНУ

Анотація. Розглянуто формування і виконання місцевого бюджету на прикладі бюджету Харківського району за 2009 – 2011 роки. Обґрунтовано необхідність розробки конкретних пропозицій щодо вдосконалення організації виконання місцевого бюджету.

Аннотация. Рассмотрены формирование и выполнение местного бюджета на примере бюджета Харьковского района за 2009 – 2011 годы. Обоснована необходимость разработки конкретных предложений по совершенствованию организации и выполнения местного бюджета.

Annotation. The article deals with the formation and execution of local budgets in case of the budget of the Kharkiv region for 2009–2011 years. The necessity to develop concrete proposals for improving the organization of local government is substantiated.

Ключові слова: регіон, місцеві бюджети, доходи, видатки місцевих бюджетів, трансферти, соціально-економічний розвиток території.



Місцевий бюджет як основна фінансова база органів місцевого самоврядування займає особливе місце в бюджетній системі нашої держави. Важливу роль відіграють місцеві бюджети й у соціально-економічному розвитку регіону, адже саме з місцевих бюджетів здійснюється фінансування закладів освіти, охорони здоров'я населення, засобів масової інформації.

Окремі аспекти формування і виконання місцевих бюджетів досліджувалися у наукових працях О. Василика, І. Луїної, К. Павлюк, О. Сунцової, В. Федосова та ін. [1 – 5], які зосереджували увагу на питаннях підвищення ефективності формування доходів місцевих бюджетів України, розподілі бюджетних ресурсів між рівнями влади, проблемах бюджетної децентралізації.

Метою статті є визначення особливостей процесу виконання районного бюджету та розробка заходів щодо його вдосконалення.

Зведений бюджет Харківського району складається з 1 районного бюджету і 2 бюджетів міст районного значення, 14 бюджетів селищ і 14 бюджетів сіл [6]. Аналіз доходів його бюджету за 2009 – 2011 рр. доводить, що в структурі доходів районного бюджету як у 2009, так і в 2011 році, переважають кошти, отримані від органів державного управління у вигляді трансфертів. Найменшу питому вагу в структурі доходів займають цільові фонди (рис. 1).

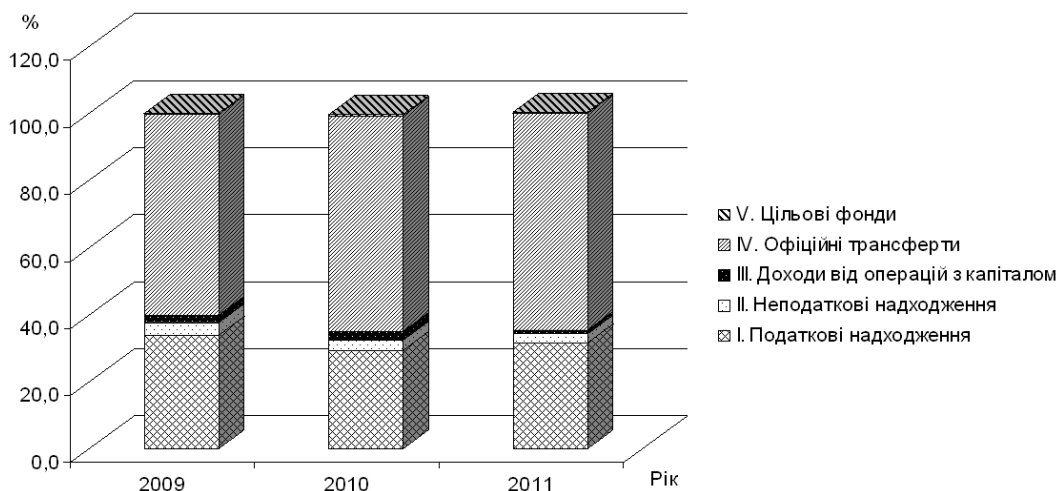


Рис. 1. Структура доходів зведеного бюджету Харківського району за 2009 – 2011 рр.

Слід зазначити, що негативною тенденцією є зниження питомої ваги податкових і неподаткових надходжень. Це свідчить про зменшення частки власних доходів у загальному обсязі доходів бюджету. Податкові надходження в структурі доходів бюджету Харківського району у 2009 р. займають 33,8 %, а в 2011 р. їх частка зменшилась до 31,8 %. За 2009 – 2011 рр. у структурі податкових надходжень найбільшу питому вагу має податок з доходів фізичних осіб, а найменшу – податки на власність (рис. 2).



Рис. 2. Структура податкових надходжень зведеного бюджету Харківського району у 2011 р.



Окремо слід звернути увагу на місцеві податки і збори. Практика їх застосування засвідчує, що використання місцевих податків і зборів у районі малоефективне та їх роль у формуванні районного бюджету незначна. У 2009 р. частка місцевих податків і зборів у структурі податкових надходжень складала лише 4 %, а в 2011 – 6,4 % [7]. Неподаткові надходження в 2009 р. займають близько 3,8 %, а у 2010 і 2011 рр. – 2,7 % усіх доходів бюджету і не забезпечують будь-якого значного надходження до бюджету. Вони на відміну від податкових надходжень не відрізняються значною градацією. Найбільшу частку займають власні надходження бюджетних установ і адміністративні збори та платежі. Негативним явищем є переважання у структурі доходів бюджету трансфертів від органів державної влади. Така ситуація свідчить про значну нестачу власних фінансових ресурсів району для забезпечення суспільних послуг. Так, у 2011 р. порівняно з 2009 р. частка трансфертів збільшилась на 4,6 % і склала 64,4 % усіх доходів бюджету Харківського району.

За 2009 – 2011 рр. обсяг дотацій збільшувався і у 2011 р. склав 144 312,6 тис. грн, що більше на 37 093,2 тис. грн, ніж у 2009 р. Це відбулося за рахунок зростання величини дотацій вирівнювання, які надходять з державного бюджету, на 32 535 тис. грн у 2011 році порівняно з 2009 р. У свою чергу, обсяг субвенцій, які надходять до бюджету Харківського району, у 2009 р. склав 87 336,2 тис грн, що менше ніж у 2011 р. на 44 473,7 тис. грн. За цей період лише у 2010 р. запланований обсяг субвенцій фактично було виконано на 100 %, а у 2009 р. – на 98,8 %, у 2011 р. – на 98 %. Найбільшу частку займають субвенції з державного бюджету на виплату допомоги сім'ям (у 2009 р. – 68,5 %, у 2011 р. – 74,7 %) [7].

За аналізований період спостерігалось поступове збільшення величини витрат зведеного бюджету Харківського району (рис. 3). Це відбувалося за рахунок збільшення фінансування на освіту, охорону здоров'я та соціальний захист. Отже, за 2009 – 2011 рр. найбільше бюджетних коштів спрямовувалося на фінансування таких статей витратків: 1) освіта – 30,6 % у 2009 р., що на 5 % менше, ніж у 2011 р.; 2) соціальний захист і забезпечення населення – 26,1 % у 2009 р., а в 2011 р. – 32,4 %; 3) охорона здоров'я – 15,8 % у 2009 р., що на 0,8 % менше, ніж у 2011 р. Найменшу частку у витратках району за 2009 – 2011 рр. займають витрати на запобігання і ліквідацію надзвичайних ситуацій – 0,02 % [7].

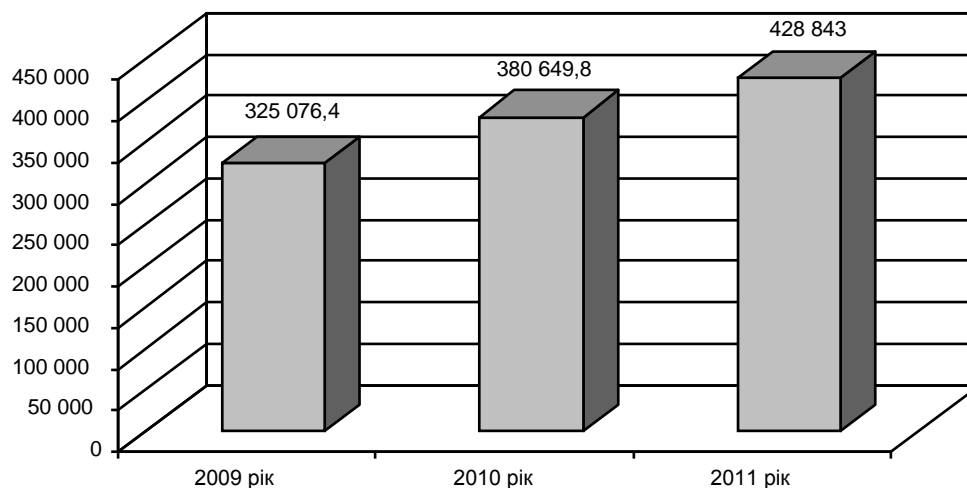


Рис. 3. Динаміка витратків зведеного бюджету Харківського району за 2009 – 2011 рр.

У структурі витраткової частини районного бюджету стійкого зменшення зазнала частка коштів, які спрямовувалися на покриття витратків у сфері житлово-комунального господарства та будівництва. У цілому за 2009 – 2011 рр. спостерігалось поступове збільшення величини витратків зведеного бюджету Харківського району. Це відбувалося за рахунок збільшення фінансування на такі статті, як освіта, охорона здоров'я і соціальний захист. Отже, районний бюджет є головним каналом доведення до населення кінцевих результатів суспільного виробництва, спрямованих на суспільне споживання. Саме через нього суспільні фонди споживання розподіляються між окремими адміністративно-територіальними одиницями і соціальними групами населення, фінансується розвиток галузей виробничої сфери.

Проведений аналіз формування і виконання районного бюджету доводить, що система формування місцевих бюджетів України має низку недоліків: високий ступінь концентрації фінансових ресурсів у державному бюджеті країни, що знижує значення регіональних і місцевих бюджетів у вирішенні життєво важливих для населення завдань; регулюючі доходи відіграють домінуючу роль у структурі надходжень до регіональних і місцевих бюджетів, у той час як частка закріплених за територіями податкових платежів низька; практично щорічна зміна видів податків, що зараховуються до місцевих бюджетів.

Аналіз проблем функціонування місцевих бюджетів базового рівня бюджетної системи дозволив зробити висновки щодо здійснення заходів, спрямованих на покращення умов формування місцевих бюджетів. По-перше, розподілити джерела податкових надходжень між центральними



і місцевими органами влади у жорсткій ув'язці з виконуваними ними функціями. По-друге, удосконалити механізм міжтериторіального фінансового вирівнювання. По-третє, запровадити систему пошуку стабільних джерел надходжень, які б задовольняли потреби району з метою виконання власних повноважень у повному обсязі. По-четверте, підвищити адміністративну відповідальність платників податків з наступним зарахуванням сум штрафних санкцій до доходів бюджету, а також запровадити спеціальні місцеві податки і збори з користувачів природних багатств. Крім того, є доцільним збільшити рівень залучення інвестицій у місцевий промисловий сектор, посилити контроль за повнотою і своєчасністю надходжень доходів до місцевих бюджетів [2; 4].

Таким чином, вирішення цих та інших проблем щодо формування і використання місцевих бюджетів значною мірою визначило б розширення економічної самостійності регіонів країни. Основою самостійності місцевих бюджетів повинні стати місцеві податки та збори, на формування яких мають вплив органи місцевого самоврядування. За цих умов місцеві фінансові ресурси будуть формуватися у стабільному і достатньому обсязі, що сприятиме підвищенню рівня життя населення регіонів України.

Наук. керівн. Шумська Г. М.

Література: 1. Василик О. Д. Державні фінанси України : підручник / О. Д. Василик, К. В. Павлюк. – К. : ЦУЛ, 2003. – 608 с. 2. Луніна І. Підвищення ефективності формування доходів місцевих бюджетів / І. Луніна // Фінанси України. – 2009. – № 5. – С. 83–84. 3. Попов С. Удосконалення наповнення місцевих бюджетів / С. Попов // Наукові праці КНТУ. – 2010. – № 17. – С. 56–67. 4. Сунцова О. Фінансова незалежність місцевого самоврядування / О. Сунцова // Фінанси України. – 2010. – № 1. – С. 34–39. 5. Федосова В. Планування дохідної частини місцевих бюджетів / В. Федосова // Фінанси України. – 2009. – № 12. – С. 38–47. 6. Довідкова інформація про економічний і соціальний розвиток Харківського району [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://khrda.gov.ua>. 7. Бюджетний кодекс України № 2456-VI від 08.07.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

Друб В. М.

УДК 005.334.2

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТНОЮ СИТУАЦІЄЮ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Анотація. Розглянуто сутність конфліктної ситуації. Проаналізовано засоби управління конфліктною ситуацією в організації, доцільність їх використання на підприємстві.

Аннотация. Рассмотрена сущность конфликтной ситуации. Проанализированы средства управления конфликтной ситуацией в организации, целесообразность их использования на предприятии.

Annotation. This article deals with the essence characteristic of the conflict situation. Author analyses the tools of conflict management and demonstrates that the tools of conflict management are useful in the enterprise.

Ключові слова: конфліктна ситуація, структурні засоби, координаційні та інтеграційні механізми, міжособистісні стилі вирішення конфліктів.

Проходячи через процес формування, будь-який колектив набуває відмінні, лише йому одному властиві риси. Оскільки в сумісній діяльності колективу беруть участь люди, різні за своїм професійним спрямуванням, життєвим досвідом, національними та особистісними рисами, ці відмінності обов'язково відображаються на характері спілкування, оцінках та думках, викликаючи протидію, яка супроводжується емоційним збудженням. В окремих мікрогрупах ці протиріччя настільки загострюються, що можуть навіть переростати у конфлікт. А розв'язання конфлікту як типової ситуації в діяльності менеджера становить актуальне завдання в контексті підвищення загальної ефективності виробництва.

Багато психологів у своїх теоріях особистості робили спроби пояснити, чому виникають конфлікти, яка їх природа та у який спосіб їх можна вирішувати чи їм запобігати. До пояснення конфлікту вдавалися: Л. Козер, Здравомислов Л. Г., Запрудський Ю. Г., Дмитрієв А. В.

Визначення поняття конфлікту з точки зору цих науковців наведено в таблиці.

© Друб В. М., 2012

Семантика поняття "конфлікт"

Автор	Зміст поняття	Рівень вивчення
Л. Козер [1]	Конфлікт – боротьба за цінності і домагання на певний статус, владу і ресурси, у якій цілями супротивника є нейтралізація, завдання збитку або усунення суперника	Макрорівень
Здравомислов Л. Г. [2, с. 96]	Конфлікт – це найважливіша сторона взаємодії людей у суспільстві, свого роду клітинка соціального буття. Це форма відносин між потенційними або актуальними суб'єктами соціальної дії, мотивація яких обумовлена протилежними цінностями і нормами, інтересами і потребами	Мікрорівень
Запрудський Ю. Г. [3, с. 54]	Соціальний конфлікт – це явний або прихований стан протистояння інтересів, що об'єктивно розходяться, цілей і тенденцій розвитку соціальних об'єктів, пряме і непряме зіткнення соціальних сил на ґрунті протидії існуючому громадському порядку, особлива форма історичного руху до нової соціальної єдності	Макрорівень
Дмитрієв А. В. [4, с. 54]	Під соціальним конфліктом зазвичай розуміється той вид протистояння, при якому сторони прагнуть захопити територію або ресурси загрожують опозиційним індивідам або групам, їх власності або культурі таким чином, що боротьба приймає форму атаківання або оборони	Мезорівень
Козирев Г. І. [5, с. 148]	Соціальний конфлікт – зіткнення взаємовиключних потреб, інтересів, цінностей	Макрорівень
Хасан Б. І. [6]	Конфлікт – це така характеристика взаємодії, у якій не можуть співіснувати у незмінному вигляді дії, взаємодетермінують і взаємозамінюють один одного, вимагаючи для цього спеціальної організації	Макрорівень

Усі ці визначення не включають внутрішньоособовий конфлікт і не залишають для нього "місця". Йдеться лише про сторони конфлікту, починаючи від "боротьби між індивідами" і вище. Але існує боротьба і на рівні окремого індивіда, протистояння між елементами внутрішньої структури особи, яке і знаходить свій вираз у внутрішньоособовому конфлікті. Цей конфлікт – прояв суперечностей не на рівні соціальних груп або цілих народів, а на особовому рівні, але від цього він не робиться менш актуальним. Тому для вирішення будь-якого конфлікту необхідні окремі методи його регулювання, щоб уникнути небажаних наслідків, особливо на підприємстві [1].

Існує декілька ефективних засобів управління конфліктною ситуацією. Їх можна поділити на дві категорії: структурні і міжособистісні [6].

Структурні методи дають змогу спрямувати поведінку учасників конфлікту на досягнення визначених цілей організації. До них належать: роз'яснення вимог до праці, координаційний та інтеграційний механізми, визначення загальноорганізаційних комплексних цілей, використання системи винагород.

Роз'яснення вимог до праці. Суть цього методу полягає в роз'ясненні очікуваних від співробітника чи підрозділу результатів.

Координаційні та інтеграційні механізми. Як координаційний механізм для управління конфліктною ситуацією використовують ланцюг команд, тобто чітко визначають ієрархію повноважень і взаємодії людей, порядок прийняття рішень та інформаційні потоки в організації. Якщо два або більше підлеглих сперечаються по якомусь питанню, конфлікту можна уникнути, звернувшись до загального начальника, пропонуючи йому прийняти рішення [7, с. 87].

Визначення загальноорганізаційних комплексних цілей. Цей метод полягає у визначенні спільної мети для двох та більше співробітників, що значно скорочує ймовірність виникнення конфлікту між ними. Комп'ютерна компанія Apple завжди розкриває зміст комплексної загальної мети, щоб добитися більшої злагоди в діяльності всього персоналу. Не менш яскравий приклад – компанія McDonalds, мережа, що є недорогим рестораном швидкого обслуговування по всьому світі. З самого початку будівництва цієї імперії керівництво приділяло увагу не тільки цінам, а виключно споживачу. Поварам і офіціантам, працюючим під маркою McDonalds, легше дотримуватися жорстких стандартів у контексті допомоги суспільству [6].

Використання системи винагород. Ніщо більше не стимулює людину, ніж грошова винагорода. Достойних працівників винагороджують подякою, премією, визнанням чи підвищенням у службовій діяльності. При цьому потрібно уникати стимулювання неконструктивної поведінки осіб або груп, бо зі сторони керівника це виглядатиме як заохочення конфлікту.

Міжособистісні методи передбачають певний стиль поведінки учасників конфлікту, який дасть змогу вирішити конфлікт із найменшими морально-психологічними втратами для учасників



і виробничими – для організації. До цих методів належать: ухилення, згладжування, компроміс, вирішення проблеми.

Ухилення. Вдаючись до цього методу, людина намагається відійти від конфлікту. Основними способами такої поведінки є уникнення ситуацій, які провокують протиріччя, та уникнення обговорення питань, що можуть спровокувати різке протистояння думок.

Згладжування. Цьому стилю властива поведінка, зумовлена переконанням у недоцільності загострення ситуації (оскільки це негативно позначається на всіх), основана на намаганні стимулювати почуття спільності між співробітниками.

Примушування. У межах цього стилю переважають намагання примусити протилежну сторону прийняти свою точку зору. Особа, яка використовує цей стиль, поводить себе агресивно і використовує владу примушування. Такий стиль ефективний, коли керівник має велику владу над підлеглими. Недоліком його є пригноблення ініціативи, велика ймовірність недоврахування всіх чинників, оскільки відображається тільки одна точка зору.

Компроміс. Полягає у прийнятті точки зору іншої сторони, але тільки до певної межі. Здатність до компромісу високо цінується в управлінських ситуаціях, оскільки зводить до мінімуму недоброзичливість і часто дає змогу вирішити конфлікт. Однак використання компромісу на ранній стадії розвитку конфлікту може зашкодити діагностиці проблеми й вибору оптимальних методів її вирішення.

Вирішення проблеми. Цьому стилю властиве визнання розбіжностей у думках, готовність ознайомитися з іншими точками зору, щоб зрозуміти причини конфлікту і знайти прийнятний для всіх сторін вихід.

Не завжди конфлікт є деструктивною силою, інколи він іде на користь підприємству. У складних ситуаціях, у яких різноманітність підходів і точна інформація є запорукою прийняття оптимальних рішень, доцільно навіть стимулювати конфлікти, використовуючи їх як один із засобів вирішення проблем. Але необхідно правильно організувати роботу, застосувати наслідки конфлікту, щоб збільшити ефективність робочого процесу. Тому для цього обов'язково потрібно володіти способами їх вирішення.

Наук. керівн. Іванова О. Ю.

Література: 1. Конфликтология : учебное пособие [Электронный ресурс] / Русский гуманитарный Интернет-университет. – Режим доступа : www.i-u.ru. 2. Здравомыслов А. Г. Социология конфликта / А. Г. Здравомыслов. – М. : Аспект Пресс, 1996. – 317 с. 3. Запрудский Ю. Г. Социальный конфликт / Ю. Г. Запрудский. – Ростов-на-Дону : Феникс, 1992. – 54 с. 4. Дмитриев А. В. Конфликтология / А. В. Дмитриев. – М. : Гардарики, 2000. – 320 с. 5. Козырев Г. И. Введение в конфликтологию : учебн. пособ. для студ. высш. учебн. заведений / Г. И. Козырев. – М. : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2001. – 176 с. 6. Библиотека научной и студенческой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.bibliofond.ru>. 7. Сорокина Е. Конфликты в организации: пути преодоления / Сорокина Е. // Справочник кадровика – 2004. – № 05(23). – С. 88–92.

Асхабов А. Г.

УДК [334.758.2:338.1](477)

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

СУЩНОСТЬ РЕЙДЕРСТВА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ УКРАИНЫ

Аннотация. Проанализирована сущность "недружественных поглощений", их влияние на развитие конкуренции в Украине; предложены меры по защите от "недружественного поглощения".

Анотація. Проаналізовано сутність "недружніх поглинань", їх вплив на розвиток конкуренції в Україні; запропоновано заходи щодо захисту від "недружнього поглинання".

Annotation. The essence of the "hostile takeover" and its influence on the development of competition in Ukraine is analysed, measures to protect against "hostile takeover" are proposed.

Ключевые слова: рейдерство, "недружественные поглощения", конкуренция, миноритарный акционер, коррупция.

© Асхабов А. Г., 2012

ISO

"Управління розвитком", № 11(132)2012



Развитие конкуренции в Украине является базой стабильного экономического роста, которая зависит от соблюдения всех правил хозяйствования ее субъектов. Характерной особенностью современного этапа развития экономики является возрастающее количество операций по слиянию и поглощению, которые в странах с неразвитыми рыночными отношениями часто проявляются в довольно агрессивной форме, такой, как рейдерство [1].

Экономики всех стран мира прошли через недружественные поглощения чужого бизнеса, но в Украине эти явления приобрели масштабный и циничный характер. В последние годы рейдерство в нашей стране ставит под сомнение не только развитие конкуренции, но и функционирование малого и среднего бизнеса. Это обуславливает актуальность исследования проблемы недружественных поглощений теоретиками и практиками в сфере экономики и права.

Проблему недружественных слияний и поглощений тщательно изучали украинские ученые, такие, как З. Варналий, С. Васильчук, Л. Венгер, В. Вирниченко, А. Смитюх и др. [1].

Целью данного научного исследования является уточнение сущности и систематизация основных видов недружественных поглощений в украинской экономике, а также разработка мер регулирования и контроля процессов недружественных поглощений.

Рейдеры – специалисты по враждебному поглощению, перехвату оперативного управления или собственности фирмы с помощью специально инициированного бизнес-конфликта. Как правило, рейдеры действуют с привлечением силовых структур [2], то есть рейдерство – это недружественный захват чужого имущества, направленный против воли собственника в пользу иного лица, установление над этим имуществом полного контроля нового собственника с использованием коррумпированных чиновников, нередко и с применением силы. Особенностью украинского рейдерства является его уголовная составляющая: противоправные действия совершаются с привлечением вооруженных формирований, а в некоторых случаях – даже сотрудников правоохранительной системы [1].

Объектами рейдерства могут быть корпоративные права субъекта хозяйствования, обязательства предприятия, объекты недвижимости, ликвидные товары, объекты права интеллектуальной собственности и т. д. В отечественной практике известны четыре основных способа недружественных поглощений через: акционерный капитал, кредиторскую задолженность, органы управления, отрицание результатов приватизации [1].

Рассмотрим виды рейдерства с целью выяснения характера влияния на предпринимательскую среду.

Первый тип рейдерства – "гринмэйл" – вообще не связан с захватом корпоративных прав. "Гринмэйл" является комплексом различных корпоративных действий, которые применяются миноритарным акционером с целью заставить общество приобретать акции этого миноритария по довольно высокой цене. Тактика и стратегия "гринмэйла" довольно проста. Некая фирма приобретает на рынке относительно крупный пакет акций компании с раздробленным уставным капиталом. Затем новый акционер объявляет себя стратегическим партнером компании, одновременно предпринимая недружественные действия в отношении его менеджмента – от ареста ценных бумаг других акционеров (под любым предлогом) до организации проверок компании со стороны исполнительных структур. Объявленная компанией-покупателем цель – проведение внеочередного собрания акционеров, на котором оппоненты нового акционера будут максимально ослаблены. Когда старые акционеры поймут, что собрание может принять нежелательные для них решения, шантажисты начинают торг. Механизм передачи денег прост: акции выкупаются по цене, которая во много раз превышает рыночную цену [1].

Второй вид – так называемое "белое" рейдерство. Рейдер действует исключительно по закону, используя существующие пробелы в законодательстве. Сущность этого вида рейдерства сводится к покупке акций или долгов предприятия, старается временно ухудшить его экономическое и финансовое положение, снизить в цене его акции, влияет на процедуры банкротства и санации предприятия. Такой вид рейдерства отстраняет от руководства неэффективный менеджмент, повышает эффективность бизнес-процессов, содействует трудоустройству высококвалифицированных специалистов и т. п. Таким образом, "белое" рейдерство оказывает положительное влияние на развитие конкуренции на рынке, поскольку стимулирует предприятия к повышению собственной конкурентоспособности [1]. Украинским примером такого высокопрофессионального "белого рейдерства" могла бы послужить попытка ЗАО "Сармат" захватить ЗАО "Оболонь" за счет скупки акций по завышенным ценам, если бы она не была в последний момент сорвана менеджментом "Оболони" [3].

Третий вид – "серое" рейдерство. Здесь речь идет о балансировании на грани закона, однако с определенными его нарушениями. Для "серого" рейдерства характерно использование фальсифицированных документов, двойного реестра акционеров, проведение незаконных собраний акционеров, использование незаконных решений суда и т. п. [1].

"Черное" рейдерство вообще сравнивается с бандитизмом. Здесь тоже используются фальсифицированные документы и другие методы "серого" рейдерства, но значительно больше внимания отводится коррумпированности чиновников администраций, министерств, представителей правоохранительных органов, судей. Фактически коррупция является базой "черного" рейдерства. Однако, кроме коррупционных решений, "черное" рейдерство характеризуется обязательным применением физического насилия для реализации этих решений. Здесь используются откровенно криминальные действия: подделка документов, печатей, регистрация компаний на подставных лиц, захват помещений и территорий предприятий, физическое отстранение неугодных лиц и т. д. [1].



Таким образом, можно утверждать, что рейдерство отрицательно влияет на развитие конкурентной среды. Это обусловлено тем, что следствием рейдерских атак становится переупорядочивание и остановка предприятий, сопровождающиеся сокращением количества субъектов хозяйствования на рынке, повышением его концентрации и, как следствие, монополизацией. У предприятия возникают экономические потери. Боязнь рейдерства заставляет фирмы отказываться от выгодных контрактов, увеличивать расходы на охрану, и дополнительный поиск информации о своих контрагентах создает атмосферу недоверия к существующим партнерам.

Учитывая это, существует необходимость в определении мер противодействия рейдерству в Украине. Для этого нужны совместные меры как со стороны государства, так и бизнеса. По мнению автора, государство должно разрабатывать и внедрять антирейдерские меры:

1) совершенствование корпоративного законодательства, реформирование судебной системы и правоохранительных органов;

2) обеспечение контроля за соблюдением действующего законодательства, а также осуществление жесткого контроля за деятельностью всех силовых структур;

3) преодоление пробелов в законодательстве о приватизации объектов государственной собственности.

Комплекс мер, разрабатываемых предприятием для защиты от "недружественных поглощений", должен содержать, по мнению автора, такие положения:

1) во всех сделках, которые заключаются предприятием и по которым оно выступает должником, должно быть предусмотрено условие, что уступка права требования должна быть осуществлена только по согласию должника, приобретение активов следует осуществлять в соответствии с действующим законодательством;

2) все расчеты необходимо проводить официально, с указанием в договорах реальных сумм;

3) приведение учредительных документов в строгое соответствие с законодательством.

Таким образом, перспективой дальнейших научных исследований в данном направлении является работа над усовершенствованием антирейдерского законодательства, что послужит залогом для борьбы с "недружественными поглощениями".

Научн. рук. Бирюк С. А.

Литература: 1. Филюк Г. Теоретические и практические аспекты рейдерства в Украине / Филюк Г., Панюкова Е. // Вестник Антимонопольного комитета. – 2011. – № 3(42). – С. 5–10. 2. Специализированный антирейдерский портал "Антирейдер". – Режим доступа : <http://antireider.msk.ru>. 3. Рейдерство в Украине: проблемы и пути их решения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://vybory.org/articles/>

Стецюра Г. Ю.

УДК 331.108.43 (1- 87)

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД У СФЕРІ ОЦІНКИ КАДРІВ

Анотація. Розглянуто зарубіжний досвід у сфері оцінки кадрів, який може бути використаним на вітчизняних підприємствах для вдосконалення системи оцінки кадрів.

Аннотация. Рассмотрен зарубежный опыт в сфере оценки кадров, который может быть использован на отечественных предприятиях для совершенствования системы оценки кадров.

Annotation. The article deals with foreign experience in the evaluation of personnel, which can be used for domestic enterprises to improve the system of evaluation of personnel.

Ключові слова: кадри, оцінка кадрів, зарубіжний досвід, методи оцінки кадрів.

Ефективність роботи організації складається загалом з ефективності використання всіх організаційних ресурсів, у тому числі потенціалу кожного співробітника [1], тобто від ефективної оцінки кадрів залежить ефективність діяльності організації загалом.

Оцінка персоналу в Україні, з теоретичної та практичної точки зору, перебуває на етапі становлення. Є багато проблем із її організацією та проведенням, вона має розрізнений і несистемний характер, не відповідає багатьом базовим принципам, відсутні комплектність і взаємозв'язок між оцінними методами тощо. Усе це обумовлює актуальність обраної теми статті.

© Стецюра Г. Ю., 2012

Проблеми, що стосуються оцінки кадрів, досліджувалися у працях таких закордонних науковців, як: А. Алавердов, М. Альберт, Г. Зіммель, В. Веснін, М. Мескон, В. Абрамов, В. Лагутін, Г. Шокін. Аналогічно проблематикою займалися і вітчизняні науковці: О. Крушельницька [2], О. Ситнік [3], В. Савченко [4] та ін.

Система оцінки кадрів на вітчизняних підприємствах потребує вдосконалення, яке може спиратися на накопичений зарубіжний досвід.

У західних фірмах значна увага приділяється оцінці кадрів уже на стадії їх підбору: аналізується наявність помилок в автобіографії або "резюме", де обґрунтовується можливість зайняття посади та наміри щодо подальшої роботи; використовується написання твору про співвідношення майбутньої роботи з життєвою метою кандидата та її реалізацією (компанія Honda в штаті Огайо (США)). Лише після оцінки керівниками і колегами завдання кандидата-робітника допускають до основних випробувань. Претенденту на посаду пропонується заповнити анкету із 14 блоків запитань (10 у кожному), лист-заяву обсягом до 15-ти рядків і пред'явити фотографії. Анкета і лист-заява проходять графологічну експертизу за 238-ма параметрами, а фотографії – фізіогномічну за 198-ма. За аналізом стилю і характеру написання й відповідей на запитання психологи визначають специфіку особистості автора [1].

Для систематичного та детального вивчення якісного складу працівників у США, Великобританії застосовують так звану систему оцінки "по заслугам". Суть її полягає в порівнянні працівників з особами, вибраними як еталони, у попарному порівнянні працівників один з одним з точки зору їх загальної відносної цінності для підприємства, у ранжируванні – оцінці працівників, починаючи від найкращого до найгіршого [5].

Доцільним для запровадження в Україні є досвід передових підприємств Росії щодо застосування різних приладів для оцінки особистих якостей працівника. Наприклад, апарат "Луч" дає змогу спеціалістам перевірити такі якісні характеристики, як кмітливість і швидкість орієнтації. При підборі кадрів і їх оцінці може бути корисною комп'ютерна програма особистісної психодіагностики "Менеджер", яка містить три програми: "Консул", "Менеджер" і демонстраційну версію. Програма "Консул" призначена для конфіденційного оперативного незалежного визначення користувачем своїх інтелектуальних, емоційних і поведінкових особливостей, "Менеджер" – для відбору осіб, здібних до навчання менеджменту. Демонстраційна версія допомагає адаптуватися до роботи з програмою, одержати навички роботи з програмою і уникнути помилок при тестуванні [1].

Заслугує на увагу досвід американських підприємств щодо оцінки й підбору лінійних керівників. Наприклад, у General Motors на обговорення кандидатури головного інженера заводу витрачається по 3 – 4 години на найбільш важливих корпоративних нарадах, де визначається виробнича політика фірми. Важливе місце відводиться самооцінці, яка дозволяє встановити працівникові свої сильні та слабкі сторони, які потім обговорюються. Працівник, отримавши на руки екземпляр оцінної форми, повинен обговорити сильні та слабкі сторони своєї діяльності (компанія Control Data), визначити напрями вирішення поставлених завдань і покращення якості роботи [2].

Значна увага приділяється ефективності оцінки результатів діяльності персоналу. За результатами досліджень у США встановлено, що більше 90 % компаній застосовують ту чи іншу систему оцінки результатів трудової діяльності. Узагальнення отриманих даних (за дослідженнями на General Electric) привели до таких висновків: критика не є ефективним засобом інформування підлеглих про недоліки в їх роботі, вона викликає захисну реакцію; надання раз чи двічі на рік інформації щодо оцінки роботи працівників є неефективним, і періодичність оцінки має встановлюватися залежно від ситуації; не слід обговорювати питання про оцінку результатів діяльності і зарплату одночасно.

Показовим є запровадження системи атестації: на 80,2 % компаній атестація поліпшує виконання роботи. Систематична атестація дозволяє визначати і виправляти погані звички в роботі; 66 % компаній використовували її як основу для просування у службовій діяльності і переведень; на 63 % фірм вона дає докладні відомості про послужний список співробітників і їх досягнення для визначення розміру збільшення заробітної плати; більше ніж на 61 % компаній атестація поліпшує моральний стан; майже 53 % компаній використовують її для визначення кандидатів на посади керівників і створення групи потенційних керівників [6].

Наприклад, у компанії Control Data працівникові за тиждень повідомляють дату співбесіди. Він повинен підготуватись з таких питань:

як він сам оцінює свою діяльність;

наскільки успішно виконав поставлене завдання і що перешкодило досягнути кращих результатів;

що потрібно зробити для покращення якості роботи.

Однією з цілей оцінки діяльності персоналу в західноєвропейських фірмах є визначення контингенту працівників, за рахунок якого можна проводити скорочення. Корпораціям, передусім, необхідно звільнитись від працівників, що не відповідають вимогам робочого місця. Існує дві причини звільнення:

індивідуальне звільнення з метою заміни неефективних працівників;

ліквідація або суміщення управлінських робочих місць. Наприклад, Кабінет Міністрів України провів скорочення працівників за рахунок перебудови управлінських процесів, використання нової інформаційної технології, ліквідації непотрібних управлінських ланок [2].

Корисним є досвід Японії з оцінки персоналу, яка передбачає визначення результатів праці робітника, його здібностей, характеру, здатності до певного виду діяльності для вирішення питань управління кар'єрою працівника. Встановлюється жорсткий зв'язок результатів оцінки працівників з оплатою і преміюванням. Підвищення окладів здійснюється щорічно переважно 1-го квітня, а премії



видаються два рази на рік. Оплата праці за результатами оцінки, на погляд автора, удосконалила традиційну японську систему оплати праці за віком і стажем. Сьогодні виплата премій обумовлюється оцінкою здібностей і результатом праці. Намітилась позитивна тенденція і в оплаті праці – до 30 – 40 % її розміру є не постійною, оскільки узгоджується з результатами праці. Оцінка кадрів є регулярною, обов'язковою для всіх, оформляється оцінними листами або картками оцінки кадрів [3].

Досвід зарубіжних підприємств з питань оцінки персоналу є корисним для українських компаній з позицій досягнення найбільш ефективного управління персоналом в організації. Але слід пам'ятати, що перш ніж запроваджувати на конкретному підприємстві ті чи інші методи оцінки, треба оцінити ступінь об'єктивності такого рішення і проаналізувати можливі наслідки.

Наук. керівн. Лебединська О. С.

Література: 1. Иванов Р. Особенности оценки персонала в новой экономической ситуации / Иванов Р. // Менеджмент и менеджер. – 2009. – № 11–12. – С. 52–56. 2. Крушельницька О. В. Управління персоналом : навч. посібн. / Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. – К. : Кондор, 2003. – 296 с. 3. Ситнік О. Д. Оцінка персоналу в системі мотивації / Ситнік О. Д. // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 11. – С. 84–87. 4. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу : навч. посібн. / Савченко В. А. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с. 5. Кузьменко Л. М. Проблеми проведення оцінки персоналу / Кузьменко Л. М. // Економіка і маркетинг в XXI сторіччі. – 2008. – С. 160–162. 6. Осовська Г. Основи менеджменту : підручник / Г. Осовська, О. Осовський. – 3-тє вид., перероб. и доп. – К. : Кондор, 2006. – 661 с.

Лысюк Н. А.

УДК 005.95/.96:005.591.45

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ АУТСОРСИНГА В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Аннотация. Рассмотрена сущность аутсорсинга в управлении персоналом. Определены его преимущества и недостатки.

Анотация. Розглянуто сутність аутсорсингу в управлінні персоналом. Визначено його переваги та недоліки.

Annotation. Essence of outsourcing in personnel management is considered. Its advantages and shortcomings are defined.

Ключевые слова: аутсорсинг, управленческие решения, конкурентоспособность, управление персоналом, аутсорсер, сфера HR.

В современных конкурентных условиях результаты деятельности предприятия во многом зависят от эффективности организации его работы. Некоторые функции, необходимые для обеспечения стабильной работы, предприятие не в силах выполнять самостоятельно, так как они слишком затратны. Поэтому предприятия с целью экономии средств и минимизации затрат прибегают к такому виду деятельности, как аутсорсинг.

Исследование теоретических и методических аспектов управления процессом аутсорсинга нашли отражение в работах зарубежных ученых Р. Алдерса, Слоуна А. Л., Э. Спарроу, Г. Минса, Монзака Р. М., Хейвуда Дж. Б., Д. Шнайдера и других авторов. Среди отечественных ученых занимались изучением процесса аутсорсинга Бравар Ж. Л., Кафидова В. В., А. Добронравова, С. Календжян, Киселева А. Н., Д. Комиссарова, Селина М. С., И. Шеян. Большая часть исследований затрагивает процессы, связанные с рынком аутсорсинга информационных, логистических и кадровых услуг. Что касается аутсорсинга в управлении персоналом, то это довольно новое и не до конца разработанное направление. Данное обстоятельство определяет актуальность выбранной темы.

Целью данного исследования является раскрытие сущности аутсорсинга в управлении персоналом, определение преимуществ и недостатков применения данного вида аутсорсинга на предприятии.

Понятие "аутсорсинг" было объектом изучения многих ученых, поэтому существует огромное количество его определений. В табл. 1 представлены некоторые из них.

© Лысюк Н. А., 2012

Определение понятия "аутсорсинг"

Автор	Определение
Бравар Ж. Л. [1]	Аутсорсинг (в переводе с англ. <i>outsourcing – outside resource using</i> – использование внешних ресурсов) – передача организацией части своих производственных функций или определенных бизнес-процессов на обслуживание другой организации-исполнителю, специализирующейся в данной области
Кафидов В. В. [2]	Аутсорсинг – это разновидность кооперирования, передача традиционных неключевых функций организации (таких, например, как бухгалтерский учет или рекламная деятельность для машиностроительной компании) внешним исполнителям – аутсорсерам, субподрядчикам, высококвалифицированным специалистам сторонних фирм; отказ от собственного бизнес-процесса, например изготовления отливки или составления баланса, и приобретение услуг по реализации этого бизнес-процесса у другой, специализированной организации
Wikipedia [3]	Аутсórсинг (от англ. <i>outsourcing (outer-source-using)</i> – использование внешнего источника/ресурса) – передача организацией на основании договора определенных бизнес-процессов или производственных функций на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответствующей области
Мхитарян А. А. и Селина М. С. [4]	Аутсорсинг бизнес-процессов – это передача одного или нескольких бизнес-процессов, требующих ИТ-ресурсов или автоматизации процессов, внешнему поставщику, который, в свою очередь, владеет, администрирует и управляет данными процессами
Дж. Брайан Хей вуд [5]	Аутсорсинг – перевод внутреннего подразделения или подразделений предприятия и всех связанных с ним активов в организацию поставщика услуг, предлагающего оказывать некоторую услугу в течение определенного времени по оговоренной цене
Каледжян С. О. [6]	Аутсорсинг – это основанная на стратегическом решении передача на длительный срок в целом или частично необходимых организации управленческих функций внешним исполнителям на контрактной основе для повышения эффективности деятельности организации

Работа с человеческими ресурсами требует высокой квалификации. Однако решению стратегических задач часто мешает обязательная рутинная работа, которая отнимает большую часть времени менеджера по управлению персоналом. Потому на предприятии стал применяться аутсорсинг в управлении персоналом.

Аутсорсинг в сфере HR – это передача на исполнение третьим лицам некоторых функций подразделений предприятия по управлению персоналом. Ведь управление персоналом – это постоянный процесс решения проблем комплектования организации персоналом соответствующего качества и количества, который требует выполнения определенных заданий: набор, подбор, управление карьерой и мотивация организации [7, с. 83].

Функции HR-подразделений сводятся к следующим: подбор, адаптация, мотивация, развитие, обучение и оценка персонала, кадровое делопроизводство, расчет заработной платы, расчет пенсионных, налоговых, страховых отчислений и т. д.

HR-аутсорсинг может включать в себя любые из этих функций, как все вместе, так и по отдельности. Аутсорсинг удобен и выгоден как для крупных, так и для мелких предприятий, разница – в объеме передаваемых функций и целях аутсорсинга.

Мелкие предприятия, как правило, передают кадровое делопроизводство и расчеты (иногда вместе со всей бухгалтерией), часто подбор офисного персонала и обучающие мероприятия (обычно разовые). Здесь основная идея аутсорсинга – невозможность содержать в штате необходимых узких специалистов.

В крупных предприятиях департаменты HR включают в себя отдел подбора персонала, отдел кадров (делопроизводство), отдел обучения и развития. Расчет заработной платы и отчислений обычно входит в функционал бухгалтерии, где выводится в отдельный сектор.

При выборе аутсорсера предприятие должно четко определить функции, которые будет передавать и не ошибиться с выбором аутсорсера.

Если основной целью является экономия времени и избавление от рутины, но при этом стратегические моменты в управлении персоналом (например, мотивация) необходимо оставить внутри предприятия, тогда подходящий вариант – это аутсорсинг кадрового документооборота и расчетов.

В случае, если требуется грамотная независимая оценка, система мотивации, адаптированная под конкретную организацию, тогда необходимо привлечь консалтинговое предприятие.

Если цель – стабильное обучение персонала, необходима программа по развитию персонала, включающая в себя тренинги, семинары и командообразующие мероприятия.

При передаче "поддерживающих функций" на аутсорсинг специалисты служб управления персоналом занимаются вопросами стратегии и развития предприятия. Как показывает практика, инновационные и эффективные HR-стратегии способны принести заметные изменения в итоговые финансовые показатели предприятия. Также, передавая определенные функции аутсорсеру,



предприятие оптимизирует затраты на их реализацию. Кроме того, профессиональные аутсорсеры обеспечивают качество и надежность выполнения задач. Важнейшее условие успешного HR-аутсорсинга – компетентность предприятия аутсорсера. Профессиональный HR-аутсорсер применяет к задачам клиента бизнес-ориентированный подход, он состоит в том, что бизнес клиента в части управления персоналом рассматривается как комплекс взаимосвязанных процессов и предлагаются такие решения, которые способствуют достижению стратегических целей.

В табл. 2 приведены преимущества и недостатки аутсорсинга для предприятия [1; 3; 8].

Таблица 2

Преимущества и недостатки аутсорсинга

Преимущества	Недостатки
Возможность концентрировать свои ресурсы на основном бизнесе	Утечка коммерческой информации
Возможность привлекать лучших специалистов для организации того или иного процесса с максимальной эффективностью	Уровень профессионализма сотрудников аутсорсингового предприятия может оказаться недостаточным для выполнения работ или оказания услуг на должном уровне
Экономия на налогах и на зарплате	Снижение качества информации при недобросовестности аутсорсера
Увеличение качества получаемых продуктов или услуг	Большая текучесть персонала
Улучшает инновационные возможности предприятия за счет взаимодействия и партнерства с поставщиками мирового уровня, имеющими большой интеллектуальный потенциал и богатый инновационный опыт	В случае неожиданного отказа от услуг провайдера или его банкротства компания столкнется с необходимостью срочно искать новых партнеров и заново вводить их в дела организации, или же ей придется начать самостоятельно выполнять функции, ранее бывшие на аутсорсинге
Обеспечивает большую гибкость предприятия в случае внезапного изменения рыночной ситуации или потребительских предпочтений	Наличие рисков нарушения сохранности имущества, безопасности и утечки сведений конфиденциального характера в результате предоставления нерегулируемого доступа к документам, данным и материальным ценностям предприятия
Ускоряет приобретение ресурсов и навыков	Увеличение времени решения проблем в аварийных ситуациях
Возможность снизить затраты на собственный персонал	Потеря контроля над собственными ресурсами
Снижение стоимости реализации бизнес-процесса	Аутсорсинг может ограничивать управленческую гибкость
Снижение рисков	Утечка конфиденциальной информации

В аутсорсинге важен накопленный опыт работы, количество нестандартных ситуаций, с которыми приходилось сталкиваться специалистам предприятия. Немаловажным показателем при выборе партнера будет являться его возраст и репутация. Помимо этого, следует обратить внимание на страховку профессиональной ответственности, которую имеет любая серьезная аутсорсинговая компания. Важно изучить страховые обязательства – серьезный ли партнер-страховщик у провайдера и достаточна ли страховая сумма.

Таким образом, аутсорсинг – это передача определенных функций другому предприятию с целью снижения затрат, усовершенствования работы предприятия и повышения уровня его конкурентоспособности. Несмотря на все недостатки аутсорсинга, преимущества его применения более значимы, ведь каждое предприятие стремится минимизировать затраты и максимизировать прибыль.

Научн. рук. Иванова О. Ю.

Литература: 1. Бравар Ж.-Л. Эффективный аутсорсинг. Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений : учебник по предпринимательству / Ж.-Л. Бравар. – М. : Баланс Бизнес Букс, 2007. – С. 288. 2. Кафидов В. В. Управление персоналом : учебн. пособ. / В. В. Кафидов. – СПб. : Питер, 2009. – 240 с. 3. Аутсорсинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki>. 4. Мхитарян А. А. Аутсорсинг бизнес-процессов – предпосылка достижения предпочтительных конкурентных преимуществ / А. А. Мхитарян, М. С. Селина // Вестник РЭА. – 2008. – № 2. – С. 79–83. 5. Хейвуд Дж. Б. Аутсорсинг: В поисках конкурентных преимуществ / Дж. Б. Хейвуд. – М., 2004. – 174 с. 6. Каледжан С. О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний / С. О. Каледжан. – М. : Дело, 2003. – 272 с. 7. Крушельницкая О. В. Управление персоналом : навч. посібн. / О. В. Крушельницкая, Д. П. Мельничук. – 2-ге вид., переробл. і доп. – К. : Кондор, 2005. – 308 с. 8. Управление персоналом организации : учебник / под ред. А. Я. Кибанова. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 638 с.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ, ПЕРЕПІДГОТОВКИ ТА ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ЗАЙНЯТИХ І БЕЗРОБІТНИХ

Анотація. Розглянуто важливість державного регулювання професійної підготовки зайнятих та безробітних. Проаналізовано вплив професійної підготовки на забезпечення соціально-економічної стабільності та ефективності діяльності підприємств у сучасних умовах ринку.

Аннотация. Рассмотрена важность государственного регулирования профессиональной подготовки занятых и безработных. Проведен анализ влияния профессиональной подготовки на обеспечение социально-экономической стабильности и эффективности деятельности предприятия в современных условиях рынка.

Annotation. The importance of state regulation of professional training of employed and unemployed is considered. The analysis of influence of professional training on maintenance of socio economic stability and efficiency of activity of the enterprise in modern conditions of the market is carried out.

Ключові слова: зайнятість, безробіття, професійне навчання.

Враховуючи існуючий дефіцит робочих професій на ринку праці, коли попит на окремі професії перевищує пропозицію, можна виділити актуальність даної теми, оскільки в сучасних умовах жорсткого конкурентного ринку питання зайнятості, безробіття та системи професійного навчання несе характер стабільності або дисбалансу економічної сфери держави.

Мета статті – підкреслення та дослідження державного регулювання системи професійного навчання зайнятих та безробітних; виявлення ряду проблем професійного навчання та можливі шляхи їх вирішення.

Теоретичною основою роботи є законодавчі та нормативні акти України, спеціальна література з досліджуваної теми, а також роботи провідних вітчизняних та закордонних вчених Кібанова А. Л., Єгоршина А. П., Одегова Ю. Г., які зробили вагомий внесок у вивченні та вдосконаленні цієї теми.

Протягом останніх років потенціал кваліфікованих робітників в Україні значно знизився порівняно з розвинутими країнами. Це зумовлено падінням престижу робочих професій, неефективним інформуванням населення щодо попиту на професії, недостатньою участю суб'єктів господарювання у розв'язанні проблем професійної освіти і навчання.

Зайнятість – це діяльність громадян, пов'язана із задоволенням особистих та суспільних потреб і така, що переважно приносить їм дохід у грошовій або іншій формі [1].

Безробітними визнаються працездатні громадяни працездатного віку, які через відсутність роботи не мають заробітку або інших передбачених законодавством доходів і зареєстровані у державній службі зайнятості як такі, що шукають роботу, готові та здатні приступити до підходящої роботи [1].

У результаті проведення дослідження матеріалів можна виділити, що за 9 місяців 2011 року чисельність зайнятого населення порівняно з відповідним періодом 2010 року збільшилась на 24,9 тис. осіб та становила 20,4 млн осіб. Рівень зайнятості населення в середньому по Україні зріс з 58,9 до 59,5 %, при цьому рівень безробіття населення знизився з 8,0 до 7,8 % економічно активного населення [2]. Для покращення економічного стану завдяки регулюванню рівня зайнятості та безробіття держава за допомогою центрів зайнятості створює мережу центрів професійного навчання населення. Головні точки таких центрів діють у Криму, Дніпропетровській, Донецькій, Івано-Франківській, Луганській, Львівській, Одеській, Рівненській, Сумській та Харківській областях [3].

У разі неможливості надати підходящу роботу безробітному можна запропонувати пройти професійну перепідготовку або підвищити свою кваліфікацію.

Одним із основних шляхів поповнення дефіциту висококваліфікованих кадрів є участь у реалізації концепції "навчання протягом усього життя" у формі перепідготовки, підвищення кваліфікації і професійної підготовки працівників (рисунок).

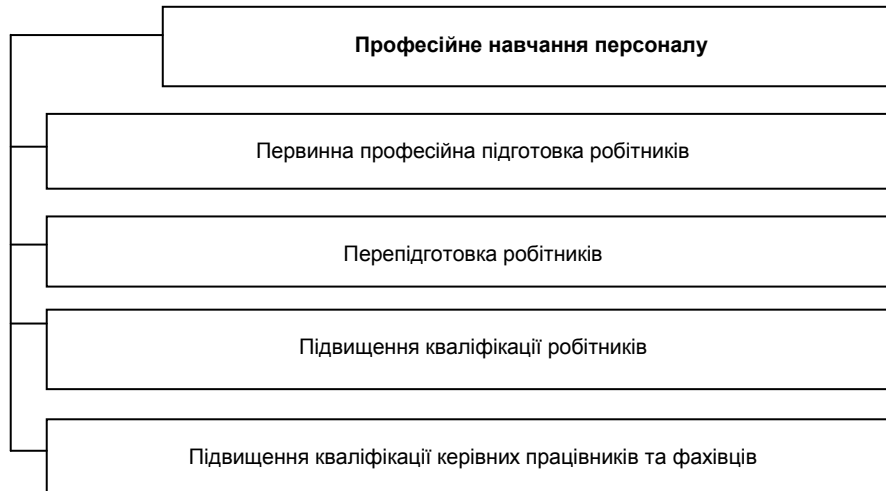


Рис. Види професійного навчання робітників

Первинна професійна підготовка працівників – здобуття професійно-технічної освіти особами, які раніше не мали робочої професії або спеціальності, що забезпечує відповідний рівень професійної кваліфікації, необхідний для продуктивної трудової діяльності у підприємстві [4].

Перепідготовка – професійно-технічне або вище навчання, спрямоване на оволодіння іншою професією (спеціальністю) робітниками або спеціалістами з вищою освітою, які вже здобули первинну професійну підготовку у професійно-технічних або вищих навчальних закладах.

Підвищення кваліфікації робітників – це професійно-технічне навчання працівників з метою вдосконалення знань, умінь, навичок та способів спілкування у зв'язку із зростанням потреб до професії чи підвищення посади [5].

Існує ряд проблем у цій системі:

- розпад галузевої системи управління народним господарством на початку 90-х років призвів до порушення системи підвищення кваліфікації;
- скорочення прямих заказів на підготовку кадрів керівників та спеціалістів;
- недостатнє державне фінансування в системі професійного навчання; слабка матеріально-технічна база навчальних закладів додаткового професійного навчання;
- перехід від середньострокових програм до короткострокових через брак коштів; низька заробітна плата викладачів [6];
- невідповідність попиту на робочу силу та її пропозиції у професійно-кваліфікаційному розрізі та ін.

Отже, для досягнення державою цілей соціально-економічної стабільності, підвищення рівня зайнятості та забезпечення ефективної діяльності підприємств необхідно створити відповідні умови та стабільну систему працевлаштування та професійного навчання персоналу, а саме: створити додатковий фінансовий резерв безпосередньо для навчання та підвищення кваліфікації персоналу; забезпечити пристосування професійної підготовки персоналу до сучасних технологій; своєчасно виявити та спрогнозувати зміни у професійно-кваліфікаційній структурі кваліфікованих робітників конкретної галузі та довести їх до навчальних закладів; організувати підготовку професійної кар'єри на більш високий ступінь кваліфікації; керівникам підприємства приділяти більше уваги навчанню персоналу та відповідно підвищенню кваліфікації працівників; удосконалити роботу, спрямовану на підвищення конкурентоспроможності безробітних, зокрема осіб, які бажають відновити трудову діяльність після перерви тривалістю понад шість місяців; приділяти увагу підготовці кадрів відповідно до потреб ринку праці та на замовлення роботодавців для промисловості, сфери обслуговування населення, будівельної та транспортної галузей.

Наук. керівн. Лебединська О. С.

Література: 1. Про зайнятість : Закон України від 1 січня 2000 року № 803 // Урядовий кур'єр. – 2010. – № 3. 2. www.dcz.gov.ua. 3. www.kadrovik.ua. 4. Егоршин В. О. Управление персоналом : учебник для ВУЗов / Егоршин В. О. – 5-е изд., доп. и перераб. – Нижний Новгород, 2005. – 720 с. 5. Кибанов О. Я. Управление персоналом организации : учебник / Кибанов О. Я. – 3-е изд., доп. и перераб. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 638 с. 6. Щербак В. Г. Управление персоналом предприятия : научное издание / Щербак В. Г. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 220 с. 7. Про затвердження Положення про професійне навчання кадрів : Постанова від 27.04.2001 р. // Офіційний вісник України. – 2001. – № 15. – С. 175.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

Аннотация. Определены роль и направления социального развития в деятельности предприятия, рассмотрены социальная подсистема организации и ее формирование.

Анотація. Визначено роль і напрями соціального розвитку в діяльності підприємства, розглянуто соціальну підсистему організації та її формування.

Annotation. The role of social development in the enterprise is defined, social subsystem of the organization and its formation is considered.

Ключевые слова: социальное развитие, социальная подсистема, социальная инфраструктура, социальное партнерство.

Эффективность деятельности предприятия, выполнение им своей миссии, устойчивость функционирования в условиях рыночных отношений прямо связаны с совершенствованием и развитием его социальной организации. Это в первую очередь относится к более крупным предприятиям, особенно холдингам. Высокий удельный вес товаров и услуг на рынке, их качество и важность для удовлетворения общественных потребностей, а также занятость большого количества людей превращают предприятие в более значимый объект для всех уровней социума, начиная с местного и заканчивая глобальным.

Комплексные исследования социального развития предприятия начались с середины 60-х годов, они были прямо связаны с движением социального (социально-экономического) планирования на промышленных предприятиях. Такими исследованиями, в частности, занимались ученые Пономаренко В. С., Назарова Г. В., Аитов Н. А., Козиев А. К., Дмитриев А. В., Керимов Д. А. и др. Однако вопросы социального развития организации не потеряли своей актуальности и в настоящее время и требуют новых исследований.

Целью данной статьи является анализ сущности понятия социального развития, а также выявление его роли и направления.

Под социальным развитием организации понимается процесс или последовательность изменений социальной подсистемы организации, в ходе которой происходит ее качественное изменение в прогрессивном направлении. Следует различать процессы роста как простого увеличения количественных показателей, характеризующих социальную подсистему организации, и процессы развития, ведущие к положительным изменениям принципиального характера, затрагивающим суть данной подсистемы.

Социальная подсистема организации образуется из социальной общности сотрудников организации (трудового коллектива) и совокупности условий, обеспечивающих удовлетворение их материальных и нематериальных (социальных, духовных) потребностей, включая корпоративные ценности, традиции, нормы делового и неформального общения, набор социальных ролей. Данная совокупность условий представляет собой социальную инфраструктуру организации, которая включает в себя условия труда и производственного быта персонала, а также внепроизводственные условия жизни работников и членов их семей (возможности учебы, лечения, отдыха, культурного проведения досуга и т. п.). Таким образом, результатами социального развития организации, точнее управления социальным развитием, являются:

во-первых, качественно новое состояние ее трудового коллектива, выражающееся в более сложной профессионально-квалификационной структуре персонала, обладающего соответственно более высоким уровнем общего и специального образования, культуры, других личностных показателей (удовлетворенности трудом, заинтересованности в более производительном и качественном труде, в успехах своего подразделения и организации в целом и т. п.), более высоким уровнем сплоченности, состоянием социально-психологического климата, более высокой реальной корпоративной культурой;

во-вторых, существенно иные, более благоприятные условия труда, включающие физические характеристики этих условий, а также содержание труда, насыщенность его творческими элементами, наличие возможностей для проявления инициативы, развитую систему стимулов и высокий уровень трудовой мотивации, уровень заработной платы, обеспечивающий удовлетворение материальных и духовных потребностей работников.



Социальное развитие организации осуществляется по следующим направлениям:

1. Создание единого статуса для всех работников, равенство в отношениях.
2. Социальное партнерство, создание тождественности интересов руководителя и сотрудников.
3. Равенство в возможностях продвижения по карьерной лестнице.
4. Забота о нуждах работника.
5. Повышение профессионализма менеджеров [1].
6. Создание благоприятных условий труда.
7. Создание корпоративной культуры.
8. Предоставление сотрудникам программ пенсионного и страхового обеспечения.

Реализация данных направлений позволит обеспечить эффективность социального развития.

Эффективность социального развития – это характеристика социальной среды организации, выражающая соответствие между воздействием на персонал результатов социальных мероприятий, в том числе внедрения новых социальных технологий, и затратами материально-финансовых и иных ресурсов на их осуществление. Социальная эффективность, ее определение и оценка основываются на качественных показателях и признании приоритетности социальных целей: чем в большей степени то или иное мероприятие способствовало решению конкретных социальных проблем, тем оно социально эффективнее [1].

Управление социальным развитием организации предусматривает создание благоприятных условий труда и отдыха работников, вознаграждение и социальную защиту персонала, поддержание оптимальной морально-психологической атмосферы в коллективе, обеспечение социального партнерства и делового сотрудничества.

В зависимости от конкретной ситуации управление социальным развитием осуществляется либо самой дирекцией организации, либо уполномоченными на то лицами, либо автономными подразделениями, которые являются элементами структуры управления персоналом, службами социального назначения [2].

Руководителю предприятия, менеджеру нужно обладать необходимым минимумом гуманитарных и этических знаний, психологическим и педагогическим тактом, умением подбирать располагающую обстоятельству манеру поведения. Ему в определенной степени надлежит выступать в роли воспитателя, который учитывает психологические особенности отдельных личностей и социальных групп, а при выборе вариантов решений социальных вопросов советоваться с теми, чьи интересы данная проблема затрагивает [3].

Самая главная задача команды управления – сфокусировать внимание на человеке, а также на его интеллектуальном и нравственном потенциале, культуре общения и взаимодействии работников.

Таким образом, для достижения эффективности социального развития организации вектор развития должен быть обращен на то, чтобы разнообразить и обогатить содержание трудовой деятельности, более полно использовать интеллектуальный капитал и творчество работников, повысить их ответственность, создать должные условия для продуктивной работы в соответствии с законодательством. Управление социальным развитием организации включает в себя совокупность способов, методов и процедур, позволяющих решать различные социальные проблемы на основе научного подхода, знания закономерностей протекания социальных процессов, точного аналитического расчета и социальных стандартов.

Научн. рук. Доровской А. Ф.

Литература: 1. Ворожейкин И. Е. Управление социальным развитием организации : учебник. Серия : Высшее образование / Ворожейкин И. Е. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 176 с. 2. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации / Кибанов А. Я. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 638 с. 3. Ягофарова А. М. Социальное развитие организации транспортной организации, роль команды управления / А. М. Ягофарова // Транспортная безопасность и технологии. – 2009. – № 4. – С. 2–11.

Літвінова Ю. О.

УДК 331. 57(477)

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

Анотація. Визначено економічну сутність безробіття. Узагальнено існуючі проблеми, пов'язані з безробіттям у сучасних умовах розвитку суспільства. Запропоновано основні шляхи подолання безробіття в Україні.

© Літвінова Ю. О., 2012

Аннотация. Определена экономическая сущность безработицы. Обобщены существующие проблемы, связанные с безработицей в современных условиях развития общества. Предложены основные пути преодоления безработицы в Украине.

Annotation. The economic essence of unemployment is defined. Existing problems connected with unemployment in modern conditions of development of a society are generalised. The basic ways of overcoming unemployment in Ukraine are offered.

Ключові слова: безробіття, соціально-економічне явище, робоче місце, зайнятість, робоча сила, робітник, підприємство.

Ставлення до безробіття як до соціально-економічного явища не є однозначним. Безробіття вважається, з одного боку, важливим стимулятором активності працюючого населення, а з іншого – вкрай небажаним явищем. Економічні втрати від безробіття – це невипущена продукція, скорочення платоспроможного попиту, звуження споживчого ринку, наростання елементів кризи виробництва. Перебування ж людей у статусі безробітних спричиняє часткову або повну втрату доходів, професійних навичок, зниження рівня життя, втрату почуття власної гідності, що перешкоджає поверненню людей на ринок праці. Безробіття приводить до зростання злочинності, смертності, кількості психічних захворювань. Зростає наявність осіб без певного роду занять, молоді, які не прагнуть до працевлаштування. Безробіття заважає суспільству рухатися до своїх потенційних можливостей. Тому актуальним є дослідження існуючих проблем, пов'язаних із безробіттям, та визначення основних шляхів їх подолання [1, с. 95].

Проблемі безробіття присвячені роботи Грішної О. А., Дарченко Н. Д., Гриньової В. М. та ін.

Метою роботи є систематизація основних проблем, пов'язаних з безробіттям, та пошук основних шляхів підвищення зайнятості населення.

Сутність поняття "безробіття" по-різному трактується вченими.

Безробіттям називається соціально-економічна ситуація в суспільстві, за якої частина активних працездатних громадян не може знайти роботу, яку вони здатні виконувати, що обумовлено переважанням пропозиції праці над попитом на неї [2, с. 165].

Безробіття – соціально-економічне явище, при якому частина робочої сили економічно активного населення не зайнята в суспільному виробництві [1, с. 91].

Безробіття – складне соціально-економічне явище, суть якого полягає у невідповідності між попитом на робочу силу та її пропозицією на ринку праці, у результаті чого частка працездатного населення не має постійної роботи (трудового заробітку), поповнюючи резервну армію праці [3, с. 68].

Безробітні, у значенні МОП, – це особи у віці 15 – 70 років (як зареєстровані, так і незареєстровані в державній службі зайнятості), які одночасно задовольняють трьома умовами: не мають роботи (прибуткового заняття), шукають роботу або намагаються організувати власну справу, готові приступити до роботи протягом наступних 2 тижнів. До цієї категорії належать також особи, що навчаються за направленнями служби зайнятості, знайшли роботу і чекають відповіді або готуються до неї приступити, але на даний момент ще не працюють [2, с. 165].

За українським законодавством, безробітними визнаються громадяни працездатного віку, що не мають роботи і заробітку, зареєстровані в органах служби зайнятості, шукають роботу і готові до неї приступити [4].

Основними причинами виникнення безробіття є [5, с. 86]:

добровільне звільнення з метою пошуку більш сприятливого варіанта трудової діяльності;

спад виробництва на підприємствах;
зниження попиту на ряд професій та ін.

Залежно від цих критеріїв розрізняють: фрикційне, сезонне, структурне, циклічне та інституціональне безробіття [5, с. 86].

Також розрізняють за характером прояву: відкрите, приховане безробіття [5, с. 89].

За тривалістю безробіття підрозділяється на короткочасне, помірне, тривале й застійне [5, с. 90].

Аби уникнути масового безробіття в Україні і запобігти великому скороченню зайнятості, необхідно застосовувати засоби як довготермінового, так і кон'юнктурного (короткотермінового) характеру [6, с. 168].

До довготермінових відносять:

1) застосування гнучкої системи поєднання професійної підготовки і перепідготовки з зайнятістю. По-перше, коли підприємства скорочують виробництво й утворюється великий надлишок робочої сили, необхідно більше робітників та службовців направити на перепідготовку і підвищення кваліфікації. Навпаки, коли виробництво високими темпами розширюється, треба більше працівників зі сфери профнавчання направити на заводи і фабрики. По-друге, гнучка система освіти дозволяє швидше підготувати кадри робітників і фахівців з нових дефіцитних професій і спеціальностей [6, с. 168];



2) активна інвестиційна політика зі створення додаткових, нових робочих місць, а також збереження і підтримки економічно доцільних робочих місць, розвитку тимчасової зайнятості [6, с. 168];

3) збільшення розмірів пенсій по старості й інвалідності, щоб їх вистачало пенсіонерам на нормальне життя. Тоді відпав би мотив їх вторинної зайнятості [6, с. 168];

4) збільшення диференціації в заробітній платі;

5) широке застосування різних форм вторинної зайнятості: альтернативного робочого тижня тощо [6, с. 168];

6) упровадження альтернативних форм навчання;

7) сприяння міграції працездатного населення на роботу за межі регіону [6, с. 168];

8) підвищення мотивуючої ролі заробітної плати.

Серед заходів кон'юнктурного (короткотермінового) характеру пом'якшення безробіття слід зазначити такі:

1) розвиток додаткової зайнятості, індивідуальної трудової діяльності із надання послуг (ремонт квартир, будівництво гаражів, дач, льохів, ремонт побутової радіотехніки тощо) [6, с. 169];

2) заохочення створення підприємств малого бізнесу [6, с. 169];

3) розвиток приміського фермерства [6, с. 169];

4) дострокове (на 1,5 – 2 роки) відправлення робітників та службовців на пенсію по старості та ін. [6, с. 169].

Головне – зменшити розміри відкритого і тривалого безробіття, послабити його тяготи шляхом перетворення в часткову зайнятість. Це дозволить пом'якшити соціальну напруженість, запобігти соціальним вибухам [6, с. 169].

Таким чином, науковим результатом даного дослідження є систематизація заходів довго- і короткотермінового характеру щодо запобігання безробіття в Україні.

Перспективою подальших наукових досліджень у цьому напрямі є розробка заходів запобігання безробіттю на регіональному рівні.

Наук. керівн. Бірюк С. О.

Література: 1. Економіка праці та соціально-трудові відносини : конспект лекцій для студентів спеціальності 7.050109 усіх форм навчання / Є. П. Кожанова, О. О. Титар, В. І. Білоконенко та ін. ; за ред. Є. П. Кожанової. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2004. – 284 с. 2. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини : підручник / Грішнова О. А. – К. : Знання, 2006. – 559 с. 3. Економіка праці та соціально-трудові відносини. Збірник завдань і вправ : навч. посібн. / Дарченко Н. Д., Рижиков В. С., Єськов О. Л. та ін. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 252 с. 4. Методологічні положення щодо класифікацій та аналізу економічно активного населення : затв. Наказом Державного комітету статистики України № 12 від 19.01.11 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakonrada.gov.ua. 5. Гриньова В. М. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посібн. / Гриньова В. М. – К. : Знання, 2010. – 310 с. 6. Єсінова Н. І. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посібн. / Єсінова Н. І. – К. : Кондор, 2006. – 432 с. 7. Махсма М. Б. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посібн. / Махсма М. Б. – К. : Атіка, 2005. – 304 с.

Іушина В. Д.

УДК 331.109.6

Магістр 1 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ДІЯЛЬНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ СЛУЖБИ ПОСЕРЕДНИЦТВА І ПРИМИРЕННЯ ЯК ЗАСІБ ПОПЕРЕДЖЕННЯ ТА ВИРІШЕННЯ КОЛЕКТИВНИХ ТРУДОВИХ СПОРІВ

Анотація. Розглянуто діяльність Національної служби посередництва і примирення, проаналізовано причини невеликої кількості зареєстрованих колективних трудових спорів та запропоновано заходи щодо їх усунення.

© Іушина В. Д., 2012

Аннотация. Рассмотрена деятельность Национальной службы посредничества и примирения, проанализированы причины небольшого количества зарегистрированных коллективных трудовых споров и предложены мероприятия по их устранению.

Annotation. The activities of the National Mediation and Conciliation Service is considered, the reasons of a small number of registered collective labor disputes are analysed and measures to remove them are proposed.

Ключові слова: Національна служба посередництва і примирення, колективний трудовий спір, соціально-трудова відносина.

В умовах ринкових відносин проблеми правового регулювання взаємодії між роботодавцями й найманими працівниками набувають все більшої актуальності. Своєчасне та ефективно вирішення трудових спорів дозволить зміцнити конкурентні позиції вітчизняних підприємств за рахунок формування лояльності працівників підприємства, зниження плинності кадрів, збільшення задоволеності працівників діями роботодавця, зміцнення корпоративного духу тощо.

У цьому зв'язку актуальним питанням трудового права є вивчення особливостей колективних трудових спорів та розробка заходів щодо їх регулювання.

Інтереси роботодавця і найманого працівника не завжди збігаються. Тому можливе зіткнення цих інтересів на будь-якій стадії трудових правовідносин, що, у свою чергу, призводить до виникнення розбіжностей. Мова йде про колективні трудові спори (КТС), сторонами яких, на відміну від індивідуальних трудових спорів, є колектив найманих працівників чи їх окремі категорії, профспілки або їх об'єднання з однієї сторони, а з другої – роботодавець, об'єднання роботодавців або їх представники.

Закон України "Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)" дає таке тлумачення КТС: колективний трудовий спір (конфлікт) – це розбіжності, що виникли між сторонами соціально-трудова відносин щодо:

- 1) встановлення нових або зміни існуючих соціально-економічних умов праці та виробничого побуту;
- 2) укладення чи зміни колективного договору, угоди;
- 3) виконання колективного договору, угоди або окремих їх положень;
- 4) невиконання вимог законодавства про працю [1].

Таким чином, підставою для виникнення конфлікту може бути не тільки порушення трудових прав працівників або колективного договору. Якщо врегулювати КТС, не виходячи за рівень "роботодавець – працівники", не вдається, орган, який представляє інтереси найманих працівників або профспілки, може звернутися до Національної служби посередництва і примирення (НСПП).

Актуальність статті зумовлена тим, що зниження соціальних гарантій, масові порушення трудового законодавства, невідповідність нормативно-правової бази нинішнім суспільним відносинам негативно позначаються на соціально-трудова взаємовідносинах між працівниками, роботодавцями та державою, що спричиняє виникнення колективних трудових спорів.

Нестабільність становища працівників, їх фактична залежність від роботодавця, наявність такого негативного фактора, як затримка із виплатою заробітної плати, особливо загострюють проблему колективного трудового спору [2]. За цих обставин значно зростає роль примирних органів при вирішенні колективних трудових спорів (конфліктів), зусилля яких спрямовуються на переведення конфліктів у мирне русло, зменшення до мінімуму їх негативних соціальних та економічних наслідків.

Питанням дослідження цієї теми присвячено безліч робіт. Зокрема, в Україні та зарубіжних країнах приділяли увагу такі науковці, як Бару М. Й., Болотіна Н. Б., Гриценко Ю. М., Зуб І. В., Лазор В. В., Пастухов В. П., Руденко В. М. та ін. Матеріал, викладений у цих дослідженнях, носить загальний характер; наприклад, обмежено висвітлюється процедура розв'язання спорів примирними органами, зокрема НСПП.

Метою дослідження є вивчення діяльності НСПП починаючи з 2002 року та виявлення причин невідповідності кількості КТС дійсному рівню напруженості в соціально-трудова відносинах.

НСПП – це постійно діючий державний орган, створений у листопаді 1998 року Президентом України з метою сприяння поліпшенню трудових відносин та запобігання виникненню колективних трудових спорів, їх прогнозування та сприяння своєчасному їх вирішенню, здійснення посередництва для вирішення таких спорів [3].

Основні завдання Національної служби посередництва і примирення:

- сприяння взаємодії сторін соціально-трудова відносин у процесі врегулювання колективних трудових спорів (конфліктів), що виникли між ними;
- прогнозування виникнення колективних трудових спорів (конфліктів) та сприяння своєчасному їх вирішенню;



здійснення посередництва і примирення під час вирішення колективних трудових спорів (конфліктів);

забезпечення здійснення соціального діалогу, вироблення узгоджених пропозицій щодо розвитку соціально-економічних та трудових відносин в Україні;

здійснення заходів із запобігання виникненню колективних трудових спорів (конфліктів);

підвищення рівня правової культури учасників соціально-трудових відносин [4].

Основним напрямком діяльності НСПП є сприяння врегулюванню колективних трудових спорів (конфліктів). За роки своєї роботи НСПП сприяла вирішенню 1 687 колективних трудових спорів, безпосередніми учасниками яких стали більше 14 млн працівників різних підприємств України. Кількість КТС, врегулюванню яких сприяла Національна служба посередництва і примирення протягом 2002 – 2011 років, наведено нижче (рисунок).

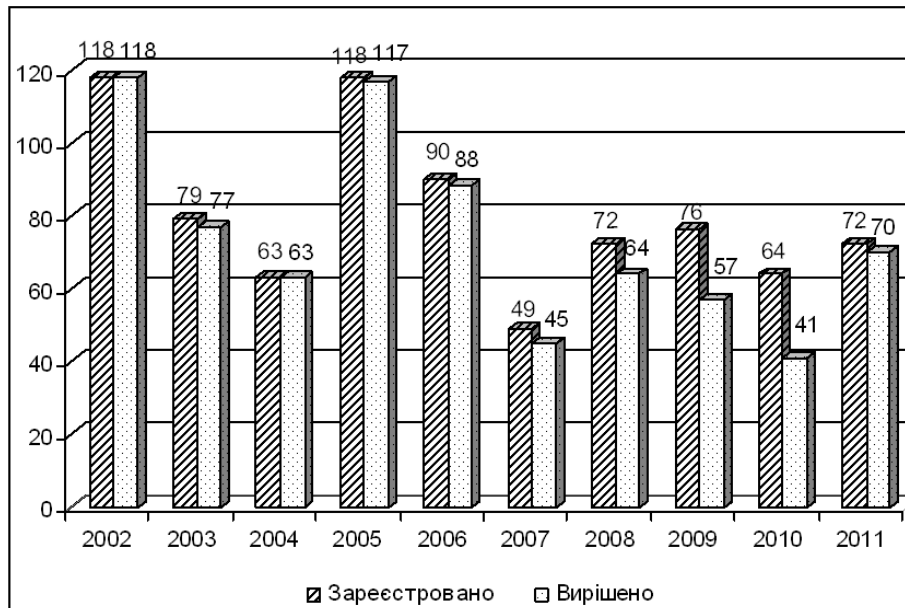


Рис. Кількість КТС, врегулюванню яких сприяла Національна служба посередництва і примирення протягом 2002 – 2011 років

Очевидно, що найбільша кількість КТС мала місце у 2002, 2005, 2006 та 2009 роках. Такі рівномірні сплески зростання КТС можна пов'язати з підвищенням політичної активності.

У Харківській області відділення Національної служби посередництва і примирення створено в березні 1999 року одним із перших на Україні. Перші роки діяльність відділення поширювалася на чотири області: Харківська, Полтавська, Сумська і Чернігівська. З 2001 року відділення Національної служби посередництва і примирення створені у всіх областях України та в Автономній Республіці Крим.

Загальна кількість конфліктів, врегулюванню яких на території Харківської області сприяли співробітники відділення НСПП з моменту його створення, становить 133 колективних трудових спори на виробничому рівні. У 2011 році здійснювалися заходи, спрямовані на вирішення 8 колективних трудових спорів, на таких підприємствах, як ВАТ "Ізюмський тепловозремонтний завод", ВАТ "Харківська книжкова фабрика ім. М. В. Фрунзе", ДП "Завод ім. В. О. Малишева", ДП "Харківський електромеханічний завод". З початку року врегульовано три колективних трудових спори.

Аналізуючи показники виникнення і врегулювання КТС упродовж 2002 – 2011 років, слід зауважити, що їх кількість не повною мірою відповідає дійсному рівню напруженості в соціально-трудових відносинах. Кількість КТС залишається невеликою через низку стримуючих факторів [5]:

неготовність працівників до тривалої, цілеспрямованої роботи в рамках врегулювання колективних трудових спорів, їх перевага до застосування "гучних" акцій протесту;

відсутність у колективах лідерів, які можуть взяти на себе організаційні питання щодо вступу в колективний трудовий спір;

страх втратити роботу в умовах обмеженої можливості працевлаштування;

недостатній рівень правової культури;

недосконалість законодавчої бази (у чинному законодавстві не врегульовані такі питання, як відповідальність за порушення положень Закону України "Про порядок вирішення колективних

трудоу спорів (конфліктів)", відсутність механізму примусового виконання рішень примирних органів).

З метою вирішення цих проблем, на думку автора, слід запропонувати такі заходи.

Не всі робітники та підприємства загалом знають про існування такої організації, як НСПП. Отже, потрібне масове інформування про наявність такого органу через засоби масової інформації.

Одним із найсуттєвіших стримуючих факторів, які гальмують трансформацію конфліктної ситуації в колективний трудовий спір, є відсутність у трудовому колективі лідерів або достатньо активних ініціативних груп, які можуть взяти на себе організаційні питання вступу в колективний трудовий спір [5]. Це дійсно важлива проблема, адже багато працівників з урахуванням теперішнього політичного стану в країні не впевнені у своїх силах, бояться втратити роботу та згодні працювати майже за будь-яких умов праці, аби не втратити "дорогоцінне" робоче місце та більшменш стабільну заробітну плату. Тому, відверто кажучи, виховувати у своїх підлеглих якості лідерства на сьогоднішній день не вигідно. Отже, цим має зайнятися НСПП за допомогою ЗМІ. Крім характеристики суті та необхідності своєї діяльності, потрібно також інформувати населення про процедуру захисту тих працівників, які з конкретними вимогами звернуться до служби, щоб позбавити їх зайвого страху та показати, що вони гарантовано отримають ту допомогу, за якою звернулися. Це також сприятиме зростанню рівня правової культури.

Потрібний також перегляд законодавчої бази, але це вже, на жаль, не входить до компетенції НСПП. Доти, доки уряд не зрозуміє усю необхідність врегулювання питань щодо відповідальності за порушення положень Закону України "Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)", на багатьох підприємствах буде свавілля, спричинене некерованою діяльністю роботодавців.

Як висновок хотілося б процитувати місію НСПП: "Наша мета – стабільність і взаєморозуміння" [3]. Задля цієї мети НСПП здійснює заходи щодо сприяння зменшенню соціальної напруги на підприємствах, стабілізації та поліпшення соціально-трудоу відносин, запобігання виникненню колективних трудових спорів та їх своєчасного вирішення, створення умов для проведення соціального діалогу в конструктивному руслі.

Наук. керівн. Іванова О. Ю.

Література: 1. Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів) : Закон України зі змінами від 24.12.2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=137%2F98-%E2%F0>. 2. Удосконалення процедури вирішення колективних трудових спорів (конфліктів) примирними органами в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/130362.html>. 3. Відділення Національної служби посередництва і примирення в Харківській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nsppkharkiv.at.ua/>. 4. Основні завдання Національної служби посередництва і примирення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nspp.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=2. 5. Бюлетень Національної служби посередництва і примирення № 11-12/2011. – С. 35–40.

Зміст

Задорожний П. А. Мотивація персоналу щодо досягнення стратегічних цілей організації.....	3
Чижова О. В. Маркетингове планування як основа успішної діяльності підприємства.....	4
Козлов В. І. Сучасні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства.....	6
Тропов О. В. Організаційна структура маркетингової діяльності підприємства як важливий фактор його успішної діяльності.....	9
Лизенкова П. Ю. Проблеми стратегічного планування на підприємствах в Україні.....	10
Ободовська О. Ю. Особливості проведення технологічного аудиту підприємства.....	12
Дивінець М. О. Маркетингові комунікації в мережі Інтернет.....	13
Касумова Є. О. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	15
Гончаренко О. М. Інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень.....	17
Беспалько І. О. Показники оцінки інноваційної діяльності підприємства.....	19
Довгаль Л. В. Місце та значення інвестиційної стратегії для підприємства.....	21
Бутков Д. В. Мотивація управлінського персоналу як складова стратегії підприємства.....	22
Дмитрієва А. О. Інформаційне забезпечення як один з найважливіших елементів ефективного маркетингу на підприємстві.....	24
Ангелова И. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации как способ завоевания новых рынков.....	25
Шевчук А. Ю. Підвищення ефективності рекламної діяльності на підприємстві за рахунок інновацій.....	27
Краснікова О. С. Особливості управління інноваційною діяльністю підприємств в Україні.....	29
Ускова Т. М. Теоретичні аспекти управління інноваційними ризиками на підприємстві.....	31
Страшкова А. К. Основні принципи та етапи розробки медіаплану.....	33
Розгоні М. В. Особливості трансферу технологій та проблеми його реалізації в Україні.....	34
Садуло В. О. Інноваційна інфраструктура як основа організаційної підтримки інноваційної діяльності суб'єктів господарювання.....	36
Оганесян М. Г. Удосконалення методів розробки фінансової складової бізнес-плану.....	38
Мартінова Я. О. Методичні принципи оцінювання інвестиційного потенціалу підприємства.....	40
Молчанова Т. В. Управління персоналом у процесі реалізації інноваційного проекту на підприємстві.....	42
Павленко В. В. Формування механізмів мотиваційної діяльності.....	44
Шевченко К. О. Технологія маркетингової діяльності.....	45
Продайко М. А. Інвестиційні ризики та їх оцінка.....	47

Рівниченко Д. Д. Основні помилки при впровадженні реінжинірингу бізнес-процесів.....	48
Копичинська А. С. Обґрунтування важливості етапу контролю в процесі реалізації програми реструктуризації підприємства.....	50
Шевчук М. В. Місце та роль трансферу технологій у технологічному розвитку підприємств в Україні.....	52
Кулінова Т. М. Формування й оцінка інноваційного потенціалу України.....	54
Самойлова Ю. И. Концепция виртуальных складов.....	57
Волошина В. А. Применение методов экономического прогнозирования в логистике.....	59
Лісова Ю. А. Методики оцінки ефективності логістичної діяльності на підприємствах.....	62
Щеголькова А. Ю. Логістика як фактор підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства.....	65
Пащенко О. І. Шляхи підвищення ефективності управління керівників та спеціалістів на підприємстві.....	67
Каблучко В. В. Аналіз сучасного стану оновлення продукції підприємства.....	69
Петченко Т. О. Використання зведених таблиць для аналізу надходжень до місцевих бюджетів.....	72
Агібалова М. Ю. Інноваційні стратегії підприємства: поняття та особливості.....	76
Билополая Е. Н. Анализ и обобщение подходов к определению понятия эффективности.....	77
Базарова К. В. Анализ направленный повышения прибыльности предприятий.....	79
Калашник В. В. Складові елементи потенціалу підприємства.....	81
Коваленко К. А. Дослідження методів конкурентного аналізу.....	84
Шекун А. В. Аналіз інвестиційної привабливості будівельної галузі України.....	87
Бабенко А. П. Особливості здійснення інноваційно-інвестиційної політики в Україні.....	89
Межевец І. П. Атестація як метод оцінки діяльності персоналу.....	91
Єрмоленко К. С. Формування показників ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств.....	93
Пуша М. С. Державна політика регулювання зайнятості в Україні.....	95
Степанова Н. І. Аналіз інвестиційних процесів в Україні.....	98
Сторубльовцева А. С. Еволюція теорій економічного зростання.....	100
Грицюк І. В. Проблеми інвестицій АПК України.....	102
Золотова А. С. Проблемы теневой экономики в современной Украине.....	104
Комишан О. І. Потенціал підприємства: сутність, структура, фактори впливу.....	105
Панина Д. А. Особенности приема на работу иностранцев.....	107
Зобнина А. В. Правовое регулирование отношений вложения инвестиций в экономику страны.....	110
Мордовец А. В. Проблема гендерного неравенства в Украине.....	112
Шевченко А. В. Визначення факторів, що впливають на кар'єру жінки в Україні.....	115
Грищенко М. А. Охорона та захист права інтелектуальної власності на комп'ютерні програми.....	117
Довгаль Л. В. Закон Украины "Об информации". Особенности его функционирования.....	120



Светличная Д. И. Плагиат в вузах Украины и методы борьбы с ним.....	123
Тоюнда А. О. Роль Національної служби посередництва і примирення у вирішенні трудових спорів.....	124
Іваненко О. В. Захист прав інтелектуальної власності в аспекті стимулювання розвитку економіки знань в Україні.....	127
Пантелеєва О. С. Правові засади діяльності Державної митної служби України та напрями їх удосконалення.....	130
Котляревская К. Ю. Увольнение за аморальный проступок.....	132
Беженарь О. А. Эффективность правового регулирования процесса высвобождения персонала на предприятии согласно проекту Трудового кодекса Украины.....	134
Федчук І. Г. Стан розвитку персоналу на підприємствах України.....	137
Овечкина О. А. Регулирование деятельности ТНК снова актуально	139
Маркова А. И. Анализ причин возникновения и последствий трудовых конфликтов на предприятии.....	143
Поліщук О. Ю. Особливості процесу виконання місцевого бюджету на прикладі Харківського району	145
Друб В. М. Управління конфліктною ситуацією в організації.....	148
Асхабов А. Г. Суцність рейдерства и его влияние на економіку України.....	150
Стецюра Г. Ю. Зарубіжний досвід у сфері оцінки кадрів.....	152
Лысюк Н. А. Суцність и значение аутсорсинга в управлении персоналом.....	154
Коломієць Ю. О. Державне регулювання професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації зайнятих і безробітних.....	157
Тарасова Т. И. Эффективность социального развития предприятия и его особенности.....	159
Літвінова Ю. О. Шляхи подолання безробіття в Україні.....	160
Іушина В. Д. Діяльність Національної служби посередництва і примирення як засіб попередження та вирішення колективних трудових спорів	162