

Харківський національний
економічний університет

**Управління
розвитком**

Збірник наукових робіт

№ **9** (85) 2010

видається 2 рази на рік

Харків • ХНЕУ • 2010

Засновник і видавець ХНЕУ.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації КВ № 5948 від 19.03.2002 р.

Затверджено на засіданні
вченої ради університету,
протокол № 7 від 25.05.2010 р.

Редакційна колегія

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

Афанасьєв М. В. — канд. екон. наук, проф.

Внукова Н. М. — докт. екон. наук, проф.

Грігорян Г. М. — докт. екон. наук, проф.

Гриньова В. М. — докт. екон. наук, проф.

Дікань Л. В. — канд. екон. наук, проф.

Дороніна М. С. — докт. екон. наук, проф.

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

Кизим М. О. — докт. екон. наук, проф.

Клебанова Т. С. — докт. екон. наук, проф.

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

Малярєвський Ю. Д. — канд. екон. наук, доц.

Назарова Г. В. — докт. екон. наук, проф.

Орлов П. А. — докт. екон. наук, проф.

Пушкар О. І. — докт. екон. наук, проф.

Сєдова Л. М. — відповідальний секретар

Тридід О. М. — докт. екон. наук, проф.

Українська Л. О. — докт. екон. наук, проф.

Хохлов М. П. — докт. екон. наук, проф.

Ястремська О. М. — докт. екон. наук, проф.
(заступник головного редактора)

Поштова адреса

засновника і видавця:

61001, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а

Головний редактор **Пономаренко В. С.**

Конт. телефон: (057)702-03-04

Поштова адреса редакції:

61001, Україна, м. Харків,
пров. Інженерний, 1а, 1 під'їзд

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

Редакція (057)758-77-04

Редактори: **Лященко Т. О.**

Голінська О. Г.

Дуднік О. М.

Муштай Т. О.

Носач О. С.

Комп'ютерна верстка **Фоміна К. 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 27.05.2010 р.

Формат 84×108 1/16. Panip MultiCopy.

Ум.-друк. арк. 18,0. Обл.-вид. арк. 22,68. Тираж 500 прим. Зам. № 401.

Ціна договірна.

Видавець і виготівник — видавництво ХНЕУ, 61001, м. Харків, пр. Леніна, 9а.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи

© Харківський національний
економічний університет, 2010

© Видавництво ХНЕУ,
дизайн, оформлення обкладинки, 2010

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЛОГІСТИКИ В СИСТЕМУ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ БАНКУ

Анотація. Теоретично обґрунтовано та дано оцінку перспективам запровадження інноваційної логістики в систему стратегічного менеджменту банку шляхом визначення її основних завдань і функцій. Визначено місце та роль стратегії інноваційної логістики в системі банківського менеджменту.

Аннотация. Теоретически обоснованы и дана оценка перспективам внедрения инновационной логистики в систему стратегического менеджмента банка путем определения ее основных заданий и функций. Определены место и роль стратегии инновационной логистики в системе банковского менеджмента.

Annotation. The theoretical ground and estimation of the perspectives of logistic innovations' introduction into the system of strategic management by determining its basic tasks and functions is given. Place and role of innovation logistics strategy in the system of bank management is determined.

Ключові слова: стратегія інноваційної логістики, інноваційна логістика, потокові процеси, рівень інтегрованості банківської установи, стратегічний менеджмент банку, стратегія логістики банківської діяльності.

В умовах фінансової кризи і, як наслідок, у загостренні конкурентної боротьби в банківському секторі актуальними стають питання підвищення ефективності банківської діяльності. Серед багатьох факторів, що впливають на ефективність банківської діяльності, треба виділити наявність та ефективну реалізацію системи стратегічного менеджменту банку. У цьому аспекті викликає інтерес можливість запровадження в систему стратегічного менеджменту банку особливого наукового інструментарію – інноваційної логістики.

Інноваційну логістику визначають як науковий інструмент "з раціоналізації поточних процесів шляхом запровадження прогресивних інновацій у поточне і стратегічне управління ринковими структурами з метою досягнення кінцевих результатів бізнесу... Об'єктом дослідження інноваційної логістики є сформовані потокові процеси, які стосовно діяльності будь-яких суспільних структур є результатом заходів управлінського характеру. Предметом інноваційної логістики стають форми і методи управління поточними процесами, що підлягають удосконаленню за допомогою логістичних інновацій" [1]. Питаннями логістичної управління фінансовими потоками банків та корпорацій займалися як закордонні, так і вітчизняні вчені, серед них: Азаренкова Г. М. [2], Р. Боейлі [3], Захарова Н. А. [4], Кролі О. А. [5], С. Майерс [3], Проценко І. О. [1], Ф. Джозев. Сінкі-мол. [6] та ін.

Але треба відзначити, що в Україні проблеми логістичної управління фінансовими потоками ще освітлені недостатньо й тому потребують вивчення та дослідження як у теоретичному, так і у практичному аспектах.

Метою статті є теоретичне обґрунтування та оцінка перспектив запровадження інноваційної логістики в систему стратегічного менеджменту банку. Стаття має такі завдання: визначити основні завдання і функції інноваційної логістики в системі стратегічного управління банку; дослідити місце та роль стратегії інноваційної логістики в системі банківського менеджменту.

До числа основних функцій та завдань інноваційної логістики відносяться такі: генерування нових ідей у сфері управління поточними процесами, стратегічного управління; вивчення, узагальнення, систематизація та використання світового досвіду інноваційної діяльності у сфері логістики з урахуванням економічних особливостей різних країн, регіонів, сфер діяльності, ринкових структур; розробка організаційно-методичного механізму використання логістичного інноваційного фонду, що може бути застосована до реальних умов функціонування, розвитку та ступеня готовності структур; розробка конструктивних програм у вигляді методів, алгоритмів, стандартів для різних структур, включаючи створення системних логістичних новоутворень; оцінка ефективності інноваційних логістичних заходів та програм [7].

На думку автора, можна конкретизувати завдання та функції інноваційної логістики стосовно стратегічного менеджменту банку, що зображено на рис. 1.

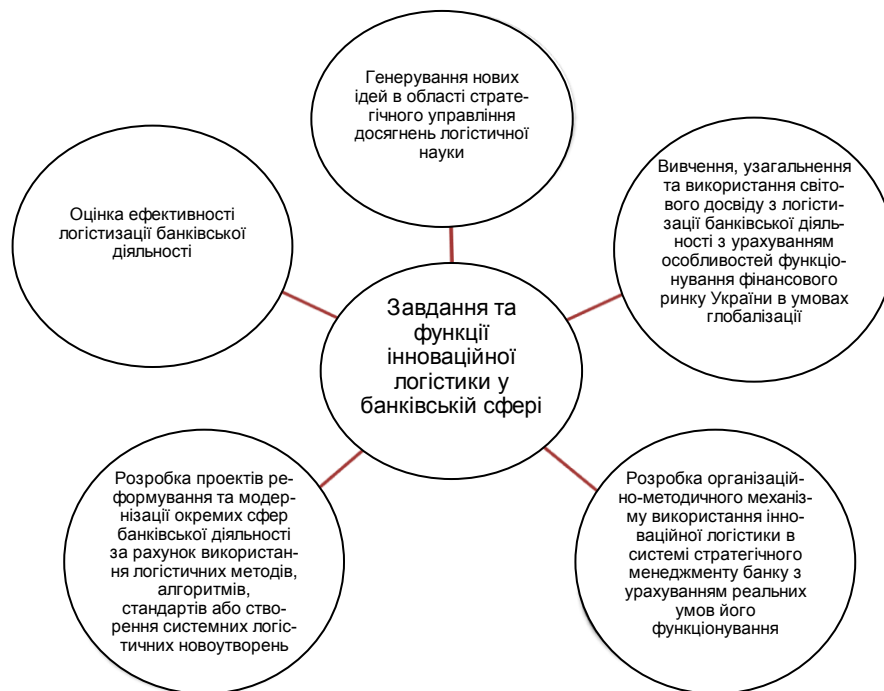


Рис. 1. Завдання та функції інноваційної логістики стосовно стратегічного менеджменту банку

Таким чином, як видно з рис. 1, інноваційна логістика виконує ряд завдань та функцій у банківській сфері і таким чином впливає на ефективність функціонування системи стратегічного менеджменту банку.

Найважливішою складовою інноваційної логістики є стратегічна логістика – наука і практика нарощування логістичного потенціалу різних систем управління потоковими процесами шляхом розробки довгострокових програм інноваційних перетворень у рамках наміченої парадигми їх стратегічного розвитку [1]. Тобто, на погляд автора, передумовою логістизації банківської діяльності є розробка відповідної ефективної стратегії, яка повинна зайняти певне місце та відіграти певну роль у системі стратегічного менеджменту банку.

Особливості соціально-економічного призначення банку як фінансово-кредитного інституту обумовлюють визначальні ролі кредитно-інвестиційної та депозитно-аккумуляційної стратегій у системі стратегічного менеджменту. Стратегія логістизації, на погляд автора, належить до стратегій опосередкованого економічного управління, до яких на цей час відносять стратегії використання банківських технологій, інтеграційну, організаційну та соціальну [7]. Також стратегію логістизації банківської діяльності можна вважати інноваційною, бо вона, на відміну від адаптивних стратегій, передбачає здійснення інвестицій для істотної трансформації потенціалу банку [7] (табл. 1).

Таблиця 1

Позиціонування стратегії інноваційної логістики в системі стратегічного менеджменту банку

Стратегії	Кредитно-інвестиційна	Депозитно-аккумуляційна	Дивізійна	Стратегії внутрішнього менеджменту	Стратегії опосередкованого економічного управління
Інноваційні	-	-	Стратегія логістизації	-	Стратегія логістизації
Адаптивні	-	-	-	-	-

Визначення стратегії банківської логістика як інноваційної, дивізійної та як стратегії опосередкованого економічного управління дозволило автору здійснити її позиціонування відносно інших банківських стратегій у системі стратегічного менеджменту банку (див. табл. 1).

Отже, стратегію інноваційної логістики в банку можна визначити як дивізійну, тобто як стратегію регіональну, продуктову та споживчу, яка спрямована на оптимальну реалізацію кредит-

но-інвестиційної та депозитно-аккумуляційної стратегій з урахуванням особливостей регіону, продукту або конкретного кола споживачів, яка охоплює сфери банківських технологій, інтеграції, організації, соціальну сферу та передбачає здійснення інвестицій з метою якісної трансформації потенціалу банку. Ураховуючи те, що стратегія логістизації банківської діяльності визначалася як інноваційна, до неї можна застосувати відому типологію стратегій за рівнем інноваційності (силової, нішевої, пристосувальної, піонерної) та за змістом (традиційною, опортуністичною, імітаційною, оборонною, наступальною) [7].

Дослідження стратегій інтегрованих структур [7], під якими розуміють співробітництво двох або більше організацій з метою використання спільних сильних сторін і нейтралізації загроз для досягнення загальних стратегічних цілей, дозволило автору відокремити такі рівні потокових процесів, які підлягають раціоналізації у процесі реалізації стратегії інноваційної логістики в банку (рис. 2).



Рис. 2. Рівні потокових процесів, які підлягають раціоналізації у процесі реалізації стратегії інноваційної логістики в банку

Як бачимо з рис. 2, у банківській сфері у процесі реалізації стратегії інноваційної логістики виділяють три рівні потокових процесів (мікро-, мезо- і макрорівень), які відображають рівень інтегрованості банківської установи та існують у нерозривному взаємозв'язку.

На думку автора, роль стратегії інноваційної логістики в системі стратегічного менеджменту банку залежить від рівня інтегрованості банківської установи. Із зростанням рівня інтегрованості банківської установи роль та значення логістизації діяльності буде зростати (табл. 2), що з логічних міркувань автором пояснюється зростанням складності потокових процесів та підвищенням вимог до їх оптимізації.

Таблиця 2

Роль логістизації банківської діяльності залежно від рівня інтегрованості банківської установи

Назва банківської установи	Сфери стратегії банківської логістизації			
	Банківські технології	Організація	Інтеграція	Соціальна сфера
Банківська установа	+	+	+	+
Банківські об'єднання	++	++	++	++
Стратегічні альянси	+++	+++	+++	+++
Асоційований банк	++++	++++	++++	++++
Банківська корпорація (міжнародна)	+++++	+++++	+++++	+++++

Таким чином, як видно з наведеної табл. 2, рівень інтегрованості банківської установи висуває перед її логістизацією певні вимоги, що пояснюється наявністю окремих рівнів, на кожному з яких приймаються стратегічні рішення, мета яких полягає в забезпеченні ефекту синергії для успішного стратегічного розвитку організації [7].

Упровадження інноваційної логістики в систему стратегічного менеджменту банку дозволить сформувати банківську логістичну систему. Банківська логістична система може бути визначена як сукупність взаємовпорядкованих елементів, що розташовані з точки зору ієрархії управління по вертикальним та горизонтальним лініям, які в результаті використання прийомів і методів логістики забезпечують реалізацію функцій та завдань банку з найбільшим економічним ефектом, що перетворює кредитний інститут в організацію більш високого рівня управління [1]. Даній системі притаманні практично всі властивості логістичних систем матеріальної економіки, в тому числі: складність, адаптивність, структурованість, стійкість, оптимальність тощо, що потребує наступних наукових досліджень у цій сфері.



Таким чином, упровадження інноваційної логістики у стратегічний менеджмент банку з урахуванням особливостей функціонування фінансового ринку України в умовах глобалізації та кризи є досить актуальним як у теоретичному, так і у практичному сенсі. Завдяки тому, що інноваційна логістика у банківській сфері виконує ряд функцій та завдань, стає можливим підвищення ефективності банківської установи, що є необхідним для виживання в сучасних умовах існування.

Наук. керівн. Внукова Н. М.

Література: 1. Проценко И. О. А ну-ка, песню нам пропой, веселый ветер инновационная логистика – перспективы и реалии / Проценко И. О. // Российское предпринимательство – 2005. – 12. – С. 89–94. 2. Азаренкова Г. М. Теоретичні та методологічні передумови управління фінансовими потоками / Г. М. Азаренкова // Вісник Української академії банківської справи. – 2002. – № 1(12). – С. 47–49. 3. Брейли Р. Принципы корпоративных финансов / Брейли Р., Майерс С.; пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 1997. – 1120 с. 4. Захарова Н. А. Оценка численности и уровня квалификации специалистов в процессе логистизации банковской деятельности / Н. А. Захарова // Стратегические меры и промышленная политика по развитию экономики России: сборник материалов Международной научно-практической конференции. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ 2001. – С. 353–358. 5. Кроли О. А. Торговля золотом в РФ: товарная логистика в банковской деятельности / Кроли О. А., Парфенов А. В. // Коммерция и логистика: сборник научных трудов. – СПб.: Изд. СПбГУЭФ, 2001. – Вып. 1. – С. 9–12. 6. Синки Дж. Ф. Управление финансами в коммерческих банках / Дж. Ф. Синки. – М.: Catallaxy, 1994. – 820 с. 7. Козьменко С. М. Стратегічний менеджмент банку: навчальний посібник / Козьменко С. М., Шпинг Ф. І., Волошко І. В. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2003. – 734 с.

Азаров Р. І.

УДК 336.773

Студент 5 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ІНСТРУМЕНТІВ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ БАНКУ

Анотація. Розглянуто сутність і особливості інструментів управління кредитним ризиком банку в сучасних умовах господарювання, виділено їх переваги та недоліки.

Аннотация. Рассмотрено сущность и особенности инструментов управления кредитным риском банка в современных условиях хозяйствования, определены их преимущества и недостатки.

Annotation. The essence and peculiarities of instruments of bank credit risks' management in modern economic conditions are studied, their advantages and disadvantages are considered.

Ключові слова: кредитний ризик, фінансовий ризик, ризик-менеджмент, інструменти управління кредитним ризиком.

Банки є центральними ланками в системі ринкових структур. Розвиток їхньої діяльності – необхідна умова створення ефективно діючого ринкового механізму. Останнім часом у становленні банківської системи України відбулися значні зрушення – визначилися банки-лідери, сформувалися основні напрямки банківської спеціалізації.

Однією з найактуальніших проблем у банківській діяльності виступає управління кредитними операціями, що зумовлено специфікою банківських операцій. По-перше, успішне здійснення кредитних операцій є запорукою отримання банками регулярного прибутку, що є основою забезпечення надійності і стійкості кредитної організації. По-друге, банківське кредитування є інструментом задоволення мінливих потреб позичальників у коштах.

При здійсненні кредитних операцій банку виникає необхідність в успішному вирішенні проблеми оптимізації співвідношення “прибутковість – ризик”, що багато в чому визначається застосуванням ефективного кредитного механізму.

Проте в Україні ця проблема розв'язується не досить вдало, про що, окрім внутрішніх невтішних показників, свідчать показники міжнародних рейтингових агентств. Так, на думку рейтингової

© Азаров Р. І., 2010

служби Standard & Poor's, за рівнем ризиків банківської системи Україна належить до останньої групи надійності – 10, де крім нашої країни в даний час перебувають банківські системи Венесуели, Ямайки і Болівії [1].

Міжнародне рейтингове агентство Fitch заявило, що із 73 країн, проаналізованих агентством, Україна зайняла друге місце серед найбільш уразливих країн. Подібна думка й у Держказначейства США, тому що за квартальною оцінкою фінансових ризиків воно розмістило Україну в десятку країн з найбільш високим рівнем фінансового ризику у світі [1].

Отже, проблема управління фінансовими ризиками у банках, зокрема кредитними, є досить актуальною і потребує наукового розгляду.

Аналіз праць вітчизняних вчених показав, що питання управління ризиками у банківській справі знайшли відображення у дослідженнях Вітлінського В. В. [2], Л. Примостки [3; 4], Дзюблюка О. В., Мороза А. М. [5] та ін. В економічній літературі окремими питаннями суті банківських ризиків і проблемами їх об'єктивного оцінювання займалися й відомі зарубіжні вчені, такі, як Х. ван Грюнінг, С. Брайович Братанович [6] та ін.

Опрацювання вказаних літературних джерел дозволяє зробити висновок, що найбільш розповсюдженим є поділ банківських ризиків на кредитні ризики, ризики ліквідності, ринкові ризики, операційні ризики. Найбільш суттєвим для банківської організації є кредитний ризик, бо він є ще й каталізатором інших ризиків.

Тому метою даного дослідження є детальний розгляд змісту та особливостей існуючих інструментів управління кредитним ризиком.

Кредитний ризик – це наявний або потенційний ризик для надходжень та капіталу, який виникає через неспроможність сторони, що взяла на себе зобов'язання виконати умови будь-якої фінансової угоди з банком або в інший спосіб, виконати взяті на себе зобов'язання [7].

Джерелом цих ризиків є несподівані зміни платоспроможності позичальників, ставок відсотків і балансових потоків коштів.

З огляду на це стає зрозумілим, що при здійсненні кредитування банк має управляти ризиком. При цьому він може діяти кількома способами: прийняти кредитний ризик (це має бути узгоджено з кредитною політикою банку, з вирішенням проблеми "ризик – дохідність") або мінімізувати його.

На сьогоднішній день існують внутрішні та зовнішні інструменти управління кредитним ризиком [3]. Внутрішні інструменти управління кредитним ризиком досить різноманітні і стосуються в основному внутрішньобанківського кредитного менеджменту. Основними серед них є: оцінка кредитоспроможності позичальника, лімітування (нормування), диверсифікація, концентрація, створення резервів.

Зовнішні інструменти управління ризиком свідчать про те, що банк передає відповідальність за кредитний ризик (повністю чи частково) комусь іншому, прагне розподілити ризик серед головних суб'єктів чи, наприклад, передати його страховій компанії. Основними зовнішніми інструментами управління кредитним ризиком виступають: розподіл ризику, страхування ризику, вимога надання забезпечення.

З метою аналізу змісту, переваг та недоліків названих інструментів управління кредитним ризиком сформовано таблицю.

Таблиця

Сутність та особливості інструментів управління кредитним ризиком

Інструменти	Сутність інструменту	Переваги	Недоліки
1	2	3	4
Внутрішні			
Лімітування (нормування)	встановлення межі обсягів коштів, які надаються у позику одному клієнту	зводить до мінімуму ризик втрат від індивідуальних помилок персоналу; зводить до мінімуму ризик, пов'язаний з концентрацією кредитних ресурсів	втрати, пов'язані з отриманням відсотків за кредитом (сума відсотків є меншою, ніж могла бути при гнучких межах обсягів позикових коштів)
Диверсифікація	розпорошення виданих банком кредитів, згрупованих за певними якісними критеріями (величиною, строками, наявністю забезпечення, формами власності)	формування збалансованого кредитного портфеля; у сфері малого бізнесу банк може диктувати власні умови кредитної угоди (дохідність кредиту висока)	при наданні кредиту великим компаніям дохідність кредиту невисока
Концентрація	зосередження кредитних операцій банку в певній галузі або кредитування певних категорій клієнтів	кредитні портфелі концентруються в найпопулярніших та найприбутковіших секторах економіки, що підвищує рейтинг та довіру до банків	надмірна концентрація призводить до погіршення фінансового стану банку
Оцінка кредитоспроможності позичальника	аналіз репутації, порядності, професійних якостей та матеріальної забезпеченості (метод коефіцієнтів та ін.)	здійснюється відсіювання кредитів, які суперечать кредитній політиці банку	громіздкість процесу оцінки кредитоспроможності
Створення резервів	формування резервів на покриття ймовірних втрат за кредитними операціями	резерв є індикатором якості банківських кредитних портфелів; покриття можливих втрат за наданим кредитом	складність оцінки потенційних наслідків ризику; відволікання коштів від основної діяльності банку

1	2	3	4
		Зовнішні	
Розподіл ризику	розподіл відповідальності за ризик між співучасниками кредитного проекту (в рамках банківського консорціуму)	тягар за ризик несуть декілька банків; гнучка система розподілу ризику	ймовірність нераціонального розподілу ризику
Зовнішнє страхування	полягає в тому, що кредитор готовий відмовитися від частини доходів, аби уникнути ризику, тобто він готовий заплатити за зниження рівня ризику до нуля	отримання страхового відшкодування збитків у випадку невиконання боржником своїх зобов'язань	платний характер страхування (зменшення доходу за рахунок страхових внесків)
Вимога надання забезпечення	полягає в тому, що позичальник погоджується використати засоби забезпечення ним своїх зобов'язань, що дозволяє банку компенсувати втрати в разі неповернення кредиту за рахунок цих засобів	повна або часткова компенсація втрат у разі неповернення позички (частіше повна); відносно нескладна процедура використання цих засобів	під час економічного спаду цінність заставних активів стрімко падає; складність визначення кредитором терміну, на який доцільно надавати кредит

Вважається, що в умовах стабільного розвитку економіки одним із найефективніших шляхів мінімізації кредитних ризиків є внесення позичальником застави, а також оцінка кредитоспроможності позичальника. Однак такий спосіб не гарантує успіху кредитній політиці банку. Однією з причин цього є виникаючий при управлінні кредитними ризиками рефлексивний взаємозв'язок між позицією і заставою. Вперше цей ефект був системно проаналізований Дж. Соросом у його загальній теорії рефлексивності. Так, сильна економіка з високою кредитною активністю, як правило, піднімає оцінки активів і збільшує обсяги доходів, що надходять і за рахунок яких визначається кредитоспроможність позичальника, однак під час економічного спаду цінність заставних активів стрімко падає [4].

Таким чином, для адекватної оцінки вартості застави необхідно враховувати майбутню динаміку народногосподарської кон'юнктури. Це визначає необхідність проведення кредитними інститутами макроекономічних прогнозів для розробки ефективної кредитної політики. У зв'язку з цим виникає досить складне завдання щодо визначення кредитором терміну, на який доцільно видавати кредит.

На сьогоднішній день раціональні і детально описані технології управління кредитними ризиками здебільшого є ноу-хау банківських структур і консультативних компаній.

Найбільш розповсюдженим прикладом є технологія Risk Management, розроблена фахівцями Chase Manhattan Bank. Технологія спирається на статистичну модель аналізу ринку, що дозволяє оцінити майбутню часову динаміку ризиків на підставі власної моделі апроксимації попередніх статистичних значень – кореляцій і стандартних відхиленнях ринкових котирувань.

Особливе місце в системі управління кредитними ризиками займає страхування. В основі банківського страхування лежать зобов'язання щодо страхового захисту банків, відомі у світі як Bankers Blanket Bond, що були розроблені Американською асоціацією гарантів.

Ефективним інструментом управління кредитними ризиками є також кредитні деривативи в операціях хеджування. Кредитні деривативи – похідні інструменти, що призначені для управління кредитними ризиками. Вони дозволяють відокремити кредитний ризик від усіх інших ризиків, котрі властиві конкретному інструменту, і перенести такий ризик від продавця ризику до покупця ризику. Основний набір таких інструментів – це особливо сконструйовані свопи, похідні папери, що прикріплені до кредитних ризиків, та ін. [3].

В умовах високих економічних ризиків виграє той, хто вміє правильно прорахувати, розпізнати ризики, а також їх передбачати і мінімізувати. Це головна запорука успіху банку при кредитуванні.

Отже, управління кредитними ризиками вимагає високої кваліфікації банківських фахівців, які повинні не тільки володіти основами сучасного фінансового аналізу, але й мати високу професійну інтуїцію. Особливого значення грамотне управління кредитними ризиками набуває у випадку, коли банк займається різними аспектами діяльності клієнта. За таких умов банк має змогу не тільки оцінити кредитоспроможність підприємства та здійснити інші заходи з управління своїм ризиком, але й допомогти клієнту підвищити ефективність його бізнесу і зробити його більш надійним позичальником.

Таким чином, урахування особливостей використання, переваг та недоліків різних інструментів управління кредитним ризиком дозволить кожному банку розробити власний обґрунтований підхід до побудови системи ризик-менеджменту і, тим самим, покращити ситуацію як у фінансовому, так і у виробничому секторі економіки.

Наук. керівн. Андрійченко Ж. О.

Література: 1. Стагфляція, валютний и банковский кризис в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://capital.com.ua/ru/choice/view/82>. 2. Вітлінський В. В. Оцінка кредитоспроможності позичальника та ризику банку / В. В. Вітлінський // Фінанси України. – 2004. – № 12. – С. 91–102. 3. Примостка Л. Банківські ризики: теорія та практика управління : монографія / Л. Примостка; Мін-во освіти і науки України, КНЕУ. – К : КНЕУ, 2007. – 450 с. 4. Примостка Л. Управління банківськими ризиками : навч. посібн. / Л. Примостка; Мін-во освіти і науки України, КНЕУ. – К : КНЕУ, 2007. – 600 с. 5. Раєвська Т. Практичні під-

ходи до оцінок ризиків у діяльності банків / Т. Раєвська // Вісник НБУ. – 2005. – № 8. – С. 9–14. 6. Грюнинг Х. ван. Анализ банковских рисков. Система оценки корпоративного управления и управления финансовым риском / Х. ван Грюнинг, С. Брайович Братанович. – М. : Весь мир, 2004. – 304 с. 7. Постанова Правління Національного банку України "Про схвалення Методичних рекомендацій щодо організації та функціонування систем ризик-менеджменту в банках України" від 02.08.2004 р. № 361 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>.

УДК 336.774.3

Мануйленко Н. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОРУКИ В УКРАЇНІ

Анотація. Визначено особливості використання поруки в Україні. Досліджено вплив кредитів, що забезпечені гарантіями та поручительствами, на чистий прибуток банку. Проаналізовано структуру та динаміку забезпечених кредитів банківської системи України у 2007 – 2008 роках.

Аннотация. Определены особенности использования поручительства в Украине. Исследовано влияние кредитов, которые обеспечены гарантиями и поручительствами, на чистую прибыль банка. Проанализированы структура и динамика обеспеченных кредитов банковской системы Украины в 2007 – 2008 годах.

Annotation. Specifics of use of guarantee in Ukraine are defined. The influence of the loans collateralised by guarantee on the net profit is considered. Also the analysis of the structure and dynamics of secured loans of Ukraine's banking system for the 2007 – 2008 period is made.

Ключові слова: порука, поручитель, забезпечені кредити, банк, зобов'язання, застава, гарантія, платоспроможність.

Порука є одним із найефективніших способів забезпечення зобов'язань за кредитними договорами. У банківській практиці існує два види поруки – фінансова і майнова [1]. Остання необхідна, якщо доходи позичальника дозволяють обслуговувати кредит, але немає необхідної застави. У даному випадку залучають не фінансового, а майнового поручителя, який поручається своїм майном – рухомим чи нерухомим.

Метою даної статті є розгляд та аналіз практичних аспектів щодо використання поруки в Україні.

У теперішній час забезпечення кредитів представлені різними формами: матеріальними або нематеріальними. Серед останніх можна виділити поруку третьої особи. Проте треба зазначити, що зараз поруку як забезпечення за наданим кредитом використовують нечасто. Лише 20 – 30 % від загальної кількості числа кредитів в Україні оформляється із залученням поручителів [2]. Це свідчить про те, що банки віддають перевагу заставі як забезпеченню наданих кредитів, а саме через цінні папери та грошові депозити.

Завдання даної статті:

проаналізувати рівень забезпечення кредитів гарантіями і поручительствами;

провести аналіз із виявлення міри зв'язку між обсягом кредитів, що забезпечені гарантіями та поручительствами, і чистим прибутком банку.

Методами даного дослідження є порівняння, групування, аналіз, опис, кореляційний аналіз.

Проаналізувавши інформацію стосовно забезпечення кредитів на прикладі трьох банків: Ощадбанк, Альфа-Банк та Індекс-Банк – за 2007 – 2008 роки, було отримано такі результати.

У табл. 1 подано структуру забезпечення кредитів ВАТ Ощадбанк [3].

Таблиця 1

Структура забезпечення кредитів ВАТ "Ощадбанк"

Стаття	2008, тис. грн	Питома вага у загальній кількості, %	2007, тис. грн	Питома вага у загальній кількості, %
Кредити, що забезпечені:	34 708 645	100	8 667 346	100
гарантіями і поручительствами	183 594	0,5	131 314	1,5
заставою	34 525 051	99,5	8 536 032	98,5

Як видно з табл. 1, протягом періоду, який аналізується, загальна кількість кредитів ВАТ "Ощадбанк", що забезпечені, збільшилась у 4 рази. Це свідчить про те, що зросла заборгова-



ність клієнтів за наданими кредитами, а отже, і обсяг забезпечення. Вагому частку серед забезпечення займає застава, а саме: нерухоме майно житлового призначення, цінні папери, грошові депозити, майнові права на нерухоме майно та ін.

У табл. 2 подано структуру забезпечення кредитів АТ "Індекс-Банк" [4].

Таблиця 2

Структура забезпечення кредитів АТ "Індекс-Банк"

Стаття	2008, тис. грн	Питома вага у загальній кілько- сті, %	2007, тис. грн	Питома вага у загальній кіль- кості, %
Кредити, що забезпечені:	3 303 742	100	1 001 648	100
гарантіями і поручительствами	83 835	2,5	11 061	1,1
заставою	3 219 907	97,5	990 587	98,9

Аналізуючи структуру забезпечення кредитів АТ "Індекс-Банк" (табл. 2), було виявлено, що кредити, забезпечені заставою, домінують серед загальної кількості забезпечених кредитів, незважаючи на те, що їх питома вага у 2008 році зменшилась на 1,4 %. Отже, можна зробити припущення, що політика АТ "Індекс-Банк" спрямована на збільшення забезпечення кредитів гарантіями і поручительствами.

У табл. 3 подано структуру забезпечення кредитів ЗАТ "Альфа-Банк" [5].

Таблиця 3

Структура забезпечення кредитів ЗАТ "Альфа-Банк"

Стаття	2008, тис. грн	Питома вага у загальній кілько- сті, %	2007, тис. грн	Питома вага у загальній кіль- кості, %
Кредити, що забезпечені:	18 787 805	100	7 987 854	100
гарантіями і поручительствами	161 598	0,9	57 735	0,7
заставою	18 626 207	99,1	7 930 119	99,3

Щодо структури забезпечення кредитів ЗАТ "Альфа-Банк" (табл. 3), то питома вага кредитів, забезпечених гарантіями і поручительствами, протягом 2007 – 2008 рр. складає менше 1 % у загальній кількості забезпечених кредитів. Це свідчить про те, що керівництво ЗАТ "Альфа-Банк" віддає перевагу заставі в якості забезпечення. Навіть зі зростанням загальної кількості наданих кредитів питома вага кредитів, що забезпечені заставою, майже не змінилася.

На підставі даних табл. 4 було проведено кореляційний аналіз для виявлення міри зв'язку між обсягом кредитів, що забезпечені гарантіями та поручительствами, і чистим прибутком банку.

Таблиця 4

Показники діяльності банків за 2007 – 2008 рр.

Банк	Обсяг кредитів, забезпечених гарантіями і поручительствами, тис. грн (X)	Чистий прибуток банку, тис. грн (Y)
ВАТ "VAB"	233908,5	5655
ВАТ "ВТБ Банк"	357073	24410,5
ЗАТ "ПроКредит Банк"	575745,5	7851,5
ВАТ "Південний"	238949,5	136979
АКБ "Київська Русь"	61163	4731
УкрСиббанк	15638866	308029
ВАТ "Райффайзен Банк Аваль"	14812,5	593655
ВАТ "Ощадбанк"	157454	256209,5
АТ "Індекс-Банк"	47448	3555
ЗАТ "Альфа-Банк"	109666,5	256067

У ході проведеного аналізу було виявлено, що зв'язок між обсягом кредитів, забезпечених гарантіями і поручительствами, та чистим прибутком за обраними банками дуже слабкий, бо значення коефіцієнта кореляції дорівнює 25 %. Також було виявлено, що лише 6,32 % загальної зміни прибутку банку пояснюється зміною обсягу кредитів, забезпечених гарантіями і поручительствами, в той час як на інші фактори припадає 93,68 % зміни.

Отже, порівнюючи вид забезпечення (гарантія і поручительство або застава), треба зазначити, що банки віддають перевагу заставі, бо вважають її більш надійним забезпеченням. Порука ж втрачає свою актуальність. По-перше, тому, що у банківській практиці зазвичай застосовують повну



відповідальність і, відповідно, поручитель повинен буде відповідати за зобов'язаннями позичальника в повному обсязі у випадку неплатоспроможності позичальника. По-друге, у більшості випадків відмовитися від поруки не можна, але у випадку, якщо позичальник вчасно погашає кредит і його фінансовий стан покращився, банк може дозволити поручителю відмовитися від зобов'язань. По-третє, до поручителя пред'являють більш високі вимоги, ніж до безпосереднього клієнта. Так, клієнт може не відповідати одній із вимог для оформлення кредиту, наприклад, його зарплата може не дозволяти оформити кредит. У такому випадку зарплата поручителя зобов'язана бути на необхідному для оформлення кредиту рівні.

Також треба зазначити, що порука є індивідуальною операцією й оформляється при необхідності. Особливо часто така вимога виникає при споживчому кредитуванні та іпотечному кредитуванні, коли поручитель необхідний для фактичного оформлення документів.

Фахівці стверджують, що поступово, з розвитком системи кредитних бюро і системи страхування, інститут поруки втратить свою актуальність, як це відбувається на Заході. Адже роль поручителя полягає у засвідченні благонадійності позичальника, що надалі замість нього зможе підтвердити накопичена кредитна історія.

Таким чином, у статті наведено аналіз структури забезпечення кредитів, проведено кореляційний аналіз та виявлені особливості використання поруки в Україні.

Наук. керівн. Внукова Н. М.

Література: 1. Онищенко М. Особливості поруки за кредитом / М. Онищенко // Деньги. – 2008. – № 15. – С. 32 – 33. 2. Перепечасенко Ю. Чим ризикує поручитель / Ю. Перепечасенко // Деньги. – 2007. – № 18. – С. 24 – 27. 3. www.oschadnybank.com. 4. www.indexbank.ua. 5. www.alfabank.com.ua.

УДК 658.8

Кругляков К. А.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОСОБЕННОСТИ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. Освещена проблема сбыта металлургической продукции отечественных предприятий на внешних рынках. Исследованы тенденции развития отрасли, ее нынешнее состояние и перспективы. Предложен ряд мер по реформированию сбыта украинской черной металлургии в условиях кризиса.

Анотація. Висвітлено проблему збуту металургійної продукції вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках. Досліджено тенденції розвитку галузі, її теперішнє становище та перспективи. Запропоновано низку заходів з реформування збуту української чорної металургії в умовах кризи.

Annotation. The problem of selling steel products of domestic enterprises on foreign markets is studied. The trends in the industry, its current condition and perspectives are investigated. Several measures to reform the sales of Ukrainian ferrous metallurgy at the time of economic crisis are proposed.

Ключевые слова: сбытовая политика, металлургия, бизнес-юниты, себестоимость.

Продукция достаточно небольшого количества отраслей украинской экономики имеет высокую конкурентоспособность на международных рынках сбыта. Металлургия – крупнейшая из этих отраслей, к тому же, пожалуй, наиболее экспорто-ориентированная. Металлургическая отрасль – основной источник валютных поступлений от экспорта металла (39,9 %) в бюджет — дает четверть ВВП страны. Отличительной чертой металлургических предприятий является большая величина основных фондов, оборота потоков сырья, товарно-материальных ценностей, значительное влияние на структуру экономики, а также влияние на социальную ситуацию, структуру занятости насе-

© Кругляков К. А., 2010



ления и развитие прочих отраслей в регионе размещения таких предприятий. Закономерно, что чем больше степень ориентации на экспорт предприятий той или иной отрасли, тем в большей степени результаты экспортной деятельности определяют их экономические показатели. В данный кризисный для металлургии период отсутствует выполнимый и четкий комплекс мероприятий по содействию сбыту черной металлургии, что и определяет актуальность темы работы.

Вопросы сбытовой деятельности и теоретические основы логистики рассмотрены в трудах таких ученых, как Алферьев В. П., Аникин Б. А., Ивакин Е. К., Костоглодов Д. Д., Миротин Л. Б., Новиков Д. Т., Промыслов Б. Д., Проценко О. Д., Сергеев В. И., Смехов А. А., Чернышев М. А. Исследованию стратегии и тактики производственно-сбытовой деятельности посвящены работы Лавровой Г. А., Балобановой Л. В., Демидова В. Е. и Завьялова П. С., Абрамовой Г. П. Однако текущие проблемы современного сбытового комплекса отечественной металлургии освещены недостаточно подробно и конкретно.

Целью статьи является предложение рекомендаций по усовершенствованию сбыта украинских металлургических предприятий на основе особенностей сбытовой политики. Для достижения поставленной цели определены следующие задачи:

исследование тенденций развития металлургической промышленности.

анализ настоящего состояния металлургической отрасли Украины;

выявление особенностей сбытовой политики металлургического предприятия;

Традиционным рынком сбыта украинской металлопродукции до 2004 года считался рынок Юго-Восточной Азии, однако металлургические предприятия были вытеснены с этого рынка из-за увеличившегося объема китайского металла, предложенного на рынке. В 2007 году Китай начал снижать поставки, но Украина вернулась на рынки Юго-Восточной Азии лишь частично – первенство здесь захватила Россия. На сегодня основные регионы сбыта продукции украинской металлургии следующие – Ближний Восток (включая Турцию, Иран), Европа, Латинская Америка, Россия. Удерживать и эти рынки становится все тяжелее из-за повышения себестоимости производства стали, которая превысила аналогичный показатель китайской продукции, хотя и незначительно [1]. Это является следствием целого ряда проблем как технологического, так и собственно сбытового характера, например, использование устаревших мартеновских печей и загруженность терминалов черноморских портов. Для проработки этих проблем в статье предлагается ряд мер по стимулированию и реформированию сбыта украинской черной металлургии, которые позволят частичное сокращение проблем или подготовку персонала предприятий металлургической отрасли для их решения.

Во-первых, урегулирование тарифов (возможно, мораторий на их повышение в течение кризиса) на железнодорожные перевозки для промышленных предприятий к крупным портам страны (Бердянск, Керчь, Феодосия, Херсон, Николаев, Южный, Ильичевск, Одесса) позволит обеспечить уменьшение себестоимости продукции украинских металлургических предприятий.

Во-вторых, строительство глубоководных портов на Черноморском побережье Украины станет основой для расширения географии поставок и ускорения доставки металлургической продукции конечному потребителю.

В-третьих, реформирование каналов сбыта, переход от использования независимых сбытовых предприятий к организации собственных представительств на целевых рынках сбыта. Такое реформирование следует сочетать с переходом к структуре бизнес-юнитов, из которых каждый имеет большую самостоятельность и концентрирует усилия на определенном рынке.

В качестве выводов следует отметить, что настоящее состояние предприятий отечественной металлургической промышленности является крайне тяжелым, сокращаются традиционные рынки сбыта украинских металлургов, растут цены на энергоносители и транспортные перевозки, усиливается конкуренция на внешних рынках. Это обуславливает необходимость реформирования сбытовой политики предприятий металлургии, что позволит обеспечить стабильность поставок, поступление средств в государственный бюджет и сохранить конкурентоспособность на внешних рынках. В статье получило дальнейшее развитие изучение особенностей сбытовой политики отечественных предприятий.

Научн. рук. Лисица Н. М.

Литература: 1. Простаков Г. Трещины на стальном листе-кризис в металлургии / Г. Простаков // Эксперт Украина. – 2008. – № 41(184). – 20 октября. – С. 15–20. 2. Седлецкий Д. Металлургия как она есть / Д. Седлецкий // Сейчас. – 2006. – № 128. – 17 июля. – С. 5–7. 3. Войткевич Н. И. Коммерческая деятельность промышленного предприятия по сбыту готовой продукции / Н. И. Войткевич. – Куйбышев, 1990. – 223 с.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ

Аннотация. Дана оценка рекламной деятельности предприятия TEAM International, определены перспективы увеличения ее эффективности. Рассмотрен ряд маркетинговых инструментов, представленных в работах различных зарубежных и отечественных ученых.

Анотація. Наведено оцінку рекламної діяльності підприємства TEAM International, визначено перспективи збільшення її ефективності. Розглянуто ряд маркетингових інструментів, які подані у працях різних зарубіжних і вітчизняних учених.

Annotation. The advertising activities of the TEAM International enterprise are evaluated, perspectives of its effectiveness increasing are determined. The whole batch of marketing tools that are presented in the works of foreign and local scientists are studied.

Ключевые слова: реклама, инновации, предприятие, внешний рынок, эффективность.

В условиях рынка рекламная деятельность становится востребованной во всех сферах знаний в современном обществе. Обеспечение конкурентоспособности предприятия предполагает не только соответствие последним технологиям производства, привлечение высококвалифицированного персонала, но и правильный выбор способов информирования потребительской аудитории о продукте, его достоинствах и уникальных или специфических характеристиках. Одним из наиболее адаптированных к рыночным условиям способом донесения новой информации до потребителя является реклама, что и обуславливает неизменный интерес к ней ученых разных областей знаний и обосновывает актуальность данной статьи.

Проблемы рекламной деятельности и ее значимость изучались достаточно активно такими учеными, как А. Бове, Ч. Сэндидж, В. Фрайбургер, А. Лебедев, А. Боковиков, Н. Лисица, Е. Ромат, И. Крылов и др.

В статье будет представлено исследование рекламной деятельности на внешнем рынке предприятия TEAM International, которое предоставляет информационные услуги потребителям из стран Западной Европы и США, и, кроме того, определены перспективы увеличения эффективности этой деятельности, в том числе и в условиях наступившего финансового кризиса.

Цель статьи – выявить пути достижения оптимизации рекламной деятельности предприятия. Для достижения цели в статье предлагается решение следующих задач:

дать комплексную характеристику предприятия, предоставляющего информационные услуги;

предложить пути совершенствования рекламной деятельности, которая послужит в целом оптимизации деятельности предприятия.

Предприятие TEAM International было основано в 2003 году в Харькове и является представительством американского предприятия TEAM International Services со штаб-квартирой в городе Орlando, штат Флорида. Рассматриваемое предприятие является оффшорным аутсорсинговым предприятием, занимающимся предоставлением ряда услуг для своих клиентов, в том числе разработкой программного обеспечения различной сложности, управлением проектами по разработке программного обеспечения, тестированием программного обеспечения, подбором технического персонала и др. Оффшорный аутсорсинг — один из видов аутсорсинга, предполагающий передачу некритичных для бизнеса процессов предприятиям, находящимся в географическом удалении. Иными словами — это взаимовыгодное сотрудничество предприятий, при котором физическое расположение офисов каждого из них не имеет значения. Наиболее значимой при этом является экономия за счет разного уровня оплаты труда. Аутсорсинг (от англ. *outsourcing*) – передача внешне-му предприятию функции, ранее осуществляемой в рамках данного предприятия

Для того чтобы предложить рекомендации по оптимизации рекламной деятельности предприятия, необходимо сначала изучить его деятельность в настоящий момент.

Обращает на себя внимание характеристика комплекса маркетинга, используемого анализируемым предприятием.



Как уже было отмечено, предприятие занимается предоставлением различных информационных услуг довольно высокого по сравнению с конкурентами качества. Конкурентоспособность и востребованность услуг на зарубежных рынках обусловлены лояльностью для потребителя ценой, высоким качеством продукта и обеспечением комплексного послепродажного обслуживания.

Цена предоставляемых услуг приблизительно равна средней по отрасли, за исключением цен на продукцию конкурентов из Индии и Китая, что связано, в первую очередь, с разницей в размере заработной платы сотрудников. Таким образом, цена услуг может быть определена как лояльная для потребителей на внешнем рынке (США и Западная Европа).

Основной характеристикой отрасли является осуществление деятельности в странах, позволяющих максимально сократить издержки на производство продукции или оказание услуг за счет различных факторов, в частности, низкой стоимости рабочей силы, низких налоговых ставок, правительственных субсидий и пр. Потребитель может контролировать деятельность оффшорных аутсорсинговых предприятий в режиме реального времени (по телефону, сети Интернет), однако сам процесс производства происходит в стране аутсорсингового предприятия.

Для продвижения услуг на предприятии существует отдел маркетинга, который разрабатывает и осуществляет маркетинговую деятельность предприятия с учетом востребованности продукта на конкретном рынке, лояльности или отчужденности потребителей. Обращает на себя внимание то, что предприятие использует следующие методы активизации рекламной деятельности: Интернет–реклама – использование Интернет-сайта предприятия для предоставления потребителям информации об услугах, самом предприятии, партнерах и др.; direct-mailing – рассылка потенциальным потребителям электронных писем с информацией о предприятии и предоставляемых услугах; прямые продажи – звонки потенциальным потребителям и непосредственное "живое" общение с ними, выявление и/или формирование их потребностей и информирование их о предоставляемых предприятием услугах.

Следует отметить, что помимо существующего комплекса маркетинга еще целый ряд важных факторов влияет на достижение успешности рекламной кампании. В данной статье будут рассмотрены существующие и потенциальные потребители, конкуренты, преимущества и недостатки самого предприятия.

С макроэкономической точки зрения потребителями продукта предприятия являются предприятия из стран Западной Европы и США. Их можно разделить на 2 группы:

1. Предприятия, которые занимаются предоставлением консалтинговых услуг в сфере информационных технологий у себя в стране, нанимающие специалистов из TEAM International для снижения собственных издержек (такие предприятия служат посредниками между TEAM International и конечным потребителем).

2. Предприятия, прибегающие к услугам TEAM International непосредственно для удовлетворения собственных нужд (в этом случае предприятия являются конечными потребителями).

Предприятия, пользующиеся услугами оффшорных аутсорсинговых организаций, являются довольно прогрессивными и готовыми идти на риск, так как именно такими характеристиками должны обладать потребители на развивающемся рынке аутсорсинговых услуг.

На микроуровне (уровне предприятия) потребителями фактически являются представители менеджмента предприятий-потребителей, непосредственно принимающие решение об использовании аутсорсинговых услуг.

Используя классификацию международных рынков, модели VALS и VALS-2 и модель Global Scan [1] данный потребительский сегмент можно охарактеризовать следующим образом: представители стран "Роскошь и досуг", актуалайзеры/ самореализовавшиеся/ мейкеры/ экспериментаторы/ ориентированные на действие, стремящиеся/ достигающие/ адаптеры [1 – 4]. Они ценят качество, соотношение цена/качество, следование принятым договоренностям, репутацию. В сложившихся условиях экономического кризиса все больше потенциальных потребителей будут рассматривать возможность обращения к оффшорным аутсорсинговым предприятиям для сокращения своих расходов из-за высокой стоимости подобных услуг на отечественном рынке. Колеблющиеся потребители воспользуются услугами этих предприятий. В конечном итоге спрос на данном рынке значительно вырастет.

На рынке оффшорных аутсорсинговых услуг в качестве конкурентов выделяют не отдельные предприятия, а страны, в которых они представлены. Лидерами в отрасли являются Индия и Китай. Рассмотрим их преимущества и недостатки.

Во-первых, преимуществом является низкая цена рабочей силы, как в Индии, так и в Китае. Во-вторых, благодаря огромной численности населения, количество программистов и представителей других специальностей является поистине большим, что дает дополнительную возможность выбора для потребителя. Правительства этих стран вкладывают значительные средства в развитие отечественных информационных технологий. Представители обеих наций отличаются трудолюбием и желанием работать сверх нормы, если требуется. Однако в то же время у конкурентов есть довольно значимые недостатки. Во-первых, качество предоставляемых ими услуг ниже, чем у других конкурентов. Во-вторых, представителям этих стран зачастую не хватает знаний английского языка, что является неременным условием работы с западными предприятиями.

Преимущества и недостатки рассматриваемого предприятия частично вытекают из недостатков и преимуществ конкурентов, рассмотренных выше. Так, качество предоставляемых предприятием TEAM International услуг выше, чем у основных конкурентов, однако при этом их стоимость также выше. В отличие от персонала конкурентов, сотрудники TEAM International владеют английским языком значительно лучше. Недостатком является отсутствие законодательной базы, способствующей развитию аутсорсинга и защищающей права владения интеллектуальной собственностью, однако эта проблема характерна не только для нашей страны, но и для стран-конкурентов.



Таким образом, проанализировав маркетинговую деятельность предприятия, можно дать рекомендации по улучшению его рекламной деятельности.

В статье предлагаются дополнительные способы, призванные улучшить общую эффективность предприятия, а именно:

1. Активно использовать баннерную рекламу, в частности на сайтах, посещаемых большим количеством потенциальных потребителей.

2. На основе анализа маркетинговой информации, полученной от постоянных потребителей на внешних рынках, искать пути установления контактов с зарубежными потребителями, что станет основой для инновационной и более экономной рекламной деятельности предприятия.

3. За счет изучения предпочтений потребительской аудитории за рубежом на основе построения леддеринга предложить оптимально востребованные и привлекательные для зарубежного потребителя услуги предприятия.

Таким образом, можно сделать вывод, что исследуемое предприятие выбрало оптимальную рекламную деятельность, так как она может увеличить эффективность деятельности предприятия.

В статье получило дальнейшее развитие изучение маркетинговых исследований зарубежных потребителей, что дало основание для предложения путей увеличения количества контактов с зарубежными потребителями, предпочтения зарубежных потребителей в соответствии с леддерингом продукта, что позволило выявить направления оптимизации рекламной деятельности предприятия.

Научн. рук. Лисица Н. М.

Литература: 1. Hofstede G. Cultures and Organizations / G. Hofstede. – Harper Collins, 1994. – 134 p. 2. Hawkins D. Consumer Behavior: Implications for Marketing Strategy / D. Hawkins, R. Best, K. Coney. – 6th ed. – IRWIN, 1995. – 649 p. 3. Mowen J. Consumer Behavior / J. Mowen. – 4th ed. – Macmillan Publishing Co., 1995. – 862 p. 4. Лисица И. М. Соціально-економічні аспекти розвитку рекламної діяльності: наукове видання / Лисица Н. М., Полякова Я. О. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2007. – 232 с.

УДК 005.51:005.21

Цеханович Ю. О.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОЇ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Визначено значення стратегічного планування як важливого інструменту в управлінні організацією.

Аннотация. Определено значение стратегического планирования как важного инструмента в управлении организацией.

Annotation. Strategic planning acts as the important instrument in organization management is considered.

Ключові терміни: стратегічне планування, модель стратегічного планування, формальне планування, стратегія підприємства, місія підприємства, мета підприємства, стратегічний менеджмент.

Деякі менеджери вважають, що вони чудово обходяться без формального стратегічного планування і тому, що відповідно йому, не потрібно надавати великого значення. Більш того, вони стверджують, що стратегічне планування взагалі не гарантує успіху. Це не зовсім правдива точка зору, адже сприятлива ситуація в організації обумовлюється не лише наявністю стратегічних планів, але й підкріпленням їх з боку організації, мотивації, контролю на підприємстві. Ще один аргумент деяких управлінців – ринок змінюється занадто швидко, тому від планів немає ніякої користі, врешті-решт усі

© Цеханович Ю. О., 2010



плани будуть пилитись у шафах. Таку думку можна пояснити лише непрофесійністю та не повною віддачею своїй роботі менеджера. Так, звичайно процес планування потребує додаткової роботи та часу, але ж це виправдано. Ретельне планування допомагає компанії передбачити зміни в середовищі й оперативно реагувати на них, а також завжди бути готовою до непередбачуваних обставин.

Питаннями розробки ефективних моделей стратегічного планування соціально-економічного розвитку присвячено праці як зарубіжних [1; 2], так і вітчизняних [3 – 6] дослідників. Але до сьогодні не можна напевно визначити стратегічну модель, яка б була найбільш ефективною, незважаючи на галузь діяльності підприємства.

Світова практика стратегічного планування пройшла ряд етапів. На першому етапі, що охоплює післявоєнні роки, розроблялися стратегічні плани відновлення господарства (в Норвегії – на 1949 – 1952 рр., Голландії – на 1948 – 1952 рр., Франції – 1947 – 1952/53 рр.). На другому етапі розпочалась розробка планів розвитку. Під розвитком згідно з теорією планування розвитку розуміють "...інституційні зміни плюс зростання"[7, с. 53–62]. Згідно з теорією планування розвитку, плануванню підлягає не тільки економічне зростання, але й інституціональні зміни.

Багато досліджень чітко показують, що планування приносить користь. Ці дослідження вказують на сильну позитивну кореляцію між плануванням і успіхом організації. В одному дослідженні детально були проаналізовані відповіді на запитання анкети, отримані від 217 віце-президентів 109 найкрупніших американських корпорацій. Було встановлено, що керівники, які складають плани своєї роботи, домоглися більшого успіху за показниками прибутку та об'ємами реалізації. Інші дослідники проаналізували діяльність 105 великих компаній США і 105 середніх та малих фірм. Вони показали, що фірми, які застосовують у себе формальне планування, мають найвищі темпи зростання.

Стратегії мають ряд особливостей:

- 1) процес розробки стратегії не завершується якоюсь негайною дією. Він закінчується встановленням загальних напрямків, рухаючись по яких фірма досягне успіху;
- 2) сформульована стратегія використовується для розробки стратегічних проектів методом пошуку. Роль стратегії в такому пошуку заключається в тому, щоб допомогти зосередитись на визначених ділянках і можливостях та відкинути все інше, яке несумісне зі стратегією;
- 3) під час формування стратегії не можна передбачити всі можливості, які виникнуть у майбутньому, тому доводиться користуватись неповною і неточною інформацією;
- 4) поява більш точної інформації спроможна піддати сумніву обґрунтованість первісного стратегічного вибору, тому успішне використання стратегії неможливе без зворотного зв'язку.

Однією з умов формування фірмою своєї стратегії є виникнення раптових змін у навколишньому середовищі. Їх причиною може бути насичення ринку, технологічні зрушення, непередбачений успіх нового товару, поява численних нових конкурентів і т. д.

Маючи перед собою такі труднощі, фірма повинна вирішити дві надзвичайно критичні проблеми: вибрати новий напрямок зростання із багатьох альтернатив, які важко підлягають оцінці; направити зусилля численного колективу в потрібне русло.

Відповідь на ці питання і розкриває сутність розробки та реалізації стратегії. У такі моменти стратегія становиться життєво необхідним управлінським інструментом, за допомогою якого фірма може протистояти зміні умов навколишнього середовища.

Основні етапи формального стратегічного планування можна подати у вигляді схеми (рисунок).

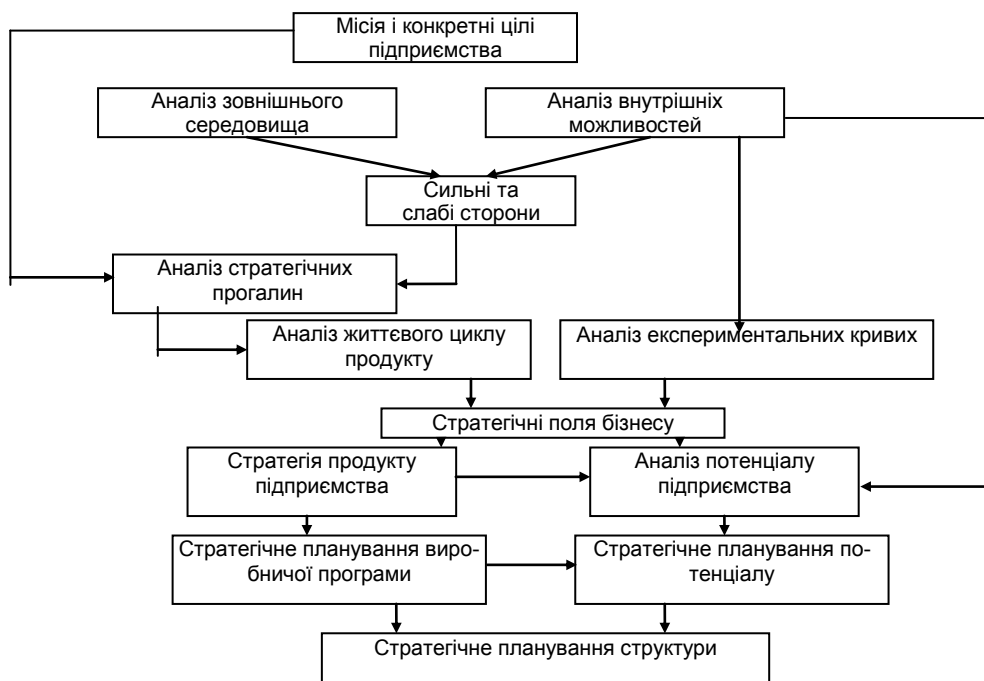


Рис. Основні етапи стратегічного планування



Головним плановим рішенням є вибір цілей для підприємства – місії та конкретних цілей, що забезпечують їх реалізацію. Місія підприємства – це його головна загальна мета, суть існування підприємства. Значення місії полягає в тому, що вона виступає для керівництва як основа, орієнтир для прийняття всіх наступних рішень. Оскільки будь-яке підприємство – це відкрита система й існує завдяки тому, що задовольняє якусь потребу своїх споживачів, клієнтів, то й місія його повинна відшукуватись у навколишньому середовищі, а не всередині підприємства. Отже, прибуток не може бути місією підприємства, бо він цілком внутрішня проблема, хоч і дуже суттєва.

Після формулювання місії на її основі встановлюються конкретні цілі, через які здійснюється місія підприємства. Цілі доводяться до виконавців, керівництво стимулює їх досягнення і тільки в цьому випадку вони стають значущою частиною стратегічного планування.

Таким чином, стратегічне планування виступає важливим інструментом в управлінні організацією. За допомогою розробки стратегічних планів підприємство має змогу формувати загальне бачення перспектив, розробляти короткострокові та довгострокові плани розвитку, передбачати сценарії можливого майбутнього з розробкою стратегії.

Розробка й реалізація стратегії – процес трудомісткий і вимагає від менеджерів різних витрат. Обстановка в компанії часто не розвивається за наміченим шляхом. Події, які примушують переоцінити стратегію, можуть виникати швидко, поступово або в дуже швидкій послідовності. Суть цих подій, які призвели до зміни стратегії, не завжди може бути визначена достатньо легко. Отже, менеджерам залежно від обставин потрібен різний час для розгляду питань, пов'язаних зі стратегією. Але насправді менеджери достатньо кваліфіковані для того, щоб вирішити, коли необхідно замінити стратегію і що для цього потрібно зробити.

Потреба приділяти достатньо багато часу стратегічному менеджменту викликана необхідністю вдосконалювати стратегію і методи її здійснення, максимізації внеску кожного співробітника у підвищення ефективності і якості стратегії. Звичайно менеджери витрачають багато зусиль на покращення складових частин поточної стратегії, що краще, ніж розробляти і впроваджувати в життя радикальні зміни в роботі компанії. Занадто сильні зміни стратегії можуть негативно відобразитись на співробітниках, привести до невизначеності покупців. Як правило, в цьому нема необхідності. Можна домогтись значних успіхів, покращуючи виконання існуючої стратегії. Наполегливість в удосконаленні правильної стратегії часто є запорукою її успішного виконання.

Наук. керівн. Броницький О. М.

Література: 1. Andrews K. R. The Concept of Corporate Strategy / K. R. Andrews.– Homewood, 1987. – С. 105–110. 2. Mintzberg H. The Rise and Fall of Strategic Planning / H. Mintzberg. – New York Free Press, 1994. – С. 84–97. 3. Беседін В. Створення, становлення і трансформування системи планування в Україні / В. Беседін // Економіка України. – 2002. – № 5. – С. 4–9. 4. Бутко М. Проблеми реалізації інноваційної моделі розвитку економіки на регіональному рівні // Економіка України. – 2002. – № 11. – С. 11–17. 5. Герасимчук З. Комплексна оцінка рівня сталого розвитку регіонів України / З. Герасимчук // Економіка України. – 2002. – С. 34–42. 6. Шкворець Ю. Програмно-цільове управління реалізацією пріоритетних напрямів соціально-економічного та науково-технічного розвитку / Ю. Шкворець // Економіка України. – 2003. – № 7. – С. 33–39. 7. Нарзыкулов В. Планирование развития в условиях рыночной экономики: мировой опыт и проблема выбора модели для России / В. Нарзыкулов // Вопросы экономики. – 2005. – № 4. – С. 53–62.

УДК 330.322.1(477)

Хохлова М. Ю.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

Анотація. Присвячено аналізу проблем, що виникли в інвестиційній сфері підприємств України. Системно розглянуто напрями активізації інвестиційної діяльності на рівні країни, регіону та безпосередньо підприємства.

Аннотация. Посвящено анализу проблем, возникших в инвестиционной сфере предприятий Украины. Системно рассматриваются направления активизации инвестиционной деятельности на уровне страны, региона и непосредственно предприятия.

© Хохлова М. Ю., 2010



Annotation. The problems in the investing field of the Ukrainian enterprises are analyzed. Some trends of the promotion of the investing activity at the level of a country, region or an enterprise itself are systematically studied.

Ключові слова: інвестиційна привабливість, конкурентоспроможність, інвестиційна діяльність, інвестиції, інвестиційна динаміка, капітальні вкладення, економічна рецесія, система управління, гнучкість, адаптивність, механізми стимулювання.

Економіко-соціальний розвиток будь-якої країни, насамперед, залежить від ресурсної складової та ефективного використання ключових факторів виробництва – трудових, природно-кліматичних та капітальних ресурсів. Економічна рецесія призводить до суттєвого зниження ефективності використання всіх факторів виробництва та вимагає переходу на якісно новий рівень розвитку системи управління. Кризові явища у світовій і національній економіці спонукають організації, регіони, країну використовувати у стратегічному та оперативному управлінні принципи гнучкості та адаптивності. За таких умов підвищується актуальність забезпечення економіки країни капітальними ресурсами, які мають вирішальне значення для економічного зростання, покращення макроекономічних показників та прискорення виходу із кризи. Слід зазначити, що проблема активізації інвестиційної діяльності та подальшого сталого розвитку національної економіки має вирішуватись системно за схемою "Держава→Регіон→Підприємство". Такий підхід сприятиме забезпеченню синхронізації, гармонізації та несуперечності стратегій підприємств загальнодержавній стратегії розвитку. Гнучкість та адаптивність такого механізму забезпечить інвестиційну привабливість та конкурентоспроможність українських підприємств і підвищить авторитет країни на міжнародному ринку капіталу.

Мета даної роботи – вивчення проблем, що виникли в інвестиційній сфері підприємств України та обґрунтування напрямів активізації інвестиційної діяльності.

За даними Державного комітету статистики України, на кінець 2008 – початок 2009 року темп зростання обсягів інвестицій порівняно з кінцем 2007 – початком 2008 скоротився на 15,8 % (з 136,7 % до 120,9 %). Слід відзначити також, що протягом 2001 – 2005 років відбувалось стійке підвищення темпів зростання обсягів інвестицій. У 2005 році цей показник був максимальним і склав 186,7 %. Починаючи з 2006 року темпи зростання з рівня 127,9 % (на кінець 2006 року) не підіймались вище 136,7 % (на кінець 2007 року), тобто можна казати про спадання темпів зростання обсягів інвестицій в економіку України. Поряд з цим має місце тенденція постійного скорочення інвестицій в основний капітал. Так, у 2007 році темп приросту цього показника складав у середньому близько 30 %, а у 2008 – вже близько 5 % [1]. Таким чином, має місце інерційне зростання прямих іноземних інвестицій на фоні швидкого зниження темпів їх приросту [2].

Наявність негативних тенденцій в інвестиційній сфері свідчить про необхідність перегляду діючих механізмів стимулювання іноземних інвестицій, а також обмеження відтоку капіталу з країни. Законодавче обмеження вивозу капіталу за рахунок нетарифних методів регулювання (наприклад, введення ліцензування) та стимулювання притоку капіталу за рахунок надання спеціальних пільг (наприклад, податкових) – на державному рівні; зменшення адміністративного контролю, надання необхідного інформаційного забезпечення у формі консультаційних послуг – на регіональному рівні; розробка реальних бізнес-планів і механізмів стратегічного управління – на рівні підприємств, є напрямками сприяння інвестуванню української економіки в умовах економічної кризи.

Сьогодні перед Україною постає ще одна важлива проблема, що вимагає негайного вирішення – зовнішня інвестиційна динаміка має конкурентний характер [3, с. 21]. Конкурентами у цій сфері для України є країни, що розвиваються. Отже, залучення іноземних інвестицій вимагає від нашої держави надання інвесторам таких умов для капіталовкладень, які б забезпечували отримання гарантованих прибутків.

Не менш важливою проблемою, що потребує розв'язання і врегулювання з боку держави, є визначення напряму інвестиційних вкладень. На сьогоднішній день в Україні низка галузей промисловості вимагає більш інтенсивного інвестування, ніж інші. До таких галузей можна віднести: виробництво машин та устаткування, транспортних засобів, приладів та мінеральних продуктів. У цей же час саме ці галузі мають найнижчу привабливість для інвесторів. Разом з тим виробництво деревини і виробів з неї хоча і потребує найменших вкладень, але для інвесторів є найбільш привабливим [4, с. 63, 64]. Існування подібного дисбалансу свідчить про недоліки в державній політиці стимулювання і регулювання інвестиційних потоків, а також про відсутність обґрунтованої та раціональної загальнодержавної інвестиційної стратегії, направленої на координацію, залучення та оптимальне розміщення капітальних вкладень.

Активізація інвестиційної діяльності в цілому, розробка ефективних інвестиційних програм та реалізація інвестиційних проектів, зокрема, мають вирішальне значення для поживлення економіки України за рахунок забезпечення її сучасними технологіями, новітніми системами управління та організації виробництва, інноваційними розробками. Забезпечення інвестиційної привабливості країни, регіонів та підприємств потребує використання адаптивних методів управління із залученням передових спеціалістів для розробки інвестиційної стратегії.

Перед Україною постає завдання перегляду та вдосконалення соціально-економічного механізму функціонування і стратегії розвитку країни як системи, що має підтримувати та забезпечувати оптимальні умови існування й ефективної діяльності всіх господарських одиниць. При цьому зусилля державних органів регулювання повинні бути спрямованими на підвищення міжнародної

конкурентоспроможності підприємств, координацію діяльності адміністративних одиниць, сприяння розробці науково обґрунтованих методів управління та стратегій діяльності підприємств.

Наук. керівн. Базалієва Л. В.

Література : 1. <http://www.ukrstat.gov.ua/> 2. <http://www.analitik.org.ua/current-comment/economy/> 3. Чухланцева Ю. А. Інвестиційна динаміка: сутність, проблеми та перспективи / Ю. А. Чухланцева // Управління розвитком. – 2008. – № 9. – С. 21. 4. Вишивана Б. М. Оцінка експортно-імпоротної діяльності в Україні / Б. М. Вишивана // Фінанси України. – 2008. – № 1. – С. 55–64.

УДК 330.341.1:351.82

Даниленко А. О.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Анотація. Розглянуто проблеми, які пов'язані з регулюванням інноваційних процесів на макро- та макрорівні, а також перспективи розвитку інноваційної політики в Україні.

Аннотация. Рассмотрены проблемы, связанные с регулированием инновационных процессов на макро- и микроуровне, а также перспективы развития инновационной политики в Украине.

Annotation. The problems connected with regulation of innovation processes on the microlevel and the macrolevel, as well as the prospects for development of innovation policy in Ukraine, are examined.

Ключові слова: інновації, глобалізація, інноваційний потенціал, інноваційна інфраструктура, економічний і соціальний ефекти, конкурентоспроможність продукції.

Намагання держави переорієнтувати соціально-економічну систему від індустріальної до постіндустріальної інноваційної моделі розвитку полягає у постійному пошуку ефективних засобів управління трудовими та технологічними процесами у сфері діяльності підприємства.

Метою даної статті є розкриття змісту концептуальних засад формування ефективних структур управління інноваційними процесами у сфері зовнішньоекономічної діяльності, наведення результатів наукового дослідження в області вирішення проблеми поєднання в єдиний імпульс протресу інтересів людини, господарської організації, держави та суспільства.

Сутність проблеми полягає в тому, що в умовах світової кризи необхідно застосувати специфічні підходи до ефективного управління економічними процесами шляхом створення та функціонування інтеграційних систем інноваційного менеджменту.

Загальний характер інноваційних процесів усе більш виразно виявляє риси глобалізації, з одного боку, та намагання збереження особливостей національної культури, неповторних переваг індивідуалізації праці – з іншого. Така тенденція впливає на стан внутрішнього та зовнішнього середовища кожної господарської організації, на форми та методи управління інноваціями у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Управління інноваційним процесом розглядається як функція соціально-економічної системи, що орієнтована на збереження її основної якості (сукупності властивостей, втрата яких веде до руйнування системи) в умовах зміни середовища або на виконання нової програми, яка має забезпечити стійкість функціонування, розвиток та досягнення певної мети.

Головною метою інновацій є досягнення економічного та соціального ефекту. Упровадження інноваційної політики не має сенсу без зниження витрат, безперервного зменшення негативного впливу людської діяльності на навколишнє середовище, виконання певних правил ресурсозбереження та підвищення ефективності споживання [1].

Інноваційний потенціал України за два останні десятиріччя суттєво знизився. Основою виникнення цієї проблеми є нездатність влади контролювати та підтримувати інноваційні процеси. В умовах розвитку глобалізаційно-інтеграційних тенденцій в усіх сферах вплив держави на зовнішньоекономічну діяльність має не послаблюватися, а тільки підсилюватися. Система державного управління має реформуватися та все більше набувати властивостей модератора процесів створення сприятливих умов у країні і всередині господарської діяльності для розвитку міжнародного бізнесу.

Негативними наслідками відсутності контролю інноваційної політики з боку держави є: відсутність ефективних механізмів вирішення суперечок щодо прав власності, відсутність спеціалізованих судів з розв'язання суперечок щодо прав на об'єкти інтелектуальної власності;



слабкість національної системи підготовки патентознавців та спеціалістів щодо керування інтелектуальною власністю;

відсутність вільного доступу до патентної інформації, довгочасність термінів розгляду заяв та видання патентів;

відсутність великих інноваційних компаній у сферах, в яких держава має конкурентні переваги та перспективи;

слабкий розвиток інноваційної інфраструктури;

зниження якості робочої сили (рівня знань, професійної підготовки, погіршення демографічної структури кадрів);

слабкий розвиток малих та середніх інноваційних підприємств, майже повна відсутність посередницьких організацій, працюючих в інноваційній сфері, а також венчурного фінансового капіталу [2].

На макrorівні основними причинами низького рівня конкурентоспроможності залишаються: висока енергоємність та ресурсоємність, відсутність стандартизації та уніфікації виробничих операцій, система якості також не витримує міжнародної конкуренції.

Це відбувається через те, що керівництво не має змоги комплексно та раціонально використовувати ресурси, перетворювати ідеї у новий конкурентоспроможний продукт, інтегрувати різноманітні операції та часткові трудові процеси у високоєфективні малоопераційні технологічні системи.

Причини виникнення проблем та ускладнень при створенні сприятливих умов для розвитку інноваційних процесів також треба шукати не тільки в економіці, але й в інших загальнолюдських сферах: гуманітарній, духовній, соціальній.

У культурі та традиціях накопичуються приклади та стандарти поведінки, які використовуються на всіх рівнях підприємства. Вони створюють специфічну атмосферу, сприятливий клімат на підприємстві, що має значний вплив на працездатність робітників та відносини між ними [3].

Дослідження показали, що перспективним напрямком інноваційно-інвестиційної політики є:

створення національних підприємств з виробництва нової техніки та технологій у сферах, які здатні використовувати винаходи українських вчених і дослідників та представляти Україну на міжнародному ринку інновацій;

підвищувати рівень інтелектуалізації праці та її технологічної озброєності;

розвивати адаптивні властивості систем управління зовнішньоекономічною діяльністю;

сприяти оновленню природи та її збереженню.

Результати даного дослідження мають істотну практичну та теоретичну значущість для вітчизняних підприємств. Без упровадження нових технологій і методів управління не може бути створено умов для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та виходу з кризи, яка має не тільки глобальний, а й локальний характер. Треба відмітити, що описані проблеми залишаються й досі актуальними, тому державі необхідно застосувати радикальні дії стосовно розробки політики та ефективного оперативного управління конкурентоспроможною діяльністю підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

Наук. керівн. Черкасов В. І.

Література: 1. Гринев Б. В. Инноватика / Б. В. Гринев, В. А. Гусев. – Харьков : "Институт Монокристалов", 2004. – 425 с. 2. Гринев Б. В. Реформування науки. Актуальні питання та пошук відповідей / Б. В. Гринев. – Харків : Вид. "Акта", 2000. – 44 с. 3. Питерс Т. В поисках эффективного управления / Т. Питерс, Р. Утермен. – М. : Прогресс, 1987.

Федяєва В. Ю.

УДК 005.73

Студент 5 курсу

факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КУЛЬТУРОЮ ГОСПОДАРСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Анотація. Розглянуто напрями та умови підвищення ефективності управління культурою господарської організації, а також сучасні тенденції в розвитку організаційної культури. Досліджено можливість впливу на результативність діяльності підприємства при вмінні аналізувати культуру господарської організації та оцінювати її рівень.

Анотация. Рассмотрены направления и условия повышения эффективности управления культурой хозяйственной организации, а также современные тенденции в развитии организационной культуры. Исследованы возможности влияния на результативность деятельности предприятия при умении анализировать культуру хозяйственной организации и оценивать ее уровень.

© Федяєва В. Ю., 2010

Annotation. The directions and conditions of the way of increasing the effectiveness of organizational culture are described and also modern trends in the development of organizational culture are examined. The possibility of influence on the effectiveness of activity of an enterprise when analyzing the corporate culture and evaluating its level is researched.

Ключові слова: ефективність, культура господарської організації, латеральне мислення, організаційна культура, технологічна культура, культура праці, конкуренція, інтелектуальний капітал, людський потенціал, синергетичний ефект, конкурентоспроможність підприємства.

В останні десятиліття помітно зростає інтерес до теоретичного обґрунтування і концептуального сприйняття нового етапу розвитку економіки. Сучасне суспільство переходить від конкуренції в технічній і фінансовій сферах до конкуренції в області латерального мислення та управління культурою у сфері виробництва й бізнесу. Складові культури господарської організації: 1) організаційна культура; 2) технологічна культура; 3) культура праці. Відбуваються зміни технологічної основи економіки – її націленість не стільки на виробництво, скільки на творчість людини, різке скорочення частки матеріального виробництва і збільшення частки сфери послуг, перетворення інформації в основну форму багатства суспільства.

Організаційна культура підприємства — могутній інструмент його лідерства, який повинен використовувати керівництво. Високий її рівень дає можливість управляти з упровадженням норм і цінностей, а не шляхом безпосереднього впливу на працівників. Причому можна швидко приймати рішення на місцях, чітко визначати стандарти якості, критерії самооцінок і легше розуміти орієнтованість споживачів [1].

Актуальність даної статті полягає в тому, що на сучасному етапі спостерігається зміщення акцентів конкурентної боротьби у сфері інтелектуальної діяльності, креативного групового прийняття рішень, таким чином проблема підвищення ефективного та результативного управління культурою загострюється.

З практичної точки зору культура організації є її "душею", дає можливість грамотно й ефективно управляти організацією, що розглядається новим напрямком науки управління соціальними та економічними процесами. На зміну таким загальноновизнаним цінностям, як дисципліна, ієрархія, влада, приходять інші: участь, самовизначення, колективність, розкриття особистості, творчість, інтелектуальний капітал [2].

Мета даного наукового дослідження — виявлення напрямів підвищення ефективності системи управління культурою господарської організації у сфері міжнародного бізнесу. Проблеми формування та розвитку цієї системи висвітлені в багатьох наукових працях, серед яких можна виокремити праці Наумова А. І. [2], Віханського О. С. [2], Дороніної М. С. [3], Науміка К. Г. [4], Гудкової Т. В. [1], Асаула А. Н. [4].

Організаційна культура становить сукупність матеріальних, людських і духовних цінностей підприємства, які визначають стиль професійної діяльності робітників, систему соціальних управлінських технологій, що стимулюють і планують цю діяльність. Основне завдання управління культурою організації – розкриття людського потенціалу і його організаційних можливостей.

Такий ресурс, як інтелект людини, необхідно використовувати через ефективне та результативне управління культурою господарської організації.

Зараз має місце тенденція переходу від класичного до партнерського типу організаційної культури. Цей тип культури передбачає наявність високого ступеня зацікавленості робітників в управлінні, сприяє стимулюванню розробок і впровадженню нових ідей, руйнуванню бар'єрів у процесі прояву ініціативи співробітниками, залучення їх до управлінської і творчої діяльності, створення умов для саморозвитку.

Для підвищення рівня управління організаційною культурою необхідно активно вдосконалювати систему соціального управління через розвиток організаційної культури на макро- та мікроекономічних рівнях. Для вирішення такого завдання є необхідним створювати на підприємствах системи соціальної оцінки рівня розвитку організаційної культури, розробляти соціальні проекти розвитку організаційної культури нового типу. Необхідне формування нового типу культури підприємства відповідно до принципів демократії та правової соціальної держави, кінцевою метою якої є досягнення високо рівня життя кожного громадянина та суспільства в цілому [4].

Соціальний пакет розвитку культури господарської організації є необхідним для забезпечення зміни статусу та ролі робітників, розуміння та розподілу ними цінностей командної творчості у процесі досягнення цілей підприємства, розкриття переваг трудового розкріпачення та можливостей упровадження ініціативи на кожному робочому місці; рівноправного партнерського співробітництва [3].

Таким чином, найважливішою умовою підвищення ефективності управління культурою організації є досягнення синергетичного ефекту при взаємодії трьох складових:

- 1) організаційної культури;
- 2) технологічної культури;
- 3) культури праці.

Крім того, істотним фактором підвищення рівня культури господарської організації, як було уже доведено, є створення умов для реалізації інтелектуального потенціалу людини – співробітника організації.

У підсумку є сенс зазначити, що в епоху інформаційних технологій люди, їх індивідуальні особливості, внутрішньофірмові цінності та культура фірми набувають усе більшого значення. На сьогоднішній день в умовах жорсткої конкурентної боротьби та ситуацій у сфері бізнесу, що швидко змінюються, культура підприємства може стати одним із ключових ресурсів, який сприяє цілісному



та стійкому розвитку підприємства в довгостроковій перспективі й підвищенню його конкурентоспроможності. Тому основним завданням менеджерів є визначення напрямів підвищення ефективності управління культурою своєї організації.

Таким чином, культура відіграє дуже важливу роль у житті організації. Вона повинна бути предметом уваги з боку керівництва. Проведені дослідження показали, що між ефективністю менеджменту та рівнем культури організації має місце прямий і зворотний зв'язки. Тому менеджери повинні вміти аналізувати культуру господарської організації, оцінювати її рівень і, таким чином, впливати на результативність діяльності підприємства.

Наук. керівн. Черкасов В. І.

Література: 1. Гудкова Т. В. Культура фірми як фактор підвищення ефективності її функціонування / Т. В. Гудкова // Вестник Московського університета. Серія 6. Економіка. – 2005. – № 6. – С. 53–64. 2. Виханський О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханський, А. И. Наумов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Экономистъ, 2006. – 669 с. 3. Дороніна М. С. Організаційна культура : конспект лекцій для студентів усіх спеціальностей всіх форм навчання / М. С. Дороніна, К. Г. Наумік. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2006. – 80 с. 4. Асаул А. Н. Культура організації – ресурс для розвитку бізнесу / А. Н. Асаул. – СПб. : Гаманістика, 2007. – 213 с.

Іщенко Є. Ю.

УДК 005.72(477)

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. Присвячено формуванню ефективних організаційних структур на підприємствах України в умовах трансформації економіки. Проведено аналіз організаційних структур підприємств, а також виявлено їх особливості, переваги та недоліки.

Аннотация. Посвящено формированию эффективных организационных структур на предприятиях Украины в условиях трансформации экономики. Проведен анализ организационных структур предприятий, а также выявлены их особенности, преимущества и недостатки.

Annotation. The article is devoted to formation of effective organizational structures at the enterprises of Ukraine in conditions of transformation of economy. The analysis of organizational structures of the enterprises is led, and also their features, advantage and disadvantages are considered.

Ключові слова: організаційна структура, підприємство, трансформація, управління, економіка.

У сучасних умовах розвитку економіки, у період невизначеності і нестабільності, розвиток підприємництва як економічної бази процвітання держави є вкрай актуальним. Особливо це стосується формування організаційної структури підприємства. Вона повинна спрямовуватися на забезпечення ефективної діяльності підприємства, на здійснення та запровадження нових, а також зміну старих підходів до управління структурою підприємства. Адже у будь-якій організації відбувається велика кількість еволюційних змін.

Останнім часом погляди вчених спрямовані на створення такої структури підприємства, яка б динамічно відображала його участь у процесах економічного середовища з метою пристосування до мінливих зовнішніх умов. Проблеми еволюції типів організаційних структур управління знайшли своє відображення у працях вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких можна виділити Віханського О. С., Наумова А. І., Румянцеву З. П., Саломатіна Н. А., Герчикову І. Н., Владимирову І. Г., Радугіна А. А., Боткіна О. І., Некрасова В. І., Кузнецова А. Л., І. Ансоффа, П. Дракера, М. Мескона [7, с. 68–70].

Дана тема є особливо актуальною для підприємств України, оскільки в умовах адміністративно-командної економіки, яка панувала раніше, проблема відповідності організаційної структури управління цілям і завданням організацій, а також внутрішнім та зовнішнім факторам, які впливають на неї, не вивчалася.

© Іщенко Є. Ю., 2010



Головне призначення організаційної структури – забезпечити ефективну діяльність управлінського персоналу. З цих позицій структуру управління можна розглядати як форму розподілу і кооперації управлінської діяльності, в рамках якої відбувається процес управління, направлений на досягнення наміченої мети.

Теорія менеджменту виділяє два класи організаційних структур управління виробництвом: бюрократичні та адаптивні [2, с. 335–337].

Бюрократичні (ієрархічні) організаційні структури характеризуються високим рівнем розподілу праці, розвинутою ієрархією управління, наявністю численних правил і норм поведінки персоналу, підбором кадрів за діловими та професійними якостями.

Адаптивні (органічні) організаційні структури розробляються та впроваджуються з метою забезпечення можливостей реагувати на зміни зовнішнього середовища й впроваджувати нову наукомістку технологію.

Бюрократичні та адаптивні структури є крайнощами, реальні ж організаційні структури знаходяться між ними і мають ознаки бюрократичних та адаптивних структур у різних співвідношеннях [3, с. 107].

Теорія і практика управління розробила певні принципи побудови організаційних структур, усе багатоманіття яких можна звести до таких основних типів: лінійної; лінійно-штабної; функціональної; лінійно-функціональної; дивізійної; матричної.

Лінійна організаційна структура становить систему управління, в якій кожний підлеглий має тільки одного керівника і в кожному підрозділі виконується весь комплекс робіт, пов'язаних із його управлінням. Лінійно-штабна організаційна структура – різновид лінійної організаційної структури. Для розвантаження вищого керівництва створюється штаб, до складу якого включають фахівців із різних видів діяльності.

При функціональній організаційній структурі для виконання певних функцій управління утворюються окремі управлінські підрозділи, які передають виконавцям обов'язкові для них рішення, тобто функціональний керівник у межах своєї сфери діяльності здійснює керівництво виконавцями. Завдяки спеціалізації функціональних керівників виникає можливість управління великою кількістю виконавців (зменшується кількість рівнів управління).

Лінійно-функціональна організаційна структура – комбінація лінійної та функціональної структур. Основний принцип – розмежування повноважень і відповідальності за функціями та прийняття рішень по вертикалі. Управління здійснюється за лінійною схемою, а функціональні підрозділи допомагають лінійним керівникам у вирішенні відповідних управлінських функцій. Лінійно-функціональна організаційна структура застосовується при вирішенні завдань, які постійно повторюються. Вона ефективна для масового виробництва зі стабільним асортиментом продукції і незначними змінами технології виробництва.

Ключовими фігурами в управлінні організаціями з дивізійною структурою стають не керівники функціональних підрозділів, а менеджери, що очолюють виробничі відділення. Структуризація організації за відділеннями здійснюється, як правило, за загальним з трьох критеріїв: за продукцією, що випускається, або за послугами, що надаються (продуктова спеціалізація), за орієнтацією на споживача (споживча спеціалізація), за територіями, що обслуговуються (регіональна спеціалізація). Дивізійна організаційна структура відповідає умовам динамічного середовища та організаціям із великою кількістю виробництв, життєвий цикл яких відносно тривалий.

З метою полегшення завдань координації в організаціях створюються штабні органи управління з керівників проектів або використовуються так звані матричні структури. Матрична організаційна структура – відповідь на підвищення ступеня динамічності середовища. Високий ступінь адаптації забезпечується тимчасовим характером функціонування структурних одиниць – проектних груп. Перехід до матричних структур звичайно охоплює не всю організацію, а лише її частину. При цьому її успіх значною мірою залежить від того, якою мірою керівники проектів володіють професійними якостями менеджерів і можуть виступати у проектній групі лідерами. Масштаби застосування матричних структур в організаціях досить значні, що говорить про їхню ефективність [4, с. 220–224].

Отже, із становленням та розвитком ринкової економіки вибір організації управління на підприємстві вкрай важливий для забезпечення його ефективного функціонування. Сьогодні навіть консервативно налаштовані компанії в Україні вважають за потрібне відмовитись від суто ієрархічного підходу в організації, основний акцент вони роблять на цільові групи та взаємовідносинах між ними.

Рациональний вибір організаційної структури, її моніторинг і формування пропозицій є важливою складовою ефективною організацією управління на підприємстві.

Наук. керівн. Броницький О. М.

Література: 1. Бова Т. В. Організаційна структура / Т. В. Бова // Економіка та держава. – 2006. – № 5. – С. 68–70. 2. Економіка підприємства / за ред. А. В. Шегди. – К. : Знання, 2005. – 431 с. 3. Економіка підприємства / за заг. ред. С. В. Покропівного. – Харків : Фоліо, 2001. – 528 с. 4. Основи менеджменту в АПК / Й. С. Заводський, О. Д. Гудзінський, А. О. Заїнчковський та ін. ; за ред. Й. С. Заводського. – К. : Вища школа, 1995. – 368 с.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация. Посвящено вопросу изучения антикризисного управления как метода менеджмента предприятия в кризисных или предкризисных условиях. Раскрыты вопросы, связанные с постоянной деятельностью предприятий, направленной на предотвращение кризисных явлений. Определены особенности моделей поведения предприятия в условиях кризиса.

Анотація. Присвячено питанню вивчення антикризового управління як методу менеджменту підприємства у кризових або передкризових умовах. Розкрито питання, які пов'язані з постійною діяльністю підприємств, що направлена на уникнення кризових явищ. Визначено особливості моделей поведінки підприємств в умовах кризи.

Annotation. This article is dedicated to the problem of antirecessionary administration study as method of enterprise management in the conditions of depression or pre-depression period. The problems concerned with permanent activity of the enterprise directed at the prevention of crisis are revealed. The patterns of behavior of enterprise in the conditions of recession are uncovered.

Ключевые слова: антикризисное управление, финансовый кризис, долгосрочные тенденции, конкурентное преимущество, внешняя среда, хозяйствующий субъект, финансово-экономическое состояние, мониторинг внешней и внутренней среды, ресурсы предприятия, стратегическое планирование, стратегия предприятия, миссия предприятия, реперофилитрование, банкротство, кризис управления, финансовая устойчивость.

Антикризисное управление стало одним из самых "популярных" терминов в деловой жизни Украины, особенно во время усиления влияния финансового кризиса. Однако, анализируя опыт предпринимательства в Украине и сегодняшнее положение многих отечественных предприятий, можно прийти к выводу, что антикризисному управлению только предстоит обрести свою роль в управленческой теории и, особенно, в практике. Необходимо лишь корректно определить его отличие от обычного менеджмента.

В современных условиях, которые характеризуются быстрыми, зачастую непредсказуемыми изменениями бизнес-среды, более приемлема идеология антикризисного управления, основанная на предположении о невозможности с достаточной степенью точности предсказать долгосрочные тенденции. Именно турбулентность, нестабильность и, соответственно, непредсказуемость факторов внешней среды привели к появлению антикризисного управления как инструмента формирования долгосрочных конкурентных преимуществ. [1, с. 1, 2].

Управление повседневной деятельностью предприятия в какой-то мере тоже можно назвать антикризисным управлением, так как менеджмент организации во время своей работы стремится избежать негативного влияния внешней среды, прилагает усилия, направленные на то, чтобы компенсировать промахи и ошибки, совершенные ранее, но сказывающиеся на предприятии сегодня [2].

Основными же направлениями антикризисного управления как способа противодействия наступившим и потенциальным угрозам на уровне хозяйствующего субъекта считаются постоянный мониторинг финансово-экономического состояния предприятия, разработка новых управленческой, финансовой и маркетинговой стратегий, сокращение постоянных и переменных издержек, повышение производительности труда, привлечение средств учредителей, усиление мотивации персонала.

Действительно, постоянный мониторинг и контроль всех сообщений, которые посылает нам внутренняя и внешняя среда, является одним из важнейших факторов выживания в условиях кризиса. Возможна ситуация, когда управление предприятием, увязшее в решении мелких и не столь важных проблем, попросту не замечало тех сигналов, которые оповещали руководство о возможном наступлении глобальных проблем, решение которых заранее стоило бы предприятию гораздо меньших затрат и усилий. Именно с такого момента, как получение сигнала о потенциальной угрозе, и начинается антикризисное управление [2].

Для того чтобы не оказаться в таком положении, необходимо, чтобы кто-то на предприятии отслеживал тенденции развития деловой среды, в которой работает предприятие, и степень соответствия внутренних ресурсов предприятия изменениям требований этой среды. Эта работа не связана с повседневной рутинной, и необходимость ее выполнения не всегда очевидна. Для того чтобы эта работа выполнялась, необходимо, чтобы руководители предприятия понимали ее значимость и сами занимались ею на своем уровне – уровне принятия стратегических решений, то есть осуществляли стратегическое планирование деятельности предприятия и, исходя из этого, антикризисное управление.



Существует огромное количество подходов к поведению предприятия в условиях наступившего кризисного состояния. Выделим два основных.

1. **Защитная** тактика предусматривает резкое сокращение всех видов расходов, закрытие и распродажу подразделений, оборудования, сокращение определенных частей рыночных сегментов и сбыта продукции, распродажу продукции по сниженным ценам.

2. **Наступательная** тактика во время спада, напротив, предполагает активные действия. Они могут быть связаны, к примеру, с такими мероприятиями, как модернизация оборудования, внедрение новых технологий, повышение (снижение) цен, поиск новых рынков сбыта, реализация прогрессивной стратегической концепции маркетинга [3, с. 97, 98].

Концептуальным и кардинальным решением проблемы выхода из неблагоприятного состояния с сохранением существующей организации, при условии, что остальные методы не смогут принести успеха, или становится очевидным, что продолжение деятельности в данной сфере не может быть продолжено ввиду различных причин, является изменение стратегии, миссии предприятия или даже его репрофилирование. Данный способ является крайним вариантом действий, применяемым для предотвращения входа предприятия в состояние безвыходное, ведущее к банкротству. Хотя он и может изменить форму и способ хозяйствования предприятия кардинальным образом, но его применяют не всегда в последний момент. Так, возможна ситуация, когда хозяйствующая организация, постоянно анализирующая внешнюю среду, сделала вывод о необходимости изменения миссии, вследствие чего было произведено репрофилирование деятельности предприятия.

Итак, антикризисное управление действительно отличается от управления в обычном режиме. Если весь арсенал подходов и методов последнего направлен на развитие и выживание предприятия в долгосрочной перспективе, то методы первого нацелены исключительно на преодоление предпосылок уже назревшего кризиса, на обеспечение выживания в краткосрочном аспекте [1, с. 4, 5].

Большое количество кризисов на предприятиях возникают из-за такого внутреннего фактора, как кризис управления. Антикризисный управляющий в своей деятельности должен в основном исправлять ошибки, допущенные менеджерами предприятия. Добившись временного восстановления финансовой устойчивости предприятия, антикризисный управляющий для закрепления достигнутого эффекта на более продолжительный срок должен предпринять меры по увеличению денежного потока от основной деятельности предприятия и, в первую очередь, обратить внимание на маркетинг.

Научн. рук. Броницкий А. Н.

Литература: 1. Айвазян З. Антикризисное управление : принятие решений на краю пропасти / З. Айвазян, В. Кириченко // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – № 4. – С. 10–14. 2. Хейнсворт Р. Долгосрочные последствия антикризисных решений [Электронный ресурс] / Р. Хейнсворт. – Режим доступа : <http://bo.bdc.ru/2008/11/richard.htm>. 3 Крутик А. Б. Антикризисный менеджмент / А. Б. Крутик, А. И. Муравьева. – СПб. : Питер, 2001. – 432 с.

УДК 005.332.4

Красікова В. А.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

УРОВАДЖЕННЯ АДАПТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. Розглянуто проблему, перед якою постають усі сучасні підприємства, – управління конкурентоспроможністю. Розглянуто її етапи, методи, об'єкт і суб'єкт. На основі аналізу серед різних систем управління виділено адаптивну. Визначено, що для досягнення оптимального рівня конкурентоспроможності необхідно її управління на основі самоорганізації з розвитком адаптивності та інноваційності.

Анотація. Рассмотрена проблема, с которой сталкиваются все современные предприятия, – управление конкурентоспособностью. Рассмотрены ее этапы, методы, объект и субъект. На основе анализа среди различных систем управления была выделена адаптивная. Определено, что для достижения оптимального уровня конкурентоспособности необходимо ее управление на основе самоорганизации с развитием адаптивности и инновационности.

© Красікова В. А., 2010



Annotation. The problem faced by all the modern enterprise – managing competitive – is presented, its stages, methods, object and subject are considered. Based on the analysis, among the various management systems the adaptive one is selected. Also it is determined that to achieve the optimal level of competitive, its administration must be based on self-organization with the development of adaptation and innovation.

Ключові поняття: конкурентоспроможність, адаптивна система, інноваційність, індивідуалізація діяльності, системний підхід, управління конкурентоспроможністю.

З переходом до нових умов господарювання достатньо швидко з'ясувалося, що продукція багатьох підприємств виявилася неконкурентоспроможною на світовому ринку. У зв'язку з цим вчені і практики звернули увагу на необхідність розвитку національного ринку. Проте за всієї важливості й безумовної необхідності підйому внутрішнього ринку сприяти входженню України в коло розвинутих країн можна лише в тому випадку, якщо продукція вітчизняних підприємств буде відповідати світовим стандартам якості і конкурентоспроможності. Тому розробка дієвих механізмів підвищення конкурентоспроможності підприємств є найважливішим напрямком діяльності щодо забезпечення не тільки їхньої конкурентоспроможності та ефективності діяльності, але й конкурентоспроможності України в цілому.

Узагальнення вітчизняного та зарубіжного досвіду (праці Дж. Веллінгтона [1], Джонсона Р. А. [2], Довбуша Р. А. [3], Савчука В. І. [4], К. Такамацу [5]) дає змогу зробити висновок, що об'єктом управління конкурентоспроможністю є технологічні та економічні процеси, в ході яких при створенні продукції формуються її конкурентні переваги, а суб'єктом – система конкурентоспроможності як інструмент управління нею. Управління конкурентоспроможністю є напрямом менеджменту підприємства, спрямованим на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг і забезпечення життєдіяльності підприємства у сфері економічної діяльності. Головним завданням управління конкурентоспроможністю є забезпечення життєдіяльності та формування господарських зв'язків за будь-яких змін у внутрішньому та зовнішньому середовищах.

На сучасному етапі економічного розвитку постає нагальна необхідність системного підходу до управління конкурентоспроможністю, що пояснюється великою кількістю чинників, які впливають на конкурентоспроможність, серед яких можна виділити технологічні, фінансові, інформаційні, ринкові та ін. Система управління конкурентоспроможністю охоплює всі види діяльності, пов'язані зі створенням конкретних конкурентних переваг підприємства, робіт, послуг. Проте конкурентні переваги все більше охоплюють систему властивостей, важливих для споживачів та спрямованих на задоволення індивідуальних, а не внутрішніх потреб підприємства.

Досягнення високого рівня конкурентоспроможності можливе лише за умов застосування ефективного управління конкурентоспроможністю. Під системою управління конкурентоспроможністю підприємства (товарів, робіт, послуг) слід розуміти сукупність організаційної структури, процесів, технологій, положень ресурсів тощо, необхідних для створення й реалізації умов, які сприятимуть створенню конкурентних переваг у теперішньому і майбутньому бізнес-середовищі [6, с. 133].

Дослідження фактичних матеріалів показує, що процес управління конкурентоспроможністю включає чотири етапи.

1 етап – реалізація функцій управління діяльністю: планування та організація процесу забезпечення конкурентоспроможності; мотивація працівників; контроль і регулювання процесу забезпечення конкурентоспроможності.

2 етап – формування методів менеджменту: розробка планів виробництва конкурентоспроможної продукції; розробка планів ризикованого науково-технічного розвитку; розробка технологічної документації; розробка методів стимулювання персоналу.

3 етап – формалізація методів менеджменту: розробка наказів щодо контролю та відповідності за виготовлення конкурентоспроможної продукції; формування розпоряджень та вказівок щодо забезпечення конкурентоспроможності.

4 етап – розробка та прийняття управлінських рішень: визначення ступеня досягнення конкурентоспроможності; оцінка ефективності управлінських рішень; формування напрямків діяльності апарату управління [7].

На сьогодні більшість сучасних підприємств розглядаються як багатофункціональні структури, орієнтовані не стільки на виробництво продукції, скільки на задоволення потреб споживачів. Це, насамперед, стосується підприємств сфери сервісу. Оскільки потреби клієнтів різноманітні, то перед підприємством постає завдання забезпечити індивідуальний підхід до клієнта. Індивідуалізація потреб полягає у виробництві продукції та пов'язаному з нею сервісі, що знайшло вираження в таких характеристиках стратегії підприємства:

продукція має задовольняти певні потреби конкретного клієнта, а отже, необхідний широкий асортимент продукції;

післяпродажне обслуговування повинне мати індивідуальний характер – від вибору способу продажу до способу сервісу;

час постачання продукції має визначатися індивідуальними запитами покупця.

Дотримання цих підходів можливе лише на основі реалізації якісно нових принципів організації бізнесу. З метою забезпечення даного підходу та конкурентоспроможності необхідною є наявність у підприємства можливості до самоорганізації. Самоорганізація включає в себе постійні зміни в кон'юнктурі ринку та потребах клієнтів, технологіях і пристосовуватися до них.

Вивчення процесу управління конкурентоспроможністю дає змогу виділити найважливіші категорії цього процесу, до яких слід віднести функції, методи, управлінські рішення та стилі керівництва.



Виконання функцій управління конкурентоспроможністю буде спрямоване на досягнення системи показників (індикаторів). Показники діяльності виробничо-господарських підрозділів та всього підприємства мають забезпечити такий рівень конкурентоспроможності, який утвердить позиції підприємства на ринку. Основним завданням функцій управління конкурентоспроможністю є створення методів менеджменту, за допомогою яких система управління впливатиме на працівників, забезпечуючи їхню активність, координуючи діяльність, спрямовуючи на досягнення рівня конкурентоспроможності. Можна виділити три групи методів управління конкурентоспроможністю: економічні, соціально-психологічні, адміністративні. Слід пам'ятати про те, що вони впливають на керовану систему лише тоді, коли зони формалізуються за допомогою адміністративних методів. Економічні, технологічні та соціально-психологічні методи менеджменту, створені керованою системою, зможуть впливати на керовану тільки тоді, коли будуть юридично узаконені в конкретному правовому документі (статуті підприємства, наказі директора, положенні про відділ тощо) або у формі усного розпорядження чи вказівки; адміністративні методи стають ефективним засобом оптимізації управлінських рішень, надаючи їм юридичної сили.

Серед різноманітних систем управління, які застосовуються на вітчизняних підприємствах, доцільно виділити адаптивну систему управління конкурентоспроможністю, яка дає змогу враховувати в управлінні конкурентоспроможністю особливості передбачуваного зовнішнього конкурентного середовища та динамічного державно-правового поля, яке характерне для перехідного періоду державотворення в Україні; підвищувати надійність системи управління в умовах впливу випадкових чинників; забезпечувати інваріантність системи конкурентоспроможності до різних типів підприємств; оптимізувати час розробки і впровадження системи у практику функціонування підприємств; підвищувати рівень гнучкості й мобільності системи управління конкурентоспроможністю [4].

Розробники адаптивної системи управління конкурентоспроможністю виділяють декілька послідовних циклів, які вимагають реалізації таких етапів [8]:

- 1) проведення комплексних досліджень ринку, за допомогою яких вивчається зовнішнє середовище (потреби споживачів, місткість ринку, рівень платоспроможного попиту, конкурентне середовище, чинники державно-правового регулювання підприємницької діяльності, сезонність ринку тощо);
- 2) аналіз та оцінка конкурентоспроможності підприємства;
- 3) визначення переваг та недоліків конкурентів і власного підприємства;
- 4) розробка конкурентної стратегії поведінки підприємства і тактики її реалізації, формування конкретного завдання та вимог щодо необхідної цінової політики;
- 5) оцінка показників продукції щодо відповідності очікуваному рівню конкурентоспроможності (регулювання здійснюється на етапах 2 – 4);
- 6) організація виробництва.

Досягнуті в такий спосіб показники продукції формують нову виробничо-збутову програму підприємства, яка коригується з урахуванням результатів роботи адаптивної системи в попередньому циклі та необхідності пристосування до мінливого зовнішнього середовища. Практична реалізація адаптивної системи управління конкурентоспроможністю виробляє у підприємства здатність до адаптації у невизначеному зовнішньому конкурентному середовищі, а також можливість досягнення очікуваного рівня конкурентоспроможності. Для координації різних підрозділів під час функціонування адаптивної системи можливе застосування принципу "через функції", що передбачає перебудову організаційних структур управління через виділення цільових адміністративних груп, які забезпечують єдину політику на всіх стадіях створення товару. Роль кожної з груп змінюється від консультативної до визначальної, а підприємство перетворюється в єдиний комплекс, який забезпечує максимально ефективний спосіб виробництва конкурентоспроможних товарів.

Узагальнення досвіду управління конкурентоспроможністю показує, що методи є результатом здійснення функцій менеджменту, тобто апарат управління будь-якої організації у процесі діяльності повинен створити всі необхідні способи впливу на керовану систему. Власне, всі управлінці працюють для того, щоб сформувані необхідні методи менеджменту, які забезпечать достатній рівень конкурентоспроможності, досягнення цілей і місії організації.

Саме тому підприємство, яке прагне динамічно розвиватися та забезпечувати свою конкурентоспроможність, має безперервно перебудовувати стратегію та тактику. На користь даної тези свідчить і все більше використання інформаційних технологій менеджерами організацій, ураховуючи те, що внутрішньофірмові інформаційні потоки визначають стан систем, які самоорганізуються. Визначальна роль комунікаційного компонента особливо важлива з позиції зростання конкурентоспроможності компанії на основі самоорганізації. Проте незначна чисельність національних підприємств змогла сформуватися в режимі самоорганізації при переході до ринку [9, с. 32–36].

Формування системи управління конкурентоспроможністю повинне відбуватися з урахуванням головної мети підприємства. На сьогоднішньому етапі економічного розвитку такою метою є задоволення споживчих потреб, що передбачає вміння знаходити правильне рішення та досягати узгодженості під час продажу продукту.

Для дотримання цієї умови, а отже і конкурентоспроможності, комерційне підприємство повинне мати дві характеристики: наявність якостей, необхідних для організації досягнення цілей підприємства (наявність ресурсів: капіталу, технологій, персоналу, інформації), та певної системи управління діяльністю.

Важливою складовою аналізу конкурентоспроможності та самоорганізації є дослідження адаптивності й інноваційності підприємства.

Адаптивність є можливістю пристосовуватися до зовнішнього середовища. Часто адаптивність нерозривно пов'язана з перебудовою внутрішньофірмових процесів. Отже, адаптивність харак-



теризує реакцію підприємства на зміни зовнішнього середовища та відповідає необхідності існування в середовищі з певними умовами.

Інноваційність може бути представлена як можливість оновлення, сукупність внутрішньофірмових процесів перебудови напрямків діяльності, пов'язаних з життєвим циклом продукції, технологічністю, собівартістю. Таким чином, інноваційність визначає основу реакції підприємства на зміни зовнішнього середовища та сприяє реалізації поняття достатності. Властивість інноваційності пов'язана з можливістю прийняття технічних і соціальних новацій.

Менеджмент підприємства фактично призводить до вибору рівнів розвитку адаптивності й інноваційності та здійснення вибору співвідношення за критерієм конкурентоспроможності.

Граничні результати можуть бути досягнуті підприємством за умови активної інноваційної діяльності за низького адаптивного потенціалу і, навпаки, при значному акценті на адаптивності за низького інноваційного потенціалу. Високий рівень інноваційності активізує найголовніший аспект сучасного інноваційного підприємства — підвищення інтелектуального потенціалу. Що стосується адаптивності, то вона, по суті, передбачає можливість фірми у відносно короткий термін надавати своїм клієнтам нову продукцію відповідно до вимог, які змінилися. Показником високої адаптивності є незмінність або збільшення частки ринку в умовах якісних змін вимог клієнтів [10, с. 95–98].

Різноманітність зовнішнього середовища функціонування підприємства проявляється як в ускладненні співвідношень, так і в індивідуалізації діяльності, що призводить до ускладнення процесів самоорганізації, а отже, до посилення чинника самоорганізації у взаєминах "підприємство – клієнт" у стратегії та завдання своєї діяльності. Тому провідною метою кожного підприємства, що хоче досягнути оптимального рівня конкурентоспроможності, є управління конкурентоспроможністю на основі самоорганізації з розвитком властивостей адаптивності та інноваційності.

Наук. керівн. Броницький О. М.

Література: 1. ВеШнгтон Дж. Конкурентоспроможність транснаціональних корпорацій : монографія / Дж. ВеШнгтон. – К. : Бліц-Інформ, 2004. – 346 с. 2. Джонсон Р. А. Комплексне управління конкурентоспроможністю американських виробників : навч. посібн / Р. А. Джонсон. – К. : Бліц-Інформ, 2003. – 427 с. 3. Довбуш Р. А. Управління конкурентоспроможністю підприємств : підручник / Р. А. Довбуш, А. Л. Зозуля. – Харків : Основа, 2003. – 512 с. 4. Савчук В. І. Системи управління конкурентоспроможністю : підручник / В. І. Савчук, Д. А. Корж. – Харків : Основа, 2003. – 384 с. 5. Такамацу К. Методи управління конкурентоспроможності японських виробників : монографія / К. Такамацу. – К. : Бліц-Інформ, 2004. – 352 с. 6. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики : монография / Ю. Б. Иванов. – Харьков : Основа, 1997. – 256 с. 7. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту : підручник / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – К. : Академ-видав, 2003. – 480 с. 8. Портер М. Конкуренція : учебн. пособ. / М. Портер. – М. : Вильямс, 2001. – 144 с. 9. Баринов В. А. Развитие организации в конкурентной среде / В. А. Баринов, А. В. Синельников // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 6. – С. 32–36. 10. Реген В. Управление конкурентоспособностью компании на основе самоорганизации / В. Реген // Экономика и управление. – 2005. – № 1. – С. 95–98.

Агапов М. О.

УДК 331.101.3(477)

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В УКРАИНЕ

Аннотация. Рассмотрены основные недостатки отечественного подхода к формированию системы мотивации персонала, а также возможные направления ее совершенствования.

Анотация. Розглянуто основні недоліки вітчизняного підходу до формування системи мотивації персоналу, а також можливі напрями її вдосконалення.

Annotation. Main soft spots of Ukrainian treatment of motivation system formation are signed as well as some basic concepts of its improvement.

Ключевые слова: мотивация, система поощрения сотрудников, нематериальные и материальные методы стимулирования, украинский опыт.

К сожалению, в Украине, обладающей значительным в мире кадровым и интеллектуальным потенциалом, компании недостаточно используют инструменты, связанные с повышением мотивации сотрудников, делая основной акцент на "манипулировании зарплатой": повышая или понижая

© Агапов М. О., 2010



в зависимости от успехов структуры на рынке. Только крупные компании сегодня при приеме на работу предлагают специалистам высокого уровня не только высокую зарплату, но и "обильный" социальный пакет, покрывающий часть важных издержек жизнедеятельности человека. Но порой молодых современных менеджеров это не устраивает: он должен видеть перспективу карьерного роста в этой компании, а если же нет, то, как показывает практика, такой сотрудник будет искать другое место работы.

Заметим, что многие украинские компании не желают распространяться широко о системе поощрения сотрудников, существующей в структуре. Потому трудно обобщить эту практику во всеукраинском разрезе.

Так или иначе, мотивация персонала является на данный момент наиболее важной темой в украинском менеджменте. Во многих компаниях не разработана до конца система мотиваций и стимулирования персонала. Сегодня происходит осознание ее необходимости, однако ошибки, допускаемые украинским менеджментом, весьма характерны и типичны:

- 1) руководство часто пытается экономить на сотрудниках, выплачивая, к примеру, бонус в конце года, а не в конце каждого месяца;
- 2) при анонсировании о выплате премии или бонусов сумма выплат не оглашается;
- 3) пренебрежение работниками низшего звена: в силу распространенного предубеждения о том, что они легко могут быть заменены, их оклад нередко составляет в 10 – 15 раз меньше ставки работников высшего ранга;
- 4) несвоевременная выплата заработных плат;
- 5) оклад каждого наемного рабочего оговаривается в индивидуальном порядке, что нарушает сложившееся соотношение между оплатой персонала разных уровней;
- 6) среди средств мотивации труда преобладает система штрафов (за нарушение дисциплины, опоздания, невыполнение задач в заданный срок);
- 7) неблагоприятные условия труда;
- 8) выплата зарплат в конвертах;
- 9) игнорирование нематериальных методов стимулирования персонала (социальный пакет, возможности для интеллектуального роста и продвижения по карьерной лестнице, формирование корпоративного духа и т. д.);
- 10) пренебрежение индивидуальными особенностями каждого работника (его система ценностей, опыт, навыки, умения, мотивы и т. д.);
- 11) формирование шаблонной системы мотивации, которая не изменяется с развитием организации и внешней среды;
- 12) отрыв системы мотивации от целей и поставленных задач (особенно актуально для предприятий, реализующих уникальные проекты) [1].

Важную роль в украинском менеджменте играет интуитивный поиск оптимальных решений в сфере управления персоналом. И такой подход является недостаточным. Часто на руководящие должности назначают тех, кто станет наиболее лояльным к лицам, их назначившим. А многие топ-менеджеры, работающие на малых и крупных предприятиях, нередко исполняют роль кризис-менеджеров, которые спасают предприятие от полного развала.

Украинский менеджмент с каждым годом все больше пытается внедрять западные схемы управления, не всегда учитывая особенности местного менталитета. Менеджеры все чаще желают работать в западных компаниях или их представительствах в Украине, так как система мотивации и стимулирования труда в них более прогрессивна. Украинский менталитет совмещает американский дух индивидуализма и японские работоспособность и стремление к совершенствованию. Наиболее подходящая формула для Украины: "Наше богатство — наши человеческие ресурсы". А для успешного управления персоналом достаточно создать благоприятные условия труда и обрисовать реальные перспективные возможности [2].

Имеются существенные резервы повышения эффективности механизма мотивации в отечественной экономике путем более тесной связи прибыли и смешанных доходов, социальной помощи и трансфертов с результатами труда конкретных работников предприятий. Организация оплаты труда должна быть возвращена к построению на основе нормирования. Следует возвратиться к положительному опыту коллективной и бригадной формам организации и оплаты труда, к моральным формам мотивации труда. Указанные направления мотивации существенно не связаны с формами собственности и они могут быть успешно использованы в современных отношениях отечественной экономики, тем более, что такую практику имеют производственные коллективы экономически развитых стран.

Исследования показывают, что в условиях рыночных отношений существенно расширяется потенциальная материальная база формирования механизмов мотивации. Если в планово-директивной экономике механизм мотивации имеет своей материальной базой фонд потребления (фонд оплаты труда и незначительную часть прибыли), то в условиях рыночных отношений существенно расширяется участие прибыли в формировании механизмов мотивации. К этому добавляется также определенная часть фонда накопления, то есть в механизм мотивации частично вовлекаются отношения собственности.

Однако подавляющая часть прибыли и фонда накопления поступают собственникам средств производства, акционерам и в незначительной мере затрагивает интересы наемных работников, что не создает дополнительных стимулов повышения эффективности их труда. В этом же направлении (снижения стимулов эффективного труда наемных работников) действует то, что на предприятиях резко снизился уровень нормирования труда всех категорий работников, наблюдается



низкий уровень использования многообразия форм и систем заработной платы, отстранение наемных работников и миноритарных акционеров от участия в управлении производством, участия в прибылях, недооценка роли морального стимулирования высокоэффективного труда, взаимосвязи уровня заработной платы и производительности труда и др.

Использование всего многообразия механизмов мотивации на базе грамотного подхода с точки зрения индивидуальности каждого конкретного работника, коллектива, ситуации и проекта позволяет существенно повысить эффективность труда и производства в условиях действующих в Украине рыночных отношений.

Наук. керівн. Броницький О. М.

Литература: 1. Семенов В. А. Мотивация персонала. Украинский и мировой опыт [Электронный ресурс] / В. А. Семенов. – Режим доступа : <http://www.rabotaplus.com.ua/articles/1814.html>. 2. Андреев С. В. Мотивация персонала: искусство удержать [Электронный ресурс]. / С. В. Андреев. – Режим доступа : http://www.denga.com.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=1202&Itemid=41. 3. Майкл Мескон. Основы менеджмента / Майкл Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури. – М. : Дело, 1999. – 800 с.

Сидоренко О. О.

УДК 336.13.02(477)

Студент 5 курсу

факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Анотація. Проаналізовано реалії та визначено стратегічні напрямки фінансової політики України в умовах світової економічної кризи.

Аннотация. Проанализированы реалии и определены стратегические направления финансовой политики Украины в условиях мирового экономического кризиса.

Annotation. The realities are analysed and the strategic direction of fiscal policy of Ukraine in the context of world economic crisis are identified.

Ключові слова: фінансова політика держави, фіскальна політика, бюджетна політика, кредитна політика, митна політика.

В умовах сучасної економічної кризи перед Україною постала низка проблем, що полягають у запобіганні різкому знеціненню національної валюти, утриманні цінової стабільності, уникненні колапсу кредитної системи, підтриманні дієздатності платіжно-розрахункової системи, припиненні руйнівних процесів ерозії внутрішніх депозитів, втечі резидентів від національної валюти, зменшенні масштабів виведення іноземних капіталів та гарантуванні зовнішньої платоспроможності країни [1, с. 3]. З метою мінімізації наслідків перелічених тенденцій на державному рівні приймаються різні антикризові заходи, що мають стати дієвими інструментами стабілізації економічної ситуації та забезпечення виходу країни із довготривалої рецесії. У розв'язанні цих стратегічних завдань важлива роль відводиться ефективній фінансовій політиці.

Серед зарубіжних дослідників стратегічних напрямків фінансової політики держави слід виділити М. Фрідмена, А. Лейонхуфвуда, Г. Манківа та Дж. Б'юкенена. Розробленням стратегії фінансової політики займаються провідні російські вчені – І. Бланк, В. Сенгачов, О. Рогов, Л. Абалкін, С. Большаков, Ю. Кашин – та українські вчені – Г. Азаренкова, Я. Белінська, В. Гесць, В. Лагутін, І. Луніна, А. Гриценко, А. Чухно, П. Юхименко та ін. [2, с. 66]. Але, на жаль, означена проблема ще далеко не вичерпана.

З огляду на це, метою статті є всебічний аналіз та узагальнення рис сучасної фінансової політики, її стрижневих елементів для визначення стратегічних напрямків фінансової політики у кризових умовах.

Фінансова політика держави – частина (підсистема) її економічної політики, яка є сукупністю законодавчих і нормативних актів, бюджетно-податкових, інших фінансових інструментів, інститутів та заходів державної влади, котрі згідно із законодавством мають повноваження щодо формування й використання фінансових ресурсів держави та регулюють фінансово-кредитні потоки у секторах економіки відповідно до стратегічних і тактичних цілей державної економічної політики [3, с. 273].

Для з'ясування змісту й завдань фінансової політики звернемось до розгляду її складових.

© Сидоренко О. О., 2010



Ефективна діяльність держави неможлива без такої важливої складової фінансової політики, як фіскальна політика, адже саме за її допомогою держава стимулює розвиток господарської діяльності, опікується малозабезпеченими верствами населення, забезпечує трудовий потенціал і суттєво впливає на стан та розвиток науково-технічного прогресу суспільства.

Наступна складова, що відіграє важливу роль у розвитку державних фінансів України, – це бюджетна політика. Вона займається функціями формування, розподілу і використання коштів державного бюджету. Пріоритетним завданням бюджетної політики є політика на макроекономічному рівні. Саме на цьому етапі формування доходів бюджетів визначаються перелік та межі податкових надходжень, пільги з оподаткування галузей, підприємств чи певних груп населення, форми та розміри неподаткових доходів, джерела формування доходів бюджетних цільових фондів, напрями та розміри офіційних трансфертів і т. д. Напрямок бюджетної політики визначає Верховна Рада України, а його виконанням займається уряд та органи держуправління.

Ще одним суттєвим елементом фінансової політики є грошово-кредитна політика, основне завдання якої полягає у досягненні загального рівня виробництва, що характеризується повною зайнятістю та відсутністю інфляції. Грошово-кредитна політика полягає у зміні пропозиції грошей з метою стабілізації сукупного обсягу виробництва, зайнятості і рівня цін. Визначення напрямків грошово-кредитної політики знаходиться в компетенції Національного банку України (НБУ).

Щодо останньої, не менш важливої, складової фінансової політики – митної політики, можна зауважити наступне. Фінансова політика Держмитслужби спрямована на забезпечення повноти сплати податків та зборів при здійсненні експортно-імпорتنних операцій і своєчасне перерахування до Державного бюджету, а також на раціональний та обґрунтований підхід до використання державних коштів, що асигнуються на утримання й розбудову системи.

Сьогодні фінансова політика як система декількох окремих складових ставить перед собою головну мету – подолати наслідки світової економічної кризи та забезпечити зростання економіки країни у майбутньому. Та існує низка нерозв'язаних проблем, що дають підстави виокремити такі стратегічні напрями фінансової політики України:

по-перше, необхідно змінити податкову політику, зменшивши рівень податкового тягаря. Проте щоб не допускати різкого спаду поточного споживання і стимулювати вітчизняного виробника, доцільно було б знизити споживчі податки на внутрішні товари (ПДВ, акциз). З метою мінімізації безробіття варто знизити податок із невисокої заробітної плати, водночас треба застосувати жорсткий підхід до оподаткування предметів розкошу, тютюнової та алкогольної продукції, збільшити імпортні мита на тютюн, автомобілі, алкоголь та ін. Ці зміни застрахують бюджет від різкого зниження доходів, стимулюватимуть зайнятість, забезпечать надходження податків з імпортних товарів, що сприятиме врівноваженню платіжного балансу;

по-друге, необхідно забезпечити збалансованість бюджету на найближчі роки, враховуючи, що його висока якість визначається не лише стійкістю високих податкових надходжень, а й злагоженістю системи його використання. Важливо упорядкувати систему казначейства, вдосконалити вертикальну систему фінансового контролю, особливо великих асигнувань, забезпечити єдину систему бухгалтерського обліку витрат бюджету, переглянути питання про співвідношення бюджетів різних рівнів;

по-третє, враховуючи теперішній високий рівень інфляції, НБУ має задіяти ефективні інструменти: необхідно спрямувати банківські кредити на розширення і зміцнення матеріальної сфери виробництва, надавати кредитні пільги пріоритетним галузям народного господарства, варто також обмежувати платоспроможність попиту шляхом скорочення споживчого ринку. В умовах, коли інфляція вийшла за оптимальні межі, НБУ має вжити заходи щодо посилення ролі дефляційної політики, зокрема, застосовувати такі її механізми, як кредитна рестрикція, пряме таргетування інфляції, котрі сприятимуть зміцненню стабільності купівельної спроможності гривні;

по-четверте, НБУ має установити плаваючий ринковий курс гривні щодо долара та євро, причому його треба визначати на роздрібному та оптовому ринках. Дієвим інструментом оптового ринку є система бірж (а не аукціонів) з обов'язковою участю як банків, так і великих господарських суб'єктів. НБУ повинен прагнути утримати зовнішні резерви країни на рівні 5 – 6-місячного імпорту: коштами поза цими межами могла б вільно оперувати держава на валютному ринку;

по-п'яте, в умовах кризи неприпустимі соціально-популістські обіцянки, апарату управління треба ясно усвідомлювати, що зафіксовані соціальні виплати вже і так під загрозою. За таких умов неминучими є відносно розширення частки та значення державних інвестицій, застосування заходів щодо збільшення валових накопичень, участь держави в інвестиційних проектах великого бізнесу та активне заохочення бізнес-ініціатив середніх і малих підприємців. У регіонах з порівняно високим рівнем безробіття слід здійснювати інвестиції в інфраструктуру. Необхідно продумати форми та методи фінансування й організації будівництва з метою підготовки до Євро – 2012, щоб замовлення і доходи максимально рівно розподілялись серед суб'єктів господарювання.

Отже, лише реалізація послідовної фінансової політики апаратом управління держави може пом'якшити наслідки світової економічної кризи, забезпечити вихід з неї та поступове економічне зростання.

Наук. керівн. Колесніченко І. М.

Література: 1. Вахненко Т. П. Фінансова криза в Україні: фактори, механізми дії, заходи подолання / Т. П. Вахненко // Фінанси України. – 2008. – № 12. – С. 3 – 21. 2. Лазебник Л. Л. Сутність та компоненти фінансової політики / Л. Л. Лазебник // Фінанси України. – 2006. – № 1. – С. 66 – 75. 3. Економічна енциклопедія : у 3-х т. Т. 2. / редкол. : С. В. Мочерний та ін. – К. : Видавничий центр "Академія", 2001. – 848 с. 4. Гриценко А. А. Інституціональна архітектура і динаміка економічних преобразований / А. А. Гриценко ; под ред. д.э.н. А. А. Гриценко. – Харьков : Форт, 2008. – 928 с.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ВАЛЮТНО-КУРСОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В ПЕРІОД ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

Анотація. Проаналізовано стан валютно-курсової політики та запропоновано заходи щодо подолання кризи в Україні у даній сфері.

Аннотация. Проанализировано состояние валютно-курсовой политики и предложены меры по преодолению кризиса в Украине в данной сфере.

Annotation. The condition of monetary policy are analyzed and measures to overcome the crisis in Ukraine at this sphere are suggested.

Ключові слова: валютно-курсова політика, валютний курс, фінансова політика, фінансова криза.

Світова фінансова криза 2008 р. негативно позначилася на економічних відносинах, у тому числі і на валютних. Порушення їх стійкості проявилось у нестабільності курсу національних валют більшості країн світу, перерозподілі золотовалютних резервів, зростанні валютних обмежень, погіршенні валютної ліквідності тощо [1, с. 8]. Не є виключенням і Україна, де вплив глобальної фінансової кризи призвів до значного знецінення національної валюти, що, у свою чергу, викликало неабиякий інтерес до проблем валютно-курсowego регулювання.

Виходячи з цього, метою даної статті є дослідження валютно-курсової політики України та розробка заходів щодо її поліпшення в період світової фінансової кризи.

Для цього у статті проаналізовано формування та розвиток валютної політики України; розглянуто особливості прояву фінансової кризи у сфері валютних відносин; наведені ключові заходи держави, які були здійснені для подолання валютно-курсової нестабільності; узагальнені підходи провідних вітчизняних та іноземних економістів і запропоновані заходи щодо забезпечення стабільного економічного розвитку та подолання кризи у сфері валютно-курсової політики України.

Так, валютні відносини завжди були в центрі уваги економічної теорії, а теоретичним засадам валютного курсоутворення, проблемам валютного регулювання та валютного контролю, дослідженню впливу курсу національної грошової одиниці на економіку держави, ролі валютно-курсowego регулювання в економічному зростанні, ефективності валютно-курсової політики та шляхам її оптимізації присвячено численні праці провідних як зарубіжних, так і вітчизняних економістів і практиків. Серед зарубіжних авторів слід виділити праці А. Брауна, Ф. Грехема, Г. Касселя, П. Кенена, П. Кругмана, Р. Лукаса, Р. Маккіннона, Р. Манделла, М. Монтеса, Р. Тріффіна, І. Фішера, М. Флемінга, М. Фрідмена. Проблема валютної політики держави порушували такі вітчизняні науковці і практики, як А. Барсеґян, О. Береславська, Я. Белінська, Т. Вахненко, А. Гальчинський, А. Гриценко, С. Кораблін, З. Луцишин, О. Пасічник, Д. Шемет, О. Щербаківа та ін. Однак, на думку автора, особливості здійснення валютної політики в умовах фінансової кризи потребують подальшого вивчення [2, с. 50].

Основні засади валютної політики в Україні були сформовані в умовах економічної кризи, що супроводжувалася значним зростанням рівня інфляції, дефіциту бюджету, спадом виробництва та порушенням існуючих зв'язків між республіками колишнього Радянського Союзу.

Після отримання Україною незалежності її особливістю було те, що в основному здійснювалося регулювання не валютної, а грошово-кредитної політики шляхом кредитування уряду та реального сектору економіки. У подальшому ситуація покращувалася і починаючи з 1994 р. характеризувалася встановленням порядку корегування процентних ставок за кредитами, наданими комерційними банками суб'єктам господарювання, зменшенням обсягів кредитування уряду, запровадження обов'язкового резервування коштів, які знаходяться на валютних депозитних рахунках, застосуванням державних цінних паперів як інструмента фінансування дефіциту бюджету. Розвиток банківської системи та валютних відносин на цьому етапі сприяв створенню у 1995 р. міжбанківського валютного ринку, на якому укладання угод відбувається безпосередньо між банками. В 1997 – 1998 рр. же відбулося припинення економічного спаду та подальша лібералізація валютного ринку. В період 1999 – 2004 рр. валютна політика України проводилася в умовах поступового економічного зростання, зумовленого нарощенням обсягу виробництва, збільшенням експорту, що забезпечило формування позитивного сальдо поточного рахунку, зниження рівня інфляції й дефіциту бюджету. З другого півріччя 1999 р. Національний банк перейшов від режиму валютного коридору до режиму плаваючого обмінного курсу, що стало логічним продовженням послідовної політики лібералізації валютного ринку.

У 2005 – 2008 рр. відбулося сповільнення темпів економічного розвитку. Лібералізація валютної політики супроводжувалася встановленням жорсткіших вимог у сфері валютного регулювання та підвищенням відповідальності за порушення вимог валютного законодавства, для регулювання валютного ризику банківських установ установлюються нормативи відкритої валютної позиції [3, с. 14 – 15].

Розгортання світової фінансової кризи внесло свої корективи в роботу національного валютного ринку. Починаючи з вересня 2008 р., ситуація на валютному ринку змінилася на стільки, що виникла необхідність застосування жорсткішого регулювання.

Як визначають фахівці, проблеми розгортання нестабільності у валютній системі України мають досить специфічні характеристики. З одного боку, кризові явища зумовлені моделлю економічного розвитку держави та можливостями здійснення відчутних економічних реформ, з іншого – нестабільністю у валютній сфері, що зумовлена проблемами внутрішньої та зовнішньої боргової залежності країни.

Варто відзначити відсутність чіткого розуміння того, що ж саме є первинним – валютна чи фінансова нестабільність. Зважаючи на зростання взаємозалежності валютного та фінансового секторів, наслідками суто фінансової за походженням кризи можуть стати порушення у банківській, а отже, і валютній сферах, і так само валютна криза може трансформуватись у банківську та фінансову кризи. Фінансова криза містить у собі такі елементи, як різке зменшення активів, масове банкрутство як у фінансовому, так і нефінансовому секторі, порушення діяльності валютного ринку.

Валютна криза як складова економічної в Україні характеризується: економічно необґрунтованим знеціненням або подорожчанням національної валюти; різким коливання валютних курсів; заміною грошової одиниці або її вартісної основи; значним обсягом спекулятивних операцій валютою, значних за масштабами припливів і відпливів валютних резервів; різкою незбалансованістю міжнародних розрахунків; погіршенням міжнародної валютної ліквідності тощо [4, с. 3, 4].

Реалізація валютно-курсової політики в Україні в період кризи здійснюється відповідно до поставлених завдань, основним з яких нині є забезпечення стабільності національної грошової одиниці, що реалізується через регламентацію валютних операцій.

Ключовими напрямками застосування державних заходів щодо підвищення стійкості фінансової сфери є: посилення нагляду за якістю капіталу фінансових установ, ліквідністю та ризиками; підвищення прозорості діяльності фінансових установ; підвищення оперативності реагування на ризики з боку органів регулювання і нагляду; використання нових механізмів грошово-кредитного регулювання та діяльності центральних банків [5, с. 206].

Окрім того, у валютній сфері нестабільність характеризується проблемами внутрішньої та зовнішньої боргової залежності країни [4, с. 4]. Прояви нестабільності у банківській сфері – це проблеми психологічного характеру, що знаходять свій вираз у недовірі до банківських установ у період низької прогнозованості економічного розвитку (курсу) країни, а отже, в масовому вилученні коштів навіть попри економічну доцільність (втрата відсотків при достроковому вилученні внесків). Таким чином, особливість банківської нестабільності полягає у певній хаотичності її виникнення.

Здійснені Національним банком України оперативні заходи відіграли важливу стабілізуючу роль. Проте в подальшому їх має бути конвертовано в розгалужену мережу інструментів та регуляцій, які спроможні модернізувати фінансову систему України в напрямку підвищення її антикризової стійкості.

Для того щоб обмежити спрямування отриманих для рефінансування коштів банківськими установами на проведення спекулятивних операцій на валютному ринку, НБУ у 2008 році посилив вимоги до рефінансування банків. Зокрема, Національним банком було запроваджено здійснення підтримки ліквідності лише на підставі детального аналізу заявки кожного окремого банку з урахуванням стану його ліквідності, зменшення депозитів, кредитної активності та участі на міжбанківському кредитному ринку.

З метою забезпечення зниження ризиків банків за кредитними операціями НБУ посилив вимоги до порядку формування та використання резерву для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями, що обумовлено значним рівнем кредитного ризику в умовах знецінення національної валюти й посилення боргового навантаження на позичальників в іноземній валюті, які не мають постійних джерел надходження валютної виручки. Крім того, запроваджено вимогу обов'язкового моніторингу кредитів щодо їх цільового використання відповідно до умов кредитного договору.

Зокрема, жорстке регулювання обмінного курсу купівлі та продажу готівкової іноземної валюти замінено на вимогу до банківських установ устанавлювати щоденно курси купівлі та продажу іноземних валют за гривні в касах банку, у їх відокремлених підрозділах, а також у пунктах обміну валюти до початку робочого дня лише згідно з наказом (розпорядженням) голови правління банку.

В умовах поглиблення фінансової кризи Міжнародним валютним фондом була надана фінансова допомога у вигляді валютного кредиту. Національним банком було надано більшу гнучкість гривні, що супроводжувалося запровадженням валютних аукціонів у поєднанні з внесенням корегувань у роботу міжбанківського валютного ринку залежно від ситуації на валютному ринку України [3, с. 17].

У результаті аналізу існуючих наукових публікацій за темою дослідження й узагальнення підходів провідних вітчизняних та іноземних економістів були визначені заходи щодо забезпечення стабільного економічного розвитку та подолання кризи у сфері валютно-курсової політики України:

посилення ролі НБУ у процесах курсоутворення шляхом як активного вдосконалення політики валютних інтервенцій у напрямі підвищення її узгодженості з відсотковою політикою, так і підвищення жорсткості правил торгівлі на валютному ринку, розвитку механізмів управління гнучким валютним курсом з метою недопущення його різких стрибків і збереження оптимальної динаміки реального обмінного курсу гривні шляхом зниження темпів інфляції [5, с. 206];

перехід до нового сценарію регулювання НБУ валютного курсу, ключовими ознаками якого має стати концентрація зусиль на створенні належних інституційно-організаційних умов для розвитку ринкових засад курсоутворення, раціональнішого використання валютних коштів, посилення мотивації суб'єктів валютних відносин до підтримання збалансованих валютних позицій і страхування валютних ризиків;

змінення концепції регулювання руху капіталів у напрямі зняття обмежень на приплив капіталу і посилення контролю за його відпливом за "тіньовими схемами" [3, с. 17];



зміцнення стабільності банківської системи, розширення її ресурсних можливостей та інструментів підтримки економічного зростання;
активізація політики рефінансування, надання субординованих кредитів для підтримки вітчизняних банків;
посилення контролю за спекулятивними угодами на міжбанківському валютному і ресурсному ринках [5, с. 207];
розробка механізмів заміщення зовнішніх ресурсів у вигляді облігаційних позик, кредитів і потоків спекулятивного капіталу внутрішніми ресурсами шляхом підвищення ролі у структурі грошової пропозиції каналу рефінансування, розміщення бюджетних коштів у банківській системі та залучення коштів населення;
прискорення розвитку системи інструментів страхування валютних ризиків.

Ураховуючи усе зазначене, можна стверджувати, що: по-перше, з моменту виникнення незалежної держави її валютна політика постійно вдосконалювалася, але, на жаль, світова фінансова криза уповільнила її подальший розвиток. По-друге, заходи, впроваджені Національним банком України щодо мінімізації наслідків кризи та подолання нестабільності у сфері валютно-курсової політики, були спрямовані на більш раціональне використання валютних коштів та посилення валютного контролю за діяльністю комерційних банків. По-третє, ефективна реалізація валютної політики в умовах фінансової кризи має включати зазначені вище заходи і здійснюватись з урахуванням економічного стану України. Такий підхід, на думку автора, забезпечить мінімізацію негативного впливу внутрішніх та зовнішніх чинників і сприятиме сталому розвитку економіки.

Наук. керівн. Колесніченко І. М.

Література: 1. Береславська О. Чинники курсової нестабільності в Україні / О. Береславська // Вісник НБУ. – 2009. – № 2. – С. 8–14. 2. Мелих О. Валютно-курсова політика та її вплив на фінансову безпеку держави / О. Мелих // Вісник НБУ. – 2008. – № 8. – С. 50–56. 3. Нідзельська І. Валютна політика: основні етапи та особливості її реалізації в Україні / І. Нідзельська // Банківська справа. – 2009. – № 4. – С. 12–18. 4. Резнікова Н. Передумови та ризики розгортання нестабільності валютно-фінансової системи України / Н. Резнікова // Фінансовий ринок України. – 2006. – № 1 (27). – С. 3–6. 5. Белінська Я. Проблеми валютно-курсової стабільності в Україні / Я. Белінська // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 8 (98). – С. 200–207.

Заболотная О. П.

УДК 004.78:005.92

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ПРОБЛЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ ДОКУМЕНТООБОРОТА

Анотация. Рассмотрен вопрос автоматизации документооборота, что является важным фактором повышения эффективности работы предприятия, а также технические, психологические и организационные аспекты автоматизации. Предложено автоматизировать управленческий и финансовый учеты в соответствии с законодательством.

Анотація. Розглянуто питання автоматизації документообігу, що виступає важливим чинником підвищення ефективності роботи підприємства, а також технічні, психологічні та організаційні аспекти автоматизації. Запропоновано автоматизувати управлінський і фінансовий облік відповідно до законодавства.

Annotation. The question of automation of document circulation, that is the important factor of increase of enterprise work efficiency and also the psychological and organizational aspects of automation are considered. It is offered to automatize an administrative and financial account in accordance with a legislation.

Ключевые слова: автоматизация документооборота, внутренний документооборот, электронная подпись, психологический аспект, технологический аспект, организационный аспект.

Во многом от организации документооборота и работы с информационными ресурсами зависит эффективность работы предприятия. Большое количество документов, длительный поиск нужного документа, потери, дублирующие документы, задержки с отправкой и получением, ошибки персонала составляют не полный перечень проблем, возникающих при плохой организации до-

© Заболотная О. П., 2010

кументооборота. Все это может сильно замедлить, а в исключительных случаях полностью парализовать работу предприятия.

На данном этапе развития бизнеса вопрос автоматизации является актуальным, так как украинские предприятия все больше выходят на мировой рынок, поэтому предприятию необходимо усовершенствовать документооборот с целью более быстрого реагирования на изменение ситуации на рынке.

Целью данной работы является рассмотрение преимуществ автоматизированного документооборота, а также проблемных аспектов процесса автоматизации.

Рассмотрением вопроса автоматизации занимаются не только отечественные, но и зарубежные авторы, которые склоняются к признанию управления документацией полноценной функцией менеджмента организаций. Вопрос автоматизации документооборота рассматривают такие авторы, как А. Золотухин [1], К. Митяев, В. Андреева [2], О. Ефимова [3], В. Еремченко [4].

В современных условиях быстро меняющейся рыночной ситуации возникают проблемы управляемости предприятий и организаций. Эти проблемы вызваны необходимостью динамически управлять организационной структурой предприятия, в идеале – синхронно с изменениями на рынке [2]. Необходимость внедрения системы электронного документооборота предприятия возникает, когда становится очевидным, что движение документов объективно отражает деятельность предприятия и позволяет оперативно управлять им. Отлаженный документооборот является неотъемлемой частью деятельности любой эффективной компании.

Под управлением электронным документооборотом в общем случае принято понимать организацию движения документов между подразделениями предприятия, группами пользователей или пользователями. При этом под движением документов понимается не их физическое перемещение, а передачу прав на их использование с уведомлением конкретных пользователей и контролем за их исполнением. Главное назначение систем электронного документооборота – это организация хранения электронных документов, а также работы с ними. В системах электронного документооборота также реализован санкционированный доступ к документам, отслеживаются произведенные в них изменения и контролируются все их версии, что способствует сохранности документов.

Внедрение системы автоматизации документооборота и делопроизводства обеспечивает:

- регистрацию, учет и хранение документов (делопроизводство);
- оперативный доступ к документам и отчетной информации;
- эффективное управление процессами движения и обработки документов;
- сокращение времени процедур согласования документов и принятия решений;
- повышение исполнительской дисциплины;
- сокращение непроизводительных затрат рабочего времени сотрудников;
- минимизацию финансовых затрат на документооборот и делопроизводство.

Автоматизированный документооборот поможет повысить продуктивность сотрудников за счет: необходимого объема информации для выполнения задачи; наличия системы оповещения и контроля; автоматизации упреждения рутинными операциями.

С помощью централизованного хранения информации, ускорения механизмов обработки документов, наличия мощного инструмента навигации и поиска можно оптимизировать работу сотрудников с информацией.

Можно сделать вывод, что автоматизация документооборота способствует более эффективной работе как на уровне отдельного работника, так и предприятия в целом. В то же время отечественные предприятия при переходе на автоматизированный документооборот сталкиваются с рядом трудностей.

В ст. 6 Закона Украины "Об электронных документах и электронном документообороте" говорится, что электронная подпись является обязательным реквизитом электронного документа, которая используется для идентификации автора и/или того, кто подписывает электронный документ. Наложением электронной подписи завершается создание электронного документа.

Электронная подпись – данные в электронной форме, которые прилагаются к другим электронным данным или логично с ними связаны и предназначены для идентификации подписанта этих данных [5]. Тем не менее, например, в приказе о приеме на работу должна стоять подпись принятого работника. И подпись эта может быть только "живой", ведь электронная подпись этого работника еще не обусловлена приказом по предприятию.

Согласно ст. 8 Закона Украины "Об электронных документах и электронном документообороте" электронный документ не может применяться как оригинал:

- 1) свидетельства о праве на наследство;
- 2) документа, который согласно законодательству может быть создан только в одном оригинальном экземпляре, кроме случаев существования централизованного хранилища оригиналов электронных документов;
- 3) в прочих случаях, предусмотренных законом.

Например, документы строгой отчетности (например, доверенности на получение ТМЦ) не могут быть в электронной форме.

Также, даже если и удастся на отдельно взятом предприятии автоматизировать внутренний учет, при выписке документов контрагентам, ведущим бумажный учет, все равно придется выписывать бумажные документы с "мокрыми" подписями и прочими "живыми" реквизитами. То же самое касается и поступающих бумажных документов от контрагентов, которые ведут бумажный учет.



Таким образом, при желании руководителей предприятия полностью автоматизировать внутренний учет определенная часть документов будет в бумажном виде.

Предприятие, которое все-таки решится стать на путь электронизации собственного документооборота, столкнется также с организационными трудностями. Ведь нужно будет утвердить соответствующие внутренние инструкции, положения по функционированию электронного документооборота. А достаточный опыт в этой области еще не наработан.

Итак, автор пришел к выводу, что учет в принципе может быть безбумажным и вестись в электронном виде. Только полностью сделать его безбумажным не удастся. Некоторую часть документации все равно придется вести в традиционном бумажном виде. Кроме того, по требованию контролирующих органов нужно будет делать копии электронных документов на бумажном носителе.

Но не стоит ошибочно полагать, что внедрение таких систем проходит гладко и просто, если в этом действительно заинтересовано руководство.

Для того чтобы предприятие быстро и эффективно перешло на автоматизированный документооборот, необходимо определить аспекты, по которым руководство предприятия должно принимать меры. По мнению автора, можно выделить три аспекта: психологический, организационный и технический.

Психологический аспект характеризуется консерватизмом персонала, низкой образованностью, нежеланием переобучаться; нежеланием персонала, чтобы их работа была доступной для руководства, что происходит после автоматизации документооборота; нежеланием руководства непосредственно работать с компьютером, просматривать и редактировать документы.

С целью решения данных проблем предприятию необходимо заключить договор с фирмой-поставщиком электронной бухгалтерской программы – не только по вопросам установки и технической поддержки программы, но и обучения персонала, а также помощи в телефонном режиме.

Организационный аспект соответственно включает следующее: постоянные структурные изменения в организации; слабая формализация бизнес-процессов; необходимость обеспечения юридической силы документов; необходимость взаимодействия с внешними "бумажными" партнерами, в особенности если это касается параллельных структур в организациях или ведомствах, с которыми идет постоянная работа. При работе с данным аспектом необходимо определить, какие документы будут заполняться и передаваться в электронном виде, а какие на бумажном носителе, поскольку, как уже было сказано, некоторые документы необходимо предоставлять на бумажном носителе. Поэтому предприятию рационально вести в бумажной форме документы по расчетам со всеми поставщиками и покупателями независимо от их формы организации документооборота, чтобы избежать путаницы.

Для предприятия рационально будет вести управленческий учет автоматизировано, что ускорит процесс принятия решений руководством, также переходить на автоматизированный документооборот должно все предприятие полностью, а не постепенно по отделам, поскольку поэтапный переход будет неэффективным и будет замедлять работу всего предприятия.

К техническому аспекту относится вопрос автоматизации каждого рабочего места, что может быть дорого и экономически не целесообразно для предприятия. Затраты могут оказаться для предприятия настолько значительными, что не оправдают ожидаемые преимущества от внедрения безбумажного учета.

Поэтому директору предприятия следует проанализировать ситуацию и возможные последствия перед тем, как переходить на безбумажный учет. И, кроме того, надо учесть, что внедрение безбумажного учета – это комплекс специально разработанных мер по внедрению, который проводится обычно в несколько этапов и может длиться не один год.

Научн. рук. Писарчук О. В.

Литература: 1. Золотухин А. "Чтоб я больше этих бумажек не видел!" Возможен ли безбумажный учет? / А. Золотухи // *Налоги и бухгалтерский учет*. – 2007. – № 73. – С. 49–53. 2. Андреева В. И. *Делопроизводство: требования к документообороту фирмы* / В. И. Андреева. – М.: Наука, 2006. 3. Ефимова О. А. *Современные технологии работы с документами: автоматизация делопроизводства* / О. А. Ефимова // *Секретарское дело*. – 1998. – № 3. – С. 24–29. 4. Еремченко В. А. *О проблеме электронных документов* / В. А. Еремченко // *Секретарское дело*. – 2001. – № 3. – С. 23–26. 5. Закон Украины "Об электронных документах и электронном документообороте" от 22.05.2003 г. № 851-IV/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.rada.gov.ua. 6. Закон Украины "О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине" от 16.07.1999 г. № 996-XIV // *Бухгалтерський облік: нормативна база* / укл. Я. Кавторєва. – 9-те вид., перероб. і доп. – Харків: Фактор, 2003. – 340 с. 7. Закон Украины "Об электронной цифровой подписи" от 22.05.2003 г. № 852-IV [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.rada.gov.ua. 8. www.relga.ru. 9. www.infars.ru.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕТА ФИНАНСОВЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Аннотація. Розглянуто поняття "фінансові інвестиції" з точки зору національних та міжнародних стандартів. Проведено аналіз останніх досліджень з цього питання. Наведено класифікацію фінансових інвестицій, розглянуто схему послідовної організації обліку, запропоновано свої варіанти щодо поліпшення організації обліку фінансових інвестицій на підприємстві.

Annotation. The concept "financial investment" in terms of national and international standards is considered the analysis of recent studies on this question is conducted. The classification of financial investments is given, the scheme of sequence accounting is considered, the alternatives to improve the organization of accounting of financial investments in the enterprise are offered.

Ключевые слова: фінансові інвестиції, цінні папери, організація учета, міжнародні стандарти, бухгалтерський учет.

Изменения, которые произошли в экономической и правовой среде Украины, способствовали улучшению условий функционирования экономических субъектов, их деловой активности, в частности, в сфере международной торговли, иностранного инвестирования и т. д. Такое движение вряд ли возможно без соответственного реформирования среды, необходимой для подготовки понятной иностранным инвесторам финансовой отчетности как основного источника информации для принятия взвешенных управленческих решений. Но существующие в разных государствах требования к формированию элементов финансовой отчетности усложняют этот процесс, поскольку они, по большому счету, обусловлены социальными, политическими и экономическими факторами.

Эти обстоятельства объективно обусловили принятие в 1998 году "Программы реформирования системы бухгалтерского учета" с применением международных стандартов, в развитии которой в 2000 – 2001 годах были введены национальные стандарты – П(С)БУ 12 "Финансовые инвестиции" и П(С)БУ 13 "Финансовые инструменты", которые определяют общие положения и особенности учета финансовых инвестиций. Программой стратегического курса является реформирование системы учета, а именно приведение ее в соответствие с международными стандартами [1].

Период с 2001 года по 2005 год характеризуется процессами реформирования международных стандартов, что было обусловлено размещением сферы их использования и процессами конвергенции с принципами учета США (GAAP USA) [1].

Было пересмотрено и внесено некоторые изменения в действующие, а также принято новые международные стандарты, которые регламентируют методику учета финансовых инвестиций, а именно МСБУ 27 "Консолидированные и отдельные финансовые отчеты", МСБУ 28 "Инвестиции в ассоциированные компании", МСБУ 31 "Инвестиции в общие предприятия", МСФО 3 "Объединение бизнеса".

Эти изменения не только углубили явные отличия между национальными и международными стандартами, а и требуют от субъектов хозяйственной деятельности Украины, которые готовят финансовую отчетность по их требованиям, пересмотра подходов к оценке, учету и отображению в финансовой отчетности финансовых инвестиций [1].

Целью исследования является рассмотрение финансовых инвестиций с точки зрения национальных и международных стандартов, в том числе с точки зрения украинского законодательства, рассмотрение классификации финансовых инвестиций, определение последовательности организации учета финансовых инвестиций с рассмотрением различных вариантов организации учета.

Методологические основы формирования в бухгалтерском учете информации о финансовых инвестициях и ее раскрытия в финансовой отчетности определяет Положение (стандарт) бухгалтерского учета 12 "Финансовые инвестиции" [2].

Конечно, больше чем за 9 лет существования П(С)БУ 12 его содержание и анализ положений рассматривались многими отечественными учеными и практиками, среди которых можно выделить Р. Грачову, Т. Остапчука, Г. Уманцива [1], при этом Н. Чабанова, Т. Чупырь и В. Чупырь [3] акцентируют внимание на том, что не обходимо, прежде всего, четко представлять, какими именно финансовыми инвестициями владеет предприятие, также они предложили схему последовательности организации учета финансовых инвестиций.



Сам термин "финансовые инвестиции" представлен в П(С)БУ 2 "Баланс" [4].

В соответствии с данным стандартом финансовые инвестиции – это активы, которыми располагает предприятие с целью увеличения прибыли (процентов, дивидендов и др.), роста стоимости капитала и других выгод для инвестора [4].

При этом долгосрочные финансовые инвестиции определены как инвестиции на период больше года, а также все инвестиции, которые не могут быть свободно реализованы в любой момент, а текущие – как инвестиции на срок, не превышающий одного года, которые могут быть свободно реализованы в любой момент (кроме инвестиций, являющихся эквивалентами денежных средств).

Нужно отметить, что определение финансовых инвестиций в бухгалтерском учете отличаются от общепринятого определения в экономике, а также от толкования этого термина в Законе Украины "О налогообложении прибыли предприятий" [5].

В экономике под финансовыми инвестициями понимают вложения средств в различные финансовые инструменты (активы), среди которых наиболее значимую долю занимают вложения средств в ценные бумаги.

В пп. 1.28.2 п. 1.28 ст. 1 Закона Украины "О налогообложении прибыли предприятий" под финансовой инвестицией понимают "хозяйственную операцию, которая предусматривает приобретение корпоративных прав, ценных бумаг, деривативов и других финансовых инструментов". Причем в соответствии с этим Законом финансовые инвестиции делятся на прямые и портфельные [5].

Прямая инвестиция – это хозяйственная операция, предусматривающая внесение средств или имущества в уставный фонд юридического лица в обмен на корпоративные права, эмитированные таким юридическим лицом.

Портфельная инвестиция – это хозяйственная операция, предусматривающая приобретение ценных бумаг, деривативов и других финансовых активов за денежные средства на биржевом рынке.

Следовательно, экономическая интерпретация и Закон говорят о финансовой инвестиции как о хозяйственной операции, в то время как в стандарте речь идет о результате этой операции. В состав финансовых инвестиций включают взносы в уставный капитал другого предприятия независимо от того, как оформлены корпоративные права инвестора – акциями или без них, приобретенные на биржевом либо на внебиржевом рынке ценные бумаги, деривативы и другие финансовые активы.

При организации бухгалтерского учета финансовых инвестиций необходимо, прежде всего, четко представлять, какими именно финансовыми инвестициями владеет предприятие (рис. 1) [3].

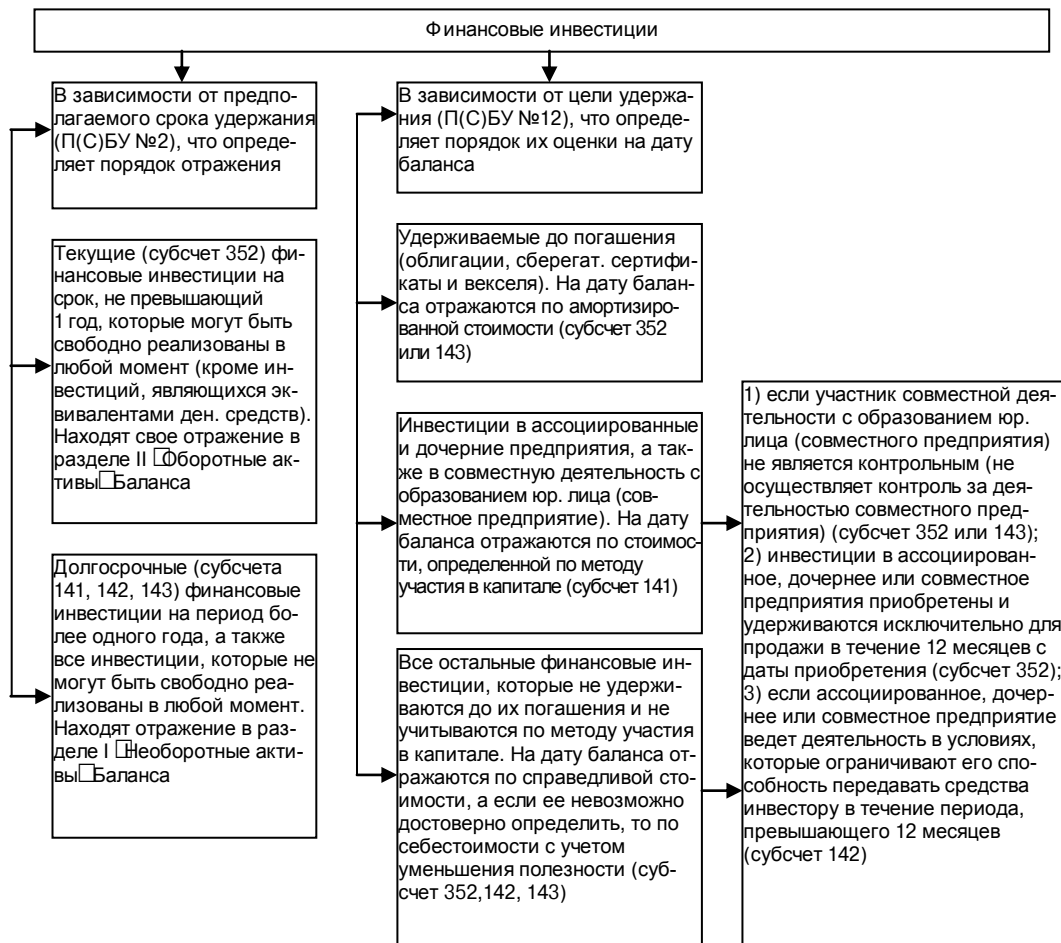


Рис. 1. Классификация финансовых инвестиций в целях бухгалтерского учета

Инвестиции в долговые ценные бумаги удостоверяют отношение займа и предусматривают обязательство эмитента уплатить в определенный срок средства в соответствии с обязательством. Ценные бумаги, удерживаемые до срока погашения, определяются самим предприятием и в учете отражаются на момент приобретения и на дату баланса.

Величина амортизируемой себестоимости определяется по методу эффективной процентной ставки. Расчет приведен в приложении к П(С)БУ №12 [2].

Справедливой стоимостью ценных бумаг является их текущая рыночная стоимость на фондовом рынке, а при ее отсутствии – экспертная оценка.

Последовательность организации учета финансовых инвестиций представлена на рис. 2 [3].



Рис. 2. Схема последовательности организации учета финансовых инвестиций

Данная схема организации учета финансовых инвестиций не учитывает того, что у предприятия-инвестора, который имеет дочернее предприятие, возникает необходимость в составлении новых бухгалтерских документов для отражения информации о состоянии дел на предприятии. Для дочернего предприятия – это Справка (или отчет) о реализации материнских товаров. Для предприятия-инвестора – отдельный документ о составе доходов будущих периодов, которые образуются в связи с реализацией активов дочернему предприятию.

Особенностью организации учета финансовых инвестиций является отсутствие типовых бухгалтерских документов. Основанием для отражения в учете являются выписка из реестра или со счета ценных бумаг, индоссамент, акт приемки-передачи и документы на приобретение (счет-фактура, платежное поручение и др.) [3].

Учет процентов и дивидендов по ценным бумагам необходимо накапливать во времени, чтобы оперативно реагировать на эффективность финансовых инвестиций. Учет процентов и дивидендов ведут отдельно. Первичным учетным документом по учету процентов и дивидендов является бухгалтерская справка.

Для украинского рынка ценных бумаг является крайне важной задачей становление и развитие прогрессивных стандартов учета и финансовой отчетности, а также эффективная организация бухгалтерского учета и контроля, пользователями которой выступают как сами участники фондового рынка, включая инвесторов, так и органы государственного управления.

Совершенствование правил и методологии бухгалтерского учета финансовых инвестиций необходимо, в том числе и для сближения украинского учета с мировыми стандартами, потому что:

Во-первых, формирование отчетности в соответствии с МСФО является одним из важных шагов, открывающих компаниям возможность приобщения к международным рынкам капитала. Общеизвестно, что капитал, особенно иностранный, требует полной открытости или прозрачности компаний и отчетности менеджмента перед инвесторами. До тех пор, пока иностранный инвестор не будет иметь возможность проследить и понять через финансовую отчетность, как используется предоставленный им капитал, любая страна останется зоной повышенного риска и соответственно будет проигрывать другим государствам в привлечении финансовых ресурсов с международных рынков.

В современном мире МСФО постепенно становятся ключом к международному рынку капитала. Если компания имеет соответствующую отчетность, она получает доступ к источникам средств, необходимых для развития. Это не означает автоматического предоставления компании искомым ею ресурсов; путь к ним достаточно долг и труден. Однако это однозначно означает, что компания попадает в число тех избранных, кто при соблюдении прочих условий может рассчиты-



вать на иностранное финансирование. Если же компания не имеет требуемой отчетности, то она, с точки зрения зарубежного инвестора, не заслуживает доверия и не может рассматриваться как конкурентоспособная в соревновании с другими соискателями капитала.

Во-вторых, международная практика показывает, что отчетность, сформированная согласно МСФО, отличается высокой информативностью и полезностью для пользователей. С самого начала стандарты разрабатываются исходя из потребностей конкретных пользователей. При выборе того или иного методического подхода основным критерием является полезность информации для принятия экономических решений. Не случайно неотъемлемой частью МСФО являются Принципы подготовки и представления финансовой отчетности, определяющие, среди прочего, на кого рассчитана отчетность, каковы потребности пользователей и качественные характеристики финансовой информации, делающие ее полезной этим пользователям. Кроме того, отчетность, подготовленная по МСФО, рассматривается в качестве одного из важнейших элементов системы корпоративного управления, обеспечивающей эффективное взаимодействие с акционерами лиц, ответственных за текущее ведение дел компании.

Признанием полезности отчетности, составляемой по МСФО, является тот факт, что уже сегодня многие фондовые биржи допускают представление ее иностранными эмитентами для котирования ценных бумаг. Международная организация комиссий по ценным бумагам рассматривает возможность признавать МСФО для целей листинга на всех международных рынках, включая Нью-Йоркскую и Токийскую фондовые биржи.

В-третьих, активное использование МСФО создает основу для укрепления и расцвета бухгалтерской профессии. В рыночной экономике бухгалтер превращается из счетовода, фиксирующего события хозяйственной жизни и осуществляющего их последующий анализ, в экономиста высочайшего класса, способного не только понять и оценить любое явление хозяйственной жизни, но предусмотреть его, предложить пути развития событий. МСФО нацеливают именно на это. Они ставят бухгалтера в положение, когда он неизбежно должен расширить круг полномочий, обязанностей и, как следствие, знаний и навыков. Это, в свою очередь, заставит каждого бухгалтера переосмыслить свою роль и место в управленческой структуре, а общество в целом – осознать значение бухгалтерской профессии для устойчивого развития экономики.

Таким образом, очевидно, насколько МСФО важны для эффективной работы рыночной экономики, привлечения инвестиций, стимулирования экономического роста, справедливых отношений компаний с акционерами и между акционерами. В Украине, несмотря на уже принятые национальные стандарты бухгалтерского учета, существуют мнения о необходимости перехода на МСФО (причем мнения как ведущих украинских экономистов, так и иностранных инвесторов). Доводы не лишены оснований, однако реально в Украине еще не созданы все необходимые условия для перехода на международные стандарты.

Научн. рук. Писарчук О. В.

Литература: 1. Небильцова О. В. Облік інвестицій за методом участі в капіталі / О. В. Небильцова // Фінанси України. – 2006. – № 11. – С. 112–121. 2. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 12 "Баланс", утвержденное приказом Министерства финансов Украины от 26.04.00 г. № 91, П(С)БУ 12 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.rada.gov.ua. 3. Чабанова Н. Организация бухгалтерского учета / Н. Чабанова, Т. Чупырь, В. Чупырь. – Харьков : Издательский дом "Фактор", 2008. – 480 с. 4. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 2 "Баланс", утвержденное приказом Министерства финансов Украины от 31.03.99 г. № 87, П(С)БУ 2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.rada.gov.ua. 5. Закон Украины "О налогообложении прибыли предприятий" от 28.12.94 г. №334/94-ВР [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.rada.gov.ua.

Осыка А. С.

УДК 657.471

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА РАСХОДОВ И ДОХОДОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УКРАИНЕ

Аннотация. Определены и проанализированы основные проблемы учета расходов и доходов промышленных предприятий на современном этапе развития, предложены перспективы их решения.

Анотація. Визначено та проаналізовано основні проблеми обліку і витрат доходів промислових підприємств на сучасному етапі розвитку, запропоновано перспективи їх вирішення.

© Осыка А. С., 2010

Annotation. The basic problems of account of charges and profits of industrial enterprises on the modern stage of development are certified and analyzed, the prospects of their decision are offered.

Ключевые слова: расходы, доходы, учетно-контрольная система, расходно-доходная политика, материально-техническое обеспечение.

В системе учета информация о расходах и доходах является чрезвычайно ценной, по значению для ее пользователей она занимает место не менее важное, нежели информация об активах, обязательствах и капитале предприятия.

Учет расходов и доходов предприятия постоянно развивается и усовершенствуется в связи с модернизацией компьютерных технологий, методологии и организации бухгалтерского учета как основного источника информации.

Целью написания статьи является определение проблем учета расходов и доходов, которые существуют на промышленных предприятиях, их сущности и перспективы их решения.

Над вопросами, связанными с проблемами учета расходов и доходов предприятия и перспективами их решения в Украине, работали такие отечественные и зарубежные ученые, как И. Белоусова, Н. Чумаченко, Т. Маренич, С. Голов, В. Моссаковский и др. Однако эти вопросы настолько глубокие, что они были и остаются объектом исследования для ученых-экономистов [1 – 5].

К общим проблемам учета доходов и расходов относят теоретические, методологические, технологические, организационные, кадровые, финансовые, масштабные, уровневые и другие проблемы [2].

Специфические проблемы учета расходов и доходов предприятия представлены на рисунке.

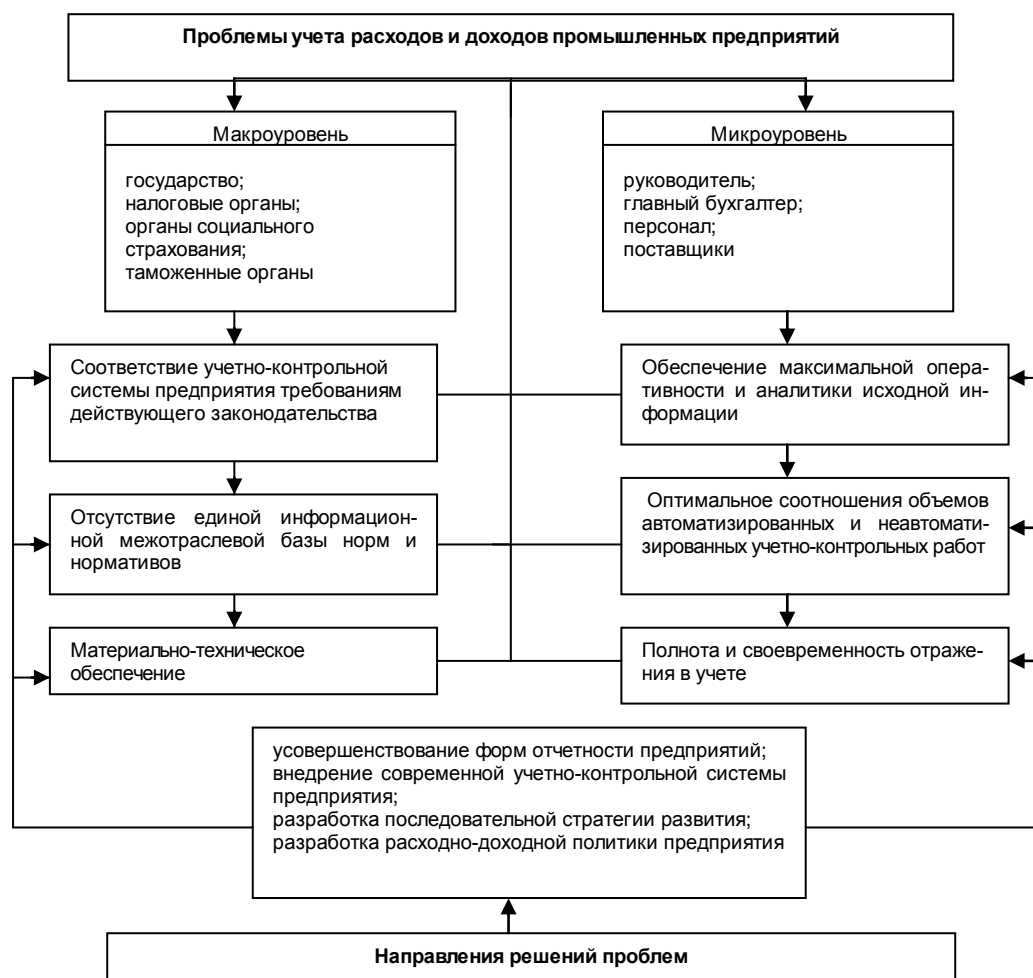


Рис. Систематизация специфических проблем учета расходов и доходов промышленного предприятия

Одной из важнейших проблем учета расходов и доходов предприятия в Украине является проблема полноты и своевременности их отражения в учете. Эта проблема достаточно сложная и многогранная. В настоящее время большинство украинских предприятий отражает собственные расходы и доходы неполностью. Уровень неотражения доходов варьируется от 30 – 70 %, а расходов – 10–50 %, то есть расходы отражают более полно, чем доходы. Это связано с тем, что расходы сложнее скрыть, ведь их легче проконтролировать, чем доходы [6].



Наибольший процент расходов, который остается вне учета, относится к затратам на оплату труда и затратам на приобретение материалов и прочих товарно-материальных ценностей. Основными причинами возникновения таких ситуаций, по мнению автора, являются:

значительный процент НДС и отчислений в фонды оплаты труда, в социальные фонды, что, в свою очередь, затрудняет нормальное и эффективное развитие деятельности предприятия;

низкая эффективность действующих форм и видов экономического контроля в Украине, что соответственно приводит к нарушению таких специфических принципов контроля, как системность, непрерывность, действенность, всесторонность и гласность информации о результатах контроля;

высокий уровень коррупции в государственных и местных органах власти, отсутствие действенных нормативно-правовых актов, регулирующих действия вышестоящих лиц [2].

Из доходов предприятия чаще всего занижается выручка от реализации продукции (работ, услуг), вследствие чего уменьшается база для налогообложения предприятий налогом на добавленную стоимость. По мнению автора, чтобы усилить контроль над движением налогов, учет налога на добавленную стоимость необходимо вести на отдельном синтетическом счете в классе 6 "Текущие обязательства" (с выделением отдельного субсчета). И, соответственно, в Балансе предприятия (ф. № 1) рационально было бы предусмотреть выделение в активе и пассиве НДС посредством введения дополнительных строк "По НДС".

Следующей является проблема обеспечения максимальной оперативности и аналитики исходной информации о доходах и расходах. Информация необходима индивидуальному пользователю в определенный момент для решения конкретной управленческой задачи. Если потребитель информации на протяжении короткого периода времени получает необходимую ему информацию в достаточном объеме, то проблема обеспечения максимальной оперативности для него будет решена. Если необходимую информацию соответственно задерживают или не предоставляют вообще, то возникают трудности как для самого предприятия (финансовые потери), так и для его клиентов, государственных органов.

Для обеспечения достаточной аналитики информацию необходимо заранее проверить на соответствие современным требованиям: сопоставимости, однозначности толкования, достоверности и уместности. Необработанная, несгруппированная, надлежащим образом не оформленная информация о расходах и доходах предприятия может замедлить на некоторое время процесс первичной обработки аналитической информации, привести к неправильной оценке хозяйственных процессов предприятия, занижить или завысить некоторые доходы или расходы.

Третьей проблемой учета расходов и доходов предприятия является проблема создания единой информационной общегосударственной (межотраслевой) базы норм и нормативов для учета и контроля расходов и доходов предприятия. Такая информационная база крайне необходима Украине, ведь материалоемкость отечественной продукции очень высокая. Это может означать, что в нашем государстве весомая часть списанных на затраты материальных ценностей расхищается или используется для производства теневой продукции, которую предприятие реализует на рынке и получает за это доходы, но на самом деле ее не учитывает, и в соответствии с этим не облагается налогами. Если в дальнейшем удастся сформировать общегосударственную (межотраслевую) базу норм и нормативов, то на ее основе можно будет развивать отраслевые и ведомственные нормы и нормативы. Нормативная база, созданная в нашей стране в 1980-х годах, безнадежно устарела, и те предприятия, которые развили и улучшили ее, могут в современных условиях использовать для потребностей внутрихозяйственного контроля.

Разработка и внедрение соответствующих норм и нормативов будет способствовать более эффективной и рациональной организации деятельности предприятий, таким образом, этой проблеме следует уделять достаточно много внимания с целью сокращения сумм непроизводственных затрат и неучитываемых доходов предприятия.

Не менее важной проблемой учета расходов и доходов предприятия является проблема установления оптимального соотношения объемов автоматизированных и неавтоматизированных учетно-контрольных работ и, следовательно, определения того, какую роль они играют в сокращении необоснованных затрат и росте доходов предприятия.

Наряду с вышеперечисленными проблемами учета расходов и доходов особое место занимает проблема соответствия учетно-контрольной системы предприятия требованиям действующего законодательства учета и контроля, целям и задачам самого предприятия. В современных условиях хозяйствования действия главного бухгалтера предприятия и являются главным решением проблемы, в силу его информативности, умений анализировать, способности оперативно реагировать на изменения в нормативно-правовых актах, оценивать и правильно применять законодательную базу на практике с учетом специфики деятельности предприятия, что, в свою очередь, позволит обеспечить эффективность и качество учетно-контрольной системы промышленного предприятия.

Проблема материально-технического обеспечения и организационного обеспечения заключается в том, насколько полно предприятие обеспечено современными материально-техническими средствами (компьютерной техникой, программным обеспечением, нормативно-правовыми материалами, бланками форм первичных документов, учетных регистров, отчетности и др.) и какой уровень организации и эффективности ведения первичного и сводного учета, внутрихозяйственного контроля, составления отчетной информации.

Проблема материально-технического обеспечения лучше всего решается на тех предприятиях, которые осознают, что вкладывать средства в развитие материально-технической базы ведения учета и контроля предприятия не только крайне необходимо, но и в то же время очень эффективно. Направленность стратегии развития предприятия на обновление, закупку, установление

материально-технических средств, проведение организационных мероприятий, целью которых является выход предприятия на новейшие современные пространства в экономике, будет способствовать решению данной проблемы.

Таким образом, на современном этапе развития предприятий в Украине существуют значительные проблемы учета расходов и доходов, которые требуют решения путем усовершенствования форм отчетности предприятия, создания единой информационной общегосударственной (межотраслевой) базы норм и нормативов для учета и контроля за расходами и доходами предприятия, разработки и внедрения современной учетно-контрольной системы предприятия, установления оптимального соотношения автоматизированных и неавтоматизированных учетно-контрольных работ, разработки последовательной стратегии развития предприятия как обособленного субъекта хозяйственной деятельности.

Высокие темпы развития экономики Украины, изменение налогового законодательства, законодательства, регулирующего экономические взаимоотношения субъектов хозяйствования, ориентация деятельности предприятий на мировой рынок свидетельствуют о перспективах дальнейшего исследования проблем по усовершенствованию учета расходов и доходов предприятий, которые, в свою очередь, на протяжении многих лет будут вызывать интерес у ученых-экономистов в зависимости от размеров и форм собственности, специфики деятельности предприятий, системы налогообложения и правовых форм.

Научн. рук. Писарчук О. В.

Литература: 1. Белоусова И. Методы учета производственных затрат и калькулирование себестоимости продукции / И. Белоусова // Бухгалтерский учет и аудит. – 2006. – № 9. – С. 3–5. 2. Голов С. Препятствует ли П(С)БУ 16 "Расходы" экономической работе на предприятии / С. Голов // Бухгалтерский учет и аудит. – 2007. – № 5. – С. 3–10. 3. Маренич Т. Методы учета затрат и калькулирование себестоимости продукции / Т. Маренич // Бухгалтерский учет и аудит. – 2006. – № 12. – С. 19–25. 4. Моссаковский В. Об управленческом учете / В. Моссаковский // Бухгалтерский учет и аудит. – 2006. – № 10. – С. 37–44. 5. Чумаченко Н. Экономическая работа на предприятии и П(с)БУ 16 "Расходы" / Н. Чумаченко, И. Белоусова // Бухгалтерский учет и аудит. – 2007. – № 3. – С. 13–16. 6. Ластовецкий В. Информационное обеспечение предпринимательской деятельности / В. Ластовецкий // Бухгалтерский учет и аудит. – 2006. – № 10. – С. 7–10. 7. Маренич Т. Сущность бухгалтерского учета как системы экономического регулирования / Т. Маренич // Бухгалтерский учет и аудит. – 2009. – № 2. – С. 21–26.

УДК 657.1(100)

Каплун К. М.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОСНОВНІ ВІДМІННОСТІ МІЖ ОБЛІКОВОЮ ПОЛІТИКОЮ В РІЗНИХ КРАЇНАХ

Анотація. Розглянуто особливості складання облікової політики України та Росії згідно з МСБО. Проаналізовано поняття облікової політики, принципи її формування, класифікацію статей. У вигляді порівняльної таблиці подано основні відмінності аспектів облікової політики України та Росії згідно з МСБО.

Аннотация. Рассмотрены особенности составления учетной политики Украины и России согласно МСБУ. Проанализированы понятия учетной политики, принципы ее формирования, классификация статей. В виде сравнительной таблицы представлены основные различия аспектов учетной политики Украины и России согласно МСБУ.

Annotation. The characteristics of the accounting policies of Ukraine and Russia in accordance with IAS are studied. The concept of accounting policies, principles of its formation, classification of items are analyzed. In a comparative table the main differences between accounting policies of Ukraine and Russia according to IAS are presented.

Ключові слова: облікова політика, принципи облікової політики, статті облікової політики.

У практиці бухгалтерського (фінансового) та управлінського обліків багатьох держав світу термін "облікова політика" як сукупність способів ведення підприємством обліку є широко вживаним уже досить тривалий час.

© Каплун К. М., 2010



Метою статті є дослідження облікової політики України та Росії згідно з МСБО для визначення основних відмінностей.

Завдання статті – аналіз визначень облікової політики, принципів її формування, класифікації статей та узагальнення висновків.

Словосполучення "accounting policies" – "облікова політика" – як термін широко застосовується в міжнародних стандартах обліку та в обліковій практиці держав з ринковою економікою.

Відповідно до Міжнародного стандарту бухгалтерського обліку (МСБО) 1 "Подання фінансової звітності" поняття облікової політики трактується таким чином: "облікова політика – це конкретні принципи, основи, умови, правила та практика, які прийняті компанією для підготовки та надання фінансової звітності" [1, с. 87].

В Україні термін "облікова політика" введений Законом України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.99 р. № 996-XIV і означає "сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності". Таке визначення облікової політики наведене і в п. 3 Положення (стандарту) бухгалтерського обліку (П(С)БО) 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності" [2; 3].

На відміну від МСБО, українські стандарти обліку не зазначають обов'язкових питань, які необхідно розглядати в обліковій політиці. Це питання залишається в компетенції самого підприємства. Доцільно передбачити два розділи: організаційно-технічний і методичний. Організаційно-технічний розділ визначає: організацію ведення бухгалтерського обліку, форму бухгалтерського обліку, технологію обробки облікової інформації, порядок проведення інвентаризацій, організацію системи внутрішнього контролю, порядок документообігу, робочий план рахунків бухгалтерського обліку. Методичний розділ облікової політики визначає: методи оцінки активів і зобов'язань організації, методи визнання доходів і витрат організації, методи калькуляції собівартості.

У стандарті ПБО 1/98 "Учетная политика предприятия" Росії облікова політика підприємства визначається як "принятая организацией совокупность способов ведения бухгалтерского учета – первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности" [4].

Таким чином, при формуванні облікової політики слід виходити з того, що облікову політику не можна обмежити рамками нормативних актів, оскільки жоден нормативний акт не здатен передбачити всі тонкощі кожної господарської ситуації, яка виникає на підприємстві. Кожне підприємство повинно обирати елементи облікової політики виходячи з економічної ефективності та особливостей своєї діяльності.

Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку вимагають, щоб у результаті стискання інформації були надані класифіковані дані, які формують статті в самій фінансовій звітності або у примітках до неї. При створенні статей облікової політики бухгалтер повинен орієнтуватися на принцип суттєвості, тобто визначити, чи може нерозкриття інформації вплинути на управлінське рішення користувачів. При цьому активи та зобов'язання, доходи та витрати не повинні взаємозараховуватися (за виключенням випадків, коли стандарти це дозволяють або вимагають), якщо вони суттєві. Принцип суттєвості стосується не тільки самих даних, але також і всіх питань облікової політики, тобто способів ведення обліку при їх розкритті у звітності [5].

У Росії ПБО не обумовлюють обов'язкові питання, які необхідно розкривати в обліковій політиці, основний склад та зміст інформації з конкретних питань бухгалтерського обліку (облік ТМЦ, основних засобів тощо) встановлюється відповідними положеннями з бухгалтерського обліку [6].

У таблиці подані основні відмінності між аспектами облікової політики України та Росії згідно з МСБО.

Таблиця

Основні відмінності між обліковими політиками Росії та України

Аспекти облікової політики	МСБО	Росія (ПБО 1/98)	Україна
1	2	3	4
Поняття облікової політики	Облікова політика – це конкретні принципи, основи, умови, правила та практика, прийняті компанією для підготовки та надання фінансової звітності	Облікова політика – це сукупність способів ведення бухгалтерського обліку – первинного спостереження, вартісного вимірювання, поточного групування та підсумкового узагальнення фактів господарської діяльності	Облікова політика – це сукупність принципів, методів і процедур, які використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності
Принципи облікової політики	Безперервності діяльності, нарахування, послідовності, суттєвості	Цілісності, безперервності, послідовності, нарахування, (вимоги) обачності, пріоритету змісту перед формою, непротивіччя, раціональності	Обачності, повного висвітлення, автономності, послідовності, безперервності, нарахування і відповідності доходів та витрат, превалювання суттєвості над формою, історичної собівартості, єдиного грошового вимірника, періодичності

1	2	3	4
Створення та класифікація статей облікової політики	Здійснюються бухгалтером	Визначається нормативними документами	Визначається нормативними документами
Зміни облікової політики	Можливе тільки у випадку, коли дозволений або незаборонений спосіб більш адекватно відображає дійсні події	Аналогічно, за виключенням змін, які викликані змінами законодавчої та нормативної бази	Зміна статутних вимог, зміна вимог законодавства, якщо зміни забезпечать достовірне відображення подій або операцій у фінансовій звітності підприємства
Розкриття облікової політики	Методи оцінки та кожне конкретне питання, яке має суттєве значення для правильного розуміння фінансової звітності	Способи ведення бухгалтерського обліку, які суттєво впливають на прийняття рішень зацікавленими користувачами	За формою подання вимог не існує. Однак не підкреслюється важливість та порядок розкриття в умовах економіки, яка розвивається

Таким чином, облікова політика як складова частина фінансової політики організації є основою бухгалтерського обліку і ведення звітності. На даний момент підходи до складання облікової політики містять у собі розумне поєднання державного регулювання і самостійності організації у постановці бухгалтерського обліку.

Наук. керівн. Пасенко Н. С.

Література: 1. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua. 2. Закон України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" від 16.07.99 р. № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 3. П(С)БО 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua. 4. ПБО 1/98 "Учетная политика предприятия" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.ru. 5. Житный П. Принципы формирования учетной политики / П. Житный // Бухгалтерский учет и аудит. – 2005. – № 4. – С. 25–28. 6. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах : навч. посібн. / Ф. Ф. Бутинець, Я. Л. Горецька. – Житомир : ПП Рута, 2002. – 544 с.

УДК 657.471.'658.8

Притиченко Н. В.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА МАРКЕТИНГ

Анотація. Обґрунтовано важливе значення обліку та розрахунку витрат на маркетинг у системі обліку операційних витрат підприємства. Досліджено одне з досі не визначених питань теорії і практики обліку витрат на маркетинг – питання про елементний склад маркетингових витрат, що належать до операційної діяльності підприємства.

Аннотация. Обосновано особое место учета и расчета затрат на маркетинг в системе бухгалтерского учета операционных затрат предприятия. Изучен один из до сих пор не определенных вопросов теории и практики учета затрат на маркетинг – вопрос об элементном составе маркетинговых затрат.

Annotation. The importance of costing accounting and marketing in the calculation of operating expenses is suggested. One of the uncertain issues of theory and practice of the cost of marketing – the question of the elemental composition of marketing costs that belong to the operating business is studied.

Ключові слова: витрати, операційна діяльність, маркетингова політика, витрати на маркетинг.

Важливе значення в системі обліку операційних витрат підприємства має облік та розрахунок витрат на маркетинг. На сьогодні для більшості промислових підприємств маркетингова політика є основним фактором, який впливає на обсяги реалізації продукції, товарів та послуг. Проблеми маркетингу та, зокрема, обліку маркетингових витрат досліджуються багатьма зарубіжними і вітчизняними вченими. У той же час одним з невизначених питань теорії і практики обліку витрат на мар-



кетинг є питання про елементний склад маркетингових витрат, що належать до операційної діяльності підприємства.

Метою статті є дослідження формування та обліку складових маркетингових витрат промислових підприємств у сучасних умовах господарювання.

Завдання – аналіз досліджень та публікацій вчених щодо складових маркетингових витрат і вивчення складових маркетингових витрат промислових підприємств Харківщини.

У фінансовій звітності, яку складають підприємства України, витрати на маркетинг не виділяються. Це ускладнює їх облік, аналіз та не дозволяє судити про ефективність діяльності підприємств у цьому напрямку. Тому аналіз обсягу та структури маркетингових витрат досить складний і трудомісткий. Так, у Звіті про фінансові результати в рядку 080 "Витрати на збут" відображаються витрати, пов'язані з реалізацією продукції (товарів, послуг). Саме до складу витрат на збут включають витрати на маркетинг.

Аналізуючи маркетингові витрати промислових підприємств Харківської області, можна зробити висновок, що їх склад досить різноманітний. Так, у структурі витрат операційної діяльності промислових підприємств майже всі виділяють такі показники: витрати на збут та рекламу. Окрім зазначених показників, АТ "ХТЗ" виділяє також витрати на тару, АТ "Кондиціонер" виділяє витрати на декларування продукції та митні послуги, а на АТ "Укрелектромаш" і АТ "Серп і Молот" виділяють ще й витрати з оплати праці працівників відділу маркетингу [1].

На АТ "Серп і Молот" упродовж декількох років спостерігалось зростання позавиробничих операційних витрат і собівартості двигунів. Це було пов'язано з витратами на пошук ринків збуту, рекламу тощо. Але правомірність збільшення цих витрат не була обґрунтована, що, насамперед, пов'язане з відсутністю методики досліджень елементного складу маркетингових витрат.

Загальновідомо, що маркетинг орієнтований на створення і підтримку позитивного іміджу організації, максимізацію використання її ресурсів для визначення, просування і задоволення потреб ринку у продуктах і послугах на прибутковій основі. Тому з позицій визначення складових елементів витрат на маркетинг усередині маркетингової функції можна виділити 4 блоки [2]:

- 1) витрати на рекламу;
- 2) витрати на маркетингові дослідження;
- 3) витрати на зв'язки з громадськістю;
- 4) витрати на стимулювання продажів.

Реклама – передача певної інформації через вибрані клієнтом засоби інформації для його мотивації на придбання або використання продукту (послуги), які надають переваги, гарантії або задоволення користувачеві, а також для передачі інформації, направленої на зміцнення репутації або позиції рекламодавця. Головне завдання реклами – це просування нового бізнесу, особливо на основі прямої реакції клієнта, і підтримка обсягів реалізації продукції, що здійснюються персоналом підприємства.

Маркетингові дослідження – це використання різних методів та засобів на постійній і системній основі для аналізу інформації, пов'язаної з: аналізом даного ринку, який, у свою чергу, визначає, "хто" є існуючим і потенційним клієнтом; географію розміщення клієнтів; тим, які продукти і/або послуги бажає клієнт і яких він дійсно потребує; тим, де клієнт вважає за краще отримувати послуги або як і коли вони повинні надаватися, які умови конкуренції; задоволенням потреб існуючих або потенційних клієнтів, їх побажань; оцінками існуючих або потенційних клієнтів стосовно попиту на продукти, що надаються.

Зв'язки з громадськістю – постійно триваюча програма дій, розроблена з метою залучення підприємства до суспільного, культурного, освітнього, екологічного й економічного життя регіону або іншого адміністративного формування.

Стимулювання продажів – сукупність дій з метою посилення ефективності реклами і програм контактів з клієнтами за рахунок збільшення інформованості та знань про продукти або послуги в точках їх реалізації.

Ураховуючи розглянуті блоки маркетингових функцій, наведемо склад статей витрат у розрізі кожного блоку (таблиця).

Таблиця

Склад витрат підприємства на маркетинг

Елемент функції маркетингу	Види витрат підприємств на маркетинг
1	2
Витрати на рекламну діяльність	Витрати на придбання рекламного місця або часу у засобах масової інформації; комісійні або інші види виплат рекламним агентствам; витрати на рекламу в галузевих і міжгалузевих каталогах; витрати на рекламу у професійних виданнях; придбання місць на торгових виставках, ярмарках; реклама на зупинках громадського транспорту і в самому громадському транспорті; рекламні брошури, що поміщаються в поштові скрині або розміщуються на території підприємства; рекламні відеоролики; рекламні стенди поза територією організації; витрати на фотографії, оплата моделей, які беруть участь у рекламі; плакати, дисплеї, розміщені всередині підприємства в рекламних цілях; витрати на віконну рекламу; витрати на перевидання рекламних продуктів

1	2
Витрати на маркетингові дослідження	Дослідження з попереднього тестування реклами; оплата консультантів з маркетингових досліджень; дослідження, пов'язані з введенням нових продуктів; дослідження, пов'язані з іміджем підприємства, дослідження громадської думки; квартальні, піврічні і річні вибіркові дослідження ринку на предмет ступеня проникнення і сприйняття; тестування й оцінка діяльності з просування продажів
Витрати на зв'язок з громадськістю	Святкування річниць і знаменних дат; нагороди, що присуджуються в благодійних заходах; календарі; вітальні листівки; фінансування різних заходів; пожертвування і дотації; оплата консультантів із зв'язків з громадськістю; подарунки і сувеніри з логотипом організації; запрошення та їх поштова розсилка на заходи, що спонсоруються підприємством; листи-подяки клієнтам за згоду вести бізнес з підприємством, різні види поздоровлень і їх поштова розсилка; виробництво географічних карт з логотипом підприємства та його розташуванням; витрати на проведення дня "відкритих дверей" підприємства; спонсорування творчих і спортивних колективів, культурних/спортивних заходів; витрати на прес-конференції; витрати на стипендії; витрати на спіч-райтерів, що залучаються; декорування вулиць і будівель під час свят; розробка торгової марки або логотипу компанії
Витрати на стимулювання продажів	Аудіовізуальні матеріали, включаючи слайди, аудіо- та відеокасети для демонстрації у процесі виступів, пов'язаних з реалізацією продуктів і послуг; виробництво предметів (банерів, коробок і т. д.) для їх використання в точках продажу продуктів і послуг; сувеніри клієнтам, партнерам, постачальникам та покупцям підприємства; призи, премії працівникам, які приваблюють нових клієнтів; листи, пов'язані із збільшенням обсягів продажів, їх поштова розсилка; навчання персоналу, пов'язаного з реалізацією продуктів; організація зустрічей з новими клієнтами

Таким чином, усі витрати направлені на проведення досліджень потенціалу нових продуктів і послуг, частки займаного ринку, переваг споживачів, вибору відділень і філій, іміджу підприємства, ефективності реклами і попереднього тестування передбачуваних проектів зв'язку з громадськістю.

У національних стандартах бухгалтерського обліку склад поточних витрат розглядається в П(С)БО № 16 "Витрати", однак окремою статтею витрати на маркетинг не виділяються і, в основному, всі вони входять до складу витрат на збут, а деякі, наприклад витрати на презентацію, відносяться до адміністративних витрат.

На сьогоднішній день більшість підприємств України визнали важливість маркетингової діяльності, оскільки без витрат на маркетинг навряд чи вдасться в сучасних умовах продати достатню кількість одиниць товару, щоб окупити витрати на дослідницькі роботи, просування товару на ринок, створення іміджу підприємства, не говорячи вже про основну мету маркетингу – отримання прибутку. Виходячи з цього, доцільно виділити у складі операційних витрат підприємства окремою статтею "Витрати на маркетинг", що дозволить ефективно планувати, здійснювати контроль і аналіз маркетингових витрат.

Наук. керівн. Волошин І. Г.

Література: 1. Коршунов В. Концепція бюджетного фінансування маркетинга / В. Коршунов, К. Курбатов, // Бизнесинформ. – 1997. – № 5. – С. 11–15. 2. Бабленко И. Б. Бюджетирование затрат на маркетинг / И. Б. Бабленко // Баланс. – 2003. – № 11. – С. 54–58. 3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Жан-Жак Ламбен ; пер. с англ., под ред. В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2005. – 800 с.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Викладено визначення та сутність облікової політики підприємства, її значення у формуванні й веденні бухгалтерського обліку з метою оцінки впливу на досягнення поставленої мети підприємства за допомогою управлінського обліку.

Анотация. Изложены определения и сущность учетной политики предприятия, ее значение в формировании и ведении бухгалтерского учета с целью оценки влияния на достижение поставленных целей предприятия с помощью управленческого учета.

Anotation. The definition and nature of accounting policies of the company, its importance in the formation and maintenance of accounting records to assess the impact on the company achieve its goals through the management accounts are described.

Ключові слова: облікова політика, управлінський облік, бухгалтерський облік, наказ про облікову політику, методологія бухгалтерського обліку, головний бухгалтер.

Актуальність даної теми полягає в тому, що система бухгалтерського обліку – це своєрідний механізм підготовки й відображення інформації про майнове та фінансове становище підприємства. Завдяки цій інформації внутрішні та зовнішні її користувачі мають уявлення про реальний стан справ на підприємстві. Положення (стандарти) бухгалтерського обліку у багатьох випадках передбачають можливість вибору одного варіанта з декількох існуючих методів і процедур, застосування яких і визначає облікову політику, а це не тільки розширює права підприємства, а й підвищує ризик кінцевих результатів.

Відповідно до законодавства підприємствам надано право самостійно визначати облікову політику, тому мета даної роботи полягає в аналізі суті та значення облікової політики на підприємстві, оскільки саме вона дозволяє підприємству більш точно визначити показники фінансової звітності. У вітчизняній практиці термін "облікова політика" з'явився на початку 90-х років XX століття, а з прийняттям Закону України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" [1] набув офіційного статусу.

Проблеми облікової політики досліджувались вітчизняними вченими, такими, як Білуха М. Т., Бутинець Ф. Ф., Безруких П. С. та ін. [2 – 4]. Однак нині немає єдиного, точного та повного визначення поняття "облікова політика".

Так, Білуха М. Т. тлумачить облікову політику як спосіб ведення облікового процесу [2, с. 499]. Автор вважає це визначення неповним у своєму розумінні, тому що облікова політика – це, насамперед, відображення обраних облікових принципів та методів оцінки.

Бутинець Ф. Ф. відмічає, що облікова політика – це не просто сукупність способів ведення обліку, обраних відповідно до умов господарювання, а й вибір методики обліку, яка дає змогу використовувати різні варіанти відображення фактів господарського життя. У широкому розумінні її можна визначити як управління обліком, а у вузькому – як сукупність способів ведення обліку (вибір підприємством конкретних методик ведення обліку) [4, с. 51]. Але навіть у цьому визначенні, на думку автора, йде відокремлення бухгалтерського обліку від управлінського та податкового, але треба пам'ятати, що управлінський і податковий обліки засновуються на даних бухгалтерського обліку.

Облікова політика – сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності – таке визначення облікової політики наведено в статті 1 Закону України [1].

Автор вважає більш прийнятним визначенням, яке дає Безруких П. С., а саме: облікова політика є вибором підприємства конкретних методик, форм, техніки ведення й організації бухгалтерського обліку, виходячи зі встановлених правил і особливостей діяльності (організаційних, технологічних, чисельності і кваліфікації облікових кадрів, рівня технічного оснащення бухгалтерії) [3, с. 438]. На думку автора, тут ураховуються особливості діяльності, йде залежність від управлінського обліку.

При розгляді облікової політики на рівні країни доцільно враховувати такі обставини: рівень розвитку ринкової економіки та ступінь демократизації суспільства, поширення процесу інтеграції економіки країни у світовий економічний простір і вимоги міжнародних інституцій щодо стандартизації та гармонізації обліку. З цією метою держава розробляє і приймає законодавчі акти та інші нормативні документи, що містять конкретні рекомендації, перелік правил окремих методик і процедур бухгалтерського обліку.



Але розробка способів і процедур відображення тих чи інших операцій в обліку залежить як від держави, так і від господарюючого суб'єкта. Отже, особливості формування облікової політики треба розглядати на двох рівнях: макрорівні – як вплив зовнішнього середовища на функціонування підприємства щодо методології бухгалтерського обліку, та мікрорівні – як бізнес-середовище самого підприємства. Стосовно останнього слід зазначити, що воно включає обліковий інструментарій, який охоплює всі способи і процедури обліку, завдяки якому можливе поєднання вимог держави та власних потреб підприємства щодо ведення обліку. Облікова політика підприємства має враховувати такі важливі фактори: форму власності та організаційно-правову структуру підприємства; вид економічної діяльності, що зумовлює особливості та умови облікової роботи; параметри підприємства за обсягами діяльності, номенклатурою продукції, чисельністю працюючих тощо; відносини з податковою системою, наявність пільг та умови їх отримання; умови забезпечення підприємства ресурсами та умови реалізації готової продукції; матеріально-технічне забезпечення обліково-аналітичної роботи підприємства та рівень забезпеченості кваліфікованими обліковими працівниками; стратегію фінансово-господарської діяльності підприємством; рівень кваліфікації облікового апарату та забезпеченість його комп'ютерною технікою; умови організації та стимулювання праці, відповідальності тощо.

Аналогічну думку висловлює Бутинець Ф. Ф. Він зазначає, що офіційна система не встановлює спосіб ведення бухгалтерського обліку з конкретного питання, і при формуванні облікової політики підприємство самостійно розробляє відповідний спосіб на підставі діючих положень. Тому облікова політика може формуватися на двох рівнях: макрорівень – політика державних органів щодо розвитку обліку в Україні, мікрорівень – політика конкретного підприємства з метою забезпечення надійності фінансової звітності [4, с. 50].

У формуванні облікової політики визначальна роль належить керівнику і головному бухгалтеру. Від їх компетенції та взаємостосунків залежить успішне здійснення облікової політики підприємства.

Керівник підприємства залежно від розмірів підприємства, його організаційної структури, системи управління, обсягів роботи може вибрати один із запропонованих варіантів:

- створити бухгалтерську службу на чолі з головним бухгалтером;
- ввести до штату підприємства посаду бухгалтера;
- користуватися послугами спеціаліста з бухгалтерського обліку, зареєстрованого як підприємець, який займається підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи;
- вести бухгалтерський облік на договірних засадах з централізованою бухгалтерією або аудиторською фірмою;
- вести бухгалтерський облік та складати звітність особисто, якщо підприємство не зобов'язане оприлюднювати свою звітність.

Головний бухгалтер або особа, на яку покладено ведення бухгалтерського обліку підприємства, має певні обов'язки, зокрема, забезпечує дотримання на підприємстві встановлених єдиних методологічних засад бухгалтерського обліку, складання і подання в установлені терміни фінансової і статистичної звітності; організовує контроль за відображенням на рахунках бухгалтерського обліку всіх господарських операцій; бере участь в оформленні матеріалів, пов'язаних з нестачею та відшкодуванням втрат від нестачі, крадіжки і псування активів підприємства; забезпечує перевірку стану бухгалтерського обліку у філіях, представництвах, відділеннях та інших відокремлених підрозділах підприємства.

У свою чергу, керівник підприємства зобов'язаний створити необхідні умови для правильного ведення бухгалтерського обліку, забезпечити неухильне виконання всіма підрозділами, службами та працівниками, причетними до бухгалтерського обліку, правомірних вимог бухгалтера щодо дотримання порядку оформлення та подання до обліку первинних документів.

Формуючи облікову політику, необхідно керуватися основними принципами бухгалтерського обліку та фінансової звітності: обачності, повного висвітлення, автономності, послідовності, безперервності, нарахування та відповідності доходів і витрат, превалювання сутності над формою, історичної (фактичної) собівартості, єдиного грошового вимірника та періодичності. Принцип послідовності безпосередньо стосується облікової політики підприємства. Обрана облікова політика застосовується підприємством із року в рік. У будь-якому разі вона має залишатися незмінною принаймні протягом календарного року (з 1 січня по 31 грудня). Її зміна можлива лише у випадках, передбачених п. 9 П(С)БО 6 "Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах":

- зміна статутних вимог;
- зміна вимог органу, який затверджує П(С)БО;
- зміни, які забезпечать достовірне відображення подій або операцій у фінансовій звітності підприємства.

Зауважимо, що законодавством не визначено кількість наказів, на основі яких формується облікова політика. Тому на великих підприємствах можуть видаватися два окремі накази, один з яких встановлює принципи формування облікової політики, а інший – порядок організації бухгалтерського обліку. Головний бухгалтер складає проект наказу зі всіма додатками та розрахунками і передає на затвердження власнику або керівнику підприємства. Наказ набирає юридичної сили з дня його підписання або затвердження власником чи керівником підприємства і є обов'язковим для виконання всіма службами та працівниками підприємства.

Таким чином, вважаємо доцільним розглядати облікову політику як обрану підприємством з урахуванням встановлених норм та особливостей, методологію бухгалтерського обліку, яка спрямована на досягнення його цілей і завдань та використовується з метою забезпечення надійності фінансової звітності і якісної системи управління. У свою чергу, якісна система управління повинна



охоплювати три взаємопов'язані елементи: інвестиційну, операційну і фінансову діяльність – та забезпечувати планування, організацію, мотивацію, контроль і регулювання діяльності. А для цього необхідна інформація, яку має надавати система бухгалтерського обліку, яка виявляє й систематизує дані про господарську діяльність підприємства та базується на основі вибраної облікової політики. Також треба розуміти, що бухгалтерський облік – це відображення минулих подій, а управлінський облік – це погляд у майбутнє, це допомога в досягненні стратегічної мети підприємства.

Так, облікова політика впливає на всі види обліку: бухгалтерський, управлінський та податковий. А управлінський облік, у свою чергу, завжди сприяє збільшенню прибутку підприємства та дає змогу планувати діяльність. Тобто це як фундамент для ведення всього обліку, а також облікова політика – це основа бухгалтерського обліку. Вона задає темп і відбиває ритм для кожного бухгалтера: по-перше – вибирає метод списання запасів, по-друге – встановлює частоту проведення інвентаризації, по-третє – визначає перелік статей калькулювання виробничої собівартості і т. д. Наказ про облікову політику може бути жорстким, може бути м'яким, але повинен зручно організувати роботу. І ніяк не можна допустити, щоб наказу про облікову політику зовсім не було і щоб він не мав тих положень, які в ньому мають бути обов'язково.

Наук. керівн. Писарчук О. В.

Література: 1. Закон України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 р. № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 2. Білуха М. Т. Курс аудиту / М. Т. Білуха. – К. : Вища школа – Знання, 1998. – 574 с. 3. Бухгалтерский учет / под ред. П. С. Безруких. – М. : Высшая школа, 1999. – 563 с. 4. Організація бухгалтерського обліку / за ред. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир : ПП "Рута", 2002. – 592 с. 5. П(С)БО 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності", затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 31.03.1999 р. № 87 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua. 6. Пилипенко А. А. Організація обліково-аналітичного забезпечення стратегічного розвитку підприємства : наук. вид. / А. А. Пилипенко. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2007. – 76 с.

Морева А. О.

УДК 657.422.8:339.33

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ НА ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. Обґрунтовано, що в умовах формування ринкових відносин торгово-посередницька діяльність займає особливе місце в народному господарстві України. Визначено актуальність вивчення особливостей обліку операцій оптової і роздрібною торгівлі.

Аннотация. Обосновано, что в условиях формирования рыночных отношений торговло-посредническая деятельность занимает особое место в народном хозяйстве Украины. Определено актуальность изучения особенностей учета операций оптовой и розничной торговли.

Annotation. In conditions of forming market relations the trade and mediatorial activity take special place in the national economy of Ukraine. Therefore, studying the peculiarities of accounting operations, wholesale and retail trade are important.

Ключові слова: товар, оптова торгівля, роздрібна торгівля, торгова націнка.

Бухгалтерський облік – одна з найважливіших дисциплін економічного циклу, яка забезпечує інформацією всі сфери господарської діяльності підприємства. В умовах формування ринкових відносин торгово-посередницька діяльність займає особливе місце в народному господарстві України. Тому вивчення особливостей обліку операцій оптової і роздрібною торгівлі є актуальним.

Поняття "товар" є одним з найважливіших понять економічної теорії. Проблемам товарних відносин на макрорівні присвячено багато наукової економічної літератури, вони досліджуються багатьма зарубіжними та вітчизняними вченими. За визначенням Каліні А. В. та Оськіної В. В., "товар" – це продукт виробництва або діяльності людини, створений для задоволення визначених потреб за допомогою обміну. У той же час одним з невизначених питань теорії і практики обліку

© Морева А. О., 2010



процесів реалізації товарів є питання щодо визначення розміру торгової націнки в оптових та роздрібних підприємствах.

Метою статті є вивчення процесу формування й обліку торгової націнки на підприємствах оптової та роздрібною торгівлі. Завданнями – розглянути сутність торгової націнки та методи її розрахунку на підприємствах торгівлі; дослідити рахунки бухгалтерського обліку, які використовуються для обліку торгової націнки оптових та роздрібних підприємств.

Кожного дня людина має справу з різноманітними цінами. Для того щоб жити, треба споживати продукти харчування, мати одяг, взуття, предмети домашнього вжитку. Усе це має свою купівельну ціну, яку треба сплатити, щоб придбати товари. Ціни, безсумнівно, є тонким, гнучким інструментом і в той же час досить могутнім важелем управління економікою. Саме тому, усвідомивши важливість ціноутворення, провідні компанії світу для реалізації своїх цілей і збільшення прибутковості звернули увагу на розроблення та вдосконалення своєї цінової політики.

Кожне підприємство за результатами господарської діяльності прагне отримати прибуток. Прибуток торговельних підприємств, перш за все, залежить від рівня торговельної націнки на товари, що реалізуються. Але якщо підприємство встановить велику торговельну націнку, то його прибуток може бути мінімальним, тому що споживачі відмовляться від товарів з високою вартістю. Тому на кожному підприємстві зацікавлені в розробці оптимального розміру торговельної націнки.

Принципи формування в бухгалтерському обліку інформації про товари, доходи і витрати торговельного підприємства та її розкриття у фінансовій звітності визначають П(С)БО 9 "Запаси", П(С)БО 15 "Дохід" і П(С)БО 16 "Витрати".

Облік товарів здійснюється на підставі П(С)БО 9 "Запаси", згідно з п. 6 якого товари – це матеріальні цінності, що придбані (отримані) й утримуються підприємством з метою подальшого продажу [1].

Для обліку й узагальнення інформації про рух товарів, відповідно до діючого Плану рахунків, використовується рахунок 28 "Товари" із застосуванням субрахунків:

- 281 "Товари на складі";
- 282 "Товари в торгівлі";
- 283 "Товари на комісії";
- 284 "Тара під товарами";
- 285 "Торгова націнка";
- 286 "Необоротні активи та групи їх вибуття, утримувані для продажу".

За дебетом субрахунків 281 – 284 відображається збільшення кількості товарів та їх вартості, за кредитом – їх зменшення. Оприбутковуються товари, відповідно до системи бухгалтерського обліку, за первісною вартістю, в той час як раніше оприбуткування здійснювалося за купівельною вартістю. На субрахунок 286 "Необоротні активи та групи їх вибуття, утримувані для продажу" ведеться облік наявності та руху необоротних активів і груп вибуття, які утримуються з метою продажу відповідно до П(С)БО 27 "Необоротні активи, утримувані для продажу, і припинена діяльність" [2].

Для обліку торгової націнки використовується рахунок 285 "Торгова націнка", що призначений для підприємств роздрібною торгівлі. За кредитом рахунка 285 відображається нарахування націнки на товари (в кореспонденції з рахунком 282), а за дебетом – її списання наприкінці місяця.

Підприємства роздрібною торгівлі, поряд з продажем товарів населенню за готівку, здійснюють операції з дрібнооптовою та оптовою реалізацією товарів іншим підприємствам і установам за безготівковим розрахунком.

Підприємства оптової торгівлі, крім основної операційної діяльності з купівлі-продажу великої кількості товарів, надають суб'єктам товарного ринку комплекс різноманітних послуг, які сприяють успішній діловій співпраці.

Підприємства оптової та роздрібною торгівлі при обліку реалізованої продукції використовують торгову націнку. Взагалі, торгова націнка – це різниця між купівельною та продажною вартістю товарів. Торгова націнка призначена для покриття витрат обігу і утворення чистого доходу підприємств оптової та роздрібною торгівлі. Важливим моментом при ціноутворенні є визначення купівельних і продажних цін. Купівельні ціни – це ціни, за якими та чи інша галузь торгівлі купує товари у постачальників, продажні ціни – це ціни, за якими товари продають покупцям. При цьому виникають розрахунки з податку на додану вартість.

На сьогодні в Україні діючим законодавством обмежень на розмір націнки як в оптовій, так і в роздрібною торгівлі на товари немає, крім окремих груп "соціальних" товарів, реалізація яких контролюється державою. Розмір націнки і, відповідно, продажну ціну товару формує керівництво підприємства залежно від попиту населення й насичення ринку відповідним товаром, який відповідає всім параметрам діючих норм з якості й естетичного оформлення упаковки, фасовки і терміну зберігання. До ціни товарів, які надходять за імпортом, включається також акцизний збір, ПДВ, а також мито та митні збори, але продажна ціна як в оптовій, так і в роздрібною торгівлі формується так, як і на вітчизняні товари.

Функції торгової націнки роздрібною підприємства ідентичні функціям товарної надбавки оптового підприємства. Якщо до вільної відпускної ціни оптового підприємства додати роздрібну торгову націнку, то отримаємо вільну роздрібну ціну. Після додавання ПДВ це буде ціна продажу.

Купівельна ціна + Торгова націнка → Ціна реалізації + ПДВ → Ціна продажу



Щоб визначити купівельну вартість цих товарів і виявити валовий дохід від їх реалізації в кінці місяця повинна бути визначена і списана сума торгових знижок та націнок, що відносяться до цих товарів. Від правильності обчислення реалізованих торгових знижок (націнок) багато в чому залежить реальність виявленого фінансового результату: завищення реалізованих торгових знижок (націнок) веде до необумовленого збільшення прибутку, а заниження – до його зменшення.

Суму торгових знижок (націнок) визначають, як правило, виходячи з середнього відсотка торгових знижок (націнок) до кількості реалізованих і залишку нереалізованих товарів на підставі спеціального розрахунку:

до суми торгових знижок (націнок) на залишок товарів на початок місяця (кредитове сальдо рахунку 285) додають суму кредитового обороту за цим рахунком (отримані знижки, проведені націнки) і вираховують суму обороту за дебетом рахунку 285;

до вартості реалізованих за місяць товарів за продажними цінами (оборот за кредитом рахунку 702) додають вартість залишку товарів на кінець місяця (дебетове сальдо рахунку 282);

шляхом ділення отриманої суми торгових знижок і націнок (попереднє сальдо рахунку 285 "Торгова націнка") на вартість реалізованих і залишок нереалізованих на кінець місяця товарів і множення на 100 визначають середній процент знижок (націнок);

шляхом множення вартості залишку нереалізованих на кінець місяця товарів на середній процент знижок (націнок) і діленням на 100 визначають суму торгових знижок (націнок), що відносяться до цього залишку;

шляхом вирахування зі всієї суми торгових знижок (націнок) суми знижок (націнок), що відносяться до залишку товарів, визначають суму знижок (націнок), що відносяться до товарів реалізованих.

Для документального підтвердження розміру торговельної націнки підприємства складають реєстр роздрібних цін. Він є первинним документом, на підставі якого нараховується націнка. Установленої форми такого реєстру немає. Тому його можна скласти у вільній формі. При цьому він повинен містити обов'язкові реквізити, які визначені у ст. 9 Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність".

Реалізація товарів, так само як і купівля, здійснюється на підставі укладених договорів поставки, купівлі-продажу тощо з оформленням супровідних документів (накладна, товарно-транспортна накладна, рахунок-фактура та ін.). Підприємства оптової торгівлі, як правило, реалізують товари з оптових баз, товарних складів, складів-магазинів. Розрахунки за товари можуть здійснюватися підприємствами як у готівковій, так і в безготівковій формі. Однак при розрахунках готівковими грошовими коштами одного підприємства з іншим обмеження становить 10 000 грн на день.

Здійснюючи торгівельну діяльність, підприємства отримують дохід (виручку) від реалізації товарів. Відповідно до діючих стандартів, доходи – це збільшення економічних вигід у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які приводять до збільшення власного капіталу (крім збільшення капіталу за рахунок внесків власників).

В основі ціни як економічної категорії, крім вартості товару, закладена торгова націнка, яка визначається суспільно необхідними витратами кожного окремого підприємства.

Щодня торговельні організації здійснюють безліч господарських операцій, пов'язаних з оборотом товарів. Дохід продавця – це націнка на реалізовані товари. Щоб діяльність торговельної організації була прибутковою, націнка повинна покривати всі видатки, пов'язані з продажем товарів. Іншими словами, націнка – це додана вартість до покупної ціни товару. За рахунок націнки торговельні організації покривають видатки на продаж, дістають прибуток і сплачують непрямі податки (ПДВ, акцизи, податок із продажів та ін.).

Кожне торгівельне підприємство повинне досить велику увагу приділяти своїй ціновій політиці. На розрахунок вартості товарів, перш за все, впливає торгівельна націнка. Саме тому кожне підприємство повинне обрати метод розрахунку торгової націнки відповідно до умов господарювання, сфери діяльності, мети підприємства та інших зовнішніх і внутрішніх факторів діяльності господарської одиниці.

Наук. керівн. Волошан І. Г.

Література: 1. Положення (стандарти) бухгалтерського учета. – Харьков : Фактор, 2007. – 704 с. 2. Инструкция о применении плана счетов бухгалтерского учета активов, капитала, обязательств и хозяйственных операций предприятий и организаций. – Харьков : Фактор, 2009. – 192 с. 3. Закон Украины "О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине" от 16.07.1999 г. // Все о бухгалтерском учете. – 2000. – № 86 – С. 3–6. 4. Мякота В. Собівартість продукції: від виписку до реалізації / В. Мякота. – Харків : Фактор, 2002. – 264 с. 5. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий учет на підприємствах України / Н. М. Ткаченко. – К. : А.С.К., 2004. – 864 с. 6. Сопко В. В. Бухгалтерський облік : навч. посібн. / В. В. Сопко. – К. : КНЕУ, 2007. – 362 с.

ПРОБЛЕМА НЕОБХОДИМОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА: ЕЕ ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Аннотация. Рассмотрены перспективы перехода предприятий на электронный документооборот. Выделены преимущества и недостатки, связанные с таким переходом. Предложено придать электронному документу статус первичного, этим решить ряд технологических, организационных и правовых проблем, возникающих в процессе организации юридически значимого электронного документооборота.

Анотація. Розглянуто перспективи переходу підприємств на електронний документообіг. Виділено переваги і недоліки, пов'язані з таким переходом. Запропоновано придати електронному документу статус первинного, цим вирішити ряд технологічних, організаційних і правових проблем, що виникають у процесі організації юридично значущого електронного документообігу.

Annotation. The prospects of transition of enterprises on electronic flow of documents are considered. The advantages and disadvantages, related to such transition, are selected. It is suggested to give an primary status to electronic document and on this basis to decide the number of technological, organizational and legal problems, arising up in the process of organization of juridically important electronic flow of documents.

Ключевые слова: система электронного документооборота, преимущества и недостатки системы электронного документооборота, проблема необходимости внедрения системы электронного документооборота, автоматизации документооборота, организация электронного документооборота.

Документы являются информационной основой деятельности предприятия, в них сосредоточено более 80 % информационных ресурсов компании. Под системой документооборота в самом широком смысле понимается совокупность правил и технологий работы с документами предприятия: их подготовки, согласования, учета, исполнения, контроля и анализа. До недавнего времени содержательная работа с документами была в значительной степени отделена от так называемого делопроизводства – технологической деятельности по их изготовлению, учету, перемещению, контролю и поиску документов. Делопроизводством занимался специально выделенный персонал секретариатов и канцелярий. Система автоматизации делопроизводства обычно рассматривалась как система автоматизации деятельности этого технологического персонала. В последнее десятилетие произошли революционные изменения в области работы с документами. Теперь с помощью персональных компьютеров документы изготавливают сами их авторы, а нескольких нажатий клавиш компьютера достаточно для пересылки созданного документа по компьютерной сети. Таким образом, лица, принимающие решения, стали непосредственными участниками технологий делопроизводства и документооборота – с момента создания документа до контроля его исполнения и работы с документальным архивом. В этой связи требует пересмотра сложившийся стереотип отношения к системам документооборота как к средству повышения эффективности труда делопроизводственного персонала. Система документооборота стала основным инструментом непосредственной деятельности руководителей [1].

Количество документов на предприятии растет огромными темпами и зачастую просто не поддается подсчету, тем самым затрудняется рабочий процесс. Это, в свою очередь, и обуславливает актуальность выбранной автором темы.

Целью статьи является обоснование перехода компаний на электронный документооборот.

Этой проблематике в настоящее время уделяют свое внимание такие экономисты и специалисты в области организации учета на предприятии, как: В. Баласанян [1], А. Глинских [2], В. Митин [3], С. Шевченко [4], О. Яркина [5] и многие другие. Вся деятельность компании связана с движением документов. Одни являются распорядительными, другие – исполнительными, комбинированными и т. д. Одна из задач, которую приходится решать руководителю, — организация документооборота. И от того, насколько правильно он организован, зависят:

- жизненный цикл документов в компании;
- контроль за следованием документов между подразделениями;
- ответственность за наличие документов в той или иной ситуации;
- сроки хранения документов [5].



В работе с документами много времени занимает процесс их поиска и систематизации. В случае с бумажными носителями эти действия все равно приходится осуществлять людям.

Для того чтобы все документы компании были собраны в едином реестре, отсортированы, упорядочены и готовы к моментальной выдаче любому, кому они в данный момент нужны, существует необходимость автоматизации документооборота. Для этого необходимо внедрить систему контроля первичной документации, добавить электронный архив для ее хранения.

Для организации электронного документооборота нужен всего лишь один сотрудник, ответственный за это, который будет сканировать документы, заносить их в систему ведения документации и отправлять бумаги в архив [5].

СКНПД — система контроля наличия первичной документации, которая, являясь надстройкой над 1С: Предприятием 8.1, позволяет вести учет отправки покупателям исходящей документации и получения от поставщиков входящей документации. При этом сам процесс получения документации описывается несколькими статусами и привязывается к сотруднику, ответственному за получение того или иного документа. Все это реализовано в электронном виде, поэтому есть возможность формирования отчетов, удовлетворяющих даже самого требовательного руководителя, а это еще один плюс, при этом выясняется, каких документов не хватает, кто ответственный за это и кто из менеджеров работает наиболее эффективно.

Имея такую систему в организации, можно минимизировать риски, связанные с проблемами из-за отсутствия первичной документации, а с задачей контроля сможет справиться как бухгалтер, так и офис-менеджер, или клиент-менеджер. А для ее внедрения нужен сотрудник, выписывающий документы, принимающий документы, и сканер [5].

Система документооборота является технологической основой деятельности компании по принятию и исполнению. Поэтому всякое повышение эффективности работы с документами непосредственно сказывается на результативности выполнения организацией своих функций, будь то улучшение обслуживания граждан государственным либо муниципальным учреждением или повышение конкурентоспособности коммерческого предприятия.

Традиционные функции отечественного делопроизводства и документооборота известны. Они включают прием и отправку документов, их регистрацию, рассмотрение и оформление решений, доведение их до исполнителей, контроль движения и исполнения документов, их уничтожение или передачу в архив. Однако сегодня для создания современной системы документооборота недостаточно просто перенести отработанные стереотипы бумажного делопроизводства в систему электронного документооборота. Первостепенным являются не технические учетно-контрольные функции, а проблемы работы с электронными документами.

По сравнению с традиционным бумажным делопроизводством система электронного документооборота должна обеспечивать реализацию целого ряда новых функций. К наиболее важным из них относятся следующие:

- поддержка работы с файлами электронных документов, обеспечение их создания и редактирования, сканирования и печати, приема и отправки, хранения и поиска;

- распространение технологий документооборота, отработанных для проходящих через канцелярию или секретариат организационно-распорядительных документов, на более широкий круг документов. Для этого система должна обладать возможностью создания специфического набора реквизитов для документов каждого вида;

- разработка и реализация технологий в масштабе организации, связанных с коллективной работой по созданию и реализации документов в рамках компьютерных сетей. Традиционно регламентированные технологии делопроизводства, как правило, не распространялись на процесс подготовки документа и работу с его проектами;

- создание "единого офиса". Традиционный документооборот локализован в рамках отдельного офиса. Взаимодействие между офисами одной или различных организаций осуществляется на уровне обмена входящей/исходящей корреспонденцией. В результате практически исключается возможность создания единого документального пространства и сквозного контроля за прохождением и исполнением документов как внутри одной распределенной организации, так и между различными организациями. Переход от электронного документооборота в отдельных локальных офисных сетях к единой системе документооборота территориально распределенной системы организаций приводит к повышению эффективности управления;

- взаимодействие персонала и внешних пользователей с системой документооборота предприятия или организации, основанное на веб-технологиях. Речь идет о важном интерфейсном компоненте современной системы электронного документооборота – так называемом документальном портале;

- обеспечение безопасности, гарантирующей подлинность электронного документа и его защиту от несанкционированного доступа.

Ключевым фактором выбора системы автоматизации документооборота является ее функциональная полнота: система должна обеспечивать все необходимые для предприятия функции управления как бумажными, так и электронными документами.

В условиях динамично развивающихся организационных структур и возрастающих масштабов документооборота зачастую приемлемым решением с точки зрения времени и средств является готовая к использованию система с промышленной технологией ввода в действие. Несмотря на очевидные достоинства заказных разработок, учитывающих все нюансы требований конкретных организаций, сегодня в большинстве случаев следует отдать предпочтение тиражируемому реше-



нию. Дело в том, что заказная система является крайне затратным решением, причем не только и не столько при первоначальной разработке, сколько при дальнейшем обслуживании и развитии.

И, наконец, поскольку системы электронного документооборота уже достаточно широко используются во всех сферах деятельности, то при выборе конкретной системы весьма важно ознакомиться с опытом реализации подобных проектов на аналогичных предприятиях.

Можно выделить основные тенденции, связанные с переходом к электронному документообороту:

1. Целью автоматизации традиционного бумажного делопроизводства является повышение эффективности работы канцелярии или секретариата организации, в то время как система электронного документооборота предполагает управление документационной деятельностью в масштабе всего предприятия или системы предприятий.

2. Система электронного документооборота позволяет перейти от контроля за прохождением организационно-распорядительных документов по подразделениям предприятия к организации работы всех специалистов и руководителей над всеми видами документов.

3. Для реализации системы электронного документооборота необходим переход от единичных заказных систем и технологий с длительными циклами разработки и внедрения к готовым промышленным решениям [1].

Однако можно выделить такие недостатки в переходе предприятия на электронный документооборот:

1. Многие руководители и бухгалтера различных предприятий обладают низкой компьютерной грамотой, не желают обучаться или переобучаться.

2. Достаточно малое количество руководителей интересуются новыми информационными технологиями, поэтому используют чаще бумажный документооборот, думая, что он надежнее.

3. Сотрудники не хотят тратить свое время на изучение нового программного продукта, несмотря на то, что электронный документооборот значительно облегчает работу.

Проведя анализ недостатков внедрения электронного документооборота, автор считает, что эти недостатки нельзя отнести конкретно к недостаткам системы электронного документооборота на предприятии. Поскольку электронный документооборот – дело новое и ранее в большинстве организаций подобными вещами никто никогда не занимался, нужно обучать персонал работать с электронными документами. При внедрении СЭД приобретаются тактические и стратегические выгоды. Тактические выгоды определяются сокращением расходов при внедрении СЭД, связанным с: освобождением физического места для хранения документов; уменьшением затрат на копирование и доставку документов в бумажном виде; снижением расходов на персонал и оборудование. К стратегическим относятся преимущества, связанные с повышением эффективности работы предприятия или организации [3].

При переходе предприятий на систему электронного документооборота можно выделить такие преимущества:

1. Повышение сохранности и удобства централизованного хранения большого количества разнообразных документов, так как они хранятся в электронном виде на сервере.

2. Система электронного документооборота позволяет легко и быстро систематизировать и классифицировать документы организации.

3. Возможность коллективной работы над документами благодаря встроенному механизму информационного обмена между сотрудниками организации. Существует больше возможностей делегировать полномочия и контролировать исполнительскую дисциплину, что отвечает одному из принципов организации учета и контроля предприятия. Контроль в компании может осуществляться не по разрешительному, а по уведомительному варианту, что способствует росту производительности труда.

4. Система электронного документооборота позволяет улучшить контроль за исполнением документов.

5. Затраты времени при использовании системы электронного документооборота являются минимальными, у пользователей есть возможность осуществлять все операции с документами, задачами, справочниками, журналами, нумераторами и маршрутами.

6. Значительное ускорение поиска и выборки документов по различным атрибутам. Пользователи имеют возможность дополнить список атрибутов собственными атрибутами, которые будут более точно отражать свойства и специфику документов.

7. Повышение безопасности информации. Система электронного документооборота позволяет защитить документы от несанкционированного доступа, так как каждый пользователь имеет свой пароль в соответствии с должностным положением.

8. В системе электронного документооборота один пользователь имеет возможность ставить задачи перед другим, таким образом организована система администрирования.

По мнению автора, существует необходимость придать электронному документу статус первичного, то есть решить ряд технологических, организационных и правовых проблем, возникающих в процессе организации юридически значимого электронного документооборота. Причём не только внутрикорпоративного, но и межведомственного, а также между гражданами и государством в целом.

Система электронного документооборота не только облегчает работу руководству, но и позволяет значительно сократить время на реализацию поставленных целей. Именно это является



главной задачей для необходимого успеха в бизнесе и получения максимальной прибыли как конечного результата деятельности предприятия.

В связи с тем, что в настоящее время активно развивается система электронного документооборота, существуют перспективы дальнейших разработок и исследований этой проблематики.

Научн. рук. Писарчук О. В.

Литература: 1. Баласанян В. От традиционного делопроизводства к электронному документообороту [Электронный ресурс] / В. Баласанян. – Режим доступа : <http://www.eos.com.ua/eos/novosti/>. 2. Глинских А. Мировой рынок систем электронного документооборота [Электронный ресурс] / А. Глинских. – Режим доступа : http://www.iteam.ru/publications/it/section_64/article_2582/#24. 3. Митин В. "Электронному государству" нужен юридически значимый электронный документооборот [Электронный ресурс] / В. Митин. – Режим доступа : <http://www.corpsite.ru/Articles/Consulting/Doc.aspx/>. 4. Шевченко С. На пути к полноценному электронному документообороту [Электронный ресурс] / С. Шевченко. – Режим доступа : <http://www.technograd.com/atic/>. 5. Яркина О. Автоматизация документооборота в компании [Электронный ресурс] / О. Яркина. – Режим доступа : <http://www.klerk.ru/release/>.

Юдина С. А.

УДК 004.78:657.1

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ПРЕИМУЩЕСТВА АВТОМАТИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИИ НА ПРИМЕРЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОГРАММЫ "1С:БУХГАЛТЕРИЯ 8"

Аннотация. Выделены основные преимущества автоматизированной системы и проведен подробный сравнительный анализ способов обработки учетной информации. Рассмотрены основные функциональные возможности программного продукта 1С:Бухгалтерия 8 как наиболее привлекательной программы для большинства малых, средних и крупных предприятий Украины.

Анотація. Виділено основні переваги автоматизованої системи і проведено детальний порівняльний аналіз способів обробки облікової інформації. Розглянуто основні функціональні можливості програмного продукту "1С:Бухгалтерія 8" як найпривабливішої програми для більшості малих, середніх і великих підприємств України.

Annotation. The basic advantages of the automated system are selected and the detailed comparative analysis of methods of treatment of accounting information is conducted. The basic functional possibilities of software product of 1С: Book-keeping 8 as the most attractive program for most small, middle and big enterprises of Ukraine are considered.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, автоматизация, организация бухгалтерского учета, автоматизированная обработка учетной информации, программный продукт.

Актуальность вопроса обусловлена тем, что автоматизация бухгалтерского учета, точность и оперативность информации являются решающими факторами успешного развития экономики Украины в период перехода к полноценной рыночной экономике. Опыт работы национальных предприятий показывает, что сегодня невозможно обеспечить необходимые качество и оперативность управления на основе бумажного документооборота. Решение этой проблемы возможно путем автоматизации документооборота, которая повышает не только качество учета, а и качество бизнеса предприятия.

Анализ литературных источников показал, что проблемами, которые возникают на предприятии в связи с проведением автоматизации учета, занималось много ученых, а именно: С. Иващенко, С. Проскурин, Т. Николаева, С. Кузнецова [1 – 4]. Однако проблема создания и внедрения компьютерных информационных учетных систем на предприятии остается одной из самых сложных не только в Украине, но и в мире.

© Юдина С. А., 2010



Целью данной статьи является анализ преимуществ автоматизированной обработки учетной информации на предприятии.

Система автоматизации должна решать быстро и точно все стоящие перед ней задачи. Она должна быть универсальной и гибкой, чтобы ее можно было быстро и эффективно адаптировать под любые изменения как в регламентном учете, так и в управленческом. Автоматизация финансового учета необходима, прежде всего, бухгалтерам для эффективного выполнения своих функций. Внедрение компьютерной техники не предусматривает внесения существенных изменений в принципы бухгалтерского учета, однако техника сбора и обработки информации совершенствуется. При этом, как правило, предоставляются дополнительные возможности контроля. На основании данных [1] автором были выделены основные преимущества автоматизированной обработки учетной информации, которые приведены в таблице.

Таблица

Преимущества автоматизированной обработки учетной информации

Элемент бухгалтерской технологии	Способ обработки учетной информации		Преимущества автоматизации учета
	бумажный	автоматизированный	
1. Первичное документирование: а) тип носителей первичной информации	Бумажный носитель	Электронные носители	Легкий, быстрый и четко разграниченный доступ к информации для любого сотрудника предприятия
б) проектирование и создание форм первичных документов	Использование готовых бланков документов	Создание форм первичных документов	Возможность создания форм первичных документов в соответствии со спецификой предприятия
в) установление порядка осуществления записей в первичных документах	Разработка инструкций по заполнению первичных документов	Заполнение документов осуществляется автоматически	Автоматический расчет ряда реквизитов, контроль за правильностью их введения
г) выписывание первичных документов	Ручное выписывание документов	Создание электронных документов	Быстрый доступ к первичной документации за любой промежуток времени
2. Инвентаризация	Пересчет вручную	Применение технических средств	Оперативность, сокращение количества ошибок при проведении инвентаризации
3. Оценка (методы списания, амортизации) активов	Использование наименее трудоемкого из методов	Выбор оптимального метода	Возможность использования разных способов оценки для разных активов
4. Калькулирование	Ограниченная номенклатура статей расходов	Построение многоуровневых разрезов статей расходов	Увеличение количества информации, получаемой из бухучета
5. План счетов и аналитический учет	Иерархическая структура субсчетов, ограниченная номенклатура аналитических счетов	Использование нескольких планов счетов, многоуровневых иерархических аналитических счетов	Увеличение количества информации, получаемой из бухучета
6. Отчетность	Заполнение и расчет показателей вручную	Создание отчетности в электронном виде	Точность, повышение скорости составления и сдачи отчетов, сокращение количества ошибок

Таким образом, как видно из таблицы, автоматизированный способ обработки учетной информации позволяет создавать, обрабатывать, передавать, получать, хранить, использовать и уничтожать электронные документы, значительно сокращает затраты времени на проведение инвентаризации, дает возможность вести эффективный учет расходов по центрам ответственности. Кроме этого, самое большое количество ошибок в учете при бумажной технологии возникает на этапе переноса данных из одного учетного регистра в другой, а также при составлении разнообразных справок и отчетов. Использование автоматизированного учета даст возможность полностью освободиться от такого рода ошибок, так как при автоматизированном учете, как правило, ведется только один учетный регистр, все остальные формируются автоматически и риск ошибки при переносе данных между регистрами учета равен нулю.

Каждый бухгалтер знает, сколько времени и сил требует подготовка тех или иных справок, отчетности и другой оперативной информации, которая всегда необходима срочно. Использование средств автоматизации дает возможность практически полностью решить эту проблему, в течение считанных минут подготовить детализированные бухгалтерские данные.

В Украине используется большое количество программных продуктов для автоматизации бухгалтерского учета, наиболее популярным среди которых является "1С:Бухгалтерия 8". Автоматизация организаций с помощью "1С:Бухгалтерия 8" имеет довольно существенные достоинства,



которые делают данный программный продукт наиболее привлекательными для большинства предпринимателей, мелких, средних и даже крупных предприятий. "1С:Бухгалтерия 8" обладает следующими функциональными возможностями [4]:

1. Бухгалтерский и налоговый учет реализован в соответствии с действующим законодательством на основании плана счетов бухгалтерского учета.

2. Регистрация каждой записи хозяйственной операции как по счетам бухгалтерского учета, так и по необходимым направлениям аналитического учета, количественного и валютного учета. Возможность самостоятельно управлять методикой учета в рамках настройки учетной политики, создавать новые субсчета и разделы аналитического учета.

3. Обеспечение решения всех задач, стоящих перед бухгалтерской службой предприятия, если бухгалтерская служба полностью отвечает за учет на предприятии, включая, например, выпуск первичных документов, учет продаж и т. д. Кроме того, информацию об отдельных видах деятельности, торговых и производственных операциях могут вводить сотрудники смежных служб предприятия, не являющиеся бухгалтерами. В последнем случае за бухгалтерской службой остается методическое руководство и контроль настроек информационной базы, что обеспечивает автоматическое отражение документов в бухгалтерском и налоговом учете. Наряду с этим данное прикладное решение можно использовать для ведения только бухгалтерского и налогового учета, а задачи автоматизации других служб, например, отдела продаж, решать специализированными конфигурациями или другими системами.

4. Возможность автоматизированного учета операций поступления и реализации товаров и услуг. Для розничной торговли поддерживаются технологии работы как с автоматизированными, так и с неавтоматизированными торговыми точками. Автоматизирован учет комиссионной торговли как в отношении товаров, взятых на комиссию, так и переданных для дальнейшей реализации.

5. Использование автоматизированного расчета с контрагентами и подотчетными лицами как в гривнах и иностранной валюте, так и условных единицах.

6. Автоматизированы все основные операции по учету основных средств: поступление, принятие к учету, начисление амортизации, модернизация, передача, списание, инвентаризация.

7. Автоматизирован расчет себестоимости продукции и услуг, выпускаемых основным и вспомогательным производством.

8. Автоматизирован расчет заработной платы, взаиморасчеты с сотрудниками предприятия вплоть до выплаты заработной платы через кассу, перечисление зарплаты на лицевые счета сотрудников в банке и депонирование.

9. "1С:Бухгалтерия 8" предоставляет возможность ведения бухгалтерского и налогового учета нескольких организаций в общей информационной базе, причем в роли отдельных организаций могут выступать индивидуальные предприниматели. Это очень удобно в ситуации, когда хозяйственная деятельность этих организаций тесно связана между собой: в текущей работе можно использовать общие списки товаров, контрагентов, работников, складов и т. д., а регламентированную отчетность формировать отдельно. Благодаря возможности учета деятельности нескольких организаций в единой информационной базе, "1С:Бухгалтерия 8" может использоваться как в небольших организациях, так и в холдингах со сложной организационной структурой.

Таким образом, автоматизация учета необходима для динамично развивающегося предприятия как элемент оценки деятельности, которая позволяет принимать правильные решения. Автоматизация учета позволяет получить объективную оценку состояния учета, существенным образом сокращает время и исключает ошибки при формировании отчетности на различных уровнях ее предоставления, ускоряет документооборот. Бухгалтерский учет в компании должен быть поставлен на профессиональную основу, а возможность появления ошибок в этой работе сведена к минимуму. Эффективным решением этой задачи станет автоматизация бухгалтерского учета, установка программного обеспечения "1С:Бухгалтерия 8", адаптированного в соответствии с задачами, решаемыми на конкретном предприятии.

Научн. рук. Писарчук О. В.

Литература: 1. Івахненко С. Упровадження програмного забезпечення обліку і контролю: потенційні переваги і реальні проблеми / С. Івахненко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2007. – № 2. – С. 56–62. 2. Кузнецова С.А. Організація облікової інформації в управлінні діяльністю суб'єктів господарювання: монографія / С. А. Кузнецова ; Тавр. держ. агротехнолог. ун-т. – Мелітополь : ММД, 2008. – 223 с. 3. Николаева Т. Не человеческий бизнес / Т. Николаева // Бизнес. – 2006. – № 12(687). – С. 64–67. 4. Проскурин С. П. Десять вопросов на тему автоматизации / С. П. Проскурин // Бухгалтер и компьютер. – 1998. – С. 5–21. 5. Ильина О. П. Информационные технологии бухгалтерского учета : учебник / О. П. Ильина – СПб. : Питер, 2001. – 684 с. 6. <http://www.intelis-it.ru>.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА БЮДЖЕТИРОВАНИЯ В УПРАВЛЕНЧЕСКОМ УЧЕТЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. Исследованы процесс системы бюджетирования и значение бюджетирования для повышения результативности принятия управленческих решений на предприятиях. Рассмотрены главные преимущества внедрения бюджетирования как элемента управленческого учета. Определены основные элементы системы бюджетирования и его роль в системе управления предприятием. Предложена схема планирования процесса бюджетирования и принятие эффективных управленческих решений для достижения наиболее приближенного результата финансово-хозяйственной деятельности к запланированному.

Анотація. Досліджено процес системи бюджетування та значення бюджетування для підвищення результативності прийняття управлінських рішень на підприємствах. Розглянуто переваги впровадження бюджетування як елементу управлінського обліку. Визначено основні елементи системи бюджетування та його роль у системі управління підприємством. Запропоновано схему планування процесу бюджетування та прийняття ефективних управлінських рішень для досягнення найбільш наближеного результату фінансово-господарської діяльності до запланованого.

Annotation. The main idea of the article is to show the budgeting process and the role of budgeting for increasing results taking the management decisions on enterprise. The main advantages of introduction the budgeting as the element of management account are considered. The main elements of system budgeting and its role in managerial system enterprise are determined. The scheme of the planning of the process of budgeting and taking the efficient management decisions for achievement of the drawing near result of financial and economic activities to scheduled is offered.

Ключевые слова: бюджетирование, управленческий учет, бизнес-процесс, организационная структура, бюджет, оперативный контроль.

В процессе финансово-хозяйственной деятельности предприятий очень важно принимать эффективные управленческие решения, которые должны основываться на реальных расчетах показателей, характеризующих состояние экономики в целом и предприятия в частности. Убыточную деятельность предприятия можно объяснить тем, что размер полученных доходов не покрывает величину понесенных затрат, следствием чего является недостаточно эффективная система принятия управленческих решений, которая в условиях усиления внутренней и внешней конкуренции должна постоянно совершенствоваться.

Одним из возможных инструментов, используемых для планирования, контроля и эффективности бизнес-процессов на предприятии, является бюджетирование. С помощью данной технологии планирования, учета и контроля денежных средств и финансовых результатов возможно создание удобной формы предоставления управленческой информации, в том числе и информации относительно затрат, их размера, динамики и структуры, определение роли и места каждого сотрудника в управленческой иерархии, регламентирование взаимодействия подразделений компании между собой.

Современную систему финансового планирования рассматривали как иностранные ученые, так и отечественные. К ним можно отнести таких, как: С. Онищенко, О. Терещенко, В. Хруцкий, Д. Шима, Сигел Дж. Г. Они исследовали теоретические основы и практические аспекты внедрения системы бюджетирования в основные задачи организации контрольного процесса на предприятии [1].

Целью данной статьи является исследование роли бюджетирования в системе управленческого учета, определение роли финансовой структуры в системе управления предприятия и разработка рекомендаций по созданию целесообразной системы бюджетирования для того или иного предприятия.

Бюджетирование – процесс разработки, исполнения, контроля, анализа и корректировки отдельных бюджетов по структурным подразделениям или функциональным сферам деятельности предприятия и их обобщение по предприятию в целом. План представленный совокупностью документов (бюджетов, сметт), которые устанавливают показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия на конкретный период времени (год, квартал, месяц) [2].

Так как учет, анализ, планирование и контроль взаимосвязаны между собой и служат основными факторами влияния на дальнейшие результаты деятельности предприятия, то очень важным шагом является внедрение бюджетирования как подсистемы организации управленческого учета. Существует множество преимуществ внедрения бюджетного планирования [3]:

детализация оперативных планов по конкретным заданиям и мероприятиям;
разработка плановых показателей с целью поиска самого оптимального варианта действий в будущем;

координация действий менеджеров;
 контроль оценки фактического исполнения плановых показателей;
 получение наиболее точных показателей размеров и структуры затрат;
 минимизация количества контрольных параметров бюджетов, что позволяет сократить затраты рабочего времени работников экономических подразделений предприятия;
 экономия финансовых ресурсов предприятия.

Координация процессов оперативного планирования и контроля деятельности предприятия содержит организационные, ресурсные и методические аспекты. Построение системы планово-контрольных показателей предприятия дает возможность координации оперативных и стратегических его заданий. К самым важным показателям относятся показатели динамики и структуры денежных потоков. Денежные потоки – главные факторы создания стоимости предприятия, увеличение которых, в свою очередь, является стратегической целью своей деятельности [4].

Процесс бюджетирования проводится в несколько этапов:

1. Разработка бизнес-процесса формирования бюджета.
2. Формирование организационной структуры, которая реализует бюджетный процесс.
3. Создание нормативно-правовой и методической базы.
4. Формирование бюджета.
5. Организация управленческого учета, создание системы оперативного контроля.

Поэтому главным этапом проведения бюджетирования служит разработка бизнес-процесса формирования бюджета.

Бизнес-процесс – периодически повторяемая отрегулированная последовательность работ (функций, процедур, операций), которые вместе реализуют бизнес-задание и достигают заданного результата в рамках организационной структуры.

Основными функциональными составляющими бизнес-процесса формирования бюджетов являются: формирование планов, смет и бюджетов; определение структуры источников финансирования; управленческий учет, контроль и анализ исполнения бюджета; оценка ключевых показателей эффективности и принятия управленческих решений относительно внесения изменений в бюджетах.

В укрупненном виде бизнес-процесс формирования бюджета показан на рис. 1 [5].

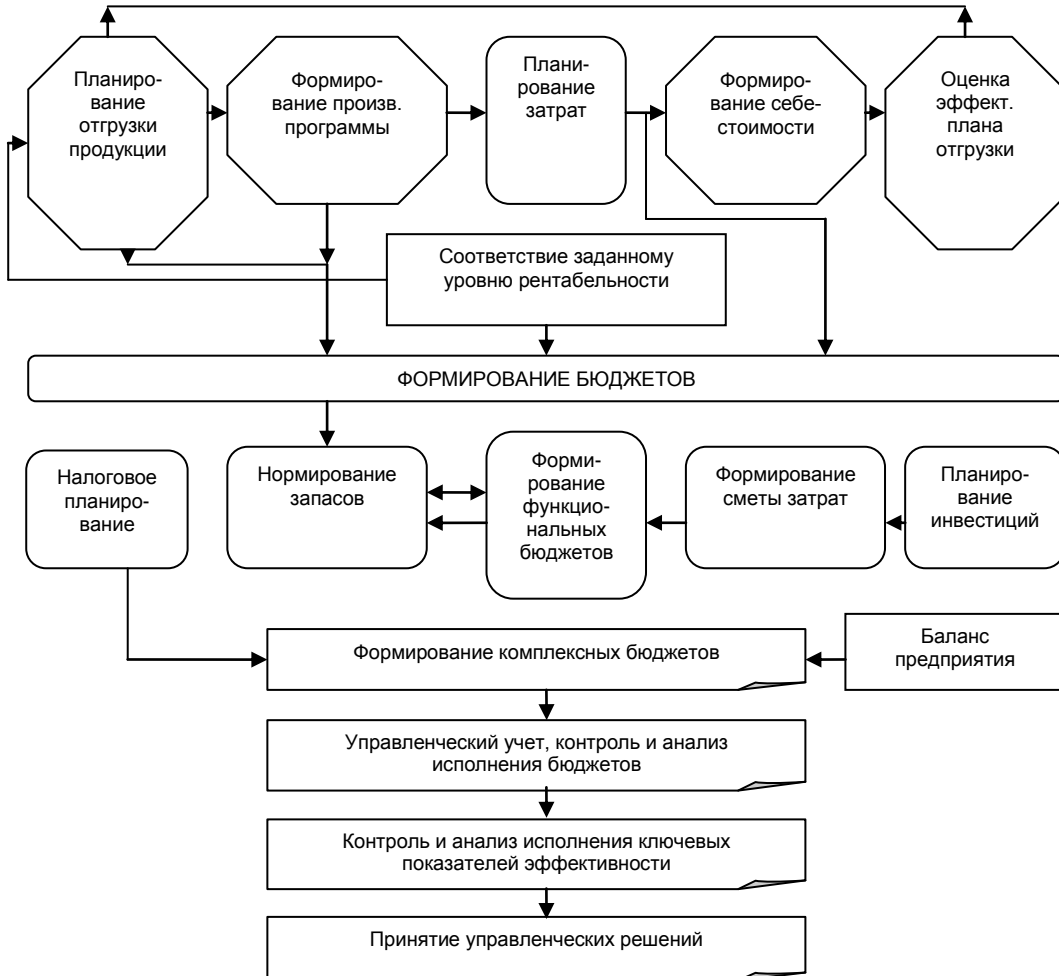


Рис. 1. Схема бизнес-процесса формирования бюджета

Организационная структура, которая реализует бюджетирование, включает: Бюджетный комитет (руководители высших звеньев, которые отвечают за повышение уровня координации деятельности всех служб); Бюджетное управление (исполнительный орган в системе бюджетирования); Финансовое управление (формирование управленческого баланса, бюджета движения денежных средств) и Центры ответственности (руководители различных подразделений).

Управленческий баланс формируется на основании прогноза изменения остатков по основным балансовым статьям: денежные средства, дебиторская задолженность, долгосрочные обязательства. Для прогнозирования активов баланса используют величину нормированных материальных оборотных активов (сырья и материалов, незавершенного производства и готовой продукции), а также дебиторскую задолженность. Инвестиционные проекты являются основой для прогнозирования изменения стоимости основных средств. Пассив баланса формируется исходя из плановой оборотности кредиторской задолженности и других текущих пассивов.

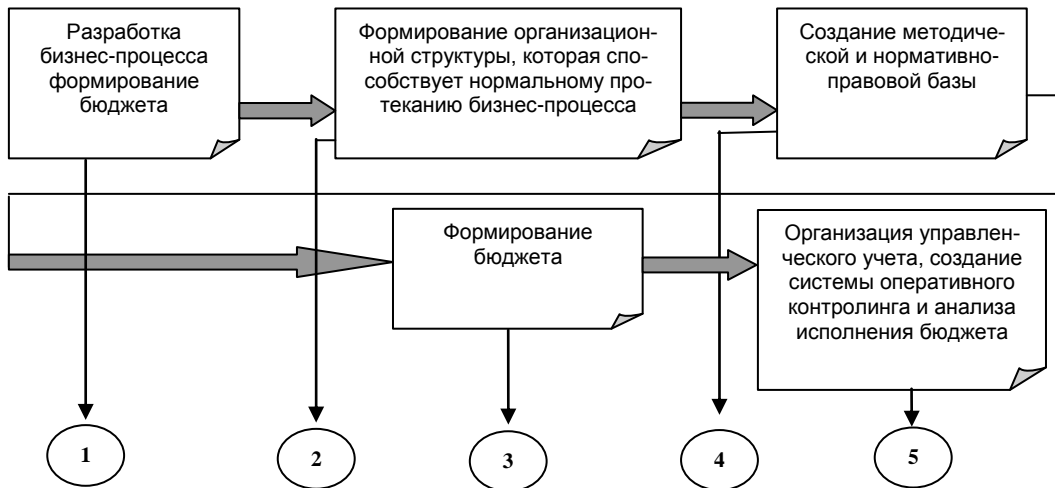
Заключительным этапом формирования бюджета является сбалансированность и эффективность бюджета, для чего разрабатываются специальные алгоритмы и нормативы дебиторской и кредиторской задолженности. Итогом всех вышеперечисленных процедур выступает рассмотрение бюджетов в Бюджетном комитете.

Самой важной составляющей бюджетирования является контроль, который так же осуществляется в несколько этапов:

1. Предоставление информации про фактическое исполнение бюджетов.
2. Сравнение запланированных показателей по фактически достигнутым, а также выявление отклонений.
3. Определение существенности отклонений.
4. Факторный анализ существенных отклонений.
5. Внесение соответствующих корректировок в бюджеты.

Разработка бюджетирования предусматривает создание организационного механизма, направленного на реализацию стратегии развития предприятия, тактики и политики. В современных условиях хозяйствования предприятиям необходимо постоянно адаптироваться к изменениям рыночной инфраструктуры. Поэтому рациональная организация системы бюджетирования должна быть направлена на выявление неожиданных изменений как внутри, так и за пределами предприятий и быстрое реагирование на них.

Для положительного результата финансово-хозяйственной деятельности и принятия эффективных управленческих решений процесс бюджетирования необходимо организовывать поэтапно. Последовательность действий различных экономических служб можно представить в виде схемы, которая представлена на рис. 2.



- 1 – формирование планов, смет и бюджетов;
- 2 – формирование на предприятии центров ответственности и контролирующих органов;
- 3 – укрупненное планирование, анализ и оценка запланированных результатов деятельности на основе стратегии развития предприятия;
- 4 – различные документы и положения относительно формирования системы бюджетирования на предприятии;
- 5 – формирование управленческого учета и принятия управленческих решений, проверка сбалансированности и эффективности формирования бюджетов. Контроль над проведением бюджетирования и формирование отчетов про выполнение планов и бюджетов

Рис. 2. Поэтапное формирование бюджетного процесса

Постановка бюджетирования на предприятии – это один из важнейших этапов создания финансовой структуры, которые служат средством улучшения контроля за деятельностью субъекта хозяйствования, его внутренних процессов и реальной возможностью сделать организацию наиболее



лее адаптивної к риночній середі, прийняття ефективних управлінських рішень. Представлена послідовність процесу бюджетування дає можливість підвищення результативності прийнятих управлінських рішень.

Актуальність впровадження системи бюджетування як одного з елементів модульних підсистем оперативного контролінга і управлінського учета на підприємстві створює фундамент для продовження і углублення досліджень практичної сторони побудови фінансової системи на підприємстві. Таким образом, своєчасно прийняте ефективне управлінське рішення підвищує круг клієнтів даного підприємства, збільшується його частка на ринку, зростає прибутковість.

Научн. рук. Писарчук О. В.

Література: 1. Каверина О. Управлінський учет: системи, методи, процедури / О. Каверина. – М. : Фінанси і статистика, 2005. – С. 49–51. 2. Винниченко М. М. Визначення цільової функції бюджетування / М. М. Винниченко // Фінанси України. – 2005. – № 6. – С. 119–124. 3. Билык М. Бюджетування в системі фінансового планування / М. Билык // Фінанси України. – 2004. – № 3. – С. 97–109. 4. Деменина О. М. Бюджетування як інструмент координації в системі оперативного контролінга / О. М. Деменина // Проблеми науки. – 2008. – № 9. – С. 13–19. 5. Шумило Ю. О. Аналіз операційних витрат в системі бюджетів підприємств / Ю. О. Шумило // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 2. – С. 183–188. 6. Шумило Ю. О. Бюджетування як важливий елемент операційного планування / Ю. О. Шумило // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 7. – С. 105–111. 7. Мягков Е. Бюджетування на промисловому підприємстві / Е. Мягков // Бухгалтерський учет і аудит. – 2006. – № 3. – С. 23–31.

Сергєєва Г. С.

УДК 331.211

Усова О. М.

Студенти 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. Розкрито сутність організації обліку оплати праці, визначено законодавчі та нормативні документи організації обліку розрахунків з персоналом; запропоновано оптимізацію тарифної системи як основи організації з оплати праці.

Аннотация. Раскрыта сущность организации учета оплаты труда, определены законодательные и нормативные документы организации учета расчетов с персоналом; предложена оптимизация тарифной системы как основы организации оплаты труда.

Annotation. The essence of organization of remuneration of labour accounting is studied; legislative and normative documents of organizing accounting is determined, the methods for improvement of tariff system as the basis of labour accounting organisation is given.

Ключові слова: оплата праці, розрахунки з персоналом, первинні документи, організація обліку.

Реформування бухгалтерського обліку в Україні вимагає вдосконалення організації обліку оплати праці на підприємствах. Розгляд цього питання дуже актуальне, і це зумовлено певною зміною нормативної й документальної бази оплати праці на підприємствах і в підприємницьких структурах. На сьогодні між окремими соціальними групами спостерігається велика диференціація заробітної плати. Проведення мотивувальної політики ускладнює те, що заробітна плата перестала бути стимулювальним фактором.

Значний внесок у реформування оплати праці внесли вітчизняні вчені, а саме: Н. Чабанова, Т. Чупир, В. Чупир [1], К. Давидова [2], Д. Соломченко [3], Ф. Бутинець та ін.

Мета статті – розкрити сутність та етапи організації обліку з оплати праці, запропонувати заходи для поліпшення організації обліку розрахунків з персоналом з оплати праці.

Розрахунок заробітної плати є дуже трудомісткою й відповідальною роботою, яку треба виконати за короткий термін між наданням інформації та виплатою робітнику.

Тому заздалегідь підготовлений порядок обліку допоможе заощадити час. Для цього його необхідно розробити і затвердити до кінця року. Основною метою складання наказу про організацію бухгалтерського обліку є встановлення порядку ведення бухгалтерського обліку на підприємстві.

© Сергєєва Г. С., Усова О. М., 2010



ві. При розробці наказу, щоб урегулювати накопичені проблеми і змусити бухгалтерію злагоджено працювати, головний бухгалтер намагається передбачити в ньому всі необхідні положення. Згідно із Законом України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 р. № 996–XIV [4], для забезпечення ведення бухгалтерського обліку підприємство самостійно вибирає форми його організації, розробляє організаційну структуру, призначає відповідальних за ведення бухгалтерського обліку, затверджує форми первинних документів, графік документообігу тощо [2].

Визначення системи показників, завдань, документації й системи рахунків є вимогами до формування обліку заробітної плати. Головними завданнями обліку оплати праці є: забезпечення контролю й самоконтролю за дотриманням кількісного складу працівників, використанням робочого часу й додержанням трудової дисципліни; визначення відпрацьованого часу та виробленої продукції, контроль за виконанням норм вироблення, обчислення заробітної плати кожному працівникові, розподіл нарахованої заробітної плати за напрямками витрат; ведення розрахунків з працівниками підприємства стосовно заробітної плати, з бюджетом – щодо утриманих податків і органами соціального страхування – стосовно відрахувань на соціальне страхування тощо, забезпечення контролю за витратами фонду оплати праці, складання звітності тощо [3].

Організація оплати праці в Україні здійснюється згідно з чинними нормативно-правовими актами; генеральною угодою на державному рівні; галузевими та регіональними угодами; колективними договорами; трудовими договорами; іншими внутрішніми нормативними документами підприємств. Документом, що визначає економічні, правові й організаційні основи оплати праці працівників, які перебувають у трудових відносинах на підставі трудового договору з підприємствами, установами, організаціями всіх форм власності та господарювання, а також з окремими громадянами, є Закон України "Про оплату праці".

Заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку власник або уповноважений ним орган сплачує працівникові за виконану ним роботу відповідно до трудового договору. Розмір заробітної плати залежить від складності й умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства [5]. Також під заробітною платою розуміють інші заохочувальні та компенсаційні виплати і винагороди, що виплачуються у зв'язку з відносинами трудового найму [6]. Отже, заробітна плата – це дохід, що виникає в результаті здійснення трудової діяльності та включає інші заохочувальні й компенсаційні виплати, пов'язані з відносинами трудового найму. Регулюють заробітну плату форми й системи праці.

Згідно зі ст. 2 Закону "Про оплату праці", визначена структура заробітної плати: основна заробітна плата; додаткова заробітна плата; інші заохочувальні й компенсаційні виплати.

Основні види виплат працівникам відповідно до чинного законодавства наведено в табл. 1 [6].

Таблиця 1

Основні види виплат працівникам, регламентовані чинним законодавством

Джерела виплат	Види виплат
Фонд основної заробітної плати	Основна заробітна плата, оплата праці за час перебування у відрадженні
Фонд додаткової заробітної плати	Премії, винагороди, які мають систематичний характер. Компенсація за невикористану чергову відпустку. Оплата додаткових відпусток
Інші заохочувальні та компенсаційні виплати	Винагороди і заохочення, що здійснюються один раз на рік або мають разовий характер. Матеріальна допомога, що має систематичний характер, надана всім чи більшості працівників (на оздоровлення, у зв'язку з екологічним станом)
Інші виплати, що не входять до фонду оплати праці	Допомоги та інші виплати, які здійснюються за рахунок коштів фондів державного соціального страхування. Оплата перших п'яти днів тимчасової непрацездатності за рахунок коштів підприємства, установи, організації. Сума вихідної допомоги в разі припинення трудового договору згідно з чинним законодавством. Витрати на відрадження. Витрати на оплату послуг із лікування працівників, які було надано установами охорони здоров'я. Матеріальна допомога разового характеру, що надається окремим працівникам у зв'язку із сімейними обставинами

Прийняті законодавчі нормативно-правові акти сприяли значним змінам у реформі оплати праці. В Україні практично створено законодавчо-правову базу регулювання оплати праці відповідно до міжнародних трудових норм, що діють у ринковій економіці, але цей механізм у повному обсязі не спрацьовує, особливо в договірному регулюванні.

Оплата праці працівників, які перебувають у трудових відносинах з підприємствами, установами, організаціями, незалежно від форм власності й господарювання, регулюється, з одного боку, шляхом установлення державного розміру мінімальної заробітної плати; норм, гарантій і компенсацій; умов і розмірів оплати праці працівників установ та організацій, які фінансує бюджет; умов і розмірів оплати праці керівників державних підприємств; оподаткування прибутків працівників; з іншого – угодами, які укладаються на державному, галузевому, регіональному рівнях і на підприємстві. Регулювання оплати праці на рівні підприємства передбачає розроблення, затвердження й застосування внутрішніх нормативних документів, зокрема, положень: про оплату праці, про преміювання за виконання виробничих завдань і функцій, про винагороду за підсумками роботи за рік тощо.



Ці положення розробляються відділом організації праці й заробітної плати та затверджуються, як правило, наказом керівника підприємства.

Згідно з ч. 1 ст. 96 КЗпП [7], тарифна система є основою організації оплати праці, яка враховує тарифні сітки, тарифні ставки, схеми посадових окладів і тарифно-кваліфікаційні характеристики (довідники). Застосування тарифної сітки ставить розмір тарифної ставки робітника в пряму залежність від його кваліфікації.

Тарифно-кваліфікаційні характеристики (довідники) розробляє Міністерство праці та соціальної політики України.

Основною заробітною платою є нарахування за тарифом за відпрацьований час або виготовлену продукцію. Воно обов'язково має бути виплачено згідно з колективним договором.

Усі заходи з реформування системи оплати праці спрямовані на вдосконалення механізмів державного й колективно-договірного регулювання заробітної плати, визначення шляхів і механізмів її реального зростання, посилення захисту прав працівника на її своєчасне одержання. У зв'язку з цим на державному рівні, в кожній галузі й на окремих підприємствах виникає необхідність у виробленні власної політики заробітної плати. Вона має враховувати інтереси різних груп працівників і власників, відтворювати стимулювальну функцію оплати праці, передбачати ефективну систему зайнятості населення й винагороди за працю, заходи із соціального захисту населення, механізми з підтримання доходів на рівні, що забезпечує людині гідне життя.

Завдяки аналізу літературних джерел можна зробити висновки: на сьогодні організації заробітної плати у промисловості притаманні такі недоліки – низькі рівні заробітної плати; невинуватене зближення рівнів оплати праці фахівців та інших категорій працівників; слабка матеріальна зацікавленість у підвищенні кваліфікації через незначні розбіжності в рівнях окладів працівників різної кваліфікації; недостатня стимулювальна роль премій, надбавок і всієї преміальної системи.

Відсутність ефективної системи оплати праці й матеріального стимулювання призводить до великої різниці в оплаті праці спеціалістів різних підрозділів й однорідних спеціалістів на підприємствах одного регіону. Це стає причиною плинності кадрів, нестабільності роботи колективів, зростання матеріальних витрат, пов'язаних з навчанням нових працівників.

Згідно зі ст. 97 КЗпП [7], форми і системи оплати праці встановлюються підприємством самостійно в колективному договорі з дотриманням норм та гарантій, передбачених законодавством і галузевими (регіональними) згодами. КЗпП допускає можливість оплати праці за різними системами.

Однак яка б система оплати не застосовувалася, в її основі має лежати тарифна система оплати праці. Для працівників окремих категорій замість тарифних ставок визначаються місячні оклади.

Весь процес обліку оплати праці працівників поділяється на етапи:

облік особового складу та використання робочого часу;

облік виробітку продукції і заробітної плати.

Облік особового складу працівників здійснює відділ кадрів. Обліку підлягають усі працівники підрозділів, незалежно від робіт, які вони виконують, та посад, що обіймають. Типові форми первинного обліку, що ведуться на підприємствах, подані в табл. 2.

Таблиця 2

Типові форми первинної облікової документації з обліку розрахунків з оплати праці підприємств, установ, організацій [3]

Типова форма	Назва документа з обліку	Затверджено
№ П-1	Наказ (розпорядження) про прийняття на роботу	Наказ Держкомстату України від 05.12.2008 р. № 489
№ П-2	Особова картка працівника	
№ П-3	Наказ (розпорядження) для надання відпустки	
№ П-4	Наказ (розпорядження) про припинення трудового договору	
№ П-5	Табель обліку використання робочого часу	
№ П-6	Розрахунково-платіжна відомість працівника	
№ П-7	Розрахунково-платіжна відомість працівника (зведена)	

Наказ (розпорядження) про прийняття на роботу застосовується для обліку прийнятих на роботу, заповнюється у відділі кадрів на всіх працівників. На підставі підписаного наказу про прийом на роботу відділ кадрів заповнює документ первинного обліку – особову картку працівника; робить відповідні записи у трудову книжку, бухгалтерія відкриває особовий рахунок чи аналогічний йому документ.

Наказ (розпорядження) для надання відпустки – застосовується для оформлення щорічної та інших видів відпустки, що надається працівникам відповідно до чинних законодавчих актів і положень, колективних договорів, контрактів та графіків відпусток. На підставі наказу про надання відпустки відділ кадрів робить відмітки в особовій картці працівника, а бухгалтерія робить розрахунок заробітної плати, що належить за відпустку. При наданні відпустки без оплати поруч із зазначенням кількості днів відпустки зазначається "без оплати".

Наказ (розпорядження) про припинення трудового договору (контракту) застосовується для звільнення працівників. Наказ підписує завідувач складу та керівник підприємства. На підставі наказу про припинення трудового договору бухгалтерія робить розрахунок із працівником.

Облік використання робочого часу, а також контроль за станом трудової дисципліни на підприємстві реалізується табельним обліком.

Порядок нарахування заробітної плати залежить від форм оплати праці, що застосовуються на підприємстві, й організації виконання самих робіт (в індивідуальному порядку чи бригадою). При погодинній оплаті праці основним документом, який слугує підставою для нарахування заробітної плати, є табель обліку використання робочого часу (рисунок).



Рис. Схема базової інформації для нарахування заробітної плати [3]

Документальне оформлення операцій щодо розрахунків із заробітної плати між працівниками й роботодавцем супроводжується великою кількістю документів типових та нетипових форм. Керівник підприємства на кожний первинний документ затверджує графік документообігу. Графік формується при врахуванні вимог за наказом Головархіву при КМУ від 20.07.1998 р. № 41.

Розрахунки з оплати праці з робітниками проводяться в типових розрахунково-платіжних відомостях, форми № П-6 та № П-7 (зведена). Вони виконують подвійну функцію:

- 1) за ними здійснюються розрахунки з робітниками та службовцями;
- 2) вони є формою аналітичного обліку до субрахунку 661 "Розрахунки з оплати праці".

Аналітичний облік ведеться за кожним працівником, видами виплат та утримань.

Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 "Виплати працівникам" [8] та 16 "Витрати" [9] визначають методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про виплати за роботи, виконані працівниками, та формування інформації про витрати підприємства, зокрема витрати на оплату праці.

Відрахування із заробітної плати внесків на загальнообов'язкове державне пенсійне страхування, внесків на загальнообов'язкове державне соціальне страхування здійснюється у випадках, передбачених законодавством. На користь держави власник зобов'язаний утримати із заробітної плати працюючих податок з доходу, розмір і порядок утримання якого визначається Законом України "Про податок з доходів фізичних осіб" від 22.05.2003 р. № В89-IV [10]. На власника покладається обов'язок утримання певних сум із заробітної плати за виконавчими листами на підставі судових рішень, вироків судових органів, виконавчих написів, постанов адміністративних органів про накладення адміністративних штрафів.

Одним із шляхів удосконалення організації заробітної плати на підприємствах є оптимізація тарифного регулювання заробітної плати, до якої належать:

- запровадження гнучких форм і систем оплати праці, включаючи контрактну й безтарифну;
- розроблення внутрішньовиробничих тарифних умов оплати праці як чинників підвищення мотивувальної та стимулювальної ролі тарифних систем на підприємствах;
- удосконалення мотиваційного механізму регулювання міжпосадових окладів, міжкваліфікаційних рівнів оплати праці;
- удосконалення нормування як засобу регулювання міри праці та її оплати;
- обґрунтування вибору найефективніших форм і систем заробітної плати;
- колективне регулювання заробітної плати.

Здійснюючи побудову або вдосконалення організації обліку оплати праці, підприємства мають підходити до цього питання обґрунтовано, враховуючи доцільність, використовуючи результати наукових досліджень, передового досвіду. Розробляючи внутрішні документи (положення про оплату праці, преміювання та ін.), необхідно:

- розширювати практику персоніфікації ставок і окладів найбільш кваліфікованим працівникам, орієнтованим на підвищення ефективності праці;
- враховувати галузеві особливості, зокрема при створенні системи стимулювання, встановлювати спеціальні, специфічні фактори оцінок робіт для методу бальної системи преміювання, для кожної категорії персоналу, посилюючи регуляторну і стимулювальну функції заробітної плати;
- до переліку факторів та критеріїв оцінювання умов преміювання включати рівень кваліфікації, ступінь відповідальності виконаної роботи, рівень професійної майстерності, ініціативності, стаж роботи, результати кваліфікаційної атестації робітників тощо, які відповідають сучасним реаліям, тактиці та стратегії управління підприємством, його підрозділами й персоналом.



На загальнодержавному рівні необхідно виробити і забезпечити пріоритети в організації заробітної плати стосовно підприємств промислового сектору за рахунок створення єдиного підходу до формування тарифної політики за всіма галузями народного господарства, а регулювання загального рівня оплати праці здійснювати безпосередньо на підприємствах залежно від результатів їхньої виробничо-господарської діяльності, за рахунок виплат, що враховують умови праці, і премій за кінцевими результатами роботи. При цьому необхідно в організаційному плані зміцнити вплив керівників стратегічних підприємств у виробленні позиції Федерації роботодавців України під час підписання Генеральної і галузевої угод.

Облік праці та заробітної плати має бути організований таким чином, щоб це сприяло підвищенню продуктивності праці, повному використанню робочого часу, а також правильному обчисленню чисельності працівників для обліку заробітної плати з метою оподаткування. Для цього на підприємстві мають бути чітко розподілені функції обліку між відділами.

Здійснюючи побудову або вдосконалення організації обліку оплати праці, підприємства мають підходити до цього питання обґрунтовано, враховуючи доцільність, використовуючи результати наукових досліджень, передового досвіду.

Від організації обліку оплати праці залежить якість, своєчасність і повнота розрахунків з персоналом з оплати праці.

Наук. керівн. Писарчук О. В.

Література: 1. Чабанова Н. Організація бухгалтерського обліку / Н. Чабанова, Т. Чупир, В. Чупир. – Харків : Фактор, 2008. – 480 с. 2. Давидова К. Складаємо обліковий регламент на наступний рік / К. Давидова // Баланс. – 2008. – № 99. – С. 2–4. 3. Соломченко Д. Організація обліку розрахунків з оплати праці на підприємстві / Д. Соломченко // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – 2004. – № 1. – С. 46–50. 4. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 р. № 996–XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 5. Закон України "Про оплату праці" від 24.03.1995 р. № 108/95-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 6. Інструкція зі статистики заробітної плати, затверджена наказом Державного комітету статистики України від 13.01.2004 р. № 5 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 7. Кодекс законів про працю України № 1574-VI (1574-17) від 25.06.2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 "Виплати працівникам" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 9. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 10. Закон України "Про податок з доходів фізичних осіб від 22.05.2003 р. № В89-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.

Морарь Л. В.

УДК 658.7:656

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

СУЩНОСТЬ И ПОНЯТИЕ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация. Определена сущность транспортной логистики, которая позволяет оптимизировать общие затраты предприятия. Рассмотрена и проанализирована трактовка современных авторами понятия транспортной логистики.

Анотация. Визначено сутність транспортної логістики, яка дозволяє оптимізувати загальні витрати підприємства. Розглянуто та проаналізовано трактування сучасними авторами поняття транспортної логістики.

Annotation. The essence of transport logistics, which allow to optimize total inputs of the enterprise is suggested. The definition of transport logistics by different modern scientists is analyzed.

Ключевые слова: логистика, логистическая деятельность, транспортная логистика.

В сложившихся условиях кризиса непосредственно важно для каждого предприятия качественно и эффективно управлять всеми процессами, протекающими на предприятии. Конкурентная борьба способствует поиску и усовершенствованию существующих методов управления внутрен-

© Морарь Л. В., 2010

ним механизмом предприятия. Одним из аспектов внутреннего механизма предприятия является транспортная логистика. Развитие логистики на предприятии обуславливается системным подходом в управлении предприятием.

Целью данной статьи выступает транспортная логистика, которая позволяет оптимизировать общие затраты предприятия (затраты на транспортировку и хранение продукции).

Многие авторы рассматривают логистику как процесс управления движением и хранением сырья, материалов, полуфабрикатов и готовой продукции в хозяйственном обороте – от первоначального источника сырья до конечного потребителя готовой продукции, а также связанные с этим информационные потоки. Становление и развитие логистики предшествовали следующие факторы: повышение требований к качественным характеристикам процесса, переход от рынка продавца к рынку покупателей.

Таким образом, в современных условиях хозяйствования выделяют основных "шесть правил логистики", которые описывают конечную цель логистической деятельности:

1. "Груз" – то есть необходимый товар.
2. "Качество" – то есть необходимое качество.
3. "Количество" – в необходимом количестве.
4. "Время" – то есть должен быть доставлен в нужное время.
5. "Место" – то есть в нужное место.
6. "Затраты" – то есть с минимальными затратами.

Логистическая деятельность подразделяется на основные виды: логистика запасов, транспортная логистика, закупочная логистика, сбытовая логистика, производственная логистика, логистика складирования, информационная логистика.

Одной из составляющих логистической деятельности является транспортная логистика (таблица).

Таблица

Современные трактовки понятия транспортной логистики

Автор	Определение
Соловьев А. В. [1]	Деятельность транспортных агентов по планированию, организации и выполнению доставки товаров от мест их производства до мест их потребления и оказанию дополнительных услуг по подготовке партий отправок к перевозке с использованием оптимальных способов и методов с целью обеспечения удовлетворения потребностей производителей и торговых фирм в эффективном распределении товаров
Ланкина В. Е. [1]	Это наука об оптимизации транспортных систем, выборе вида и типа транспортных средств; определении разноканальных маршрутов доставки; обеспечении технологического единства транспортно-складского процесса
Канке А. А. [2]	Одна из ключевых логистических функций, связанная с перемещением продукции транспортным средством по определенной технологии в цепи поставок и состоящая из логистических операций и функций, включая экспедирование, грузопереработку, упаковку, передачу прав и собственности на груз, страхование рисков, таможенные процедуры
Мишина Л. А. [3]	Выступает в роли необходимой составляющей всей теории и практики логистики коммерции, так как логистика как наука занимается управлением всеми потоковыми движениями, а управление материальным потоком невозможно без его перевозки. Транспорт, являясь важным звеном логистической системы, должен быть достаточно гибким для обеспечения перевозочного процесса с удовлетворением изменяющегося
Гаджинский А. М. [4]	Определяется как сфера деятельности, охватывающая три области: процесс планирования, контроль за всеми транспортными и другими операциями, возникающими в пути следования товаров, предоставление соответствующей информации грузовладельцам
Аникин Б. А. [5]	Транспортная логистика представляет собой неотъемлемую часть логистики и отвечает за физическое передвижение каких-либо грузов. Она занимается соединением всех этапов перевозки и доставки товаров воедино, за счет чего осуществляется оперативные, качественные и экономичные грузоперевозки
Алесинская Т. В. [1]	Это искусство проведения груза через транспортные процедуры, выбора транспортного средства, минимизации расходов, разработки документации и комплектования груза. Другими словами, транспортная логистика позволяет разработать оптимальные транспортные схемы перевозки грузов, экономя ваши деньги
Сергеев И. В. [1]	Это система транспортировки грузов из одного пункта в другой наиболее рациональным способом. Здесь главное – это найти оптимальный маршрут, который сократит издержки и позволит качественно доставить товар в самый кратчайший срок
Пономарьова Ю. В. [4]	Сфера деятельности, связанная с планированием, организацией (менеджментом) и реализацией оптимальных схем поставок различных грузов от производителя к потребителю (равно как, например, и между партнерами), а также с контролем над выполнением каждой задачи логистики



Таким образом, современные авторы, такие, как Аникин Б. А., Мишина Л. А. и Канке А. А. считают, что транспортная логистика – это неотъемлемая часть логистики, которая отвечает за какое-либо передвижение товаров, связывает все перевозки в единую систему, тогда как Ланкина В. Е., Сергеев И. В., Пономарева Ю. В. подразумевают под транспортной логистикой систему транспортировки грузов из одного пункта в другой наиболее рациональным способом.

Логистические операции на пути движения материального потока происходят с применением различных транспортных средств. Затраты на эти операции составляют примерно половину от суммы затрат на все перечисленные виды логистики.

Исходными данными для выбора оптимального вида транспорта для конкретной перевозки является информация:

о характерных особенностях различных видов транспорта;

о задачах логистики, связанных с транспортировкой продукции, таких, как создание и поддержание оптимального уровня запасов, выбор вида упаковки и др.

В свою очередь, выделяют шесть основных факторов выбора вида транспорта: время доставки, частота отправок груза, надежность соблюдения графика доставки, способность перевозить разные грузы, способность доставить груз в любую точку территории, стоимость перевозки.

Таким образом, по мнению автора данной статьи, под транспортной логистикой необходимо понимать, что это система транспортировки грузов от производителя к потребителю, которая позволяет существенно сократить время доставки товаров, ускоряет процесс получения информации о доставке груза.

Научн. рук. Матвиенко-Беляева Г. Л.

Литература: 1. Логистика: управление в грузовых транспортно-логических системах : учебн. пособ. / под ред. Л. Б. Моротина. – М. : Юристъ, 2002. – 414 с. 2. Канке А. А. Логистика / А. А. Канке, И. П. Кошечкина. – М. : Форум ; ИНФРА-М, 2005. – 352 с. 3. Логистика : конспект лекций / под общ. ред. Л. А. Мишиной. – М. : ИД "Эскмо", 2008. – 255 с. 4. Пономарьова Ю. В. Логистика : навч. посібн. / Ю. В. Пономарьова. – 2-ге вид., переробл. та доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с. 5. Логистика : учебник / под ред. Б. А. Аникина. – 3-е изд., пераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 368 с. 6. Транспортная логистика : учебник для транспортных вузов / под общ. ред. Л. Б. Сиротина. – М. : Издательство "Экзамен", 2003. – 512 с. 7. Джонсон Дж. Современная логистика / Джеймс Джонсон, Дональд Ф. Вуд, Поль Р. Мерфи ; пер. с англ. – 7-е изд. – М. : ИД "Вильямс", 2002. – 624 с.

Шермазанова Н. А.

УДК 005.51:005.21

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

НЕОБХІДНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИТУАЦІЇ

Анотація. Розкрито сутність і значущість проведення стратегічного планування на підприємствах в умовах економічної нестабільності. Описано основні причини, які обумовлюють необхідність такого планування. Уміщено короткий опис етапів проведення стратегічного аналізу, а також перелік блоків, на які підрозділяється весь комплекс робіт зі стратегічного планування діяльності підприємства.

Анотация. Раскрыта сущность и значимость проведения стратегического планирования на предприятиях в условиях экономической нестабильности. Описаны основные причины, которые обуславливают необходимость такого планирования. Содержится краткое описание этапов проведения стратегического анализа, а также перечень блоков, на которые подразделяется весь комплекс работ по стратегическому планированию деятельности предприятия.

© Шермазанова Н. А., 2010

Annotation. The nature and significance of strategic planning at the enterprise in terms of economic instability is studied. The main reasons that necessitate such a plan are described. This article contains a short description of the stages of strategic analysis, and a list of blocks, which are divided into the whole complex of works on strategic planning activities of the enterprise.

Ключові слова: стратегічний менеджмент, підприємство, стратегія розвитку, стратегічне планування, стратегічна позиція організації, стратегічний аналіз, зовнішнє середовище, інтернаціоналізація бізнесу, кон'юнктура ринку, стратегічні альтернативи.

В умовах нестабільної економічної ситуації, що склалася в Україні, перед вітчизняними підприємствами постає проблема вибору пріоритетних напрямків діяльності. Підприємства, які змогли вирішити завдання виживання у конкурентному середовищі, одержали можливість для подальшого довгострокового розвитку та одночасно постали перед проблемою стратегічного планування своєї діяльності.

Довгострокова ефективна робота будь-якого підприємства, його економічне зростання визначаються правильним вибором стратегічних орієнтирів, що дозволяють щонайкраще реалізувати потенційний технічний, людський капітали та інші ресурси, саме тому в період економічної кризи для підприємств так важливо правильно визначити напрямки розвитку діяльності.

Стратегічний менеджмент виник на початку 60-х рр. ХХ ст. Його основоположниками були: Чандлер А. Д., Ендрюс К. Р., Ж. Бовер, Крістенс К. Р., І. Ансофф та ін. Подальший розвиток ідей стратегічного менеджменту викладений у працях М. Портера, Томпсона А. А., Стрікленда А. Дж., К. Омайє, П. Друкера, Б. Карлоффа, Г. Мінцберга, К. Боумена, В. Колпакова, Куденко Н. В., Васильченко В. А., Ткаченко Т. І., М. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоурі, Віханського О. С. та інших авторів [1].

Метою статті є розкриття сутності та необхідності проведення стратегічного планування в сучасних економічних умовах.

Підприємство без ясної й ефективної стратегії розвитку – це не бізнес, а набір активів, обтяжених зобов'язаннями. Для того щоб не тільки вижити, але й підсилити свої конкурентні позиції на ринку, необхідно займатися стратегічним плануванням на професійному рівні. Отже, стратегічне планування – це вироблення стратегії за допомогою комплексу формалізованих процедур, які спрямовані на побудову як моделі майбутнього компанії, так і програми переходу з поточного стану до цієї моделі.

В умовах жорстокої конкуренції загальна увага з боку бізнесу до розробки стратегії стрімко зростає. Основними причинами, що обумовлюють необхідність стратегічного планування на підприємствах, є:

- 1) інтернаціоналізація бізнесу, розвиток зв'язків з підприємствами, які використовують систему стратегічного планування, необхідність реакції на зміни умов функціонування підприємств;
- 2) необхідність підтримки (або створення нових) конкурентних переваг підприємства, посилення конкуренції в цілому;
- 3) потреба в об'єднанні різних напрямків діяльності підприємства в умовах розвитку процесів децентралізації та диверсифікації;
- 4) розвиток теорії та практики стратегічного планування, які допомагають перейти від методу "проб і помилок" до наукових методів передбачення й підготовки майбутнього та до майбутнього;
- 5) посилення інноваційних процесів, генерація та швидке освоєння підприємствами нових ідей;
- 6) необхідність впровадження високої культури управління, орієнтованої на запобігання опору змінам та стимулювання розвитку підприємства [1].

Весь комплекс робіт стратегічного планування діяльності компанії можна умовно розбити на такі блоки:

- аналіз інвестиційної привабливості галузі;
- розробка сценарного прогнозу розвитку галузі;
- прогноз зміни кон'юнктури попиту і пропозиції на внутрішніх та зовнішніх ринках; аналіз конкурентної позиції компанії в галузі;
- фінансова оцінка стратегічних альтернатив, формування образу майбутнього компанії, розробка стратегічних цілей та завдань і комплекс робіт з впровадження стратегії [2].

Слід зазначити, що для того щоб отримати уявлення про стратегічну позицію організації в зовнішньому середовищі і з'ясування тенденцій розвитку, необхідно провести стратегічний аналіз, що складається із шести етапів.

Перший етап – стратегічний аналіз, який припускає здійснення аналізу зовнішнього середовища, в якому функціонує організація, вивчення та оцінку ресурсів, якими вона володіє, для того, щоб зрозуміти й оцінити свої стратегічні можливості, що виступають у формі обмежень.

Другий етап полягає у виборі стратегії: порівняння перспектив фірми в різних видах діяльності, встановлення пріоритетів і розподіл ресурсів між ними, аналіз шляхів диверсифікованості виробництва. Фактично на цьому етапі й виконується стратегічне планування. Формування стратегії полягає у встановленні відповідності власних можливостей до умов зовнішнього середовища.

Третій етап. На даному етапі визначаються напрямки діяльності підприємства з метою досягнення цілей базової стратегії.

Четвертий етап. Після того як напрямки обрані, необхідно переходити до вибору методи, за допомогою яких організація буде впроваджувати визначені напрямки діяльності.



П'ятий етап – оцінка стратегічного вибору. Стратегічні альтернативи порівнюють для виявлення переваг кожної з них на основі таких критеріїв, як придатність, прийнятність та реалістичність.

Шостий етап полягає в постановці оперативних і стратегічних організаційних програм та бюджетів. Оперативні програми й бюджети орієнтують підрозділи підприємства в їхній повсякденній роботі, спрямованій на забезпечення поточної рентабельності, тоді як стратегічні закладають основи майбутньої рентабельності [1].

Таким чином, в остаточному підсумку формування стратегії підприємства повинне дати відповіді на три запитання: "Які напрямки господарської діяльності необхідно розвивати?", "Які існують потреби в капіталовкладеннях і наявних ресурсах?", "Яка можлива віддача за обраними напрямками?"

Функціонування та розвиток підприємства у сучасних умовах зумовлює необхідність використання основних положень стратегічного менеджменту і формулювання чіткої стратегії розвитку. Вибір визначальної стратегічної моделі розвитку підприємства має відбуватися з урахуванням стадії його життєвого циклу.

Отже, прискорення змін у навколишньому середовищі, поява нових запитів і зміна позиції споживача, зростання конкуренції за ресурси, інтернаціоналізація бізнесу, поява нових несподіваних можливостей для бізнесу, що відкриваються досягненнями науки й техніки, розвиток інформаційних мереж, широка доступність сучасних технологій, зміна ролі людських ресурсів, а також ряд інших причин обумовлюють зростання значення стратегічного управління, а також гостру необхідність стратегічного планування на підприємствах України.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. <http://www.management.com.ua/strategy/>. 2. Федулова Л. І. Особливості концепції стратегічного планування в сучасних умовах розвитку економіки / Л. І. Федулова, О. В. Захарова // Проблеми науки. – 2003. – №1. – С. 42–46. 3. Володькіна М. В. Стратегічний менеджмент : учебн. пособ. / М. В. Володькіна. – К. : Знання-Прес, 2002. – 149 с. 4. Василенко В. О. Стратегічне управління підприємством : навч. посібн. / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко ; за ред. Василенка В. О. – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2004 – 400 с. 5. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : навч. посібн. / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – 384 с.

Безугла К. О.

УДК 005.334.4

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ПОНЯТТЯ, СУТНІСТЬ ТА ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто підходи різних вчених до трактування поняття "банкрутство". Визначено причини виникнення банкрутства підприємства. Узагальнено класифікацію ситуації банкрутства підприємства залежно від причин виникнення кризового стану. Запропоновано кількісні способи мінімізації потенційної загрози банкрутства.

Анотация. Рассмотрены подходы разных ученых к определению понятия "банкротство". Определены причины возникновения банкротства предприятия. Обобщена классификация ситуации банкротства в зависимости от причин возникновения кризисного состояния. Предложены количественные способы минимизации потенциальной угрозы банкротства.

Annotation. The approaches of different scientist to the determination of notion "bankruptcy" is considered. The reasons of notion bankruptcy of enterprises are studied. The classification of bankruptcy depending on the reasons of crisis conditions arising is generalized. The quantitative ways of minimization of potential bankruptcy threat are offered.

Ключові слова: банкрутство, фінансова криза, ліквідність, платоспроможність, конкурентоспроможність.

До недавнього часу для більшості підприємств процеси банкрутства були маловідомі. Банкрутство з'явилося одночасно з виникненням банківської системи та торговельних відносин. Ризиковий характер підприємницької діяльності, невизначеність та непередбачуваність багатьох факторів зовнішнього середовища, а також політична й економічна нестабільність в Україні та підвищення рівня

© Безугла К. О., 2010

конкуренції значно актуалізували проблему виживання підприємства в існуючих умовах господарювання. Зміна умов господарювання від адміністративно-командних до ринкових об'єктивно супроводжується еволюцією як самого поняття "банкрутство", так і передумов його виникнення.

Метою статті є систематизування різноманітності визначень поняття "банкрутство" в єдине узагальнююче поняття.

Характерними ознаками фінансової кризи підприємства є скорочення попиту на його продукцію і, як наслідок, зниження обсягів виробництва; зростання заборгованості постачальникам, держбюджету та банкам; затримки з виплатою заробітної плати працівникам. Кількість таких підприємств в економіці України неухильно зростає. Банкрутство як елемент ринкових відносин стало реальністю української економіки. За останні роки в Україні помітна стійка тенденція до збільшення кількості фінансово неспроможних підприємств, динаміка якої наведена в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка показників банкрутства підприємств в Україні [1]

№	Показники	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.
1	Загальна кількість справ, вирішених (розглянутих) в арбітражних судах	60955	83237	125650	134937
2	Зростання, у % до попереднього року	100	136,5	151,0	107,4
3	Із них про банкрутство	3632	7082	9095	9539
4	Зростання, у % до попереднього року	100	195,0	128,4	104,9
5	Питома вага справ про банкрутство, у % (3:1)	5,9	8,5	7,2	7,1
6	Порушено справ провадження банкрутства	6552	9645	12281	12618
7	Зростання, у % до попереднього року	100	147,2	127,3	102,7
8	Винесено постанов арбітражним судом про визнання банкрутом	1691	4107	4525	6244
9	Зростання, у % до попереднього року	100	242,9	110,2	138,0
10	Кількість справ, закінчених із затвердженням ліквідаційного балансу	855	2320	2896	4345
11	Зростання, у % до попереднього року	100	271,3	124,8	150,0
12	Затверджено умов санації боржника, визнаного банкрутом	33	32	9	21
13	Зростання, у % до попереднього року	100	97,0	27,3	63,6
14	Залишок незакінчених справ про банкрутство на кінець звітної періоду	4138	6702	10909	13989
15	Зростання, у % до попереднього року	100	162,0	162,8	128,2
16	Питома вага винесених постанов про визнання банкрутом до порушення справ, %	25,8	42,6	36,8	49,5
17	Питома вага справ із затвердженням ліквідаційного балансу до числа справ, де боржники визнані банкрутами, %	50,6	56,5	64,0	69,6

Аналізуючи зростання кількості справ про банкрутство за період 2006 – 2009 років, можна сказати, що в середньому він складає майже 43 %, а динаміка зростання кількості підприємств, визнаних банкрутом – у середньому майже 64 %.

Існує багато трактувань поняття "банкрутство", які можна узагальнити двома аспектами – юридичним: банкрутство – це наявність кредиторів, які мають документовані майнові вимоги до боржника, та економічним: банкрутство – це неспроможність підприємства продовжувати свою діяльність у зв'язку зі збитковістю, дефіцитом обігових та грошових коштів для повного розрахунку за зобов'язаннями (табл. 2).

Таблиця 2

Аналіз теоретичних підходів до визначення поняття "банкрутство"

Визначення поняття "банкрутство"	Сучасні вчені-науковці
1	2
Банкрутство – неспроможність підприємства (організації) задовольнити вимоги кредиторів щодо оплати товарів, робіт, послуг, а також забезпечити обов'язкові платежі в бюджет і позабюджетні фонди	Покропивний С. Ф. [2]
Банкрутство – це один з ключових елементів ринкової економіки й інститут розвиненої системи громадянського та торговельного права, це механізм, який дає можливість уникнути катастрофи та вигідно розпорядитися засобами	В. Сторонній [3]
Банкрутство – нездатність боржника відновити свою платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів інакше як через застосування визначеної судом ліквідаційної процедури	Ч. 2. ст. 209 Господарського кодексу України [4]

1	2
<p>1. Банкрутство характеризує реалізацію катастрофічних ризиків підприємства у процесі його фінансової діяльності, унаслідок якої воно не може задовольнити у встановлений термін пред'явлені з боку кредиторів вимоги і виконати зобов'язання перед бюджетом.</p> <p>2. Банкрутство – природний процес конкурентної боротьби, у ході якої слабкі підприємства, що виготовляють продукцію, яка не має попиту, припиняють свою діяльність.</p>	Ю. Бригхем, Л. Гапенски [5]
<p>Банкрутство – визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше як через застосування ліквідаційної процедури</p>	Закон України "Про банкрутство" від 14.06.1992 р. [6]

Термін банкрутство в перекладі з італійської означає: *banco* — лава, *rotto* — зламаний. Така назва походить від звичаю перекидати чи ламати лаву, на якій сидів неплатоспроможний міняйла. З часом термін банкрут (банкрутство) залишився, але став означати фінансову залежність боржника, неспроможного виконати свої зобов'язання перед кредиторами.

Таким чином, з вищенаведеного переліку визначень поняття можна підкреслити, що "банкрутство" означає: 1) перерозподіл економічних ресурсів від невіддатних до ефективніших власників; 2) одну із форм реструктурування, реорганізації бізнесу з метою його оновлення; 3) неспроможність підприємства продовжувати свою діяльність; 4) кризове явище; 5) елемент ринкових відносин.

На підставі даних трактувань авторське визначення поняття "банкрутство" полягає в такому: банкрутство – це кризове явище господарської діяльності, що є невід'ємною частиною ринкових відносин, до якого призводить дисбаланс капіталу підприємства та неспроможність його розрахуватися за своїми зобов'язаннями.

На сьогоднішній день існує цілісна взаємодія факторів, які впливають на стабільність платоспроможності підприємства та можуть стати передумовами банкрутства. Банкрутство найчастіше є результатом спільного та одночасного впливу всіх факторів. Причини банкрутства підприємств можуть бути найрізноманітніші. Беручи загалом, їх можна поділити на дві групи: 1) зовнішні (політичні; соціально-економічні; науково-технічні; зовнішньоекономічні), які практично дуже важко (іноді неможливо) врахувати; 2) внутрішні (фінансові, організаційні, технологічні, виробничі), що безпосередньо залежать від форм, методів та організації роботи на самому підприємстві. Результатом одночасного впливу всіх чинників є настання банкрутства.

Процес переходу підприємства в кризове становище починається в момент виникнення кумулятивного зростання величини відхилення тих чи інших показників, які характеризують стан зовнішнього та внутрішнього середовищ функціонування підприємства, від довгострокових тенденцій динаміки цих показників [2].

З основних причин виходять цілком конкретні симптоми прямування до банкрутства від тотальної заборгованості до повної неплатоспроможності, найбільш характерними і з них можна виділити [5]: зменшення обсягів реалізації продукції; зниження прибутковості виробництва; втрата клієнтів; збільшення обсягу неліквідних обігових коштів; низький рівень використання виробничого потенціалу; збільшення витрат на виробництво та реалізацію продукції; зниження рівня продуктивності праці; зниження потоку грошових надходжень від виробничої і фінансової діяльності та зниження доходів; неможливість отримання додаткових фінансових ресурсів; нездатність погасити прострочені зобов'язання.

Практика показала, що підприємство має достатньо кількісних способів мінімізувати потенційну загрозу банкрутства. Проблеми ліквідності та платоспроможності можуть бути зведені до мінімуму за рахунок: відмови від збиткових підрозділів та виробничого обладнання; зниження дивідендних виплат; утримання від великих боргових зобов'язань; розподілу в часі та збільшення строків боргових зобов'язань.

Таким чином, на думку автора, питання про банкрутство підприємства є одним з головних питань не тільки ефективності управління підприємством, але подальшого існування підприємства в тих умовах, які можуть виникнути в результаті визнання факту банкрутства.

Передумови виникнення банкрутства численні, вони можуть бути як зовнішніми, які практично не підлягають впливу, так і внутрішні, які безпосередньо залежать від діяльності підприємства. Банкрутство найчастіше є результатом спільного та одночасного впливу всіх негативних факторів діяльності підприємства, які призводять до його фінансової кризи.

Наук. керівн. Матвієнко-Біляєва Г. Л.

Література: 1. Державний комітет статистики України. – Режим доступу : www.kmu.gov.ua. 2. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. С. Ф. Покропівного. – 2-ге вид., перераб. та доп. – К. : КНЕУ, 2001. – С. 506 – 550. 3. Сторонній В. З банкрутством щось не так, як мало бути... // Бухгалтерія. – 2001. – № 12 (427). – С. 8. 4. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 5. Бригхем Ю. Финансовый менеджмент. Полный курс в 2-х т. / Ю. Бригхем, Л. Гапенски. – СПб. : Экономическая школа, 1997. 6. Закон України "Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом" від 14.05.1992 р. № 2343-ХІІ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 7. Шаповал В. М. Економіка підприємства : Уведення в спеціальність : навч. посібн. / В. М. Шаповал, Р. Н. Аврамчук, О. В. Ткаченко. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – С. 24.

СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КАТЕГОРИИ "ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ" В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Рассмотрены основные подходы к определению категории "человеческий капитал". Представлена авторская позиция по данному вопросу, заключающаяся в рассмотрении категории "человеческий капитал" с позиций системного подхода. Определены состав и структура человеческого капитала.

Анотація. Розглянуто основні підходи до визначення категорії "людський капітал". Наведено авторську позицію з даного питання, що полягає в розгляді категорії "людський капітал" з позицій системного підходу. Визначено склад і структуру людського капіталу.

Annotation. The basic approaches to category definition "the human capital" is considered. The author's position on this point in question, consisting in category consideration "the human capital" from positions of the system approach is resulted. The structure of "human capital" is defined.

Ключевые слова: человеческий капитал, эффективность, предприятие, модель, категория, элементы, знания, навыки, развитие, ценность, заработная плата.

Понятие "человеческий капитал" приобретает в настоящее время большое значение не только для современных ученых, но и для отдельных предприятий. В большинстве компаний начинают уделять особое внимание накоплению человеческого капитала как самого ценного из всех видов капитала.

Целью данной статьи является рассмотрение основных подходов к определению категории "человеческий капитал". Приводится авторская позиция по данному вопросу, заключающаяся в рассмотрении категории человеческого капитал с позиций системного подхода. Определён состав и структура человеческого капитала.

Как утверждает В. Щетинин в своей статье [1] одним из самых перспективных направлений развития экономической науки в XXI в. является концепция человеческого капитала. Кроме того, по мнению одного из видных теоретиков человеческого капитала Л. Туроу: "Концепция человеческого капитала играет центральную роль в современном экономическом анализе".

Теория человеческого капитала позволяет с общих позиций изучать различные явления рыночных отношений, выявлять эффективность вложенных в человеческий фактор финансовых средств, позволяет оценить эффективность экономической деятельности любого предприятия и на сегодня является одним из важнейших показателей его успешности.

Одно из важных положений теории человеческого капитала заключается в том, что его увеличение находится среди главных причин экономического развития, потому что человеческий капитал составляет большую часть благосостояния общества.

В данной статье категория "человеческий капитал" будет рассмотрена с помощью трех моделей экономической категории.

Первая модель, модель "черного ящика", показывает сущность человеческого капитала, а именно значимость его для предприятия. В качестве входных параметров выступают образование, воспитание, здоровье, то есть та база, которая делает человека объектом воплощения капитала, а на выходе получаем определенную общественную полезность, то есть ту выгоду, которую приносит человеческий капитал предприятию. Она может быть выражена как в материальном показателе (определенный процент прибыли, рост различных финансовых показателей), так и в нематериальном (престиж предприятия, корпоративный дух, интеллектуальная собственность).

Вторая модель, модель состава, которая позволяет представить состав человеческого капитала, выделить главные его составные части, чтобы затем исследовать эту категорию с определенной степенью подробности.

Теоретики, изучающие человеческий капитал, по-разному определяют его состав: Ильинский И. В. выделяет следующие составляющие: капитал образования, капитал здоровья и капитал культуры. Добрынин А. И. понимает под человеческим капиталом имеющийся у человека запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, которые содействуют росту его производительности труда и влияют на рост доходов [2].



Человеческий капитал – как определяют его большинство западных экономистов – состоит из приобретенных знаний, навыков, мотиваций и энергии, которыми наделены человеческие существа и которые могут использоваться в течение определенного периода времени в целях производства товаров и услуг [3].

Рассмотрев различные точки зрения о составе человеческого капитала, можно выделить следующие элементы изучаемой категории, а именно: образование, профессиональную подготовку, здоровье, мотивацию, доход, общую культуру.

Третья модель, модель структуры человеческого капитала (рисунок), которая представляет собой описание каждого из элементов рассматриваемой категории и взаимосвязь между ними.

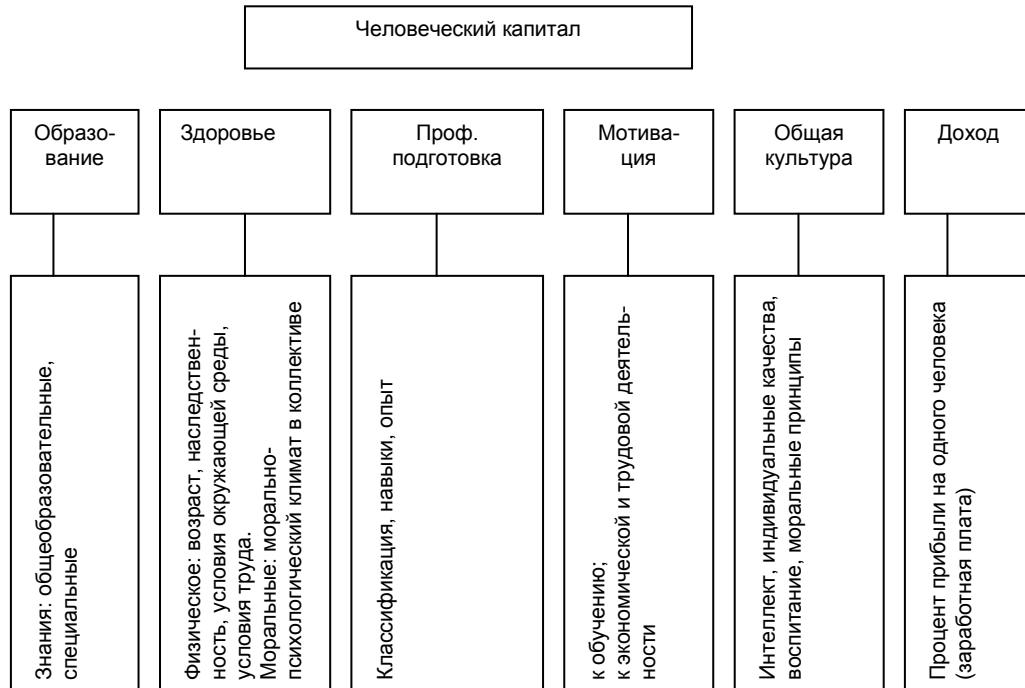


Рис. Модель структуры человеческого капитала

Образование включает в себя все те знания, которые человек получает на протяжении своей жизни, то есть общеобразовательные (школьное образование и общеобразовательные дисциплины в высших учебных заведениях) и специальные знания (спецпредметы, нацеленные на получение знаний в конкретной области).

Работоспособность человека в любой сфере экономики, на любой должности в значительной степени зависит от его здоровья. Элемент "здоровье" можно разделить на такие две составляющие, как моральное здоровье и физическое здоровье. Физическое – это все то, что человек получает при рождении и приобретает потом, влияющее на его физиологию, а именно: наследственность, возраст, условия окружающей среды и условия труда. Моральное здоровье обеспечивается морально-психологическим климатом в семье и в коллективе.

Профессиональная подготовка включает в себя квалификацию, навыки и опыт работы.

Мотивация может быть как к обучению, так и к экономической и трудовой деятельности.

Под доходом подразумевается определенный процент прибыли на одного человека или с одного человека, то есть результат использования человеческого капитала. В данном случае будет рассматриваться доход одного человека, то есть его заработная плата на предприятии.

Общая культура включает в себя все те индивидуальности, которыми отличается один человек от другого, а в частности, это интеллект, творческие способности, воспитание, которое формирует определенные моральные принципы, а так же все те человеческие качества, которые могут повлиять на деятельность предприятия: ответственность, коммуникативность, креативность и даже, как пишет Л. Туроу, "уважение к политической и социальной стабильности".

Все элементы человеческого капитала связаны между собой, например, повышая свое образование, человек увеличивает и капитал, и здоровье, и процент своего дохода и повышает общую культуру. Знания и навыки, которыми обладает работник и которые приобретены им благодаря образованию и профессиональной подготовке, включая сноровку, получаемую с опытом работы, составляют определенный запас капитала. Денежная ценность этого запаса капитала определяется ставками заработной платы, по которым человеческий капитал могут "арендовать" работодатели на рынке труда. Поиск работы и миграция увеличивают ценность человеческого капитала конкретных людей благодаря увеличению цены (ставок заработной платы, получаемой в единицу времени за использование знаний и навыков работника) [4].

Таким образом, по мнению автора статьи, человеческий капитал является главной ценностью современного общества, а также основополагающим фактором экономического роста как

страны в целом, так и отдельно взятого предприятия. И чтобы увеличить человеческий капитал, необходимо обращать внимание на каждую его составляющую.

Научн. рук. Матвиенко-Беляева Г. Л.

Литература: 1. Щетинин В. Человеческий капитал и неоднозначность его трактовки / В. Щетинин // Мировая экономика и междунар. отношения. – 2001. – № 12. – С. 42–49. 2. Добрынина А. И. Экономическая теория : учебник для вуза / А. И. Добрынина, Л. С. Тарасевича. – СПб. : Изд. СПбГУЭФ ; Питерком, 1999. – С. 366; 544. 3. Капелюшников Р. Современные западные концепции формирования рабочей силы / Р. Капелюшников. – М. : Наука, 1981. 4. Корицкий А. В. Введение в теорию человеческого капитала : учебн. пособ. / А. В. Корицкий. – Новосибирск : СибУПК, 2000. – 112 с.

УДК 005.21

Ляхова Л. П.

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

НЕОБХІДНІСТЬ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ЯК ЗАСОБУ ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Розкрито суть поняття результативності, а також актуальність її підвищення в сучасній кризовій ситуації в країні, її значущість для узгодженого функціонування підприємства і необхідність обліку всіх чинників, які впливають на неї. Позначено, що управління результативністю діяльності підприємства допоможе оцінити ступінь реалізації стратегії підприємства. Виявлено причини необхідності розробки стратегії підвищення результативності на підприємстві.

Аннотация. Раскрыты сущность понятия результативности, а также актуальность ее повышения в современной кризисной ситуации в стране, ее значимость для согласованного функционирования предприятия и необходимость учета всех влияющих на нее факторов. Обозначено, что управление результативностью деятельности предприятия поможет оценить степень реализации стратегии предприятия. Выявлены причины необходимости разработки стратегии повышения результативности на предприятии.

Annotation. The essence of concept effectiveness, and also actuality of its increase in a modern crisis situation in a country is studied, its meaningfulness for the concerted functioning of enterprise and necessity of account of all influences are suggested. It is marked that a management effectiveness of activity of enterprise will help to estimate the degree of realization of strategy of enterprise. Reasons of necessity of development of effectiveness increase strategy on an enterprise are exposed.

Ключові слова: ефективність діяльності підприємства, результативність діяльності підприємства, стратегія підприємства, фактори впливу на результативність, управління результативністю, необхідність розробки стратегії підвищення результативності.

Сучасна ситуація, яка охопила країну, погіршила стан діяльності багатьох підприємств, поставивши під загрозу їх існування. Отримання економічного ефекту та результату стало дедалі складніше, а отримання прибутку стало зовсім неможливим. Тому в сучасних умовах розвитку підприємства потрібно дедалі більше уваги приділяти необхідності розробки та реалізації стратегії підвищення результативності на підприємстві.

Метою дослідження є обґрунтування необхідності розробки стратегії підвищення результативності на підприємстві.

Провідні світові видання у сфері менеджменту та економіки до 70 – 80-х років минулого століття акцентували увагу на відсутності відмінностей між категоріями "ефективність" і "результативність". Але, починаючи з 80 – 90-х років ХХ ст., ситуація змінюється кардинальним чином, і в спеціалізованих наукових публікаціях багато вчених віддають перевагу використанню терміна "результативність" [1]. Термін "результативність" визначається як ступінь досягнення запланованих результатів, а "ефективність" – як відношення між досягнутими результатами і витраченими ресурсами. Результативність відноситься до досягнення цілей організації, тобто вона по суті "телеологічна" і відображає ступінь реалізації будь-якої стратегії, а ефективність відноситься до оцінки використання ресурсів компанії у ході реалізації стратегії. Ця точка зору не суперечить висловом загально визнаного фахівця Пітера Друкера, який також указував на відмінність цих термінів: "re-



зультативність" означає "робити правильні речі", а "ефективність" – "робити речі правильно". І те, й інше однаково важливо. Але П. Друкер ніби говорить нам, щоб ми спочатку визначилися з вибором стратегії, з цільовою спрямованістю нашої діяльності, вказали всім правильний орієнтир, а потім постаралися досягти поставлених цілей мінімальними можливими засобами. Спочатку – правильна стратегія, а потім – економічне виробництво [2].

Необхідність регулювання результативності діяльності підприємства визначається її значною роллю у розвитку підприємства і гармонійному забезпеченні інтересів його власників, персоналу та держави [3].

На рівні підприємства модифікованою формою єдиного критерію результативності його діяльності може бути максимізація прибутку за умови економічно обґрунтованої побудови систем цін на продукцію, що виробляється, та оплати праці залежно від кінцевих результатів виробництва [4]. Узагальнюючим показником результативності підприємства також є показник витрат на одиницю товарної продукції, що характеризує рівень поточних витрат на виробництво і збут продукції [3].

Результативність підприємства залежить від чинників, які впливають на неї і які потрібно враховувати для отримання позитивних результатів діяльності. Безпосередній вплив на результативність справляють загальноекономічні галузеві фактори та внутрішні фактори підприємства [4].

Управління результативністю діяльності підприємства з урахуванням чинників впливу дозволить оцінити ступінь реалізації стратегії підприємства, зіставивши результативність і ефективність діяльності [5; 6]. Дані про результативність діяльності подані у формі систем показників чинників і результатів, а також цільових критеріїв, що дозволять ухвалити рішення про використання тих чи інших економічних методів у рамках організаційних форм з метою подальшого поліпшення результативності діяльності. Це сприятиме розвитку підприємства в напрямі поставлених стратегічних цілей, підвищенню ефективності і результативності його діяльності, підвищенню якості продукції, задоволеності його клієнтів [7]. Прогнозування рівня результативності діяльності підприємства полягає в розробленні системи регулювання результативності діяльності підприємства на наступні роки [8; 9].

Для підвищення рівня результативності підприємства потрібна розробка стратегії, яка б забезпечила отримання позитивних результатів роботи підприємства та покращила б його фінансово-господарську діяльність.

Автором були виділені такі причини необхідності розробки стратегії підвищення результативності на підприємстві:

1) розробка стратегії дозволить оцінити ефективність використання економічного потенціалу підприємства, який включає фінансовий, кадровий, технічний, виробничий потенціали;

2) після розробки стратегії очікується покращення таких показників оцінки результативності підприємства, як підвищення обсягів випуску продукції, підвищення продуктивності праці, збільшення обсягу експорту продукції, збільшення чисельності постачальників сировини, укладання нових договорів тощо, і, як наслідок, покращення конкурентного становища на ринку;

3) розробка стратегії підвищення результативності на підприємстві дозволить покращити фінансово-господарську діяльність підприємства;

4) за допомогою розробки стратегії підвищення результативності покращиться рівень науково-технічного забезпечення підприємства, що відкриває нові перспективи його розвитку;

5) стратегія підвищення рівня результативності діяльності підприємства поєднує у собі прогнозування рівня результативності діяльності підприємства та його використання, поточне планування рівня результативності діяльності підприємства та його використання, а також оперативне планування рівня результативності, що створює основу подальшого її планування.

Таким чином, покращення господарсько-фінансової діяльності є першочерговим практичним завданням для кожного підприємства. Тому досягнення кращого рівня функціонування підприємства в сучасних умовах кризи потребує впровадження стратегії як засобу підвищення результативності підприємства.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Кокинз Г. Управление результативностью: Как преодолеть разрыв между объявленной стратегией и реальными процессами / Г. Кокинз. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 315 с. 2. Фальцман В. К. Оценка инвестиционных проектов и предприятий / В. К. Фальцман. – 2-е изд. – М. : ТЕИС, 2001. 3. Виханский О. С. Стратегическое управление : учебник / О. С. Виханский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Гардарики, 2003. – 296 с. 4. Гусева Т. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебн. пособ. / Т. А. Гусева. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2005. – 130 с. 5. Механизм управления предприятием: стратегический аспект / В. С. Пономаренко, Е. Н. Ястремская, В. М. Луцковский и др. – Харьков : Изд. ХГЭУ, 2002. – 252 с. 6. Пономаренко В. С. Стратегічне управління підприємством / В. С. Пономаренко. – Харків : Основа, 1999. – 620 с. 7. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент : учебник для студ. высш. учебн. завед. / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ЗАО "Бизнес-школа", 1998. – 416 с. 8. Маркетинг – это устройство для роста // Эксперт. – 2003. – № 42. – С. 32–36. 9. Быстро скачем // Эксперт. – 2004. – № 1. – С. 30–38.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Обосновано возрастающее значение интеллектуального капитала предприятия как фактора повышения эффективности его деятельности и обеспечения устойчивой конкурентоспособности на рынке. Предложена система управления интеллектуальным капиталом предприятия, основанная на общенаучных функциях и принципах управления, которые рассматриваются с учетом особенностей нематериальных активов предприятия.

Анотація. Обґрунтовано зростаюче значення інтелектуального капіталу підприємства як фактора підвищення ефективності його діяльності і забезпечення стійкої конкурентоспроможності на ринку. Запропоновано систему управління інтелектуальним капіталом підприємства, засновану на загальнонаукових функціях та принципах управління, які розглядаються з урахуванням особливостей нематеріальних активів підприємства.

Annotation. The increasing value of intellectual capital of enterprise as a factor of increase of its activity efficiency and providing of steady competitiveness at the market is grounded. Intellectual capital management system of enterprise, based on scientific management functions and principles, which are examined taking into account the features of intangible assets of enterprise, is offered.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал предприятия, человеческий капитал, организационный капитал, клиентский капитал, функции управления, нематериальные активы.

На современном этапе развития экономики интеллектуальные ресурсы предприятия становятся источником его долгосрочного роста и определяющим фактором конкурентоспособности на рынке. Интеллектуальный капитал организации способствует повышению эффективности использования всего комплекса ресурсов предприятия: материальных, трудовых, финансовых.

Наблюдаемые изменения, происходящие как в функционировании самого предприятия, так и его внешней среды, обуславливают необходимость внедрения на предприятии эффективной системы управления интеллектуальным капиталом. В научной литературе уделено значительное внимание управлению маркетинговой, производственной, финансовой деятельностью предприятия, однако управление интеллектуальными ресурсами организации рассмотрено лишь вскользь. Все это и объясняет актуальность изучения теоретических аспектов управления интеллектуальным капиталом, которые смогут быть применены в практической деятельности современного предприятия.

Целью данной работы является рассмотрение системы управления интеллектуальными ресурсами знаниебазированного предприятия.

Проблеме интеллектуального капитала посвящены работы таких отечественных и зарубежных авторов, как А. Брукинг, Свейби К.-Э., Л. Эдвинссон, Б. Мильнер, Е. Селезнев, В. Багов, Д. Клевжиц и др.

Ключевым активом современных предприятий, обеспечивающим их интенсивное развитие и сохранение конкурентоспособности в условиях быстроменяющейся внешней среды и высокой инновационности экономики, являются знания персонала предприятия, как личные, так и формализованные в виде объектов интеллектуальной собственности либо воплощенные в общедоступной форме базы данных предприятия, его программного обеспечения. На знаниях и интеллектуальных активах основано большинство функциональных видов деятельности предприятия: производство, маркетинг, финансовая деятельность, бухгалтерский учет и другие, что дает возможность говорить о формировании нового типа предприятия, базированного на знаниях. Знания и интеллектуальный потенциал сотрудников являются основным фактором достижения социально-экономической эффективности деятельности предприятия, в то время как другие факторы производства приобретают второстепенную роль в процессе функционирования компании [1]. Применение интеллектуальных ресурсов в производственном процессе, маркетинговой деятельности позволяет предприятию достигать конкурентных преимуществ на рынке путем предложения потребителям инновационной продукции высокого качества, соответствующей наилучшим образом потребительским предпочтениям и вкусам.

Формирование стратегии знаниебазированного предприятия основывается на функциях управления, которые включают аккумулирование интеллектуального капитала, выявление и распространение имеющейся информации и опыта, создание предпосылок для передачи и усвоения знаний [1].



В данной статье рассмотрена система управления интеллектуальным капиталом предприятия как совокупность субъекта и объекта управления, взаимодействующих для достижения поставленной цели.

Субъектом управления интеллектуальным капиталом, как и любым другим объектом управления, являются специалисты предприятия, имеющие достаточные должностные полномочия, а также обладающие необходимыми компетенциями.

Объектом управления выступает непосредственно интеллектуальный капитал предприятия, а также его структурные компоненты: человеческий, организационный и клиентский капиталы.

Взаимодействие объекта и субъекта в процессе управления интеллектуальным капиталом осуществляется посредством реализации управленческим персоналом основных функций управления относительно составляющих интеллектуального капитала.

Управление интеллектуальным капиталом компании основано на основополагающих принципах управления, таких, как принцип целенаправленности, системности, иерархичности, экономичности. В то же время при управлении интеллектуальными активами предприятия следует учитывать их нематериальную природу и связанные с этим особенности интеллектуального капитала как фактора производства.

Следует также отметить, что на систему управления интеллектуальным капиталом оказывают влияние факторы внешней и внутренней среды предприятия, такие, как правовая защита интеллектуальной собственности, уровень социально-экономического благополучия населения, психологический климат в коллективе, техническая оснащенность предприятия и др.

На рисунке схематично изображена предложенная система управления интеллектуальным капиталом.

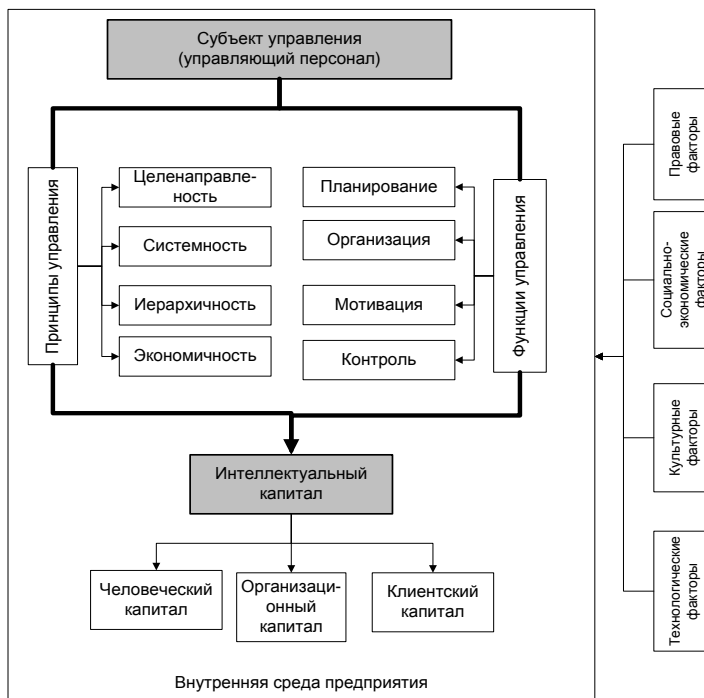


Рис. Система управления интеллектуальным капиталом предприятия

Сущность основных функций управления интеллектуальным капиталом рассмотрена в таблице.

Таблица

Характеристика основных функций управления интеллектуальным капиталом (ИК) предприятия

Функция управления 1	Характеристика 2
1. Планирование	<p>Определение целей организации относительно ключевых показателей ИК, например:</p> <ul style="list-style-type: none"> увеличение доли нематериальных активов в сумме активов предприятия; увеличение доли затрат на обучение персонала в совокупных расходах предприятия; повышение уровня квалификации сотрудников; увеличение степени автоматизации бизнес-процессов; повышение качества программного обеспечения; повышение узнаваемости торговой марки потребителями и др. <p>Планирование краткосрочных заданий конкретным работникам в рамках детализации целей</p>

1	2
2. Организация	Выбор и внедрение организационной структуры, наилучшим образом способствующей аккумуляции, обмену, применению знаний в компании, реализации интеллектуального потенциала сотрудников, формализации их знаний в виде документации, электронных баз данных и т. д. Формирование межфункциональных и внутрикорпоративных команд, способствующих обмену знаниями между сотрудниками. Распределение функциональных обязанностей и рамок контроля в управлении интеллектуальным капиталом между HR-отделом, отделом информационных технологий, службой маркетинга. Внедрение новой штатной единицы (структурного подразделения) – менеджера знаний (отдела знаний). Обеспечение координации между работой отделов, связанных с управлением ИК
3. Мотивация	Мотивирование сотрудников на достижение поставленных целей организации, производство и обмен новыми знаниями, достижение высоких результатов в сфере научных разработок, повышение эффективности маркетинговых коммуникаций, работы с клиентами
4. Контроль	Сопоставление фактической и плановой величины показателей формирования и использования ИК. Контроль за повышением квалификации персонала как посредством программ, предоставленных самим предприятием (семинары, тренинги), так и в процессе самообучения. Анализ квалификационной структуры персонала и сопоставление ее с плановой структурой. Анализ эффективности затрат на приобретение программного обеспечения, формирование и ведение электронных баз данных. Контроль неэкономических маркетинговых показателей, таких, как имидж, репутация компании, узнаваемость торговой марки, приверженность потребителей продукции предприятия. Оценка уровня достигнутой поставленных на этапе планирования целей, их корректировка

Приведенные общенаучные функции управления рассмотрены в статье применительно к управлению интеллектуальным капиталом с учетом особенностей нематериальных ресурсов компании.

Процесс управления интеллектуальным капиталом осложняет отсутствие единой системы показателей и методов количественного измерения величины некоторых составляющих интеллектуального капитала, значительная роль субъективного фактора в оценке некоторых показателей [2].

Таким образом, знаниебазирующаяся экономика требует от субъектов хозяйствования внедрения эффективной системы управления интеллектуальными ресурсами как основным фактором сохранения конкурентных позиций предприятия на рынке. Процесс управления организацией должен быть адаптирован к современным рыночным тенденциям с целью аккумуляции интеллектуального капитала, создания предпосылок для передачи и усвоения знаний, а также их использования для достижения социально-экономической эффективности деятельности предприятия.

Научн. рук. Плохая Е. Б.

Литература: 1. Мильнер Б. Управление интеллектуальными ресурсами // Вопросы экономики. – 2008. – № 7. – С. 129 – 140. Спиридонова Е. Анализ современных моделей управления интеллектуальным капиталом и максимизация стоимости предприятия / Е. Спиридонова // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2008. – Сер. 5. – Вып. 3. – С. 122 – 130. 3. Гавкалова Н. Л. Формування та використання інтелектуального капіталу / Н. Л. Гавкалова, Н. С. Маркова. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2006. – 252 с.

УДК 330.322.1:631.11

Сатиренко А. А.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ АПК

Анотація. Досліджено особливості інвестування підприємств АПК. Визначено взаємозв'язок між сучасною інвестиційною ситуацією в Україні та скороченням бюджетних капіталовкладень і об'ємів накопичення. На основі узагальнення літературних джерел виділено та узагальнено характерні особливості інвестування підприємств АПК в умовах нестабільної економічної ситуації.

Аннотация. Исследованы особенности инвестирования предприятий АПК. Определена взаимосвязь между современной инвестиционной ситуацией в Украине и сокращением бюджетных капиталовложений и объемов накопления. На основе обобщения литературных источников выделены и обобщены характерные особенности инвестирования предприятий АПК в условиях нестабильной экономической ситуации.

© Сатиренко А. А., 2010



Annotation. The features of investment of the enterprises agroindustrial complex are investigated. The interrelation between a modern investment situation in Ukraine and reduction of budgetary capital investments and volumes of accumulation are suggested. On the basis of generalization literary sources are selected and characteristic features of investing of enterprises agroindustrial complex in the conditions of unstable economic situation are generalized.

Ключові слова: інвестиції, агропромисловий комплекс, особливості інвестування, фінансування, підвищення ефективності, інвестиційний проект.

На сучасному етапі соціальне благополуччя населення і стабільність у суспільстві прямо залежать від стану справ в економіці, яка у процесі переходу до цивілізованих ринкових відносин супроводжується появою якісно нових потреб у прискореному вирішенні проблеми фінансування підприємств з різною організаційно-правовою формою власності та новими реформаційними перетвореннями.

Розвиток АПК, як й інших галузей народного господарства, потребує інвестицій. Конкурен-тоспроможність української продукції на продовольчих ринках, особливо в умовах приєднання України до СОТ, може бути забезпечена за умови якісного переоснащення підприємств галузі, що потребує значних інвестиційних ресурсів. Інноваційний розвиток АПК також пов'язаний зі значними видатками на НДДКР, фінансування яких у нинішніх умовах перебуває в Україні на низькому рівні [1]. Одним із джерел формування ресурсів розвитку АПК є інвестиції. Низький рівень розвитку інвестування в сектор АПК обумовлює актуальність дослідження цього питання.

Нинішня інвестиційна ситуація в Україні розвивається в умовах скорочення обсягів накопичення, суттєвого спаду його частки у ВВП, скорочення бюджетних капіталовкладень, слабкої інвестиційної мотивації підприємницької діяльності. Тому для залучення в галузь АПК відповідного обсягу інвестицій необхідне сприятливе інвестиційне середовище – як внутрішнє, так і зовнішнє [2].

Дослідженню питань розвитку інвестиційного процесу в АПК присвячено праці О. Родіонова [1], Г. Климик [2], О. Прядко [3], А. Мустафаєва [4], М. Щурик [5], С. Колотухи [6] та інших, проте інвестування підприємств АПК не повною мірою отримало розвиток у наукових дослідженнях. Визначення передумов розвитку інвестування та узагальнення особливостей інвестування підприємств АПК є важливим з погляду на подальші дослідження інвестиційних процесів в АПК.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування особливостей інвестування підприємств АПК.

Автором на основі узагальнення літературних джерел [1 – 6] були виділені такі характерні особливості інвестування підприємств АПК в умовах нестабільної економічної ситуації:

1) з погляду фундаментального аналізу інвестиційної привабливості АПК України, як і раніше, залишається дуже цікавим для зовнішніх інвесторів — на високу якість земельних ресурсів України глобальна фінансова криза не могла вплинути за визначенням. Проте переоцінка ризиків, пов'язаних з інвестуванням в АПК України, все ж таки відбулася і, на жаль, у гірший бік [3];

2) низький рівень розвитку інвестування в аграрному секторі пояснюється відсутністю науково обґрунтованих методик та механізмів залучення фінансових інвестицій підприємствами. Фактично система фінансово-інвестиційних відносин в аграрній галузі деформувалася. Наразі на інвестиційному секторі фінансового ринку представлені переважно банківські структури, що залучають інвестиції, завдяки яким надалі кредитуються підприємства АПК [1];

3) основним результатом впливу світової кризи на АПК України стало різке зменшення здатності підприємств АПК привертати фінансування в необхідних розмірах. Мова йде як про власний капітал, так і про боргове фінансування. Якщо сьогодні навіть компанії, що відповідають усім критеріям інвестиційної привабливості (рентабельність, масштаб, хороша команда менеджменту тощо), не можуть повністю забезпечити фінансування свого розвитку, що вже й казати про невеликі фермерські господарства [3];

4) держава повинна регулюючи впливати на інвестиційну діяльність підприємства АПК шляхом проведення кредитної політики з розумною податковою політикою на основі диференціації суб'єктів й об'єктів оподаткування, податкових ставок і пільг [2];

5) історичний досвід показує, що найбільш успішно функціонують ті агропромислові формування, які діють у рамках відносно замкнутого циклу: "виробництво – переробка – реалізація" продукції, що дозволяє покращити фінансово-господарські показники діяльності підприємства [4]. Саме тому інвестиції в АПК необхідно спрямовувати на розробку, впровадження та підтримку цього циклу;

6) щоб зменшити кризові тенденції та забезпечити розвиток аграрних формувань, необхідно створювати сприятливі умови для інвестиційної діяльності в модернізацію підприємств. Стимули вкладання капіталу в сільськогосподарські підприємства не такі потужні, тому впровадження акціонерного механізму дозволить переорієнтуватися на розвиток укрупненого високотехнологічного товарного виробництва зерна, цукрових буряків, соняшнику, підвищити продуктивність тваринництва [5];

7) подальше зростання асигнувань у сферу агропромислових досліджень сприятиме підвищенню значення інформаційних технологій, координації міжгалузевих зв'язків, інтеграції наукової і виробничої діяльності із загальнонаціональними та глобальними тенденціями в науково-технічному і економічному розвитку держави [5];

8) непряму державну підтримку інвестиційної діяльності в АПК слід надавати шляхом: пільгового оподаткування інвестиційно-інноваційної діяльності; вдосконалення амортизаційної політики в напрямі широкого застосування гнучких методів нарахування амортизації з метою інтенсивного оновлення основного капіталу; впровадження механізму державної кредитної підтримки довгострокових інвестиційних проектів в аграрній сфері [6];

9) необхідно відмітити, що сільськогосподарське виробництво до цього часу залишається галуззю з найвищим ступенем інвестиційного ризику в державі.

Після проведення узагальнення характерних особливостей інвестування підприємств АПК в умовах нестабільної економічної ситуації необхідно наголосити, що у підприємств АПК, які враховують наведені особливості, показники ефективності більш високі, ніж у інших підприємств.

Нестабільність економіки обумовлює необхідність для кожного суб'єкта господарювання в галузі сільського господарства постійно шукати шляхи підвищення ефективності своєї діяльності, прогнозувати та планувати розвиток підприємства відповідно до потреб ринкової економіки. Ефективний розвиток сільськогосподарського виробництва в Україні неможливий без ефективного розвитку інвестиційного процесу, вдосконалення законодавчої бази. В умовах погіршення матеріальної бази аграрних підприємств, високих трудових та матеріальних витрат, недосконалості виробничих зв'язків проблема інвестування сільськогосподарського виробництва набуває особливого значення. Саме тому в подальших дослідженнях автор планує зосередити свою увагу на процесі розвитку інвестування АПК, а саме розглянути особливості розробки й оцінки інвестиційних проектів на підприємствах агропромислового комплексу.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Родіонов О. В. Передумови розвитку фінансового інвестування в АПК [Електронний ресурс]. / О. В. Родіонов. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/>. 2. Климик Г. В. Стратегічні аспекти інвестування розвитку АПК [Електронний ресурс] / Г. В. Климик. – Режим доступу : <http://www.intkonf.org/>. 3. Прядко О. Світова фінансова криза і її загроза для інвестицій в АПК України [Електронний ресурс] / О. Прядко. – Режим доступу : <http://www.agrokraina.net/>. 4. Мустафаєв А. Организационно-управленческие параметры инвестиционной деятельности предприятий АПК / А. Мустафаєв // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 1. – С. 80 – 85. 5. Щурик М. В. Інвестування сільського господарства : інвестиційні пріоритети на напрямки / М. В. Щурик // Статистика України. – 2006. – № 4. – С. 51 – 55. 6. Колотуха С. Проблеми інвестиційного забезпечення сільськогосподарського виробництва / С. Колотуха // Банківська справа. – 2006. – № 1. – С. 46 – 54.

УДК 657.421.3

Гордєєва К. А.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ ЯК ДЖЕРЕЛО КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто нематеріальні активи як джерело конкурентних переваг підприємства. Запропоновано практичні напрямки використання нематеріальних активів шляхом їх ідентифікації, оцінки та управління. Визначено переваги використання нематеріальних активів. У короткостроковій перспективі нематеріальні активи розглянуто як джерела додаткового прибутку, а зі стратегічного погляду – як конкурентна перевага підприємства.

Аннотация. Рассмотрены нематериальные активы как источник конкурентных преимуществ предприятия. Предложены практические направления использования нематериальных активов с помощью их идентификации, оценки и управления. Определены преимущества использования нематериальных активов. В краткосрочной перспективе нематериальные активы рассмотрены как источник дополнительной прибыли, а в стратегическом аспекте – как конкурентное преимущество.

Annotation. The nonmaterial assets are considered as the source of the enterprise's competitive advantages. There are suggested the practical directions of using nonmaterial assets with the help of there identification, estimation and controlling. The advantages of using nonmaterial assets are divided into several directions. In a short-term perspective nonmaterial assets are considered as the source of additional profit and from strategical point of view – as the enterprise's competitive advantage.

Ключові поняття: нематеріальний актив, конкурентна перевага, правовий захист.

Століття тому конкурентна боротьба точилася за допомогою сили. З розвитком суспільства все більший вплив на результат конкурентної боротьби почали чинити інтелектуальні чинники. Саме тому для розвиненого суспільства інтелектуальні ресурси мають велику цінність.

© Гордєєва К. А., 2010



Це підтверджується напрямком розвитку економіки найбільш розвинених країн світу. Так, за даними компанії Interbrand, у 1970 р. матеріальні активи компаній, такі, як фабрики, заводи, родовища, транспортні системи тощо, забезпечували до 70 % їх вартості. У 2000 р. їх роль скоротилась до 30 %, і дана тенденція зберігається в сучасній практиці. Ситуація, коли ринкова вартість компанії набагато перевищує фактичну вартість її матеріальних активів, на сьогоднішній день стала загальноприйнятною. Вартість матеріальних активів таких компаній, як "Microsoft", "General Electric", "Wall-Mart", "Cisco" – це лише мала частина їх загальної ринкової вартості. Нематеріальні активи (НМА) часто недооцінюються менеджментом українських компаній через відсутність ефективного механізму їх ідентифікацій, оцінки та управління.

Дослідженню даної проблеми присвячено багато праць таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як: Харченко Т. Б., Шкарду В. Д.н, Чулик Г. Р., І. Коломієць, Д. Аакер, П. Дойль, Келлер К. Л., Скотт М. Девіс, Дон Е. Шульц.

Ефективність застосування НМА як джерела конкурентних переваг породжує актуальність теми даної статті та обґрунтовує доцільність реєстрації, оцінки та залучення НМА до обігу українських компаній.

Метою даної статті є дослідження можливостей використання НМА українськими компаніями як конкурентної переваги в умовах жорсткої конкуренції.

Для досягнення зазначеної мети треба дослідити практичні переваги, які дає використання НМА, враховуючи сучасні умови діяльності українських компаній.

Традиційним джерелом конкурентних переваг українських компаній були їх фінансові та матеріальні ресурси. Відкритість економіки України, вступ до СОТ викликають усе більшу конкуренцію з боку потужних іноземних компаній і вимагають використання НМА як джерела конкурентних переваг.

Залучення, розвиток і збільшення частки НМА у вартості компанії має декілька значних переваг. По-перше, їх використання приносить значно більший економічний ефект, ніж використання матеріальних активів; по-друге, нематеріальні активи самі по собі мають високу вартість і можуть бути об'єктом купівлі-продажу; по-третє, зареєстровані нематеріальні активи підприємства – це конкурентна перевага вищого ступеня, яку неможливо скопіювати конкурентам у короткостроковій перспективі з невеликими витратами; по-четверте, нематеріальні активи збільшують ринкову вартість компанії; по-п'яте, залучення до обігу нематеріальних активів сприяє оптимізації оподаткування.

Узагальнення напрямків використання НМА дозволяє виділити декілька можливостей створення конкурентних переваг за допомогою НМА. Це:

1) збільшення капіталізації підприємства за рахунок реєстрації, оцінки та залучення до обороту НМА компанії. Це одне з найбільш важливих завдань, яка стоїть перед менеджментом компанії, оскільки призводить до зростання вартості самої компанії. Отже, таким чином зростає оцінка інвесторами результатів діяльності керівництва компанії, зростає кредитоспроможність;

2) ліцензування та франчайзинг. Компанія може отримувати роялті за дозвіл дочірнім фірмам та третім особам користуватися її торговою маркою чи іншими НМА;

3) забезпечення безпеки бізнесу шляхом неприпустимості встановлення прав на НМА третіх осіб та судового обмеження прав на використання НМА на підприємстві. Якщо ви не зареєстрували свої права на НМА, то це може зробити хтось інший та пред'явити вам претензію у зв'язку з незаконним використанням об'єкта. У цьому випадку платити доведеться чи добровільно, чи з примусу суду. В іншому випадку, можливо навіть зупинення діяльності підприємства у зв'язку з незаконним використанням НМА;

4) оптимізація оподаткування підприємства, використовуючи можливості законодавства. Можливо виокремити три напрямки:

по-перше, облік і амортизація НМА відобразиться на базі оподаткування підприємства й призведе до негайного зменшення розміру податків;

по-друге, можлива реєстрація НМА на власника підприємства чи менеджмент компанії. У цьому випадку власник отримує інструмент контролю за підприємством і додатковий прибуток. Паралельно платежі роялті, які відносяться до витрат підприємства, призведуть до зниження бази оподаткування;

по-третє, можлива реєстрація НМА на нерезидентну компанію. У цьому випадку роялті будуть виводитися за межі України і при умові правильного вибору місця реєстрації компанії – власника НМА, не будуть оподатковуватися. Роялті, сплачений на нерезидентну компанію, відноситься до витрат підприємства і знижує базу оподаткування, цим зменшуючи податок на прибуток [1].

При оптимізації оподаткування чистий прибуток при незмінних витратах збільшується. Тому з'являється додаткова можливість для розвитку підприємства, що є суттєвою конкурентною перевагою.

НМА є інструментом виробництва кращих товарів, ніж у конкурентів, за допомогою виняткової технології, бренда чи репутації компанії. При цьому споживач готовий платити більшу ціну за цей товар. Інший спосіб розраховувати на стабільний прибуток – це виробляти товар при витратах нижчих, ніж у конкурентів, використовуючи ефект масштабу чи виняткову прогресивну технологію.

При цьому слід урахувувати, що якщо нова технологія, яка дозволяє знизити собівартість виробництва продукції, є у вільному продажі, то таке здешевлення виробництва доступне усім конкурентам, тому ніяк не вплине на прибутковість у галузі. Однак якщо для залучення нової технології потрібні крупні інвестиції, вона робить оптимальними витрати для більш високого, ніж раніше, обсягу виробництва і передбачає збільшення мінімального ефективного масштабу діяльності. У цьому випадку поява нової технології породжує концентрацію у галузі [2, с. 83].

Ступінь надійності конкурентної переваги, яка досягається за допомогою НМА, залежить від ступеня правового захисту НМА. Причиною недооцінки значення НМА у конкурентній боротьбі в



Україні є недотримання прав інтелектуальної власності. Але пріоритети зовнішньої політики нашої держави та необхідність створення сприятливого інвестиційного клімату зумовлюють необхідність удосконалення законодавства у цій сфері.

Зокрема, у 2008 році було внесено зміни до законів України "Про охорону прав на зазначення походження товарів" та "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг", спрямовані на приведення чинного законодавства у відповідність до норм Угоди ТРІПС. Також з метою адаптації законодавства України у сфері інтелектуальної власності до законодавства ЄС діє Закон "Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу" [3].

Автором цієї статті було досліджено напрямки використання НМА у підприємстві відповідно до законодавчої бази України. Уперше на цій основі було узагальнено конкурентні переваги, які дає використання НМА у конкурентній боротьбі. Ідентифікація, оцінка та управління НМА дозволяють створити конкурентні переваги шляхом збільшення прибутковості діяльності підприємства. Звісно, визначені лише загальні можливості використання НМА, і їх детальному розгляду будуть присвячені подальші дослідження.

Наук. керівн. Плоха О. Б.

Література: 1. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>. 2. Харилло Карлос Х. Стратегічна логіка: Логічна основа розв'язання стратегічних проблем бізнесу / Карлос Х. Харилло ; пер. з англ. за наук. ред. О. Б. Максимової. – Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2005. – 304 с. 3. Річний звіт Державного департаменту інтелектуальної власності 2008 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.sdip.gov.ua. 4. П(С)БО 8 "Нематеріальні активи" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO8.aspx>. 5. Скоробогатых И. И. Сравнительный анализ существующих методик оценки стоимости торговой марки / И. И. Скоробогатых, Д. А. Чиняева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4. – С. 24–8. 6. www.interbrand.com.

УДК [330.341.1::330.322](477)

Іванова Т. О.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто проблему, пов'язану з процесом формування в Україні механізму інноваційно-інвестиційного розвитку, та доведено необхідність створення подібної моделі в державі. Крім того, виділено основні фактори, що впливають на здійснення інвестицій в інноваційну діяльність, і запропоновано заходи, спрямовані на підтримку процесу модернізації української економіки на засадах інноваційного розвитку.

Аннотация. Рассмотрена проблема, связанная с процессом формирования в Украине механизма инновационно-инвестиционного развития, а также обоснована необходимость создания подобной модели в стране. Кроме того, выделены основные факторы, оказывающие влияние на осуществление инвестиций в инновационную деятельность, и предложены мероприятия, направленные на поддержку процесса разработки инвестиционного механизма, соответствующего условиям рыночной экономики.

Annotation. The problem connected with the process of formation of the innovative-investment development mechanism in Ukraine is studied. Also the necessity of similar model for our country is proved. Besides, the major factors influencing on the realisation of investments into innovative activity are allocated and a list of actions directed to support the creation of the investment mechanism, corresponding to market economy conditions is offered.

Ключові слова: інноваційно-інвестиційна діяльність, українська економіка, інвестиційний процес, інноваційні технології, державна підтримка.

Одним з ключових факторів стабілізації економічної ситуації в Україні є формування механізму інноваційно-інвестиційного розвитку. Тому особливої актуальності набуває розробка заходів, спрямованих на формування інноваційно-інвестиційної моделі розвитку України та створення дієвого фінансово-економічного механізму її підтримки.



Вивченню цього питання присвятили свої роботи А. Бахтинова, В. Бердихін [1], І. Бурденко [2], О. Воробйова [3], Г. Верещагіна [4], М. Циганкова, О. Циганов, Л. Мельник [5], А. Дубров, В. Пономаренко, О. Ястремська, В. Гриньова та ін.

Метою роботи є визначення тенденцій розвитку інноваційно-інвестиційного процесу в Україні та виявлення факторів, що впливають на запровадження державою інноваційної моделі розвитку.

Наразі очевидно є необхідність запровадження в Україні інноваційної моделі економічного розвитку, оскільки практика більшості розвинутих держав доводить, що саме інноваційні зрушення на сучасному етапі здатні не тільки забезпечити високі показники економічного зростання, але й вирішити певні екологічні, соціальні проблеми та забезпечити конкурентоспроможність національної економіки [2].

Інноваційний тип розвитку визначає економічний стан країни та її роль у світовому господарстві. Під інноваційним розвитком економіки розуміють процес її структурного вдосконалення, що досягається за рахунок практичного використання наукових знань, техніки, досвіду для збільшення обсягів виробництва, підвищення якості суспільного продукту, зміцнення конкурентоспроможності країни та прискорення науково-технічного прогресу в суспільстві [1].

Однак в Україні практично не створені умови для ефективного здійснення інноваційної діяльності. На шляху масового впровадження інновацій постають перешкоди фінансового, політичного, правового та організаційного характеру. Процеси ж створення нових інноваційних структур, які здатні цілком реалізовувати комерційні проекти, мають стихійний характер.

У країні ще не склався дієвий механізм інвестування масштабних інноваційних змін. Державні науково-технічні програми часто не забезпечують бажаних результатів. Адже міністерства та відомства, обтяжені необхідністю підтримки традиційних виробництв, не мають достатніх коштів для інноваційної трансформації своїх галузей. Недержавні комерційні структури ще не можуть здійснювати довгострокові проекти, які б забезпечували базові технологічні зміни. Іноземні ж інвестиції здебільшого спрямовані на підтримку виробництв, які мають короткострокову експортну перспективу [5].

Стан інноваційної діяльності в Україні більшістю експертів-науковців визначається як незадовільний і такий, що не відповідає сучасному рівню інноваційних процесів у промислово розвинених країнах. Постійне скорочення реальних обсягів фінансування науково-технічного комплексу не дає можливості для переходу до інноваційної моделі розвитку. Реформування науково-технічного комплексу здійснюється непослідовно, без урахування загальновідомих чинників функціонування й розвитку науково-технічного потенціалу: активної підтримки, формування попиту на наукові досягнення з боку реального сектору економіки.

Таким чином, проблема інвестиційного забезпечення є однією з найбільш складних для України. Її вирішення в умовах дефіциту власних фінансових ресурсів неможливе без залучення іноземних капіталовкладень.

Реальна економічна ситуація в Україні також значно ускладнює інвестиційну діяльність. Наявний обсяг вкладень не забезпечує передумов економічного зростання і навіть повноцінного відтворення наявного стану. Тому, перш за все, необхідно розробити такий інвестиційний механізм, що відповідатиме вимогам ринкової економіки, раціонально поєднуватиме форми приватного і державного інвестування та в майбутньому забезпечить оптимізацію взаємозв'язків різних суб'єктів інвестиційної діяльності [3].

Серед пріоритетів слід зазначити, перш за все, вдосконалення інвестиційної стратегії держави, посилення державної підтримки інноваційної діяльності, вдосконалення політики інтеграції науки та виробництва, формування ефективного внутрішнього ринку високих технологій, розвиток фінансової системи, визначення основних напрямків інноваційно-інвестиційного розвитку в регіонах тощо [2].

Таким чином, формування активної інноваційної політики держави повинно стати першочерговим завданням. Активізація використання інноваційних чинників приведе до створення конкурентоспроможної української економіки, для чого необхідне проведення інноваційної політики, спрямованої на розвиток науково-технічного потенціалу країни та формування українського бізнесу, зацікавленого у використанні нововведень.

Модернізація української економіки на засадах інноваційного розвитку має забезпечуватися комплексним застосуванням усіх доступних важелів економічної політики і запобіганням конфлікту між їхніми впливами та між вирішенням стратегічних і поточних завдань [2].

Проаналізувавши ситуацію, що склалася, можна виділити такі заходи, спрямовані на вирішення проблеми запровадження в Україні інноваційної моделі економічного розвитку:

1. Проведення державою активної інноваційної політики.
2. Удосконалення процесу інтеграції науки та виробництва.
3. Залучення іноземних капіталовкладень.
4. Формування ефективного внутрішнього ринку високих технологій.

Упровадження інновацій є однією з важливих передумов для ефективного функціонування та швидкого розвитку економіки України. Адже вони дають можливість для створення нових підприємств і додаткових робочих місць, забезпечують вихід на ринок якісно нових або вдосконалених видів продукції та послуг. Це безперечно приносить користь як споживачам та виробникам, так і інвесторам та державі в цілому. Тому розробка державних програм підтримки інноваційно-інвестиційної діяльності та пошук надійних джерел фінансування є одним з найактуальніших завдань на сучасному етапі розвитку держави.

Наук. керієн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Міжнародні інвестиції / В. М. Бердихін та ін. – Харків : ХНАДУ, 2008. – 268 с. 2. Фінансово-економічні механізми інноваційно-інвестиційного розвитку України / І. М. Бурденко та ін. – К. : НАУ, 2008. – 251 с. 3. Воробьева Е. И. Инвестиционно-инновационная деятельность на национальном и региональном

уровнях / Е. Н. Воробьева. – Симферополь : Таврия, 2007. – 235 с. 4. Верещагина Г. В. Конкурентна інноваційна поведінка промислових підприємств як основний чинник визначення стратегічних напрямів їх розвитку / Г. В. Верещагина // Економіка розвитку. – 2006. – № 3 (39). – С. 79–82. 5. Організаційно-економічний механізм розвитку регіону : трансформаційні процесії та їх інституційне забезпечення : монографія / за ред. д. е. н., проф. Л. Ф. Мельник. – Тернопіль : Економічна думка, 2003. – 608 с.

УДК 005.343:339.56

Пуляєва М. Г.

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

УМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. Досліджено умови забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств на європейському ринку в умовах глобалізації економіки. Розглянуто і проаналізовано роботи вітчизняних та зарубіжних учених, які безпосередньо відносяться до тематики проблеми, що вивчається. Запропоновано узагальнений перелік умов, реалізація яких дозволить вітчизняним підприємствам забезпечити конкурентоспроможне функціонування на досліджуваному ринку.

Аннотация. Исследованы условия обеспечения конкурентоспособности украинских предприятий на европейском рынке в условиях глобализации экономики. Рассмотрены и проанализированы работы отечественных и зарубежных ученых, которые непосредственно относятся к тематике изучаемой проблемы. Предложен обобщенный перечень условий, реализация которых позволит отечественным предприятиям обеспечить конкурентоспособное функционирование на исследуемом рынке.

Annotation. The conditions for ensuring the competitiveness of Ukrainian enterprises in the European market in terms of economic globalization are studied. The work of domestic and foreign scientists who are directly related to the studied problem are analyzed. As the result, it is proposed a generalized list of conditions, implementation of which will allow domestic enterprises to provide a competitive operation in the test market.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, глобалізація економіки, конкурентні переваги, вітчизняна економіка, витрати виробництва, інтеграція, комплексний підхід, система управління розвитком, система управління якістю.

Діяльність кожного підприємства в умовах конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності. Якісне управління конкурентоспроможністю визначається здатністю формування конкурентних позицій у мінливому середовищі й утримання їх потенціалу.

Питання здобуття сталих конкурентних переваг набуло виняткової актуальності після вступу України до ВТО (Всесвітня торговельна організація), що призвело до посилення конкуренції між національними і зарубіжними виробниками та визначення стратегічної спрямованості держави на інтеграцію у Європейський Союз.

Головна проблема полягає в незадоволенні потреб споживачів якісними характеристиками товарів або послуг. Продукція поступається своїм конкурентам за багатьма характеристиками, при цьому має завищену ціну, що зумовлено великими витратами на виробництво. Українські підприємства мають застаріле обладнання, що не дозволяє створювати продукцію високої якості та знизити собівартість виробництва. Тому питання визначення умов здобуття конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на внутрішньому та європейському рівнях є дуже актуальним і потребує дослідження.

Метою статті є теоретичне обґрунтування необхідності визначення і дослідження умов забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств та їхньої продукції на європейському ринку в умовах інтеграції вітчизняної економіки.

Проблеми глобальної конкурентоспроможності висвітлені в роботах провідних зарубіжних учених: А. Сміта, Д. Рікардо, М. Портера, Дж. Сакса, М. Енрайта, Р. Каплінського, К. Фрімена, Ємельянова С. В., Півоварова С. Е., Пилипенко І. В., Фатхутдінова Р. А.; а також вітчизняних: Біло-



го П. Ю., Горбатова В. М., Пономаренко В. С., Рокочи В. В., Руденко Л. В., Савчука О. В., Сиваченко І. Ю., Якубовського С. О. та ін. [5].

Незначний відсоток вітчизняних підприємств у даний момент може на рівних конкурувати з європейськими підприємствами та випускати товари, що користуються попитом як на ринку нашої країни, так і на європейському. Для забезпечення збереження існуючих позицій вітчизняних підприємств на українському ринку та виходу на зовнішні кожене підприємство повинне вдосконалити свою продукцію і діяльність.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства зокрема і національної економіки в цілому є необхідною умовою для інтеграції країни в глобальну економіку. Вирішення цього питання потребує розробки комплексного підходу.

Автором на основі вивчення літератури узагальнено перелік головних умов, що дозволяють підприємствам забезпечити конкурентоспроможне функціонування (таблиця).

Таблиця

Умови здобуття конкурентоспроможності

Перелік умов	Зміст
1. Створення сприятливих умов зовнішнього середовища	Політична обстановка в державі і вплив держави на цінову політику, податкову, зовнішньоекономічну, фінансово-кредитну, науково-технічну й інноваційну політику, державне регулювання якості продукції, антимонопольне законодавство, систему заходів державної підтримки вітчизняного виробника, стан попиту і пропозиції на ринку та розвиток інфраструктури ринку, наявність конкурентів і стан конкуренції, розміщення виробничих сил та рівень концентрації виробництва, наявність сировинних ресурсів, загальний рівень техніки, технологій та інновацій у галузі
2. Перспективний стан внутрішніх факторів	Система і методи управління фірмою, рівень технологій процесу виробництва, системи довгострокового планування, орієнтація на маркетингову концепцію, наявність кваліфікованих трудових ресурсів, системи управління якістю на підприємстві, асортиментна політика, доступ до якісної сировини й оптимізація ефективності використання сировинних ресурсів, інноваційний характер виробництва [2]
3. Створення системи управління розвитком підприємства	Створення системи управління конкурентоспроможністю як однією з її складових. Необхідно створити умови розвитку стратегічного потенціалу підприємства й запобігання кризового впливу зовнішнього середовища. Система і методи управління підприємством і, звичайно, товар або послуга, яка виробляється на підприємстві, повинні відповідати міжнародному рівню
4. Упровадження інноваційної політики підприємства	Для підприємства важливо заздалегідь передбачати інноваційні можливості, комплексно управляти всім інноваційним циклом, що забезпечує його конкурентоспроможність і довгострокову ефективність
5. Створення системи управління якістю на підприємстві	Сьогодні, коли споживач може вибрати з величезної кількості пропонованих товарів і послуг, однією з найважливіших детермінант існування і розвитку підприємства на ринку є якість пропонованих ним виробів або послуг. Якщо ж підприємство прагне до завоювання міжнародного ринку, тоді його продукція повинна відповідати міжнародним стандартам якості і повинна мати сертифікат відповідності системи якості міжнародному стандарту
Спеціальні	Правильне розуміння переваг зарубіжних споживачів; знання правил і культури ведення бізнесу в окремо взятій країні; знання рівня конкурентоспроможності в галузі; внесення до свого продукту змін і модифікацій відповідно до смаків і традицій споживачів тієї країни, куди експортуватиметься товар; урахування особливостей каналів розподілу; правильний вибір способу проникнення на ринок; урахування культурних, соціальних, політичних, технологічних, екологічних і юридичних особливостей [3]

Таким чином, автором узагальнено перелік головних умов, що дозволяють підприємствам забезпечити конкурентоспроможне функціонування в умовах глибоких структурних змін міжнародного і національного ринку. Головне завдання підприємства полягає у знаходженні своєї ніші в тяжких умовах конкуренції. Для досягнення довготривалого успіху робота із забезпечення конкурентоспроможності підприємства має здійснюватися в усіх сферах та за всіма аспектами діяльності підприємства. Кожне підприємство повинне систематично досліджувати власні умови функціонування й розробляти особисту стратегію здобуття конкурентоспроможної позиції як на вітчизняному, так і на зарубіжних ринках.

Наук. керієн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Тищенко А. Н. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса : монография / [А. Н. Тищенко, Ю. Б. Иванов, Н. А. Кядин; Н.-и. центр индустриальных проблем развития НАН Украины. – Харьков : Изд. "ИНЖЭК", 2007. – 375 с. 2. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посібн. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навч. літератури, 2006. – 384 с. 3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котляр ; пер. с англ. под ред. Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2002. – 752 с. 4. Котельніков Д. І. Управління конкурентоспроможністю : навч. посібн. для студ. вищих навч. закл. / Д. І. Котельніков, С. М. Задорожна. – К. : ВД "Слово", 2004. – 168 с. 5. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент [Текст] / Р. А. Фатхутдинов ; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Р.Ф. – 5-е изд., испр. и доп. – М. : Дело, 2002. – 447 с. 6. www.proces.biz/MS/Book/index.html

ПРОБЛЕМЫ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Аннотация. Рассмотрены и предложены направления путей выхода из кризиса металлургических предприятий Украины.

Анотація. Розглянуто й запропоновано напрямки шляхів виходу із кризи металургійних підприємств України.

Annotation. The ways of exit from the crisis for Ukraine metallurgical enterprises are considered.

Ключевые слова: металлургия, кризис, убыток, технология, бюджет, перевооружение, рынок, цена, промышленность, льготы, субсидии, инвестиции, рост, прирост.

Мировой финансово-экономический кризис, охвативший практически все промышленно развитые страны в 2008 году, стал причиной резкого ухудшения работы предприятий горно-металлургического комплекса Украины. Металлургическая отрасль занимала лидирующие позиции как экспортообразующая отрасль экономики нашей страны и подверглась жесточайшему испытанию. Автором статьи были сформулированы основные проблемы предприятий ГМК, а именно: низкий технический уровень металлургического производства, подорожание энергоресурсов и сырья, а также постоянное увеличение железнодорожных тарифов на перевозку грузов, неблагоприятный инвестиционный климат и плохая осваиваемость иностранных инвестиций с целью и улучшения качества, и уменьшения затрат на производство. Данными проблемами занимался Б. Данилишин, А. Агеева, В. Гаськова, М. Грачева, М. Якубовский.

Цель статьи – выделить и обобщить основные проблемы предприятий ГМК и сформулировать направление их решения в условиях кризиса.

Рассмотрим более подробно каждую из выделенных проблем.

1. Проблемы технического перевооружения являются одними из приоритетных в данной области отечественной промышленности. Эта проблема уже неоднократно поднималась в Верховной Раде Украины, на различных межрегиональных конференциях и форумах. В связи с продолжающимся финансово-экономическим кризисом множество государственных и региональных программ технического и технологического перевооружения были свернуты. Это привело к падению конкурентоспособности, а следовательно, и спроса на украинскую сталь на мировом рынке. В результате чего многие из предприятий ГМК получили громадные убытки и до сих пор не могут оправиться от случившегося, а государственный, а следовательно, и местные бюджеты, это привело к дефициту [1; 2]. Основная причина этого заключается в том, что работать на застаревших технологиях производства стали (на газу) обходится дороже, чем на современных технологиях. В странах Европейского Союза стоимость производства стали в 2,2 раза ниже, чем у нас, в Китае – в 4 раза. Ведь, как известно, цена за топливо закладывается в цену продукции, а это приводит к удорожанию продукции на мировом рынке. За последние пять лет в различные проекты модернизации, реконструкции и технического перевооружения украинские металлургические предприятия вложили 18 млрд грн. За 2005 г. было потрачено 5,05 млрд грн, за 2006 г. – 6,37 млрд грн. А этого явно недостаточно для продолжения процесса технического перевооружения и внедрения инновационных технологий на предприятиях горно-металлургического комплекса [3].

2. Повышение цены на энергоресурсы и сырье является одной из ключевых составляющих увеличения себестоимости продукции предприятий металлургии в Украине, следствием этого является повышение цены отечественной продукции на мировом рынке. А это, в свою очередь, приводит к падению спроса отечественного металла на мировом рынке из-за высокой цены, в то время как цена конкурентов украинской промышленности остается низкой. Следствием этого является уступительная позиция украинских металлургов зарубежным коллегам, а это приводит к заскладированию предприятий металлургической промышленности и падению конкурентоспособности украинского металла на мировом рынке.

3. Многие предприятия отечественной металлургии субсидированы государством, а это влечет за собой помимо налоговых льгот, еще и отсутствие стимула предприятий внедрять инновационные технологии, которые, в свою очередь, уменьшили себестоимость продукции и увеличили производительность труда. В нынешней ситуации, когда государственный бюджет переживает финансовый дефицит, металлургические предприятия, которые являются одними из приоритетных



источников пополнения государственного бюджета, не перечисляют средства для покрытия финансового дефицита, а это, в свою очередь, может привести к невыплате социальных обязательств государства.

4. Украинские предприятия находятся на четвертом месте по притоку иностранных инвестиций, поскольку потенциал этих предприятий столь громаден, что ни у кого не вызывает сомнений то, что это одна из основ экономической независимости нашего государства [4]. Но после начала финансово-экономического кризиса инвестиционный климат резко ухудшился по сравнению с докризисными показателями, а это останавливает рост и прирост производства на предприятиях. Не все инвестиции используются для внедрения действительно новых технологий и оборудования. Например, на некоторых заводах и комбинатах до половины бюджетов капитального финансирования тратится на ремонты действующих мощностей. Следствием этого является падение производства металла при работе устаревшего оборудования [5].

Исследуя данные проблемы, автор сделал попытку сформулировать основные направления выхода предприятиями ГМК.

Вот основные из них:

1. Внедрение инновационных технологий на предприятии под контролем государства может снизить затраты на производство продукции, а следствием этого будет являться снижение себестоимости продукции и падение цены на мировом рынке, а это приведет к увеличению конкурентоспособности отечественных металлургических предприятий и качества продукции.

2. Переориентировать предприятия на внутренний рынок, что позволит, в свою очередь, удовлетворить отечественных потребителей стали (коммунальные предприятия) и снизить риски недополучения прибылей на международном рынке металла.

3. Снизить цены на мировом рынке. Это приведет к повышению спроса на отечественный металл.

4. Вести гибкую финансово-кредитную политику по отношению к предприятиям горно-металлургического комплекса.

5. Улучшить инвестиционный климат путём предоставлением льгот инвесторам и внедрения более благоприятных условий для ведения инвестиционной деятельности.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что для улучшения работы предприятий ГМК необходимо в корне изменить государственный подход к их управлению, поскольку они являются одним из базовых составляющих отечественной промышленности и экономики.

Научн. рук. Ипполитова И. Я.

Литература: 1. Якубовський М. Науково-інноваційне забезпечення модернізації української промисловості // Економіка України. – 2009. – № 10. – С. 5–7. 2. <http://metallurgy.at.ua/>. 3. <http://www.fedmet.org/>. 4. www.ugmk.info. 5. <http://www.uametall.info/>.

Червина А. С.

УДК 005.21:005.591.6

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ В НЕСТАБИЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Анотация. Рассмотрен процесс формирования инновационной стратегии, выделены основные факторы, влияющие на ее эффективность функционирования. Приведены особенности инновационных стратегий в условиях кризиса. Доказана необходимость применения инновационной стратегии в нестабильных условиях внешней среды на предприятиях.

Анотація. Розглянуто процес формування інноваційної стратегії, виділено основні фактори, що впливають на її ефективність функціонування. Наведено особливості інноваційних стратегій в умовах кризи. Доведено необхідність застосування інноваційної стратегії в нестабільних умовах зовнішнього середовища на підприємствах.

© Червина А. С., 2010

Annotation. The process of formation of innovation strategy is described, highlights the main factors affecting its effective functioning are highlighted. The particular innovative strategies in crisis are given. The necessity for innovative strategies in the volatile external environment at enterprises is proved.

Ключевые слова: инновации, кризис, инновационная стратегия, стратегический план, миссия, стратегические цели, конкуренция, внешняя среда, потенциал, рыночная ниша.

В условиях нестабильной внешней среды, которая сейчас сложилась в Украине, огромное значение в процессе функционирования предприятий играет эффективное управление, предполагающее принятие мер по применению инновационных механизмов для регулирования деятельности предприятий в предкризисный период или период кризиса. Предприятие может оказаться в кризисе, если не сумеет предвидеть изменяющиеся обстоятельства и отреагировать на них вовремя [1]. При этом инновационная деятельность является ведущим фактором, способствующим формированию и усилению конкурентных позиций предприятий на выбранных рынках. Центральной проблемой управления инновациями становится выбор инновационной стратегии предприятия. Поэтому если управленцы предприятия формируют его цели, то этот процесс происходит неразрывно с разработкой стратегии их достижения. Необходимо использовать инновационную стратегию как составляющую часть общей стратегии развития производственного процесса на предприятии. Главная цель данной стратегии – определить конкурентов и единолично занять рыночную нишу, где конкуренция отсутствует или очень мала. Поэтому от разработки эффективной инновационной стратегии зависит результативность внедрения новшеств.

Данные вопросы рассматриваются в работах многих отечественных и зарубежных авторов, таких, как: Гринев В. Ф. [2], Гринева В. Н. [3], Бутыркин А. Я. [4], Ильенкова С. Д. [5], Фатхутдинов Р. А. [6], Манойленко О. М. [7], Новакивский И. И. [8]. Тем не менее ряд вопросов этой сложной проблемы нуждается в дальнейшем теоретическом и практическом обосновании. В научных исследованиях по управлению инновациями вопрос разработки инновационной стратегии требует дальнейшего исследования.

Целью данной статьи является теоретическое обоснование особенностей формирования инновационной стратегии в условиях кризиса.

Формирование эффективной инновационной стратегии – сложная творческая работа, требующая понимания ее особенностей и методов.

Стратегическое планирование преследует две основные цели: эффективное распределение и использование, адаптация к внешней среде. Особое влияние на процесс разработки оказывает воздействие внешней среды в условиях ее нестабильности [1]. В условиях кризиса стратегия не может быть долгосрочной и носит адаптивный характер. Особое внимание при разработке стратегического плана необходимо уделить таким стратегическим уязвимостям:

- технологическая (ограниченность технологической базы);
 - продуктово-рыночная (узкая специализация производственных линий, ориентация продукции на небольшое число рынков);
 - финансовая (недостаточная гибкость финансовой структуры, отсутствие финансовых резервов, неопределенность в отношении краткосрочных и долгосрочных перспектив получения доходов);
 - управленческая (отсутствие гарантии обеспечения эффективной реализации стратегии со стороны высшего руководства предприятия);
 - производственная (недостаток производственных мощностей для осуществления стратегии) [4].
- В числе главных особенностей инновационной стратегии в условиях кризиса можно отметить:
- 1) обновление и совершенствование техники и технологии;
 - 2) комплексный характер стратегии;
 - 3) совершенствование форм и методов организации производства;
 - 4) детальный анализ факторов риска и оценка степени их влияния [9].

Таким образом, учет отмеченных особенностей инновационной стратегии предприятия позволит повысить эффективность ее разработки.

На основе исследованных литературных источников [5; 6; 8; 9] процесс формирования стратегии можно отобразить в виде таблицы.

Таблица

Процесс разработки инновационной стратегии

Этап разработки стратегии	Направления деятельности
1	2
1. Выбор стратегических целей и миссии	Совершенствование выпускаемых продуктов, а также применяемых технологий; создание и освоение новых видов продуктов и технологических процессов; повышение уровня технико-технологической, научно-исследовательской и опытно-конструкторской базы; возрастание эффективного использования трудовых ресурсов, подготовка и переподготовка кадров; обеспечение экологической безопасности инноваций
2. Стратегический анализ	Анализ внешней среды (изучение и прогноз потребностей в инновациях); анализ внутренней среды (анализ материальной базы и кадрового потенциала инновационной деятельности); анализ конкурентоспособности предприятия (анализ конкурентоспособности существующей продукции и прогнозирование конкурентных преимуществ инновационных продуктов); составление SWOT- анализа

1	2
3. Формирование инновационной стратегии	Разработка, анализ и оценка альтернатив инновационной деятельности (моделирование и прогнозные расчеты); выбор стратегии и формирование научно-технологического потенциала для ее реализации
4. Оценка стратегии инновационной деятельности	Соответствие данной стратегии состоянию и требованиям субъектов окружения (степень учета факторов динамики рынка и жизненного цикла продукта, выявление новых конкурентных преимуществ от реализации стратегии и т. д.); соответствие стратегии потенциалу и возможностям предприятия; оценка оправданности риска, заложенного в стратегии (последствия для предприятия в случае провала стратегии, реалистичность предпосылок, находящихся в основе выбора стратегии); определение эффективности стратегии

Таким образом, в статье обоснован методический подход к формированию стратегии инновационной деятельности, который предусматривает разработку альтернатив и выбор стратегии с учетом факторов внешней и внутренней среды. В дальнейших исследованиях автор планирует сосредоточить свое внимание на разработке инновационной стратегии для судоремонтного предприятия в условиях нестабильности внешней среды.

Научн. рук. Ипполитова И. Я.

Литература: 1. Маркова Ю. В. Фактори впливу на виробничо-інноваційну стратегію машинобудівних підприємств / Маркова Ю. В. // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 12. – С. 128 – 135. 2. Гринев В. Ф. Инновационный менеджмент : учебн. пособ. / В. Ф. Гринев. – К. : МАУП, 2000. – 148 с. 3. Гриньова В. М. Соціально-економічні проблеми інноваційного розвитку підприємств : монографія / В. М. Гриньова, О. В. Козирева. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2006. – 192 с. 4. Бутыркин А. Я. Учет факторов риска при разработке стратегии промышленного предприятия / А. Я. Бутыркин // Управление риском. – 2005. – № 1. – С. 59–63. 5. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / С. Д. Ильенкова, Л. М. Гохберг, С. Ю. Ягудин и др. ; под ред. С. Д. Ильенковой. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 327 с. 6. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / Р. А. Фатхурдинов. – 5-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 448 с. 7. Манойленко О. Теоретичні передумови формування концепції антикризового розвитку корпорації в умовах невизначеності / О. Манойленко // Підприємництво, господарство і право. – 2007. – № 8. 8. Новаківський І. І. Формування стратегії інноваційного менеджменту підприємства в умовах становлення інформаційного суспільства / І. І. Новаківський // Вісник національного університету "Львівська політехніка". – 2007. – № 82. – С. 210. 9. Инновационный менеджмент : справочное пособие / под ред. П. Н. Завлина, А. К. Казанцева, Л. Э. Миндели. – 2-е изд. перераб. и доп. – М. : ЦИСН, 1998. – 568 с. 10. Афанасьев М. В. Стратегія підприємства : навч.-метод. посібник / М. В. Афанасьєв, Г. О. Селезньова. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2007. – 272 с.

Бондарчук Л. О.

УДК 005.21:005.591

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Узагальнено сутність поняття "інноваційна стратегія розвитку" на основі розгляду та систематизації таких понять, як "стратегія", "інноваційна стратегія" та "стратегія розвитку", що дозволяє розробити інноваційну стратегію розвитку підприємства з урахуванням усіх особливостей.

Аннотация. Обобщена сущность понятия "инновационная стратегия развития" на основании рассмотрения и систематизации таких понятий, как "стратегия", "инновационная стратегия" и "стратегия развития", что позволяет разработать инновационную стратегию развития предприятия с учетом всех особенностей.

© Бондарчук Л. О., 2010

Annotation. The concept "innovative strategy of development" is generalized on the basis of consideration and systematization of such concepts as "strategy", "innovative strategy" and "strategy of development", that allows to develop innovative strategy of development of enterprise taking into account all features.

Ключові слова: інновації, розвиток, стратегія, стратегія розвитку, інноваційна стратегія, інноваційний процес, інноваційна стратегія розвитку, конкурентоспроможність.

Розвиток національної економіки тісно пов'язаний з господарською діяльністю конкурентоспроможних та технологічно розвинутих підприємств, існування яких засноване на постійному використанні інновацій.

Аналіз сучасної економічної практики свідчить, що високих результатів підприємства можуть досягати лише за систематичного і цілеспрямованого новаторства, націленого на пошук можливостей, які відкриває середовище господарювання щодо виготовлення й упровадження нових видів товарів, нових виробничих і транспортних засобів, освоєння нових ринків і форм організації виробництва. Це передбачає особливий, новаторський, стиль господарювання, в основу якого покладено орієнтацію на нововведення, систематичну і цілеспрямовану інноваційну діяльність [1, с. 5].

Для впровадження певного нововведення в життя необхідний план, комплекс заходів, модель довгострокових дій, спрямованих на досягнення поставленої мети.

У цих умовах важливим завданням є розгляд сутності та особливостей інноваційних стратегій розвитку підприємства. Правильне розуміння поняття інноваційної стратегії розвитку дозволяє зрозуміти подальший розвиток усього підприємства. Правильно розроблена інноваційна стратегія розвитку підприємства дає можливість піднятися на новий рівень розвитку, займати лідируючі позиції на ринку та забезпечити свою конкурентоспроможність.

Слід зазначити, що більшість наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених (Пономаренко В. С., Тидід О. М., Кизим М. О. [2], Кузьмін О. Є. [1], П'ятницька Г. Т. [3], Козловський В. О. [4], Афанасьєв М. В., Селезньова Г. О., Федулова Л. І. [5], М. Портер [6]) присвячено різним аспектам інноваційного менеджменту. Разом з тим ряд питань ще лишається вивченим недостатньо. Так, потребує узагальнення визначення поняття "інноваційна стратегія розвитку" на рівні підприємства на основі розгляду таких понять, як "стратегія розвитку" та "інноваційна стратегія".

Лише детальне вивчення цих понять дає можливість розробити адекватну, конкурентоспроможну інноваційну стратегію розвитку, що є передумовою успіху підприємства та благополуччя економіки країни в цілому.

Метою дослідження є узагальнення суті поняття "інноваційна стратегія розвитку" на основі розгляду таких понять, як "стратегія", "інноваційна стратегія" та "стратегія розвитку".

Розвиток будь-якого підприємства неможливий без вироблення ним стратегічних напрямків своєї діяльності, які ґрунтуються на нововведеннях, тобто мають інноваційний характер.

Ожегов С. І. під розвитком розуміє "процес закономірної зміни, переходу з одного стану в інший, більш досконалий, перехід від старого якісного стану до нового, від простого до складного, від вищого до нижчого" [2, с. 61].

Коротков Є. М. розглядає розвиток як "сукупність змін, що ведуть до появи нової якості і зміцнення життєвої системи, її здатність чинити опір руйнівним силам зовнішнього середовища" [2, с. 62].

Як узагальнення можна сказати, що розвиток – це перехід від одного якісного стану до іншого.

У науковій літературі можна зустріти дуже багато трактувань поняття "стратегія".

Кузьмін О. Є. розглядає стратегію як довгострокову модель розвитку організації (або, ще кажуть, напрямку дій), яка приймається для досягнення її стратегічних цілей [1, с. 123].

Люкшинов А. І. під стратегією розуміє "набір правил для прийняття рішень, якими організація керується у своїй діяльності" [7, с. 45].

На думку А. Чандлера, стратегія – визначення основних дострокових цілей і завдань підприємства, ухвалення курсу дій і розподілу ресурсів, необхідних для досягнення поставленої мети" [5, с. 117].

А. М. Долгоруков вважає, що "стратегія – це набір принципів та ініціатив вищого керівництва, який дозволяє досягти мети з найменшими втратами або змінити мету" [8].

Стратегія підприємства – це генеральна комплексна програма дій, яка визначає пріоритети, його місію, головні цілі і розподіл ресурсів для їх досягнення. Вона формулює цілі та основні шляхи їх досягнення таким чином, що підприємство має спільний напрямок розвитку [8].

Стратегія розвитку підприємства базується на використанні науково-технічних досягнень у сфері організації, техніки і технології, ця стратегія націлена на спроможність підприємства застосовувати комплексні інновації.

Стратегія розвитку підприємства дозволяє забезпечувати його науково-технічній політиці стійкість, з одного боку, при збереженні головних стратегічних напрямків з досягнення поставлених цілей інноваційного розвитку, а з іншого – при визначенні гнучкості і спроможності змінювати напрямки розвитку відповідно до умов зовнішнього середовища, що постійно змінюється [8].



Таким чином, на основі вказаних визначень під стратегічним розвитком можна розуміти модель довгострокових дій підприємства, яку необхідно реалізувати для досягнення поставлених цілей.

Інноваційну стратегію підприємства треба розглядати як опору для всього кола питань і проблем, які має вирішувати товаровиробник.

Інноваційна стратегія – це цілеспрямована діяльність щодо визначення важливих напрямків вибору пріоритетів перспективного інноваційного розвитку підприємства і вироблення комплексу заходів, що потрібні для їхнього втілення [3, с. 24].

Саме завдяки інноваційній стратегії інновації впроваджуються в життя, тим самим продовжуючи життя всього підприємства. Інноваційна стратегія є складовою частиною загальної стратегії розвитку організації поряд з іншими стратегіями. Часто розробка інноваційної стратегії здійснюється одночасно з розробкою загальної стратегії розвитку [1, с. 130].

Інноваційна стратегія – довгострокові, розраховані на перспективу дії на ринку, що передбачають формування інноваційних переваг підприємства над іншими учасниками ринку. Ефективна інноваційна стратегія розвитку підприємства передбачає оцінювання всіх форм інноваційної діяльності підприємства, що мають прояв у нововведеннях різного типу.

Як узагальнення цих понять можна сказати, що інноваційна стратегія розвитку підприємства – це визначений напрямок дій, націлений на пошук рішень, спрямованих на розробку та впровадження ефективних інновацій, які сприяють зміцненню позиції підприємства на ринку, підвищенню його конкурентоспроможності.

Стратегія інноваційного розвитку підприємства повинна максимально відповідати специфіці галузі, до якої воно віднесено, конкурентному зовнішньому середовищу, бути спрямована на забезпечення можливостей зростання та захисту від зовнішніх загроз, орієнтована на організаційну силу та власні конкурентні можливості.

Основні цілі стратегії інноваційного розвитку підприємства повинні знаходити своє відображення в комплексній програмі його технічного розвитку. Вони передбачають: оновлення та випуск конкурентоспроможної нової продукції; підвищення її технічного рівня і якості; створення безперервного циклу робіт з інноваційного розвитку, починаючи від наукових досліджень, розробок та закінчуючи випуском нової продукції; вирішення важливих соціально-економічних проблем розвитку підприємства тощо. Досягнення цих цілей вимагає розробки концептуального підходу до формування стратегії інноваційного розвитку.

Саме від ефективності застосованої стратегії залежить подальше існування підприємства. Тому до кожної розробленої стратегії на підприємстві підходять дуже ретельно та ґрунтовно. Розуміння розглянутих понять – "стратегія", "інноваційна стратегія", "стратегія розвитку" – дає можливість розробити стратегію з урахуванням усіх можливих особливостей.

Необхідно сказати, що в сучасних умовах вивчення сутності інноваційної стратегії є дуже перспективним, оскільки майбутнє саме за інноваціями в усіх проявах і в усіх галузях економіки України.

Таким чином, автором було уточнено сутність поняття "інноваційна стратегія розвитку", що дозволило ґрунтовно дослідити та розробити інноваційну стратегію розвитку підприємства.

У подальших дослідженнях автором буде розроблена інноваційна стратегія розвитку для конкретного підприємства.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Кузьмін О. Є. Управління ризиками в інноваційній діяльності : навч. посібн. / О. Є. Кузьмін, Н. Ю. Подольчак, Н. І. Подольчак. – Львів : Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2009. – 176 с. 2. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : монографія / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 323 с. 3. П'ятницька Г. Т. Інноваційні стратегії в сучасних умовах господарювання: суть та наукові підходи до формування і вибору / Г. Т. П'ятницька // Проблеми науки. – 2004. – № 11. – С. 21–29. 4. Козловський В. О. Інноваційний менеджмент [Текст] : [навчальний посібник для студентів спеціальності "Менеджмент організації"] / В. О. Козловський ; Вінницький національний технологічний університет. – Вінниця : ВНТУ, 2007. – 209 с. 5. Афанасьєв М. В. Стратегія підприємства : навч.-методич. посібник / М. В. Афанасьєв, Г. О. Селєзньова. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2007. – 272 с. 6. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с. 7. Федулова Л. І. Інноваційна економіка : підручник / Л. І. Федулова. – К. : Либідь, 2006. – 480 с. 8. <http://www.vocable.ru/>. 9. Закон України "Про інноваційну діяльність" // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2002. – № 36. – Ст. 266. – Режим доступу : www.zakon.rada.gov.ua

МОДЕЛИРОВАНИЕ ОТНОШЕНИЙ "КЛИЕНТ – КОНСУЛЬТАНТ"

Аннотация. Представлены и проанализированы основные типы клиентских организаций и внешних консультантов, которые выделены практиками консультационной деятельности. Представлена характеристика общих рекомендаций для подбора консультанта и выбора клиентской организации. На основе их анализа разработана наиболее эффективная модель взаимоотношений между клиентом и консультантом.

Анотація. Подано та проаналізовано основні типи клієнтських організацій і зовнішніх консультантів, які виділені практиками консультаційної діяльності. Подано характеристику загальних рекомендацій для підбору консультанта й вибору клієнтської організації. На основі їх аналізу розроблено найбільш ефективну модель взаємовідносин між клієнтом і консультантом.

Annotation. The main types of client organizations and external consultants, which maintain by practices of consulting activities are presented and analysed. The characteristic of general recommendations for the selection of the consultant and the choice of the client organization is submitted. On the basis of comparison the most effective model of the relationship between client and consultant is developed.

Ключевые слова: моделирование, клиент, консультант, управленческое консультирование, клиент-консультантские отношения, классификация клиентов, типы консультантов, модель поведения, принятие решения, модель отношений.

Довольно часто руководителям предприятий приходится сталкиваться с управленческими трудностями, которые они не могут преодолеть сами. Во многих сложившихся затруднительных ситуациях генеральный директор или собственник чувствует себя одиноким и беспомощным перед имеющимися проблемами. Именно в таких ситуациях собственнику необходима помощь специалиста или внешнего консультанта.

Управленческое консультирование в нашей стране лишь последние несколько лет начинает приобретать популярность. Однако проблемы правильного выбора консультанта всегда выходят на первое место. Итак, актуальность выбранной темы очевидна, поскольку корректные отношения между клиентом и консультантом являются предметом первоочередной важности.

Опираясь на мнения теоретиков и практиков управленческого консультирования, таких, как: М. Гольдфайн, О. Трофимова, В. Ардашев, А. Вейс, А. Старицкая, М. Мелия, Т. Машина, А. Абакумова и другие, можно утверждать, что проблема построения корректных отношений между клиентом и консультантом довольно подробно изучается и представляет интерес для обеих сторон этих взаимоотношений.

Таким образом, целью данной статьи является изучение имеющихся характеристик консультантов и типажей клиентов, которые можно выделить на сегодняшний день. В результате этого можно будет сопоставить и соотнести разные типы клиентов и консультантов, чтобы построить модель наиболее правильных взаимоотношений между ними.

Для собственника предприятия выбор консультанта – процесс творческий и требует проведения маленького маркетингового исследования. Сегодня тотальная управленческая безграмотность и легкомысленность в вопросах планирования бизнеса являются главной национальной особенностью отечественных бизнесменов и причиной того, что сам клиент не знает точно, что он хочет. В свою очередь, это создает соблазн у недобросовестного консультанта продать клиенту не то, что тому действительно нужно, а просто заработать на нем [1].

Множество компаний во всем мире придерживаются принципа "Клиент всегда прав". Однако в некоторых случаях необходимо переставить центры внимания местами, чтобы добиться наиболее полного результата. Подобрать свой "ключ" к заказчику для консультанта – также творческая задача. Поэтому практиками в области управленческого консультирования была разработана своего рода классификация клиентов, которая помогает консультантам более правильно подобрать модель поведения с ними.

Итак, представим обобщенные характеристики различных типажей клиентов и консультантов (таблица) [2; 3].

Обобщенные характеристики типажей клиентов и консультантов

Консультанты	Клиенты
1	2
ПРЕДМЕТНИКИ. Умеют расписывать функции между подразделениями, описывать процедуры работы, проводят аудит и строят модель финансовых потоков организации, после чего пишут предложения по их оптимизации. Им не важно, захотят ли работники организации исполнять их рекомендации или нет. Для них главное – найти оптимальное решение	КЛИЕНТ НЕОПЫТНЫЙ. Это клиент, впервые прибегающий к услугам консультанта. Он не может самостоятельно сформулировать проблемы, которые ему нужно решить, с опаской относится к необходимости делиться информацией с консультантами. Принимает во внимание советы и готов прислушиваться ко всем рекомендациям
ПСИХОТРЕНИНГИСТЫ. Обращаются к людям с целью что-то изменить в их сознании, после преподносят полученный результат как эффект консультативного вмешательства в межличностные отношения. Критерием наличия технологии консультирования для них является то, что "после чего-то происходит"	КЛИЕНТ-МИНИМАЛИСТ. Считает, что работа должна быть выполнена с минимальным его участием. Приходится потратить очень много усилий, чтобы объяснить ему, что без взаимодействия и получения консультантами необходимой информации проект затянется на неопределенное время
БЕЗОБИДНЫЕ ИГРУШЕЧНЫЕ КОНСУЛЬТАНТЫ. Организуют для персонала игру в экономическую стратегию, в которой они соревнуются друг с другом в результативности "управления" компьютерной моделью несуществующей практики. Такого рода консультанты совершенно безобидны. После "вмешательства" таких консультантов в жизнь организации ничего не происходит	КЛИЕНТ-МАКСИМАЛИСТ. В его голове сложилось четкое представление о том, что же он хочет получить в результате работы консультанта. Нужно в точности выполнить его требования и сделать все, как он хочет, но при этом быть готовым, что такой подход не решит его проблем, и тогда вполне может пострадать и репутация консультанта – такой клиент никогда не признается, что он был не прав
СОЦИОЛОГИ, PR-КОНСУЛЬТАНТЫ. Сосредоточены на внешней маркетинговой среде. Могут предоставить только статистические сведения. Поэтому в стране, где хорошие отношения с государственными службами определяют успех бизнеса значительно в большей степени, чем статистические исследования рынка, заказ подобного рода консультирования кажется смешным поводом потратить деньги	КЛИЕНТ С ТОРГОВОЙ ЖИЛКОЙ. Из плюсов работы с таким клиентом можно назвать его тягу к дублированию исполнения работы. Принцип работы с таким клиентом гласит: "Клин клином вышибают". Необходимо назначить максимально высокую цену, а потом сбивать её, но настаивать, обсуждая вопросы оплаты и объемов работы
КОНСУЛЬТАНТЫ. Знающие результат своего воздействия и обеспечивающие этот результат с помощью технологически выверенной последовательности операций. К такого рода консультантам относятся некоторые консультанты по управлению, изменяющие систему управления организацией через управление мотивами работников и топ-менеджеров. Именно консультанты этой категории отвечают за результат своего вмешательства, поэтому являются немногочисленными самородками на рынке, которых руководители фирм должны искать для решения своих проблем	КЛИЕНТ ЗАНЯТЫЙ. Самый большой плюс при работе с таким клиентом – быстрое принятие решений, что позволяет сэкономить много времени, и отсутствие проблем или задержек с оплатой. Тем не менее клиент занятый – это дополнительная головная боль. Если консультант намерен сохранить с ним нормальные отношения, возможно, ему придется работать по ночам или по выходным
	КЛИЕНТ НЕРЕШИТЕЛЬНЫЙ. Такому клиенту всегда необходимо чье-нибудь участие в принятии решения, потому что он не хочет брать на себя лишнюю ответственность. Поэтому в противоположность занятому клиенту необходимо быть готовым к длительным обсуждениям, совещаниям и переговорам, а значит увеличивать срок исполнения проекта
	КЛИЕНТ КРУТОЙ. Такой клиент уверен, что просто осчастливил консультанта своим решением сотрудничать, так как его компания – крупный международный бренд. Проект этого клиента действительно окажет позитивное влияние на репутацию консалтинговой компании, что позволит привлечь новых крупных клиентов. Такие клиенты, как правило, очень капризны, вносят постоянные изменения в проект

Конечно же, идеальной ситуация была бы в том случае, если бы у консультанта всегда получалось идентифицировать клиента и заранее продумать принципы работы с ним. В это же время клиенту необходимы усилия, чтобы распознать достойного консультанта. Итак, партнерские клиент-консультантские отношения основаны на предположении, что работа с бизнес-проблемами будет более эффективной посредством связи специальных навыков консультанта со знанием клиентом конкретной ситуации, то есть комбинация консультанта, знающего результаты своего вмешательства и клиента максималиста.

Научн. рук. Гондарева И. В.

Литература: 1. Трофимова О. К. Характеристики консультантов [Электронный ресурс] / О. К. Трофимова. – Режим доступа : www.cfin.ru/consulting. 2. Старицкая А. Облегчаем работу: классифицируем клиентов / А. Старицкая // Финансовый директор. – 2008. – № 7. – Режим доступа : www.management.com.ua. 3. Гольдфайн М. Как отличить консультанта, который поможет, от того, кто не способен помочь / М. Гольдфайн. – Режим доступа : www.management.com.ua. 4. Трофимова О. К. Партнерские отношения "клиент – консультант" [Электронный ресурс] / О. К. Трофимова. – Режим доступа : www.cfin.ru/consulting.

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розкрито сутність маркетингової політики комунікацій, запропоновано основні етапи програми вдосконалення системи маркетингових комунікацій підприємства й обґрунтовано необхідність активного позиціонування підприємства та продукції на ринку.

Аннотация. Раскрыта сущность маркетинговой политики коммуникаций, предложены основные этапы программы усовершенствования системы маркетинговых коммуникаций предприятия и обоснована необходимость активного позиционирования предприятия и продукции на рынке.

Annotation. The urgency of the integrated marketing communication for the enterprise is described. A problem must be stated in order to be solved, so the program for the development of the marketing communication is proposed and the accent on the importance of the promotion for the firm and its products is made.

Ключові слова: маркетингові комунікації, позиціонування, просування, вдосконалення, необхідність, підприємство, продукція, мета.

Не потребує доказу той факт, що кожний із господарюючих суб'єктів зацікавлений у створенні та розвитку конкурентних переваг, здатних забезпечити довгострокову конкурентоспроможність. Сучасне обладнання і нові технології – це лише внутрішній аспект конкурентних переваг, проте для забезпечення лідерства на ринку необхідна наявність стратегічних факторів успіху, які мають ринкове походження і безпосередньо сприймаються споживачем. Тому надзвичайно важливою для будь-якого підприємства є обґрунтована маркетингова політика позиціонування підприємства та його продукції на ринку, адже саме завдяки комплексу ефективних маркетингових заходів досягається лояльність споживачів до виробника загалом та до певної торгової марки зокрема.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування напрямів удосконалення системи маркетингових комунікацій підприємства.

Теоретичні аспекти застосування окремих методів маркетингових комунікацій підприємства розглядаються у працях Лук'янець Т. І., Павленко А. Ф., Войчак А. В., Крикунова М. В. та ін. [1 – 4].

Проте невисвітленим залишається питання особливостей вибору комплексу просування, який би дозволив підприємствам досягти довгострокового ефекту, а не марно витратити кошти на різні маркетингові заходи.

Маркетингова політика комунікацій — це комплекс заходів, яким користується підприємство для інформування, переконання чи нагадування споживачам про свої товари або послуги [1]. Інтегровані маркетингові комунікації – це концепція координації в комплексі таких каналів комунікації, як реклама у ЗМІ, особисті продажі, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг та ін. [3].

Поняття "просування" і "комунікації" часто ототожнюються, незважаючи на те, що у процесі комунікації беруть участь усі елементи маркетинг-мікса (від упакування продукту і його ціни до прямої реклами). Абсолютно всі складові комплексу маркетингу є самостійними каналами комунікації, що повідомляють споживачеві інформацію про бренд [2].

Характерною особливістю політики маркетингових комунікацій більшості українських підприємств є застосування локальних розрізних заходів, які у підсумку приносять одноразовий ефект або взагалі не приносять жодної користі.

Політика комунікацій повинна бути частиною стратегії розвитку підприємства, а головне завдання заходів просування продукції – забезпечення довгострокового ефекту, що проявляється у формуванні сильної торгової марки (у найкращих випадках – бренда), та підвищення лояльності споживачів до продукції, а не тимчасовий ефект у вигляді зростання обсягів продажу.

Для вдосконалення системи маркетингових комунікацій підприємства та забезпечення її ефективності доцільно розробити програму, що включатиме ряд заходів, спрямованих на досягнення поставленої мети.

Основними етапами програми вдосконалення системи маркетингових комунікацій підприємства доцільно запропонувати такі:

- 1) дослідження та аналіз маркетингової політики;



- 2) проведення анкетування споживачів з метою виявлення ставлення до торгової марки;
- 3) визначення цілей, завдань інтегрованих маркетингових комунікацій для конкретного підприємства та способів їх досягнення;
- 4) складання програми вдосконалення системи ІМК підприємства:
 - формування плану рекламних заходів фірми;
 - визначення видів продукції, які необхідно рекламувати, та часових відрізків;
 - вибір оптимальних засобів просування продукції;
- 5) визначення бюджету рекламної кампанії;
- 6) визначення необхідного обсягу фінансових ресурсів на весь період реалізації програми;
- 7) документальне оформлення програми та затвердження програми керівництвом;
- 8) безпосередня реалізація передбачених програмою заходів протягом визначеного терміну;
- 9) оцінка досягнутих результатів та аналіз ефективності заходів.

Якщо просування — одновекторний інформаційний вплив товаровиробника на споживача, то маркетингові комунікації передбачають і зворотний зв'язок між ними [4]. Завдяки такому зворотному зв'язку підприємство отримує цінну інформацію, яка дає йому можливість правильно орієнтуватися в навколишньому бізнес-середовищі, вносити відповідні корективи у свою діяльність, у тому числі стосовно інструментів і дій комунікативного комплексу.

На основі аналізу літературних джерел автором обґрунтована актуальність маркетингової політики комунікацій та необхідність розроблення і впровадження програми вдосконалення системи маркетингових комунікацій для підприємства, спрямованої на досягнення синергетичного ефекту від запроваджених маркетингових заходів та підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства у цілому.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій : навч.-метод. посібн. для самост. вивч. дисц. / Т. І. Лук'янець. — К. : КНЕУ, 2002. — 272 с. 2. Павленко А. Ф. Маркетинг : підручник / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак. — К. : КНЕУ, 2003. — 246 с. 3. Пісоцька Р. Ефективні методи маркетингових комунікацій / Р. Пісоцька // Молодь і підприємництво. — 2005. — № 1. — С. 24. 4. Крикунов М. В. Кому он нужен, этот маркетинговый менеджмент? / М. В. Крикунов // Маркетинг и реклама. — 2009. — № 6 (154) — С. 24–27.

Угляниця С. М.

УДК 658.152

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто питання щодо формування інвестиційної привабливості підприємства, фактори, що безпосередньо впливають на її становлення. Узагальнено методики оцінювання інвестиційної привабливості, розкрито підходи до формування інвестиційної привабливості підприємств різних галузей з урахуванням специфіки діяльності.

Аннотация. Раскрыты вопросы формирования инвестиционной привлекательности предприятия, факторы, оказывающие непосредственное влияние на ее становление. Обобщена методика оценки инвестиционной привлекательности, раскрыты подходы к формированию инвестиционной привлекательности предприятий различных отраслей с учетом специфики деятельности.

Annotation. The questions of forming enterprise investment attractiveness, the factors influencing on it are suggested. The methodology of investment attractiveness assessment are generalized, the approaches of forming an investment attractiveness of enterprise of different branches with an allowance of business specifics are studied.

Ключові слова: капітал, інвестиції, інвестиційна привабливість, рішення, інтегральна оцінка, показники, інвестиційна стратегія.

Фінансово-господарська діяльність будь-якого підприємства є неможливою без вкладення коштів, які можуть мати власний та залучений характер. Причому питання залучення інвестиційних ресурсів є важливим на будь-якому етапі функціонування підприємства: починаючи з етапу ство-

© Угляниця С. М., 2010

рення та закінчуючи його ліквідацією. Підприємство, яке використовує залучені інвестиційні ресурси, має більш високий фінансовий потенціал свого розвитку і можливості приросту фінансової рентабельності діяльності, проте більшою мірою утворює фінансовий ризик і загрозу банкрутства, які зростають при зростанні питомої ваги залучених засобів у загальній сумі капіталу, що використовується.

Для отримання залучених інвестиційних ресурсів підприємство повинно відповідати ряду характеристик, тобто бути інвестиційно привабливим.

Інвестиційна привабливість – це не тільки фінансово-економічний показник, а модель кількісних і якісних показників – оцінок зовнішнього середовища (політичного, економічного, соціального, правового) і внутрішнього позиціонування об'єкта у зовнішньому середовищі, оцінка його фінансового та технічного потенціалів, що дає змогу варіювати кінцевий результат [1].

У сучасній економічній літературі немає чіткості у визначенні сутності інвестиційної привабливості та системи її оцінки. Так, Глазунов В. І. стверджує, що оцінка інвестиційної привабливості повинна дати відповідь на запитання – куди, коли і скільки ресурсів може спрямувати інвестор у процесі здійснення інвестицій. Русак Н. О. і Русак В. А. зводять визначення інвестиційної привабливості об'єкта в основному до евристичних методів, пов'язаних з ранжуванням досліджуваних об'єктів на підставі оцінки спеціалістів (експертів).

Метою статті виступає дослідження підходів щодо оцінювання інвестиційної привабливості підприємств різних галузей.

Ступінь інвестиційної привабливості промислового підприємства є індикатором, показання якого дозволяють зробити висновки потенційним інвесторам про необхідність і доцільність вкладення фінансових засобів саме в даний об'єкт [2].

Інвестиційну привабливість слід визначати як комплекс різноманітних факторів, перелік і вага яких може змінюватись залежно від:

- 1) цілей інвесторів;
- 2) виробничо-технічних особливостей підприємства, у яке інвестуються кошти;
- 3) економічного розвитку підприємства в минулому, на теперішній час, а також очікуваного в майбутньому економічного розвитку.

Сьогодні з метою вирішення даної проблеми ведуться активні дослідження експертними групами відомих рейтингових агентств, консалтингових компаній, аналітичних видань, Світового економічного форуму тощо щодо розробки універсальних методологічних підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємства як безпосереднього об'єкта інвестування, які задовольнятимуть вимоги як вітчизняних, так і іноземних інвесторів та враховуватимуть кількісні і якісні характеристики, а також формальні та неформальні зв'язки із зовнішнім середовищем [3].

Крім того, для інвестора важливе значення має оперативність інформації. Сьогодні значна кількість великих економічних видань та консалтингових компаній регулярно відслідковують інформацію про стан національних і регіональних інвестиційних комплексів на основі публічних джерел та рейтингів інвестиційної привабливості країн і регіонів, які регулярно презентують Standard & Poor's, Moody's Investors Service і Fitch IBCA [4].

На рівень інвестиційної привабливості підприємства суттєвий вплив має численний перелік факторів, хоча науковцями та практиками не подано цілісного уявлення про систему цих факторів [5]. Доцільно наголосити на першочергових чинниках, до яких належать: 1) галузь; 2) місцезнаходження; 3) відносини з владою; 4) власники підприємства; 5) виробничий потенціал; 6) фінансовий стан; 7) менеджмент; 8) інвестиційна програма (бізнес-план).

Необхідно враховувати ці чинники для зниження ризиків неповернення вкладених коштів, розробляти відповідну систему ризик-менеджменту. Вищезазначені чинники є пріоритетними для оцінки рівня інвестиційної привабливості, зокрема галузі. Адаптивати потреби інвесторів щодо підприємств різних галузей є також відмінними. Так, для підприємств вугільної промисловості підвищенню рівня інвестиційної привабливості сприятимуть: 1) реструктуризація підприємств, позбавлення їх від об'єктів та допоміжних підприємств, що можуть працювати самостійно; 2) реструктуризація боргів вугільних підприємств; 3) вирішення питання щодо контрольного пакета акцій; 4) спрощення та прозорість законодавчої бази; 5) зміни методики оцінки ринкової вартості вугільних підприємств у процесі приватизації, що на сьогоднішній день не враховує специфіку вугільної галузі; 6) можливість отримання власником ліцензії на видобування вугілля; 7) лібералізація ринку вугілля, надання можливості вугільним підприємствам самостійно розробляти та реалізовувати власні заходи щодо підтримки техніки безпеки.

Дещо відрізняються аспекти інвестиційної привабливості торговельного підприємства від описаного вище. Так, основною рушійною силою щодо вкладання коштів у розвиток торгівлі для інвесторів є: 1) повна відсутність боргів; 2) територіальне розташування; 3) розроблена асортиментна політика; 4) кадровий потенціал; 5) фінансова стійкість; 6) імідж.

Із відмінності чинників впливає неможливість застосування єдиної методики щодо оцінки рівня інвестиційної привабливості. Необхідним є розробка збалансованої системи показників, що враховуватимуть специфічні аспекти діяльності того чи іншого підприємства (галузі), а також загально визнані як необхідні критерії оцінки фінансової стійкості, виробничого потенціалу, оцінки цінних паперів підприємства і т. д.

Отже, інвестиційна привабливість підприємства є багаторівневою інтегральною характеристикою.

Формування комплексної інтегральної оцінки інвестиційної привабливості може здійснюватися за різними методиками. Основною вимогою до будь-якого методу визначення рівня інвестиційної привабливості є можливість інтерпретації отриманої інформації та прийняття на основі ви-



значених показників ефективних і доцільних управлінських рішень як з боку інвестора щодо вкладання коштів, так і з боку підприємства-реципієнта щодо підвищення власного інвестиційного рейтингу.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Бочаров В. В. Инвестиционный менеджмент : учебн. пособ. / В. В. Бочаров – СПб. : Питер, 2000. – 151 с. 2. <http://www.cfin.ru>. 3. Власова Н. О. Інвестиційна привабливість підприємств торгівлі : навч. посібн. / Н. О. Власова, Н. С. Краснокутська. – Харків, 2003. – 152 с. 4. www.standard&poor's.com. 5. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади : монографія / О. М. Ястремська. – 2-ге вид. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2004. – 488 с.

Михайленко А. С.

УДК 330.341.1

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЕКТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотация. Проаналізовано проблему запровадження інновацій задля забезпечення ефективної діяльності підприємства. Теоретично обґрунтовано доцільність використання інноваційних проектів як одного з основних інструментів розвитку та підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства.

Аннотация. Проанализирована проблема внедрения инноваций для обеспечения эффективной деятельности предприятия. Теоретически обоснована целесообразность использования инновационных проектов как одного из основных инструментов развития и повышения конкурентоспособности промышленного предприятия.

Annotation. The problem of the introduction of innovations for guaranteeing the effective activity of enterprise is analyzed. There is theoretically substantiated the expediency of using the innovation projects as one of the basic tools of development and increase of the competitive ability of industrial enterprise.

Ключові слова: інновації, інноваційні проекти, розвиток підприємства.

У сьогодишніх економічних умовах України, що характеризуються нестабільністю функціонування та невизначеністю конкурентного середовища, інноваційна діяльність загалом й запровадження інноваційних проектів зокрема виступає рушійною силою відновлення технічної бази виробництва, освоєння та випуску нової конкурентоспроможної продукції, проникнення на світові ринки товарів і послуг. Інновації також сприяють підвищенню продуктивності праці, стимулюють розвиток промислового виробництва.

Проблему запровадження інновацій задля забезпечення ефективної діяльності підприємства розглядали у своїх працях такі автори, як Власенко В. В., Гриньова В. М. [1], Денисенко М. П. [2], Корінко М. Д. [3], Рижиков В. С. [4], А. Сидорова [5], Федулова Л. І. [6] та ін.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування доцільності використання інноваційних проектів як одного з основних інструментів розвитку та підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства. Досягнення поставленої мети забезпечується використанням у роботі таких методів, як аналіз і синтез, наукове абстрагування, системний аналіз, дедукція, індукція, аналогія, порівняння.

У сучасній економіці роль інновацій помітно і стабільно зростає. Незважаючи на те, що у пострадянській Україні, на відміну від розвинених західноєвропейських країн, має місце деяка консервативність з приводу нововведень, сьогодишні умови господарювання зобов'язують підприємців більш інтенсивно інвестувати саме інноваційні проекти. Це обумовлено тим, що інновації виступають каталізатором розвитку економіки, надійною гарантією високоефективного бізнесу [1].

Існує кілька трактувань терміна "інноваційний проект", зокрема, згідно з Постановою Кабінету Міністрів України інноваційний проект – це комплекс взаємопов'язаних заходів інвестиційного характеру, спрямованих на комерційне застосування науково-технічних розробок, освоєння нових видів продукції, послуг, запровадження новітніх технологій [7].

Інноваційні проекти орієнтовані не лише на створення нового продукту або винаходу, а й на отримання нової вигоди, що має відповідати таким критеріям, як важливість, унікальність, безальтернативність, ліквідність. У межах запровадження інноваційних проектів на промислових підприємствах використовуються засоби зниження витрат, збільшення обсягу інновацій, швидкий розвиток підприємства, високі прибутки, міцні торгові марки, зменшення потреб у прогнозуванні діяльності підприємства, гнучкість і сумісність умов здійснення та реалізації інновацій [2]. Посилаючись на За-

© Михайленко А. С., 2010

кон України "Про інноваційну діяльність", можна визначити орієнтацію інноваційних проектів, а саме: використання й комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, а також випуск нових конкурентоспроможних товарів і послуг [8].

У контексті впливу інноваційного проекту на розвиток підприємства в економічній літературі можна зустріти й інші трактовки даного терміна. Зокрема, актуальним є визначення інноваційного проекту як "обмежена в часі, цілеспрямована зміна окремої системи із встановленими вимогами до якості результатів, можливими межами витрат коштів та специфічною організацією" [9, с. 132]. Автори підкреслюють, що управління розвитком здійснюється шляхом безперервного запровадження нововведень, що "призводить до періодичної реконструкції підприємства в цілому" [9, с. 130]. Розвиток підприємства базується на результатах науково-технічних досягнень, організації взаємодії з постачальниками нового обладнання, розробці та запровадженні у виробництво виробів нової моделі, нових технологічних процесів, які сприяють розвитку продуктивних сил та задоволенню потреб суспільства у продукції більш високої якості. На сучасному підприємстві інноваційний проект забезпечує реалізацію перелічених елементів та виступає основним інструментом його розвитку. Це обумовлено тим, що процес розвитку, як і всі інші процеси, вимагає спеціального управління, адже він має бути заздалегідь спланованим, забезпеченим фінансовими і матеріальними ресурсами та обмеженим певним проміжком часу. Інноваційний проект саме виступає організаційною формою управління таким процесом.

Таким чином, проведене дослідження терміна "інноваційний проект" у межах його впливу на розвиток підприємства дає можливість зробити висновок щодо доцільності та ефективності запровадження інноваційних проектів на промислових підприємствах, адже це призводить до зниження собівартості й ціни, зростання прибутку, притоку грошей, підвищення рейтингу виробника нових товарів та послуг, відкриття і завоювання нових ринків збуту. Отже, інноваційний проект виступає основним інструментом розвитку підприємства, головною складовою його успішного функціонування та формування конкурентних переваг.

Наук. керієн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Гриньова В. М. Організаційні проблеми інноваційної діяльності на підприємствах : монографія / В. М. Гриньова, В. В. Власенко. – Харків : ВД "ИНЖЕК", 2005. – 200 с. 2. Денисенко М. П. Інноваційна діяльність підприємств України : суть, оцінка та напрями активізації / М. П. Денисенко // Проблеми науки. – 2008. – № 6. – С. 9–6. 3. Корінько М. Д. Інновації у діяльності суб'єктів господарювання / М. Д. Корінько // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 5. – С. 149–154. 4. Проектний аналіз : навч. посібн / Рижигов В. С., Яковенко М. М., Латишева О. В., Дегтярьова Ю. В. та ін. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 384 с. 5. Сидорова А. Напрями інноваційного розвитку в промисловості України / А. Сидорова // Економіка України. – 2009. – № 3. – С. 19–26. 6. Федуллова Л. І. Інноваційна економіка : підручник для студентів вищих навчальних закладів / Л. І. Федуллова. – К. : Либідь, 2006. – 480 с. 7. Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Порядку формування та використання коштів Державного інноваційного фонду" (п. 5 Порядку) від 6 серпня 1998 року № 1242 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.kmu.gov.ua. 8. Закон України "Про інноваційну діяльність" від 4 липня 2002 р. № 40-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36. – 266 с. 9. Афанасьев Н. В. Управление развитием предприятия : монография / Н. В. Афанасьев, В. Д. Рогожин, В. И. Рудыка. – Харьков : ИД "ИНЖЭК", 2003. – 184 с. 10. Бардиш Г. О. Проектный анализ : підручник / Г. О. Бардиш. – 2-ге вид., стер. – К. : Знання, 2006. – 415 с. 11. Запасна Л. С. Економічна сутність розвитку підприємства / Л. С. Запасна // Культура народів Причорномор'я. – 2006. – № 96. – С. 33–37. 12. Непогодіна Н. А. Інвестиційна стратегія в управлінні розвитком промислового підприємства (на прикладі машинобудівної галузі) : автореферат дисц. ... к.е.н. – Хмельницький : Хмельницький національний університет, 2009. – 19 с.

УДК 334.7.012.64

Рєпіна Ю. В.

Студент 2 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ МАЛОГО БІЗНЕСУ ТА ВАРІАНТИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Анотація. Розглянуто основні проблеми малого бізнесу, такі, як обмеження фінансово-кредитних ресурсів, недосконала нормативно-правова база, податковий тиск, наявність адміністративних бар'єрів, корупція, рейдерство. Обґрунтована необхідність розвитку малого бізнесу для України й подано можливі напрямки державної підтримки малих підприємств.

Аннотация. Рассмотрены основные проблемы малого бизнеса, такие, как ограничение финансово-кредитных ресурсов, несовершенная нормативно-правовая база, налоговое давление, административные барьеры, коррупция, рейдерство. Обоснована необходимость развития малого бизнеса для Украины и предложены возможные направления государственной поддержки малых предприятий.

© Рєпіна Ю. В., 2010



Annotation. The main problems of small business, such as restriction of financial resources, imperfect legal framework, fiscal pressure, administrative barriers, corruption, raiding, are examined. The necessity of development small business in Ukraine are justified. The possible directions of state support for small businesses are certain.

Ключові слова: малий бізнес, податковий тиск, рейдерство, корупція, кредитування, тіньова економіка, фінансова криза, інвестиції, комерційний ризик, адміністративні бар'єри.

Мале підприємництво істотно впливає на структурну перебудову економіки, підвищує загальні обсяги виробництва і роздрібного товарообігу, сприяє раціональному використанню ресурсів, створює сприятливе середовище для розвитку конкуренції й усунення монополізму. За рахунок мобільності, гнучкості, інноваційного підходу малі підприємства здатні швидко пристосовуватися до зміни споживчого попиту на ринку, створювати додаткові робочі місця, збільшувати темпи економічного розвитку, поліпшувати якісні характеристики ВВП. Саме цим визначається істотне значення малого бізнесу у сучасному суспільстві.

В Україні малий бізнес існує і розвивається в складних умовах транзитивної економіки, зустрічається з безліччю проблем. Малі підприємства мають певну підтримку, але конкурентоспроможного підприємницького типу господарювання ще не створено. Значно загострюють стан нестабільна політична ситуація у країні, світова фінансова криза.

Подолання наслідків дії чинників кризи залежить від ефективного розвитку підприємництва в усіх сферах і на всіх рівнях господарського життя. Тож у сучасній складній ситуації необхідно звернути увагу на проблеми малих підприємств та створити умови для їх розвитку.

Тема малого бізнесу для вітчизняних науковців залишається актуальною протягом усієї історії його існування в незалежній Україні. Серед вчених, які досліджують проблеми розвитку малих підприємств, необхідно відзначити таких, як: Виговська В. В. [1], Ваганів К. Г. [2], Шканов С. І., Сташишен М. С. [3], Щипанська М. В., Кругляно А. В. [4], К. Дружерученко [5], які аналізують стан, динаміку та перспективи розвитку малих підприємств.

Мета дослідження – аналіз сучасного стану малих підприємств в Україні, основних проблем на шляху їх розвитку, визначення можливих варіантів вирішення цих проблем.

На сьогоднішній день спостерігається тенденція спаду діяльності малих підприємств. У 2008 році їх частка у загальному обсязі реалізованої продукції зменшилася з 18,1 % до 16,3 %, а кількість у 2008 році зменшилася до рівня 2006 року [6]. Це обумовлене безліччю проблем, з якими стикається малий бізнес на шляху діяльності і розвитку, основними з яких є обмеження фінансово-кредитних ресурсів, недосконала нормативно-правова база, податковий тиск, наявність адміністративних бар'єрів, корупція, рейдерство. Малий бізнес не спроможний подолати ці проблеми самостійно, без належної державної підтримки.

Негативний вплив світової фінансової кризи на економіку України закономірним чином позначився й на розвитку вітчизняного підприємництва. І, в першу чергу, мова йде про малий бізнес, який не має достатніх резервних ресурсів та страхових інструментів для самостійного подолання кризового тиску, який з кожним днем лише посилюється. Однією з найвагоміших перепон на шляху діяльності малих підприємств в умовах кризи є відсутність достатньої кількості фінансових ресурсів [4].

Основним способом фінансової підтримки малого бізнесу є банківський кредит. Малий бізнес ніколи не був привабливим клієнтом для українських банків через значний ризик їх кредитування та відносно невеликі прибутки порівняно з кредитуванням великого бізнесу, поряд з цим кредитні ставки є непомірно високими для малих підприємств. Через фінансову кризу ця ситуація ще більше загострилась.

На сьогоднішній день корпоративне кредитування малого бізнесу в багатьох банках заморожене, за статистикою НБУ, за січень – лютий 2009 р. загальний портфель корпоративних банківських кредитів скоротився на 1,4 %. Кредитування бізнесу з нуля в Україні практично цілком припинене. Лише зрідка банки погоджуються видати гроші на розвиток нового проекту, та й то, якщо потенційний позичальник готовий закласти в банку великий об'єкт нерухомості [5].

Державна підтримка малих підприємств майже повністю відсутня. Цим займаються лише декілька структур: Ощадбанк України, Український фонд підтримки підприємництва, Державний комітет сприяння розвитку підприємництва, а також Державний центр зайнятості, який видає безвідсоткові кредити безробітним громадянам для здійснення підприємницької діяльності. Але цих коштів замало для фінансового забезпечення малих підприємств.

Також кредитують малий бізнес такі міжнародні фінансові фонди, як Європейський банк реконструкції та розвитку, Світовий банк, фонд "Євразія", але через непрозорі операції перерозподілу фінансових ресурсів та неефективне їх використання кошти, отримані від міжнародних фондів, дуже часто так і не доходять до конкретних споживачів – малих підприємств.

Через нестабільну політичну ситуацію в Україні іноземні інвестори вкрай обережно ставляться до українських компаній і дедалі менше інвестують у них. Вони не готові вкладати в підприємства, яким необхідні кошти не для подальшого зростання, а для виживання [5].

Українська система оподаткування є однією з головних перешкод розвитку малого бізнесу. Ведення податкового обліку, проходження перевірок, відвідування контролюючих органів в Україні є важким тягарем для усього приватного сектору. Дотримання податкового законодавства коштує малим підприємствам України понад 8 % їх річного доходу [7].

Малий бізнес не спроможний сплачувати непомірно зростаючі податки, існуюча податкова система має фіскальний характер, зосереджена на виконанні одного завдання – максимального залучення надходжень до бюджету без урахування можливих негативних наслідків надлишкового податкового тиску на суб'єктів господарювання та громадян, що спонукає їх суттєво зменшувати

обсяги офіційної звітності і вести подвійну бухгалтерію, збільшувати готівкові розрахунки. Особливо це стосується виплати заробітної плати з урахуванням високих нарахунків на фонд оплати праці.

Адміністративні бар'єри у питаннях реєстрації, сертифікації, системи контролю, регулювання орендних відносин та інше істотно ускладнюють вхід на ринок малого бізнесу, що веде до зниження рівня конкуренції і відповідно загальної ефективності економіки.

Бажання підприємців уникнути сплати податків та адміністративних бар'єрів веде до зростання тіньового сектору економіки. Тіньова економіка в Україні поширена практично у всіх сферах економічної діяльності і складає 50 – 60 %, реалізація тіньових схем проходить за сприяння корупційних механізмів [8]. Тіньова діяльність суб'єктів підприємництва призводить до значної втрати надходжень до бюджету країни, зниження інвестиційної та підприємницької активності, що створює перешкоди як для розвитку малого бізнесу, так і для нормального функціонування економіки країни.

Характерною рисою національного підприємництва є не тільки економічний, але й неекономічний ризик, адже, незважаючи на законодавчо проголошений захист приватної власності, дотепер так і не створено реального захисту від неправових зазіхань як з боку державних органів, так і з боку кримінальних структур. Однією із таких загроз є рейдерство. На сьогодні в Україні діє щонайменше 40 – 50 спеціалізованих рейдерських груп, які здійснюють понад 3 000 захоплень на рік [8]. Через слабкість правової системи, недосконалість та корумпованість судової влади держава не здатна захистити малий бізнес від рейдерських атак.

Мале підприємництво дуже вразливе. Воно потерпає від конкуренції з великими товаровиробниками, низького рівня інвестування, інформатизації та інноваційних технологій, не має можливості утримувати відповідний штат працівників, який би вирішував питання захисту інтересів підприємства, готував необхідну документацію і звітність та який би розробляв стратегію і тактику підприємства.

Проблеми, з якими малі підприємства стикаються в Україні, ще більше послаблюють їх вразливе становище і призводять до закриття і банкрутства, що веде до збільшення кількості безробітних, зменшення надходжень до бюджету та погіршення економічної ситуації у країні.

На сьогоднішній день уряд спрямовує кошти, отримані від закордонних фондів, на підвищення рівня життя та соціальні виплати, намагаючись таким чином завоювати довіру населення. А кошти на підтримку малих підприємств виділяються в останню чергу. Задля подолання фінансової кризи та стабілізації економічної ситуації в Україні необхідно більше уваги приділяти вирішенню проблем малого бізнесу.

Тож можливими напрямками державної підтримки малого бізнесу можуть бути: удосконалення нормативно-правової бази, формування єдиної державної регуляторної політики у сфері підприємницької діяльності;

більш ефективне використання закордонної допомоги та розподілення коштів, отриманих від приватизації та продажу державного майна;

заохочення комерційних банків та інших фінансових установ до кредитування малого бізнесу шляхом надання пільг та використання інших стимулів;

страхування комерційних ризиків та використання гарантійних фондів кредитування малих підприємств;

сприяння процесу самоорганізації суб'єктів малого підприємництва задля вирішення своїх фінансово-кредитних проблем шляхом організації установ взаємного фінансування та гарантування;

зменшення податкового тиску на малі підприємства, подальше реформування спрощеної системи оподаткування, зниження податкових ставок для малих підприємств, надання додаткових пільг для підприємств, які розвиваються або знаходяться на межі банкрутства;

створення сприятливих умов для іноземних інвесторів (посилення захисту їх інтересів, стимулювання інвестицій в основний капітал);

полегшення умов для отримання патентів, ліцензій та часткова компенсація витрат на них; модернізація техніко-технологічної бази, стимулювання інноваційної активності підприємств;

перепідготовка кадрів, консультації з питань законодавства, підвищення кваліфікації зайнятих на підприємствах (забезпечення обміну досвідом між представниками малого бізнесу);

створення інститутів, які б ефективно захищали права власника, усунення злочинних зазіхань та дискримінаційних дій щодо суб'єктів підприємництва;

боротьба з корупцією, вдосконалення судової влади.

У сучасних складних умовах політичної й економічної нестабільності держава повинна навчитися співпрацювати з малим бізнесом на взаємовигідній основі. Проблеми малих підприємств повинні стати проблемами держави, і тільки її комплексна підтримка може врятувати малий бізнес, а разом з ним і Україну.

Наук. керієн. Чумак Г. М.

Література: 1. Виговська В. В. Малий бізнес України: сучасний стан і тенденції розвитку / В. В. Виговська // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1. – С. 59–64. 2. Ваганов К. Г. Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу в Україні / К. Г. Ваганов // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 1. – С. 103–118. 3. Шканов С. І. Щодо вдосконалення системи діяльності та оподаткування малого підприємництва / С. І. Шканов, М. С. Стасишен // Економіст. – 2008. – № 5. – С. 48–50. 4. Щипанська М. В. Фінансування малих підприємств в Україні в період економічної кризи / М. В. Щипанська, А. В. Кругляк // Наукові конференції. – 2009. – Режим доступу : <http://intkonf.org>. 5. Дружержученко К. Для найменших / К. Дружержученко // Контракти. – 2009. – № 15. – Режим доступу : <http://kontrakty.com.ua>. 6. Державний комітет статистики України // Офіційний сайт. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://ukrstat.gov.ua). 7. Поддєрьогін А. М. Оподаткування суб'єктів малого підприємництва [Електронний ресурс] / А. М. Поддєрьогін. – Режим доступу : <http://lib.org.ua>. 8. Національна доповідь "Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні" // Економіст. – 2009. – № 5. – С. 37–39.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

КООПЕРАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВ КАК НАПРАВЛЕНИЕ СНИЖЕНИЯ ЭНЕРГОЕМКОСТИ ПРОДУКЦИИ

Аннотация. Представлено одно из возможных направлений снижения энергоёмкости отечественной промышленности – кооперация производств, суть которого заключается в повышении рациональности использования сырья посредством его "перекрестного" применения как в основной отрасли-потребителе, так и вторичного сырья (побочной продукции) в смежных отраслях.

Анотація. Подано один з можливих напрямків зниження енергоємності вітчизняної промисловості – кооперація виробництв, сутність якого полягає у підвищенні раціональності використання сировини шляхом її "перехресного" застосування як у основній галузі-споживачеві, так і вторинної сировини (побічної продукції) у суміжних галузях.

Annotation. One of possible directions of decline energy intensity of domestic industry – co-operation of productions – is presented. The idea of this direction consists in the increase of rationality of the use of raw material by means of its "crossing" use both in basic branch-consumer and the second raw material (the side products) in contiguous industries.

Ключевые понятия: кооперация, энергоёмкость, инновация, вторичное сырьё, себестоимость, инвестирование.

Вслед за общемировой тенденцией к росту промышленного производства в посткризисный период Украина постепенно начинает превосходить свои прошлогодние показатели производства. В частности, по данным Минфина, ноябрь 2009 года продемонстрировал рост на 8,6 % по отношению к аналогичному показателю 2008 года [1]. В ближайшие годы прогнозируется постепенное возобновление спроса на промышленную продукцию, в то время как "восстановление" производителей – процесс долгосрочный и болезненный. В сложившейся ситуации Украина получает возможность вторгнуться на ранее закрытые для нее иностранные рынки сбыта и, что важнее, изменить структуру экспорта, перейдя от сырья к товарам дальнейших стадий переработки. Однако первоначально необходимо решить проблему конкурентоспособности продукции, в частности – ее высокой себестоимости. Факторы, влияющие на этот показатель, в Украине весьма многочисленны, но в последнее время один из наиболее ярко выраженных – высокая энергоёмкость продукции, что с учетом роста цен на углеводороды может поставить крест на промышленной экспансии Украины: по данным Евростата, в 2007 году в Европе только промышленность Болгарии характеризовалась большей энергоёмкостью [2].

При анализе имеющихся исследований в области сокращения энергоёмкости промышленности Украины автором были выделены следующие варианты: эффективное стимулирующее законодательство (возврат НДС, дотации и т. п.) [3]; стимулирование развития нетрадиционной энергетики на примере ведущих экономик ЕС [4] (что логично, в прошедшем году доля нетрадиционной энергетики в стране составила 0,79 % [5]); международное сотрудничество, в частности, деятельность таких организаций, как Международное партнерство по водородной экономике (IPHE), Международное партнерство по коммерческому использованию нетрадиционных ресурсов метана (Партнерство "Метан – на рынок") (M2M), Международный форум по секвестру углерода (CSLF) и т. д. [6].

При этом достаточно редко рассматривается проблема неполного использования энергетического потенциала ресурсов, то есть ситуации, когда сырье либо отходы производств одной отрасли могут обеспечить энергетические потребности другой. Для производств Украины данное решение может быть весьма выгодным в краткосрочной перспективе, так как, с одной стороны, оно не требует значительных капиталовложений и времени для осуществления, с другой – является экологически более приемлемым для государства, а значит, может обеспечить налоговые послабления для предприятий. Ниже представлены три примера подобного взаимодействия.

1. Продукция сельскохозяйственной отрасли может стать для химической промышленности источником сокращения потребления природного газа. В химической отрасли Украины немало число заводов специализируются на производстве этанола, для которых как сырье и источник энергии применяется природный газ (метан). Альтернативой необходимым соединений СН могут послужить зерновые культуры (рожь, пшеница), а высвобождающийся при этом газ – как энергетическое сырье для продолжения синтеза (составляющего, правда, не более 10 % от необходимой энергии) [7].

2. Горнодобывающая и химическая отрасли также могут быть примером взаимовыгодного существования. Осуществляя газификацию угля в шахтах из метана при определенных температур-

ных режимах и давлении можно получать синтез-газ. Иными словами, при производстве минеральных удобрений появляется возможность избежать ряда энерго- и теплоемких процессов, что позволит сократить себестоимость итоговой продукции. Следует отметить, что наиболее крупные заводы – производители минеральных удобрений – расположены в Донбассе, что обеспечит сокращение издержек при транспортировке газа [8].

3. Химическая отрасль также может быть не только потребителем чужого сырья, но и предоставлять собственное вторичное сырье. В частности, при переработке природного газа (например, для получения того же синтез-газа) всегда имеется излишек водорода, выдуваемого вместе с инертными газами из смеси, для обеспечения необходимой чистоты синтез-газа. Объем выпускаемого водорода составляет до 12 % потребляемого метана, легко отделяем от примесей инертных газов и может быть транспортирован на локальные объекты энергоснабжения на переработку либо непосредственно как топливо для машин [9].

Разумеется, использование вторичного сырья в качестве энергоресурса имеет достаточно узкое применение и применимо преимущественно к химической и топливно-энергетическим отраслям; также следует учитывать и высокие риски, которые возникают в случае энергетической зависимости предприятия не от естественных государственных монополий, а от других предприятий, изменение политики которых (а значит, и прекращение поставок сырья) в условиях нестабильной украинской экономики вполне реально. Однако даже при этих недостатках в краткосрочной перспективе (со временем каждое предприятие для максимизации выгод будет стремиться к самостоятельности) кооперация производств может стать эффективным решением для отечественных производств при повышении конкурентоспособности продукции посредством снижения ее энергоемкости.

Научн. рук. Ипполитова И. Я.

Литература: 1. <http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/archive/>. 2. Таблица "Energy intensity of the economy 2007" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/graph.-energy_intensity. 3. Жовтянский В. Энергосбережение: момент истины? [Электронный ресурс] / В. Жовтянский, Б. Стогний. – Режим доступа : <http://www.zn.ua/2000/2200/53619/>. 4. Клавдиенко В. Нетрадиционная энергетика в странах ЕС: экономическое стимулирование развития [Электронный ресурс] / В. Клавдиенко. – Режим доступа : http://esco-ecosys.narod.ru/2008_1/index.htm. 5. Энергоэффективность в Украине: малая проблема большой экономики? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.zn.ua/2000/2241/48429/>. 6. Энергодипломатия сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ng.ru/energy/2009-03-17/9_energodiplomacy.html. 7. Этанол [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Этанол>. 8. Технология газификации угля. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Уголь#>. 9. Building the Hydrogen Economy: Enabling Infrastructure Development [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.iphe.net/docs/Resources/Detroit_Workshop_Report.pdf. 10. Бобров Є. Невуглеводнева енергетична політика України у світовому контексті / Є. Бобров // Економіка України. – 2008. – № 8. – С. 68–79. 11. Сухин Е. Энергетика: назад в будущее / Е. Сухин // Зеркало недели. – 2008. – № 25. – С. 11. 12. Украина нашла деньги на российский газ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.finansmag.ru/news/38912>. 13. <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

УДК 005.942(477)

Світлична Т. В.

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ КОНСАЛТИНГОВИХ КОМПАНІЙ: СУТНІСТЬ ТА ФАКТОРИ

Анотація. Проведено аналіз основних підходів до визначення конкурентоспроможності підприємств і основних проблем діяльності консалтингових компаній. Запропоновано визначення конкурентоспроможності консалтингової компанії та її складові елементи. Наведено перелік факторів, що якнайбільше впливають на конкурентоспроможність консалтингових компаній.

Аннотация. Проведен анализ основных подходов к определению конкурентоспособности предприятий и основных проблем деятельности консалтинговых компаний. Предложено определение конкурентоспособности консалтинговой компании и составляющих ее элементов. Представлен перечень факторов, наиболее влияющих на конкурентоспособность консалтинговых компаний.

© Світлична Т. В., 2010



Annotation. The main approaches of determining the competitiveness of enterprises and main consulting companies' problems are analyzed. It is assumed to determine the competitiveness of the consulting company and its constituents. On their basis a list of factors that most affect the competitiveness of consulting companies is formed.

Ключові слова: ринок консалтингових послуг, консалтингова діяльність, клієнтські організації, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність організації, конкурентоспроможність консалтингової компанії, консалтингові послуги, репутація компанії, конкурентні переваги, фактори конкурентоспроможності.

Сучасний ринок консалтингових послуг в Україні динамічно розвивається і характеризується збільшенням обсягів консультативної діяльності, зростанням кількості зайнятих та числа клієнтських організацій, і представлений широким спектром послуг різного напрямку та різної якості. Для консалтингових компаній, які працюють на українському ринку в умовах поглиблення інтернаціоналізації та глобалізації світової економіки і приходу іноземних компаній у сектор ділових послуг, проблема конкурентоспроможності стає якнайбільш актуальною, оскільки саме вона є головним фактором виживання та ефективного розвитку.

У науковій літературі дослідження проблем консалтингової діяльності пов'язано із працями таких авторів: Алешнікової В. І., Драккера П. Ф., Кузіна Б. І., Лейманна Я. А., Лузіна О. Е., К. Макхема, Озїри В. Ю., Перчика В. Ф., Пригожина А. І., Романової М. І., Румянцевой З. П., Хабакука М. Я. та ін. Питаннями теорії та практики конкуренції, теорії конкурентоспроможності, а також розробкою суміжних тематик займалися Азоев Г. Л., Богданов Д. Д., Головін І. А., Ф. Котлер, М. Портер, Рубін Ю. Б., В. Стівенсон, Фатхутдінов Р. А., Юданов А. Ю. Разом із тим питання конкуренції на ринку консалтингових послуг ще не стали предметом спеціального теоретичного розгляду, саме тому необхідність таких досліджень і визначила мету даної статті.

Метою цієї статті є визначення сутності конкурентоспроможності консалтингової компанії та факторів, що її зумовлюють.

Передусім, проаналізуємо поняття "конкурентоспроможність" – воно походить від слів "конкурент" і "спроможність" й може бути розтлумаченим як "бути спроможним до конкуренції" [1]. Згідно з В. Стівенсоном, конкурентоспроможність характеризує те, "наскільки ефективно компанія задовольняє потреби клієнта порівняно з іншими компаніями, що пропонують подібний товар або послугу" [2]; на думку Фатхутдінова Р. А., конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку [3]. Тобто в основі поняття знаходиться перевага, прерогатива одного суб'єкта над іншим, здатність суб'єкта створити таку перевагу.

Поняття конкурентоспроможності є більш широким і безпосередньо пов'язане з терміном "конкурентоспроможна організація", який можна трактувати як перевагу товарів (послуг) підприємства перед аналогами у конкретних сегментах ринку в певний період часу стосовно потенціалу розробляти, виробляти й продавати конкурентоспроможні товари (послуги) в майбутньому, досягнутому без шкоди фінансовому стану організації [2]. Необхідно зазначити, що на ринку консалтингових послуг відмінною оцінкою конкуренції виступає те, що вона спирається на якість послуг, ціновий фактор відіграє другорядну роль [4].

З урахуванням наведеного доцільно визначити конкурентоспроможність консалтингових компаній як здатність надавати клієнтським організаціям такі послуги, що за якісними характеристиками є більш привабливими, порівняно із рівнем послуг їхніх конкурентів.

Отже, невід'ємною складовою конкурентоспроможності консалтингової компанії є конкурентоспроможність її "продукту виробничої діяльності" – консалтингових послуг, які вона надає. Якість цих послуг розглядається як зі сторони самої компанії, так і зі сторони клієнтської організації [4]. Консалтингова послуга є складним і диференційованим товаром, який наділяє компанію-провайдеру конкурентними перевагами відносно реальних та потенційних конкурентів, а також створює додатковий бар'єр входу у галузь новим гравцям. Задоволеність постійних клієнтів у сукупності із високими витратами на зміну консалтингової компанії підвищує їх лояльність до постачальника послуг. Зі зростанням кількості задоволених результатами клієнтів покращується ділова репутація компанії, посилюється бренд, що привертає нових клієнтів. У сукупності всі ці процеси приводять до збільшення клієнтської бази, зростання сегменту ринку і, як наслідок, до підвищення конкурентоспроможності консалтингової компанії, її оборотності і прибутку [5].

З урахуванням аналізу ринку консалтингу та наведеної інформації, можна скласти перелік факторів, які впливають на конкурентоспроможність консалтингової компанії [4; 5], це: досвід і кваліфікація спеціалістів та управлінського персоналу; членство співробітників компанії у професійних організаціях; кількість штатних робітників різних спеціалізацій; сприйнятливість до інновацій; інформаційно-методологічна підтримка професійної діяльності; наявність крупних корпоративних клієнтів; ділова репутація, рекомендації, популярність компанії; налагоджені клієнтські зв'язки, взаємодійності із клієнтами; кількість років роботи на ринку; місцезнаходження і рівень оснащення офісу; наявність дочірніх підприємств, філіалів і представництв за кордоном; налагоджені контакти з обслуговуючими організаціями; наявність PR-відділу, реклама у ЗМІ, участь у рейтингах, конкурсах, тендерах; доступність інформації про компанію; наявність інтелектуальної власності; терміни виконання робіт; принципи ціноутворення та форма оплати.

Таким чином, аналіз наукової літератури з досліджень тематик конкурентоспроможності і управління консалтинговою діяльністю дав підставу до: 1) формування поняття конкурентоспромож-

ності консалтингової компанії; 2) визначення основних факторів впливу на формування конкурентоспроможності консалтингових компаній, що дасть змогу максимально використовувати їх стратегічний потенціал.

Наук. керівн. Гонтарева І. В.

Література: 1. Бабкина Т. Н. Обзор теоретических представлений по формализации понятий конкурентоспособности предприятия и выпускаемой предприятием продукции / Т. Н. Бабкина // Вестник Урмуртского университета. – 2009. – № 2. — С. 12 – 18. 2. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посібн. / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабань та ін. – К. : КНЕУ, 2008. – 520 с. 3. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхурдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с. 4. Єлісеєнко О. В. Конкурентоспроможність підприємства: чинники, конкурентні переваги і показники / О. В. Єлісеєнко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2009. – № 2. – С. 52 – 56. 5. Буцкая Н. Г. Институциональные факторы конкурентоспособности российских консалтинговых компаний [Электронный ресурс]. / Н. Г. Буцкая // CREDO NEW. – Режим доступа : <http://credonew.ru/content/view/765/33/> – Заголовок з екрану.

УДК 005.3

Луговської Р. О.

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. Подано оцінку системі управління якістю на вітчизняних промислових підприємствах, а також проаналізовано проблеми впровадження більш досконалих систем. Запропоновано об'єднання зарубіжних та вітчизняних розробок у галузі управління якістю, результатом чого є система управління якістю на базі КС УЯП+TQM.

Аннотация. Дана оценка системе управления качеством на отечественных промышленных предприятиях, а также проанализированы проблемы внедрения более совершенных систем. Предложено объединение зарубежных и отечественных разработок в отрасли управления качеством, результатом чего является система управления качеством на базе КС УКП+TQM.

Annotation. An estimation for controlling the quality system on domestic industrial enterprises is given, and also the problems of introduction of more perfect systems are analysed. The unification of foreign and domestic developments in industry of quality management is offered, the result of what is quality control system based on a CQCSE (Complex Quality Control System on Enterprise)+TQM.

Ключові слова: система, якість, управління, ефективність, продукція, бездефектність.

Еволюція світових принципів поведінки суб'єктів ринкових відносин привела вітчизняних виробників до розуміння проблеми відповідності якісних показників продукції очікуванням споживачів. Більш того, вводяться внутрішньофірмові стандарти якості (наприклад, система стандартів американських гігантів машинобудування), розширюючі та доповнюючі стандарти, встановлені світовою спільнотою.

Великий внесок до розробки теорії управління якістю внесли зарубіжні і вітчизняні вчені: І. Ансофф, Л. Водачек, Гейлер З. Ш., Гличев А. В., Д. Джуран, Дікань Л. В., Іванов Ю. Б., Демиденко Д. С., Ластовецький В. Е., Матвеев Л. А., Огвоздін В. Ю., Одінцева Г. С., Окрепілов В. В., Пономаренко В. С., Пушкарь О. І., Соколенко В. М., Стуков С. А., А. Субето, А. Фейгенбаум, Хамдамов З. Ю., Д. Харрінгтон, А. Яругова та ін. [1].

Актуальність удосконалення систем управління якістю на промислових підприємствах стверджується необхідністю підвищення конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств на світовому ринку. Саме завдяки зміні існуючих систем управління якістю вітчизняні підприємства зможуть вийти на якісно новий рівень у світовій спільноті.

На вітчизняних промислових підприємствах використовуються, як правило, системи контролю якості продукції TQC (Total Quality Cost). Проте, щоб зайняти більш-менш конкурентні позиції на світовому ринку, необхідно підвищувати якість продукції. Це можливо лише при зміні самої системи управління якістю, якою, згідно із сучасними тенденціями, є модель TQM (Total Quality Management). Якщо TQC – це управління якістю з метою виконання встановлених вимог, то TQM –



це ще й управління цілями і самими вимогами. У TQM включається також і забезпечення якості, яке трактується як система заходів, що забезпечує впевненість споживача у якості продукції.

Складність впровадження системи TQM полягає в її реалізації, оскільки для підприємства це означає глобальну перебудову всієї системи, що природним чином негативно відіб'ється на роботі самого підприємства в короткостроковому періоді. Така особливість продиктована такими чинниками, як неприйняття рядовими співробітниками нововведень, а також безграмотна реалізація комплексу заходів керівництвом.

Автором запропоновано проводити адаптацію зарубіжних систем управління якістю за допомогою вітчизняних систем, розроблених раніше і відомих, деякою мірою, співробітникам, що зазнали фіаско у зв'язку з великою кількістю недоробок, присутніх у них. Якщо ж узяти від цих систем тільки кращі елементи, перевірені досвідомі практикою, то їх використання позначиться тільки позитивним чином на діяльності підприємства.

Однією з таких систем є Комплексна система управління якістю продукції (КС УЯП). Дана система була розроблена ВНДІ стандартизації Держстандарту СРСР в 1970-х роках за участю НВО "Система" й апробована на підприємствах Львівської області, так що її цілком можна вважати за вітчизняну розробку [2].

КС УЯП – це сукупність заходів, методів і засобів, за допомогою яких цілеспрямовано встановлюється, забезпечується, підтримується на основних стадіях життєвого циклу (планування, розробка, виробництво, експлуатація або споживання) рівень якості продукції, відповідний вимогам замовника.

КС УЯП є основною частиною загальної системи управління підприємством і функціонує одночасно зі всіма іншими видами діяльності на підприємстві, узгоджується і взаємодіє з ними.

Взаємодія здійснюється на п'яти рівнях:

1. Організація робіт з управління якістю продукції на рівні керівництва підприємства (директор, головний інженер, їх заступники).

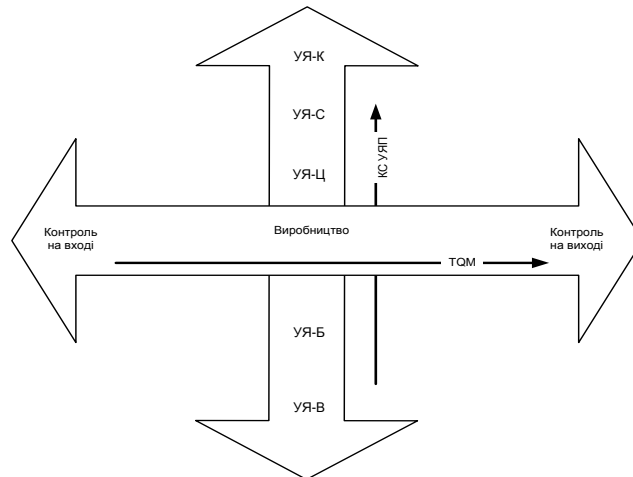
2. Організація робіт з управління якістю продукції на рівні головних фахівців, що забезпечують вирішення завдань комплексної програми забезпечення якості продукції.

3. Організація робіт з УЯП на рівні керівників цехів і відділів, які реалізують заходи щодо КС УЯП у рамках своїх підрозділів.

4. Організація робіт з УЯП на рівні керівників бюро, бригад, ділянок.

5. Організація робіт безпосередніх виконавців щодо забезпечення високої якості продукції, які у своїй діяльності здійснюють організацію особистої роботи неухильного виконання й дотримання вимог нормативно-технічної документації і високих показників якості продукції, що забезпечують досягнення.

Подані п'ять рівнів взаємодії підкреслюють вертикальну інтеграцію системи у процесах управління якістю на підприємстві. У цей же час комплекс заходів TQM направлений на горизонтальний аналіз процесів у рамках виробничого циклу. Таким чином, наведені системи чудово доповнюють одна одну, створюючи комплексну систему контролю якості вироблюваної продукції. Рисунок відображає вертикальну (КС УЯП) і горизонтальну (TQM) інтеграції систем у загальній стратегії управління якістю на підприємстві.



Умовні позначення:

УЯ-К – управління якістю на рівні керівництва;

УЯ-С – управління якістю на рівні спеціалістів;

УЯ-Ц – управління якістю на рівні цехів;

УЯ-Б – управління якістю на рівні бригад;

УЯ-В – управління якістю на рівні безпосередніх виконавців.

Рис. Взаємодія систем КС УЯП і TQM в управлінні якістю продукції

Основною перевагою такого об'єднання є вирішення ширшого спектра завдань при незмінній організаційній структурі і штаті працівників. Це є дуже важливим чинником, оскільки саме перебудова організаційної структури і необхідність залучення фінансових ресурсів у великому об'ємі примушують власників підприємств відмовитися від впровадження нової системи якості. Сумісне

використання КС УЯП і TQM дозволяє запобігти такому дисбалансу й адаптувати виконання нових завдань під існуючу організаційну структуру підприємства.

Подані розробки є результатом досліджень у рамках дипломного проекту за напрямком "Магістр з економіки підприємства" та впроваджені на ДП "Завод "Електроважмаш".

Наук. керівн. Гонтарева І. В.

Література: 1. Вакуленко А. В. Управління якістю : навч.-метод. посібн. для самост. вивч. дисц. / А. В. Вакуленко. — К. : КНЕУ, 2004. — 167 с. 2. Фомичев С. К. Основы управления качеством : учебн. пособ. / С. К. Фомичев, А. А. Старостина, Н. И. Скрыбина. — К. : МАУП, 2000. — 196 с.

УДК 659.42

Шевченко Е. А.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ПИАР КАК ЭЛЕМЕНТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. Рассмотрен пиар как элемент совершенствования маркетинговой деятельности на предприятии. Обосновано, что развитие и усовершенствование сферы пиара имеет важное значение не только для успеха компании, но и для всего общества в целом.

Анотация. Розглянуто піар як елемент удосконалення маркетингової діяльності на підприємстві. Обґрунтовано, що розвиток і вдосконалення сфери піару має важливе значення не тільки для успіху компанії, але і для всього суспільства в цілому.

Annotation. PR is considered as an element of marketing activities perfection on enterprise. Developings and improvements in the sphere of PR are very vital issues not only for a company success, but for the whole community.

Ключевые слова: пиар, маркетинговая деятельность, реклама, конкурентные преимущества.

На сегодняшний день очень важно отметить, что большинство предприятий должны определиться, как продвигать свой товар, поскольку чем больше усилий и денег вы вкладываете в пиар, тем проще продвигать свой товар или услуги на рынок. Для предприятия очень важно соблюдать определенную стратегию, но между тем необходимо учитывать изменения во внешней среде, так как они могут повлиять на маркетинговую деятельность на предприятии. Для старта у предприятия должен быть хороший пиар-ход, с помощью которого у потребителя появится интерес к его продукции, то есть вы должны создать что-то новое, чего нет у других предприятий.

Существует очень большая маркетинговая сфера применения, она подробно отображена такими учеными-экономистами, как: Стенли Янг, Филип Котлер, Триас де Без Ф., Маслова Т. Д., Божук С. Г., Гундари М. В. [1 – 4].

Пиар – это способ управления с помощью коммуникации отношениями между организацией и ее аудиторией. Или, говоря несколько иначе, это искусство создания и продажи образов организации необходимой аудитории [4]. Пиар – это, прежде всего, связь с общественностью, поэтому так необходимо изучать потребительский спрос, поскольку от этого зависит статус предприятия и его прибыль.

Пиар является стимулирующим методом для привлечения потребителей. Но для более эффективного стимулирования потребителя к продукту методику пиара необходимо постоянно менять, ориентируясь на разных потребителей, расширять ассортимент продукции. Вы должны создать что-то новое, как в продвижении своего товара, так и в развитии данного продукта, чтобы он стал престижным, брендовым.

Непосредственно для развития предприятия недостаточно будет пиара либо рекламы, так как в условиях конкурентной борьбы предприятий необходимо учитывать ряд факторов для того, чтобы преодолеть конкурентов и быть лучшими. Прежде всего, необходимо определиться с категорией потребителей, после чего определить предпочтения потребителей, а также конкурентные преимущества других предприятий.

Цель исследования данной работы – это пиар как элемент совершенствования маркетинговой деятельности на предприятии.

© Шевченко Е. А., 2010



Пиар помогает достичь того, что с вашей компанией хочется сотрудничать, то есть присоединиться к вашему успеху. Популярность и репутация настолько захватывают потребителя, что другие компании становятся вне конкуренции, поскольку о них никто не знает. Популярность играет немаловажную роль, но у вас должны быть личные конкурентные преимущества, которые должны всегда развиваться и подстраиваться под новых потребителей и удовлетворять интересы и потребности не только популярным именем, а еще и предоставлением качественного товара либо услуги, а также цена, которая соответствует качеству.

Помимо пиара, немаловажную роль играет метод рекламирования, так как благодаря использованию наиболее альтернативного метода компания сможет достичь больших успехов, так как определяющим фактором будет метод, который будет воздействовать на потребителя, результатом чего станет лидирующее место компании среди конкурентов, а для потребителя – удовлетворение своих потребностей.

Следует отметить влияние маркетинговой деятельности, поскольку эта деятельность отражает объективные условия развития рынка, где особая роль отводится потребителю. Прежде всего, необходимо ориентироваться на желания и потребности потребителя, а после этого создавать продукт, который будет ориентирован на разные категории населения.

Основные примеры пиара как элемента совершенствования маркетинговой деятельности: Интернет-магазины; использование латерального маркетинга на предприятии, цель которого состоит в использовании инноваций, то есть этот вид маркетинга направлен на творческое мышление; создание новой продукции на предприятии, что всегда стимулирует потребителя к приобретению нового товара как интереса к новому виду продукции; анализ рынка, который играет непосредственную роль в маркетинге; анализ внешней и внутренней среды.

Связывая пиар с рекламой, необходимо отметить, что пиар является более эффективным, так как с его помощью предприятие может увеличить объем своих продаж с меньшими издержками, чем если бы использовали рекламную агитацию.

По результатам проведенного исследования можно сформировать следующие выводы: использование пиара как инструмента маркетинга позволяет предприятию повысить эффективность принятия управленческих решений в области маркетинга, что, в свою очередь, способствует рациональному использованию ресурсов маркетинговой деятельности.

Научн. рук. Олейникова Н. Н.

Литература: 1. Янг С. Системное управление организаций / С. Янг. – М. : Советское радио, 1972. – 455 с. 2. Котлер Ф. Новые маркетинговые технологии. Методики создания гениальных идей / Ф. Котлер, Триас де Без Ф; пер. с англ. под ред. Т. Р. Тэор. – СПб. : ИД "Нева", 2004. – 192 с. 3. Маслова Т. Д. Маркетинг / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. – СПб. : Питер, 2005. 4. Гундарин М. В. Книга руководителя отдела PR / М. В. Гундарин. – СПб. : Питер, 2006. – 368 с.

Миненкова Т. В.

УДК 005.942

Студент 5 курсу

факультету економіки і права ХНЕУ

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВНУТРЕННИХ КОНСУЛЬТАНТОВ

Аннотация. Определены основные преимущества внутренних консультантов перед специализированными консалтинговыми компаниями.

Анотація. Визначено основні переваги внутрішніх консультантів перед спеціалізованими консалтинговими компаніями.

Annotation. The basic advantages of internal advisers before the specialised consulting companies are offered.

Ключевые слова: внутренний консультант, внешний консультант, эффективность процессов, консультационная услуга, потенциальный потребитель, успешное сотрудничество, управленческая проблема, организационная культура, материальное вознаграждение, проектный способ консультирования.

Профессиональные консультационные услуги в Украине оказываются уже около десяти лет. Несмотря на столь длительный срок, ясного понимания того, для чего приглашать консультантов и нужно ли их вообще приглашать, среди потенциальных потребителей консультационных услуг пока

© Миненкова Т. В., 2010

не сложилось. Причиной этого во многом является неадекватное представление о том, что могут и чего не могут сделать консультанты, когда их имеет смысл приглашать и каковы необходимые условия успешного сотрудничества с консультантами.

Целью статьи является определение необходимости работы внутренних консультантов на предприятии и решении его управленческих проблем для повышения эффективности деятельности всего предприятия.

Достаточно противоречивым, но интересным представляется опыт работы специалистов в качестве внутренних консультантов. Противоречия обусловлены сложившейся организационной культурой и практикой развития украинских предприятий [2].

Внутренний консультант, являясь сотрудником организации, становится ее системным элементом, занимающим свое место в организационной структуре компании. Он находится в трудовых отношениях с данной компанией и получает материальное вознаграждение, соотносящееся с результатами его труда [3]. Внутреннее консультирование предусматривает постоянную работу консультанта в штате предприятия с подчинением его руководителю предприятия. Теоретически это снижает затраты предприятия (зарботная плата консультанта меньше его гонораров) с сохранением преимуществ проектного способа консультирования [1].

Необходимость внутреннего консультирования наиболее полно обосновывается при сравнении с внешним консультированием, раскрывается в практическом сопоставлении внутреннего консультанта с внешним (таблица) [4].

Таблица

Сравнительная характеристика внутреннего и внешнего консультанта

Внутренний консультант	Внешний консультант
Зависим:	Независим:
Материально, от работодателя как от единственного источника дохода	Материально, финансовая ответственность в пределах контрактных сумм
Административно, при организации процессов и ведении работ зависит от позиции руководителя, его взглядов и убеждений; зависит также от системы субординации в организации	Административно, система субординации не оказывает никакого влияния на ход организации процесса и ведения работ
Находится под давлением внутренних взаимоотношений, так как является составным элементом организации	Эмоционально, свободен от внутренних обязательств и условностей, отсутствует бремя внутриорганизационных взаимоотношений
При разработке программы изменений зависит от субъективных принципов, убеждений и позиции руководителя, зачастую вынужден считаться с позицией топ-менеджеров	При разработке программы опирается на субъективные принципы, убеждения, позиции, личные отношения с руководителем и топ-менеджерами, но на принципиальный подход к разработке и реализации изменений (их последовательности) эти отношения и оценки влияния не имеют
Имеет личные интересы в организации	Не имеет никаких личных интересов в организации
Внутренний консультант	Внешний консультант
Находится в трудовых отношениях с организацией	Выполняет работу по контракту
Всецело работает на организацию	Нанимается для выполнения определенных задач, на определенный период
Не высокий, по сравнению с внешними консультантами, уровень оплаты услуг (зарботная плата)	Высокая стоимость услуг – это критерий внутренней готовности к изменениям и импульс этих изменений, так как руководители уделяют особое внимание хорошо оплаченным процессам

Таким образом, для обеспечения максимальной эффективности процессов развития предприятия следует объединить усилия внутреннего и внешних консультантов для реализации поставленных целей.

Сформированная из ключевых квалифицированных сотрудников организации рабочая группа, возглавляемая внутренним консультантом, должна стать ядром будущих изменений (после выполнения своих задач внешними консультантами). Она сможет и в дальнейшем поддерживать определенный уровень организационного развития при периодическом наблюдении со стороны внешних консультантов.

Научн. рук. Гончарова И. В.

Литература: 1. Гончарук В. А. Как выбрать консультанта / В. А. Гончарук // Управление компанией. – 2008. – №3. – С. 36–38. 2. Гусаков В. А. Ясная стратегия бизнеса / В. А. Гусаков. – М. : Вершина, 2009. – С. 56–59. 3. Демьяненко В. С. Навигаторы большого бизнеса / В. С. Демьяненко // СЕО. – Май. – 2009. – С. 25–26. 4. Носов В. Л. Чем они могут мне помочь? (или преимущества найма консультантов) / В. Л. Носов // Мир консалтинга. – 2007. – № 1. – С. 14–16. 5. Тихонова Л. А. Что повышает эффективность управленческого консультирования / Л. А. Тихонова // Генеральный директор. – 2007. – № 8. – С. 32–34.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАЛЕЖНОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ВІД ВИТРАТ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. Обґрунтовано вплив витрат підприємства на формування його конкурентних переваг. Розглянуто найбільш значущі методи управління витратами та доведено необхідність їх комплексного використання. Запропоновано застосування окремих методів управління витратами на різних етапах життєвого циклу продукції.

Аннотация. Обосновано влияние затрат предприятия на формирование его конкурентных преимуществ. Рассмотрены наиболее значимые методы управления затратами и доказана необходимость их комплексного использования. Предложено применение отдельных методов управления затратами на разных этапах жизненного цикла продукции.

Annotation. The impact of the company's costs on the forming of its competitive advantages is grounded. The most important methods of cost management are considered and the need for their integrated use is proved. The use of certain methods of cost management at different stages of product life cycle are proposed.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність продукції, витрати підприємства, методи управління витратами, життєвий цикл продукції.

З розвитком ринкових відносин та посиленням інтеграційних процесів проблема конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників набуває актуальності й вимагає прийняття ефективних рішень. Тільки підприємства, які мають більш високі конкурентні переваги, можуть досягти необхідного рівня прибутковості свого бізнесу та ефективно функціонувати в умовах посиленої конкурентної боротьби. Тому підвищення конкурентоспроможності є стратегічним завданням будь-якого суб'єкта господарювання.

Одиним з ефективних напрямів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства є вдосконалення управління його витратами, що врешті приведе до виробництва й реалізації конкурентоспроможної продукції та поліпшить його становище на ринку.

Вирішення цієї проблеми знайшло відображення в роботах вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів: Буркинського Б. В., Бутенко А. І., Бельтюкова Є. А., Зайцева О. П., Іщенко І. І., Карпової Т. П., Лукінова І. І., Е. Майера, Мірошникова П. С., Продіуса І. П., М. Портера, Скударя Г. М., Савчука В. І. та ін. Але недостатньо висвітленим є питання впливу витрат підприємства на формування його конкурентних переваг, що й обумовлює мету даної статті.

Під конкурентоспроможністю підприємства слід розуміти реальну або потенціальну здатність господарюючого суб'єкта задовольняти конкретні суспільні потреби, яка опосередкована більш ефективним, порівняно з конкурентами, використанням обмежаних економічних ресурсів у мінливих умовах ринку [1].

Конкурентоспроможним є те підприємство, що здатне проектувати, виготовляти та збувати конкурентоспроможну продукцію, підприємство, що тривалий час може залишатися прибутковим в умовах ринкової економіки та має інвестиційну привабливість для зовнішніх користувачів.

Але рівень конкурентоспроможності підприємства так чи інакше залежить від ефективності прийняття управлінських рішень стосовно використання обмежених ресурсів та рівня витрат на підприємстві, тому регулювання його витрат виступає на передній план і забезпечує підприємству перевагу над конкурентами, особливо в умовах наростання кризових явищ.

Конкурентоспроможність продукції є важливим фактором конкурентоспроможності підприємства, тому що виробництво та збут конкурентоспроможної продукції забезпечує наявність грошового потоку [2]. Конкурентоспроможність продукції є сукупністю якісних і вартісних характеристик товару, що забезпечує задоволення конкретної потреби.

В умовах ринкової нестабільності загострюється цінова конкуренція, тому більш ефективними є заходи, спрямовані на поліпшення вартісних характеристик товару. Тенденція до зростання витрат на виробництво й реалізацію продукції, неефективна структура витрат, відсутність планування призводять до зростання цін на продукцію та згодом до втрати конкурентних переваг виробника. Тому, щоб уникнути цього, підприємству потрібно формувати ефективну політику управління його витратами.

Управління витратами здійснюється за рахунок використання сучасних методів управління витратами, серед яких найбільш значущими є: стандарт-костинг, директ-костинг, таргет-костинг, кайзен-костинг та ін. Підприємство самостійно обирає, який метод управління витратами йому використовувати. Але для об'єктивної оцінки вартості продукції необхідно враховувати витрати на всіх етапах життєвого циклу. Такі методи управління витратами, як стандарт-костинг, таргет-костинг та

кайзен-костинг спрямовані на управління витратами і результатами діяльності підприємства на різних етапах життєвого циклу продукції.

Життєвий цикл продукції є періодом від початку проектування та розробки продукції до виведення її з ринку та утилізації. Цей період можна розділити на три етапи: етап проектно-конструкторських розробок, етап виробництва та етап експлуатації.

На етапі проектно-конструкторських розробок досліджуються й визначаються потреби ринку, ведеться проектування нової продукції, прогноуються витрати майбутнього продукту та взагалі приймається рішення щодо продовження розробки продукції чи відмови від неї.

На етапі виробництва здійснюється безпосередньо процес виробництва розробленої продукції. На цьому етапі важливо дотримуватись заданих норм та нормативів, відслідковувати фактичні відхилення та враховувати їх.

На етапі експлуатації продукції підприємства споживач порівнює якість, надійність, економічність та інші показники конкурентоспроможності зі встановленими стандартами.

У таблиці подані методи управління витратами, які використовуються на різних етапах життєвого циклу продукції, та наведена їх загальна характеристика.

Таблиця

Методи управління витратами залежно від етапу ЖЦ продукції

Етап життєвого циклу продукції	Методи управління витратами	Характерні особливості методу на етапі ЖЦ продукції
Етап проектно-конструкторських розробок	Таргет-костинг – метод цільового калькулювання	Використання таргет-костингу саме на цьому етапі ЖЦ продукції дозволить оптимально спроекувати витрати майбутньої продукції, щоб досягти цільової вартості та мінімізувати можливі збитки. Таким чином, підприємство виводить на ринок конкурентоспроможну продукцію, яка не тільки покриває витрати виробництва, а й дозволяє отримати запланований розмір прибутку. Переваги цього підходу полягають у тому, що на етапі проектно-конструкторських розробок існує більше можливостей проявити технологічну гнучкість, щоб вплинути на витрати або на проект продукції. Використання таргет-костингу саме на етапі проектно-конструкторських розробок дозволяє прийняти правильне рішення про впровадження продукції у виробництво. Якщо неможливо досягти цільової вартості нової продукції не погіршивши її якості, то приймається рішення про відхилення виробництва цієї продукції
Етап виробництва	Стандарт-костинг, кайзен-костинг	Коли вже розроблена продукція впроваджена у виробництво, необхідно постійно контролювати витрати шляхом порівняння фактичних результатів з цільовими. Також для забезпечення конкурентоспроможності продукції ведеться постійний пошук резервів та напрямів зниження витрат. Використання стандарт-костингу на етапі виробництва забезпечить виявлення відхилень від установлених стандартів витрат та дозволить скоригувати планові нормативи з урахуванням виявлених відхилень. Використання кайзен-костингу на етапі виробництва забезпечить необхідний рівень собівартості продукції та пошук можливих напрямів зниження витрат до цільового рівня, який постійно корегується в сторону зниження
Етап експлуатації	Стандарт-костинг	Використання стандарт-костингу на етапі експлуатації дозволить контролювати нефінансові показники продукції (рівень якості, срок експлуатації та ін.) шляхом виявлення фактичних відхилень у процесі експлуатації з плановими показниками

Таким чином, комплексне використання методів управління витратами на окремих етапах життєвого циклу продукції дозволить більш якісно контролювати рівень витрат та забезпечити їх стійку позитивну динаміку.

В умовах ринкової економіки прибутковості своєї діяльності досягають підприємства з більш високим конкурентним потенціалом. Такі підприємства здатні виготовляти та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію, яка перевершує за якісно-ціновими параметрами товари-аналоги. Кожне підприємство прагне переважати конкурентів не тільки задля покращення свого фінансового стану, але й для того, щоб бути привабливим господарюючим суб'єктом для інвесторів, постачальників, партнерів тощо.

Наук. керієн. Плоха О. Б.

Література: 1. Карпова Т. П. Управленческий учет: профессиональный ученик / Т. П. Карпова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 354 с. 2. Реутов Р. С. Конкурентоздатність підприємства: Критерії, показники і методи оцінювання / Р. С. Реутов // Економіка та держава. – 2006. – №5. – С. 65–67. 3. Молодоря Т. С. Роль інтелектуальних ресурсів у формуванні конкурентних переваг / Т. С. Молодаря // Коммунальное хозяйство городов. Серия : Экономические науки. – 2005. – Вып. 62. – С. 255–261. 4. Коротков А. М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А. М. Коротков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – С. 45–49.

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ РЫНОЧНОЙ ДОЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВНОГО ЭЛЕМЕНТА МОДЕЛИ ЕГО СТОИМОСТИ

Анотація. Розглянуто проблему коректної оцінки ринкової вартості українських підприємств і методи її максимізації шляхом впровадження вартісного менеджменту. Розроблено і запропоновано концепцію позиціонування ринкової частки підприємства як основного елемента моделі його вартості, приведено формулу розрахунку коректної ринкової вартості підприємства.

Анотація. Розглянуто проблему коректної оцінки ринкової вартості українських підприємств і методи її максимізації шляхом впровадження вартісного менеджменту. Розроблено і запропоновано концепцію позиціонування ринкової частки підприємства як основного елемента моделі його вартості, наведено формулу розрахунку коректної ринкової вартості підприємства.

Annotation. The problem of correct estimation of market value of the Ukrainian enterprises and methods of its maximization by using value-based management is examined. The conception of positioning the market stake of enterprise as a basic element of its cost model is developed, also the calculation formula of correct market value of enterprise is resulted.

Ключевые слова: стоимость предприятия, управление стоимостью, оценка стоимости, максимизация стоимости, стоимостный менеджмент.

Управление стоимостью национальных предприятий, учитывая относительно небольшой срок со времени его возникновения – середины 90-х годов прошлого века, то есть с начала массовой приватизации, находится на стадии становления, причем преимущественно на основе эмпирических поисков, а не теоретических принципов, и потому еще не приобрело свойства органического элемента целостной системы управления.

Также следует отметить, что методологические и прикладные принципы стоимостного менеджмента постоянно находятся в поле зрения иностранных научных работников и специалистов – развитие корпоративных отношений и необходимость согласования интересов всех заинтересованных у них лиц обусловили появление исследований поиска эффективных форм и методов увеличения капитала акционеров. Определенная, хотя и не окончательная, практическая завершенность системы управления стоимостью предприятий экономически развитых стран связана с тем, что ее научное обоснование длится довольно долго [1].

Уровень исследований, выполненных А. Маршалом, И. Шумпетером, Е. Чемберленом, Дж. Робинсоном, Дж. Б. Кларком, Дж. Хиксом, И. Фишером, Г. Коузом, Дж. Гелбрейтом, Г. Саймоном и другими, позволяет утверждать, что теория управления стоимостью предприятий (shareholder value concept, value-based management, value management) прошла путь становления и является комплексной [2].

Учитывая современное состояние национальной системы макроэкономического и внутрихозяйственного управления стоимостью, автоматически привнести в нее разработки зарубежных авторов невозможно, поскольку они касаются устоявшихся корпоративных и финансовых отношений. Поэтому возникает потребность в осмыслении научных и практических принципов менеджмента стоимости предприятий именно в период их адаптации к масштабным изменениям в условиях ведения хозяйства.

Отдельные аспекты управления стоимостью национальных предприятий рассматриваются отечественными научными работниками в пределах исследований проблематики: конкурентоспособности – Алимовым О. М., реформирования собственности – Амошей О. И., структурных изменений в экономике – Безчасным Л. К., формирования фондового рынка – Бордюком В. М., инвестиционного развития – М. С. Герасимчуком, корпоративного управления – В. И. Голиковым, управления производственным потенциалом – Ивановым М. И., развития промышленных комплексов – Чумаченком М. Г., теории стоимости – Чхунном А. А. и др. В то же время как единая комплексная проблема управления стоимостью предприятия сегодня еще не стала предметом научного обобщения [1].

Отсутствие теоретически обоснованных подходов к исследованию процессов управления стоимостью предприятий усложняет научное решение проблемных вопросов менеджмента стоимости в сегодняшних условиях развития украинской экономики. Кроме того, поскольку управление должно базироваться на точно определенной величине стоимости, актуализируется задание разработки методических и прикладных принципов оценки стоимости предприятий [3]. Учитывая, что важнейшей предпосылкой роста стоимости предприятий является совершенствование модели корпоративного управления, целесообразным следует признать теоретическую аргументацию путей его осуществления через призму стоимостного менеджмента.



Изложенное выше позволяет утверждать, что сегодняшняя актуальность корректной оценки стоимости предприятия очевидна. Естественно, чем более точно определена стоимость предприятия, тем быстрее, рациональнее и точнее будут достигнуты поставленные собственником управленческие задачи. Для максимизации точности величины стоимости предприятия автором предложена концепция позиционирования рыночной доли предприятия как основного элемента модели его стоимости, согласно которой стоимость предприятия будет рассчитана согласно формуле:

$$F = BC \times (1 + MP \times K) \times \left(1 + \frac{\sum_{i=1}^n MPA}{n}\right) \times \left(1 + \frac{\sum_{i=1}^n MA}{n}\right) \times \left(1 + \frac{1}{PP}\right),$$

где F – стоимость предприятия, ден. ед.;

BC – балансовая стоимость предприятия, ден. ед.;

MP – доля рынка предприятия в стоимостном выражении относительно продаж во всех сегментах, где работает фирма, %;

MPA – темпы роста доли рынка предприятия, %;

PP – период окупаемости балансовой стоимости, лет;

i – ставка дисконта, %;

n – год;

K – коэффициент стоимости предприятий в отрасли. Определяется, исходя из сравнительного подхода к оценке стоимости предприятия.

Рост либо снижение стоимости предприятия за рассчитываемые периоды будет выражаться как ΔF соответственно.

Результат, полученный согласно данной формуле, целесообразно соотнести с результатами трех стандартных методов оценки, причем удельный вес значения результатов каждого из методов определяется в каждом случае отдельно и в зависимости от ряда факторов, таких, как сфера деятельности предприятия, степень инновационности проекта/предприятия и т. д.

В целом логика сущности концепции позиционирования рыночной доли предприятия как основного элемента его стоимости заключается в том, что в современных условиях рынка основной задачей предприятия является не произвести продукцию, а продать ее конечному потребителю, и, исходя из этого, доля рынка предприятия есть интегрированным показателем комплексной эффективности его деятельности.

Научн. рук. Гонтарева И. В.

Литература: 1. Мендрул О. Г. Вартість підприємств: порівняльна оцінка / О. Г. Мендрул // Стратегія економічного розвитку України : наук. зб. / відп. ред. О. П. Степанов. – К. : КНЕУ, 2001. – Вип. 5. – С. 253–260. 2. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) : учебн. пособ. / под ред. Н. А. Абулаева, Н. А. Колайко. – М. : Изд. "ЭКМОС", 2000. – 352 с. 3. Хачатурян Ф. Повышение стоимости участия акционеров: оптимальные модели управления / Ф. Хачатурян // Український інвестиційний журнал "Welcome". – 2000. – № 2. – С. 5–15.

УДК 658.589

Шапошник І. О.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ОБҐРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК УПРОВАДЖЕННЯ У ВИРОБНИЦТВО НОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Анотація. Узагальнено підходи щодо типізації нових товарів залежно від ступеня новизни, а також розкрито питання встановлення взаємозв'язку між розміром отримуваного прибутку й типом нового товару на основі визначення переваг, труднощів та ризиків упровадження у виробництво нової продукції різних типів.

Аннотация. Обобщены подходы относительно типизации новых товаров в зависимости от степени их новизны, а также раскрыты вопросы установления взаимосвязи между размером получаемой прибыли и типом нового товара на основе определения преимуществ, трудностей и рисков внедрения в производство новой продукции различных типов.

© Шапошник І. О., 2010



Annotation. The approaches in relation to typification of new goods depending on the degree of their newness are generalized, and also the questions of establishment of intercommunication between the size of the got profit and the type of the new good are exposed on the basis of determination of advantages, difficulties and risks of applying in industry different types of new products.

Ключові слова: новий товар, ступінь новизни товару, типізація нової продукції, прибутковість упровадження нового товару у виробництво, ризикованість освоєння виробництва й випуску нового товару, переваги та труднощі впровадження у виробництво нового товару.

У сучасних умовах господарювання, які характеризуються ускладненням економічних процесів, жорсткою конкуренцією та зниженням платоспроможності споживачів, об'єктивною необхідністю будь-якого суб'єкта підприємництва є виживання і збереження своєї позиції на ринку. Запорукою цього є забезпечення прибутковості підприємства, що також є передумовою його успішного функціонування та розвитку, базою економічного розвитку держави, одним з найважливіших джерел задоволення соціальних потреб суспільства. Головним напрямком отримання додаткового доходу та розширення резервів підвищення прибутковості підприємства є проведення інноваційної діяльності, зокрема, освоєння виробництва якісної нової продукції, максимально наближеної до потреб споживачів. Саме це й обумовлює актуальність дослідження і його значення для господарської діяльності підприємства.

Науковим підґрунтям дослідження стали роботи вчених та спеціалістів у цій сфері. Проблеми визначення сутності нової продукції та її класифікації були розглянуті в роботах Е. Буза, П. Аллен, Л. Хемілтона, Д. Шоффра та Г. Доре. Питання інновацій, економічного обґрунтування інноваційних проєктів з урахуванням ризику висвітлені в наукових роботах Ілляшенко С. М., Кардаш В. Я. Шляхи отримання прибутку від упровадження у виробництво нової продукції були розглянуті в роботах Гіковатої Н. К., Ястремської О. М. Питанням підвищення прибутку підприємства за рахунок отримання непрямих вигід від випуску нової продукції були присвячені роботи Джеймса П. Ендрю, Гарольда Л. Сіркіна, Роберта Г. Купера та ін.

Однак деякі ключові моменти, що стосуються отримання прибутку за умови впровадження нової продукції, досі залишаються невисвітленими. Перш за все, вирішення потребують питання можливих переваг, труднощів та ризиків, з якими стикаються підприємці при впровадженні у виробництво нової продукції різних типів. Це дасть змогу уточнити характер залежності розміру прибутку від типу нової продукції, що впроваджується у виробництво.

Метою дослідження є узагальнення підходів щодо типізації нових товарів залежно від ступеня новизни, а також установлення взаємозв'язку між розміром отриманого прибутку й типом нового товару на основі визначення переваг, труднощів та ризиків упровадження у виробництво нової продукції різних типів.

За умови реалізації інновації, в тому числі й нової продукції, має місце обмін "інновація – гроші". Грошові кошти, отримані підприємцем у результаті такого обміну, по-перше, покривають витрати на створення й реалізацію такої продукції, а по-друге, приносять додатковий прибуток від реалізації нового товару. Упровадження у виробництво нової продукції, окрім додаткового прибутку, може також привести до непрямих вигід, тобто позитивних побічних ефектів, таких, як покращення відносин з клієнтами, підвищення мотивації співробітників, зміцнення партнерських взаємовідносин та посилення конкурентних переваг [1]. Усі ці цілі насправді виправдані, однак суттєвим обґрунтуванням для інноваційного процесу вони стають, тільки якщо в результаті ведуть до отримання додаткового прибутку. Їхній позитивний вплив повинен або ж прямо простежуватися на кривій готівки нових товарів, або ж відображатися на результатах роботи компанії в цілому.

Рівень підвищення прибутку в результаті впровадження у виробництво нової продукції прямо залежить від способу оновлення товарної номенклатури підприємства. Існує безліч підходів до класифікації типів нової продукції [2 – 4]. Однак усі їх можна звести до такої, що включає чотири основні типи, серед яких: 1) абсолютно новий товар, тобто такий, що задовольняє нову або таку, що раніше не задовольнялася, потребу; 2) відносно новий товар, тобто такий, що є вдосконаленим варіантом аналога, при цьому вдосконалюються лише його фізичні характеристики; 3) оновлений товар, що є вдосконаленим варіантом аналога, при цьому вдосконалюється лише його характеристики сприйняття; 4) метатовар, тобто товар, що є новим тільки для підприємства, який повинен відрізнятися за зовнішнім виглядом або функціонально.

У літературних джерелах немає чіткої класифікації факторів, які зумовлюють напрямок та рівень зміни фінансових результатів підприємства внаслідок упровадження нової продукції. Можна виділити три основні чинники, які впливають на розмір прибутку при введенні у виробництво нового товару, серед них: 1) ступінь новизни товару, що впроваджується у виробництво; 2) рівень ризику, який супроводжує виробництво та реалізацію нового товару; 3) вагомість додаткових переваг і труднощів освоєння нового товару та його виведення на ринок.

Так, при введенні у виробництво абсолютно нового товару підприємець має можливість отримати максимальний прибуток від виведення на ринок нового товару. Це зумовлено його абсолютною унікальністю та високим рівнем ризику впровадження у виробництво та реалізації. За умови успіху нового товару на ринку є вірогідність отримання максимальних переваг від даного виду бізнесу, серед яких цінова монополія та монополія у часі. Але максимізація прибутку в такий спосіб має й не менш значущі недоліки – це коштуватиме підприємству значних ресурсних витрат. Саме високий ступінь новизни товару, ризикованість, значні переваги, але й не менш значні труднощі його випуску й зумовлюють можливість отримання надприбутків при реалізації абсолю-

тно нових товарів. Відносно нові товари також характеризуються досить високими прибутками. Однак рівень їх нижчий з огляду на зниження ступеня новизни товару, адже товар підлягає лише диференціації та ризику, на який йде підприємець, випускаючи його. Це передбачає зниження рівня витрат на розробку, освоєння технології випуску продукції, але й обмежує можливість підприємця диктувати ціну та знижує бар'єри входу на ринок, зважаючи на можливі модифікації товару з боку конкурентів. Реалізація оновленого товару дає змогу збільшити обсяг прибутку до рівня вищого за середній, але такі зміни можуть носити незначний і короточасний характер, що зумовлено поліпшенням вторинних ознак товару та зниженням ступеня ризику його випуску. Це зумовлюють і незначні переваги, що виникають при освоєнні оновленого товару, серед яких лише короточасне лідерство на ринку, зважаючи на те, що споживач рано чи пізно розуміє, що товар змінено лише візуально, а його споживання не приносить додаткової споживацької цінності. Отримання прибутку від упровадження у виробництво метатоварів можливе лише в разі наявності сегмента ринку з незадоволеними потребами, а розмір прибутку при цьому не може значно перевищувати середній на ринку, адже виводячи на ринок товар, що не має значних відмінностей від товарів-аналогів, ціна повинна бути встановлена на рівні, що склався на ринку, зважаючи на відсутність конкурентних переваг товару та наявності в ньому новизни. При цьому рівень ризику підприємця, так як і додатковий прибуток, зводиться до мінімуму, обмежуючись лише комерційною складовою.

Таким чином, розмір додаткового прибутку, який можливо отримати від виробництва та реалізації нового товару, знаходиться у прямиї залежності від рівня принципової новизни товару та ступеня ризику впровадження його у виробництво й реалізації, а також вагомості переваг і труднощів, що постають перед підприємцем при його освоєнні, що наведено в таблиці.

Таблиця

Порівняльна характеристика шляхів отримання прибутку від упровадження нової продукції у виробництво

Товар	Абсолютно новий	Відносно новий	Оновлений товар	Метатовар
Ринок	новий	новий сегмент ринку	існуючий	ринку (сегмент) з незадоволеним попитом
Переваги впровадження у виробництво товару та його реалізації	повне регулювання пропозиції товару; можливість диктувати ціну на ринку; значні бар'єри входу в галузь для конкурентів, що обумовлено наявністю патентів та значними капіталовкладеннями	можливість диктувати ціну або певним чином впливати на неї; збільшення обсягів продажу товару; підвищення рівня прихильності споживачів до своєї торгової марки; тимчасові бар'єри входу на ринок, зумовлені диференціацією товару	сприйняття товару споживачами як унікального; не потребує значних витрат часу; не потребує значних фінансових витрат	тимчасова відсутність конкурентів у разі їхньої незацікавленості сегментом ринку; можливість незначною мірою варіювати ціну, орієнтуючись на ціни товарів-аналогів
Труднощі впровадження у виробництво товару та його реалізації	значні капіталовкладення; необхідність значних маркетингових зусиль; великі витрати часу, необхідні для розробки та освоєння виробництва нового товару	підвищення витрат на виробництво продукції; можливість відтворення нових споживацьких властивостей товару конкурентами	короточасне лідерство товару на ринку, що зумовлене відсутністю суттєвих змін у товарі	відсутність конкурентних переваг у фірми, що зумовлено неможливістю надати особливі вигоди чи цінності споживачам
Ризики впровадження у виробництво товару та його реалізації	негативна реакція споживачів на нововведення (ринковий ризик); виникнення труднощів в освоєнні технології виробництва нової продукції (технологічний ризик)	ринковий ризик, що зумовлений високою ймовірністю неприйняття споживачами ринкового сегмента товару; технологічний ризик невисокий у зв'язку зі зниженням ступеня новизни товару	мінімізація ризику за рахунок того, що компанія діє на знайомому ринку та лише вдосконалює товар, не вдаючись до значних змін у технології його виробництва	мінімальний рівень ризику, в основному комерційний, зниження якого можливе за умов вдало проведеної маркетингової політики, направленої на підвищення іміджу компанії
Прибуток від реалізації товару	$P_r = P_{\max(\min)} \times V - (FC + VC \times V) - IC$ $P_{\max(\min)}$ – висока (низька) ціна на товар; V – обсяг реалізації нового товару; FC – постійні витрати на весь обсяг виробництва; VC – змінні витрати на одиницю товару; IC – використаний капітал з урахуванням його вартості	$P_r = P_b \times \left(\frac{n_i}{b_i}\right) \times V - (FC + VC \times V) - IC$ P_b – ціна базисного товару; n_i – бальна оцінка i -го параметра нового товару; b_i – бальна оцінка i -го параметра базисного товару; V – обсяг реалізації нового товару; FC – постійні витрати на весь обсяг виробництва; VC – змінні витрати на одиницю товару; IC – використаний капітал з урахуванням його вартості	$P_r = P_c \times V - (FC + VC \times V) - IC$ P_c – ціна, орієнтована на ціну товару-аналога конкурента; V – обсяг реалізації нового товару; FC – постійні витрати на весь обсяг виробництва; VC – змінні витрати на одиницю товару; IC – використаний капітал з урахуванням його вартості	



Таким чином, на основі розкриття сутності факторів, що визначають норму прибутку від упровадження кожного з видів нової продукції та проведення їх порівняльної характеристики, була розкрита залежність фінансових результатів підприємства від реалізації інновацій, а саме нової продукції. Результати дослідження є актуальними для підприємництва, адже застосування методички формування прибутку підприємства за умови впровадження у виробництво нової продукції дасть змогу сформувавши дієвий механізм захисту від загрози банкрутства підприємства в умовах нестабільності економічної ситуації; досягти формування такого запасу внутрішніх фінансових ресурсів, який би забезпечив успішне функціонування й розвиток підприємства; створити базу економічного розвитку держави; максимально задовольнити соціальні потреби суспільства шляхом перерозподілу грошових засобів бюджетів різних рівнів серед соціально незахищених верств населення, задоволення потреб персоналу фірм, фінансування окремих неприбуткових організацій.

Наук. керівн. Плоха О. Б.

Література: 1. Давила Т. Работающая инновация / Давила Тони, Мар Дж. Эпштейн, Шелтон Роберт. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 320 с. 2. Армстронг Г. Введение в маркетинг : учебн. пособ. / Г. Армстронг, Ф. Котлер ; пер. с англ. – 5-е изд. – М. : Вильямс, 2000. – 640 с. 3. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / С. С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2002. – 705 с. 4. Ястремська О. М. Створення нової продукції: організаційно-економічний та маркетинговий аспекти / О. М. Ястремська, Н. К. Гіковата, В. М. Гіковатий. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2007. – 230 с.

Степаненко Т. О.

УДК 005.21:005.51

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто питання, пов'язані з необхідністю та виключною значущістю стратегічного планування на підприємстві і його особливою актуальністю в ринкових умовах, а також розкрито проблеми, що заважають ефективному плануванню та реалізації стратегічних планів.

Анотация. Рассмотрены вопросы, связанные с необходимостью и исключительной значимостью стратегического планирования на предприятии и его особой актуальностью в рыночных условиях, а также раскрыты проблемы, которые мешают эффективному планированию и реализации стратегических планов.

Anotation. This questions, related to the necessity and exceptional meaning of realization of the strategic planning for organizations and its special actuality in the market conditions, and also those problems which hinder the effective planning and realization of strategic plans are studied.

Ключові слова: стратегічне планування, стратегія, бар'єри, невизначеність, стратегічна відповідність, зовнішнє середовище, внутрішнє середовище.

У сучасних динамічних умовах успішне функціонування підприємства багато в чому визначається здатністю менеджерів планувати діяльність організації, враховуючи потенціал фірми та зміни в зовнішньому і внутрішньому середовищах, і тим самим не тільки мінімізувати ризики невизначеності, але й підвищувати ефективність господарської діяльності, обираючи найбільш прийнятний варіант розвитку навіть в умовах кризового стану.

Особливості стратегічного планування як засобу підвищення ефективності діяльності підприємства розглядаються в роботах І. Ансоффа, І. Бланка, О. Віханського, В. Пономаренка, І. Хомінич та багатьох інших вчених [1 – 3]. Зокрема, Том Стюарт, головний редактор Harvard Business Review, відзначив: "...вся наука про управління ХХ століття займалася питанням, як зменшити невизначеність. Причому ця наука не показує, як жити з невизначеністю. А саме цьому необхідно навчитися, щоб добитися успіху в сучасному світі" [4].

Метою статті є обґрунтування важливості розробки й реалізації стратегічних планів щодо створення та втілення стратегічної відповідності підприємства його можливостям і шансам у зовнішньому середовищі.

© Степаненко Т. О., 2010

Теорією і практикою визначено чотири основні види управлінської діяльності в рамках процесу стратегічного планування: розподіл ресурсів, адаптація до зовнішнього середовища, внутрішня координація, організаційне стратегічне прогнозування [5]. Значущість кожного з цих видів діяльності незаперечна, тому що особливої актуальності в ринкових умовах набуває вміння раціонально розподіляти обмежені ресурси, ефективно пристосовувати діяльність підприємства до навколишнього середовища, забезпечувати узгоджену координацію й інтеграцію внутрішніх елементів, корегувати стратегічну спрямованість.

Підприємства зазвичай реалізують приблизно 60 % потенціалу своїх стратегій через помилки при їх плануванні й реалізації.

Ураховуючи це, автор вважає доцільним особливу увагу приділити тим недолікам та причинам невдач, що роблять стратегічне планування некорисним, а іноді навіть небезпечним.

Аналіз робіт авторів О. Сергійової, В. Стадника, З. Шершньової [6 – 8] дає змогу визначити такі бар'єри стратегічного планування, як негативний досвід, нерозвиненість теорії та методів планування, вплив середовища, надмірний ступінь невизначеності, тобто економічна та політична нестабільність, з одного боку, та зростання жорсткості в конкуренції – з іншого, небажання встановлювати цілі та розробляти стратегії, опір змінам, обмеження (матеріальні, час і гроші), тобто несумісність стратегії з можливостями фірми, нечітка постановка цілей, слабка координація дій у плануванні, недооцінка менеджерами зовнішнього оточення, завищення оцінки власних можливостей, скептичне відношення до планування, опір з боку підлеглих, недостатня кваліфікація спеціалістів, недостатньо сильний авторитет менеджерів.

На практиці розробка стратегічних планів вимагає від менеджерів високої компетентності, об'єктивної оцінки змін зовнішнього та внутрішнього середовищ, урахування всіх неконтрольованих факторів, застосування наукових підходів, проведення досліджень, оцінки ризиків, визначення альтернативних напрямів діяльності підприємства, що дозволяє найбільш ефективно розподіляти і використовувати наявні ресурси.

Стратегічне планування повинне спиратися на реалістичні дані, своєчасну і повну інформацію, в ньому не повинно бути жорсткого консерватизму, неодмінного дотримання планів, адже динамічність оточення вимагає від підприємства гнучкості й швидкості в реакції, повинна бути злагоженість у стратегічному й оперативному плануванні, системний контроль і корегування з боку вищого керівництва. Стратегічне планування вимагає розуміння майбутніх завдань, чіткого встановлення цілей, вміння розглядати господарську діяльність як єдиний процес, підтримувати орієнтацію в зовнішній сфері, визначати потреби ринку. Це дозволяє знаходитися у більш сильних позиціях порівняно з конкурентами.

В. Стадник у своїй роботі [6] визначає ряд переваг розробки стратегії (визначення виникаючих проблем, підготовка підприємства до змін у зовнішньому середовищі, сприяння підвищенню освітнього рівня менеджерів, раціональний розподіл ресурсів, оптимізація інформаційного забезпечення), які були конкретизовані автором.

Стратегічне планування дозволяє виявити виникаючі проблеми, проаналізувавши власні можливості (маркетинг, фінанси, трудові ресурси, виробництво), та співставити їх з вимогами ринку, дослідивши зміни в зовнішньому середовищі, визначити фактори, що становлять загрозу; робить можливою підготовку до використання майбутніх сприятливих умов шляхом використання внутрішнього потенціалу підприємства для встановлення контролю над попитом, що є більш складним завданням, або вдосконалення співробітництва з іншими економічними суб'єктами.

Стратегічне планування готує підприємство до раптових змін, зменшує ефект невизначеності майбутнього, оскільки з'ясовуються ті тенденції, загрози та надзвичайні ситуації, що можуть змінити існуючу ситуацію. Крім того, аналіз перспектив розвитку підприємства, з одного боку, вимагає актуальної та оперативної інформації, а з іншого – є джерелом отримання нових обґрунтованих даних за допомогою методів прогнозування і тим самим збільшує можливості інформаційного забезпечення фірми.

Усвідомлення стратегій створює передумови для підвищення підготовки менеджерів, стимулює керівників до генерації нових ідей та реалізації управлінських рішень, змушує керівників мислити перспективно, формує в них стратегічне бачення дійсності, здатність організувати діяльність підприємства, аналізувати минулий досвід й відповідно корегувати стратегічний напрямок, підвищувати власний професіоналізм, оскільки від менеджерів вимагається не тільки ініціювання стратегічного планування, а й безпосередня в ньому участь, а тому й висока кваліфікація.

Стратегічне планування покращує контроль організації, ефективність та ритмічність роботи всіх структурних підрозділів, оскільки у процесі виявлення певних параметрів і оцінки стану підприємства можуть бути виявлені відхилення від бажаних показників, що є сигналом та поштовхом для з'ясування причин відхилень і здійснення корегування, забезпечуючи можливість подальшої реалізації планів, уточнюючи шляхи їх досягнення і знижуючи ризики при ухваленні рішення.

У стратегічному плануванні передбачено проведення такої трудовіткої роботи, як узгодження ресурсів та потреб і приведення їх у відповідність між собою, виявлення резервів і напрямків їх мобілізації, тому воно сприяє раціональнішому розподілу ресурсів.

Стратегічне планування забезпечує аналіз конкурентних позицій підприємства, дозволяючи виявити найбільш перспективні види діяльності й тим самим підвищити його конкурентоспроможність.

Отже, автором статті було обґрунтовано незаперечну необхідність розробки стратегічних планів на підприємстві і зроблено акцент на тих перешкодах, що заважають ефективному плануванню і втіленню стратегічних планів на практиці.



Сьогодні в умовах постійних змін в оточенні фірми, посиленні конкуренції, глобалізації й інтеграції стратегічне планування повинно стати невід'ємною складовою в управлінні підприємством, становлячи єдино можливий засіб прогнозування майбутніх проблем і можливостей, підставу для ухвалення обґрунтованих та систематизованих рішень і шляхів їх здійснення, формування єдності загальної мети всередині організації.

У подальших дослідженнях автор планує зосередити увагу на специфіці формування та втілення стратегії підприємства в умовах кризи.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Ансофф І. Стратегическое управление / И. Ансофф. — М. : Экономика, 2003. — 341 с. 2. Виханский О. С. Стратегическое управление / О. С. Виханский. — М. : Экономистъ, 2006. — 296 с. 3. Пономаренко В. С. Стратегічне управління підприємством / В. С. Пономаренко. — Харків : Основа, 2004. — 620 с. 4. http://old.e-executive.ru/publications/aspects/article_2549. 5. Ляско В. І. Стратегическое планирование развития предприятия : учебн. пособ. для вузов / В. И. Ляско. — М. : Изд. "Экзамен", 2005. — 288 с. 6. Стадник В. В. Менеджмент : посібник / В. В. Стадник, М. А. Йохна. — К. : Академвидав, 2003. — 464 с. 7. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова. — К. : КНЕУ, 2004. — 699 с. 8. http://www.web-standart.net/magazins/NM_BLACK_09_08w_small.pdf.

Рибалко К. В.

УДК 005.21:005.932

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

РОЗРОБКА ОПТИМАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНО- ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Обґрунтовано необхідність запровадження у практику управління ресурсозбереженням на підприємстві вбудованої організаційно-функціональної структури шляхом створення постійно діючої комісії з ресурсозбереження, що дозволить планомірно та ефективно реалізувати стратегію ресурсозбереження підприємства.

Аннотация. Обоснована необходимость внедрения в практику управления ресурсосбережением на предприятии встроенной организационно-функциональной структуры путем создания постоянно действующей комиссии по вопросам ресурсосбережения, что позволит планомерно и эффективно реализовать стратегию ресурсосбережения предприятия.

Annotation. The necessity of management of resources economy on the enterprise of built-in organizationally functional structures by creation of constantly operating commission on resources economy, that will allow to realize strategy of resources economy of enterprise systematically and effectively is grounded.

Ключові слова: звіт, комісія з ресурсозбереження, моніторинг, оптимальна організаційно-функціональна структура, проект, ресурсозбереження, управління ресурсозбереженням, функція з управління ресурсозбереженням.

На сучасному етапі розвитку актуальними для українських промислових підприємств залишаються питання підвищення ефективності ресурсозбереження промислового виробництва шляхом активного впровадження ресурсозберігаючих заходів як організаційного, так і технічного характеру суб'єктами господарювання. Значну роль у цьому відіграє рівень організації ресурсозбереження на підприємстві. Як правило, для більшості вітчизняних промислових підприємств функції ресурсозбереження для підрозділів чітко не окреслені або повністю відсутні, що призводить до несистематичної роботи з ресурсозбереження, знижуючи тим самим ефективність цієї діяльності.

Аспектам управління ресурсозбереженням на промислових підприємствах присвячені наукові праці таких вчених-економістів: Богатирьова А. В., Коніщева Н. Й., Іванова М. І., Половникової С. Ю., Сотник І. М., Тарана В. А. та багатьох інших.

Метою даного дослідження є розробка оптимальної організаційно-функціональної структури управління ресурсозбереженням для ефективної реалізації стратегії ресурсозбереження підприємства.

© Рибалко К. В., 2010

Аналіз літературних джерел [1–4] свідчить про те, що впровадження оптимальної організаційно-функціональної структури управління ресурсозбереженням на підприємстві дозволяє забезпечити низку переваг для підприємства: своєчасно виявляти та ставити на облік проблеми, пов'язані з ресурсозбереженням; нормувати показники витрат виробничих ресурсів; оцінювати рівень ефективності ресурсозбереження на підприємстві; організувати облік та контроль за виконанням ресурсозберігаючих заходів на підприємстві; вести моніторинг результатів реалізації ресурсозберігаючої діяльності підприємства.

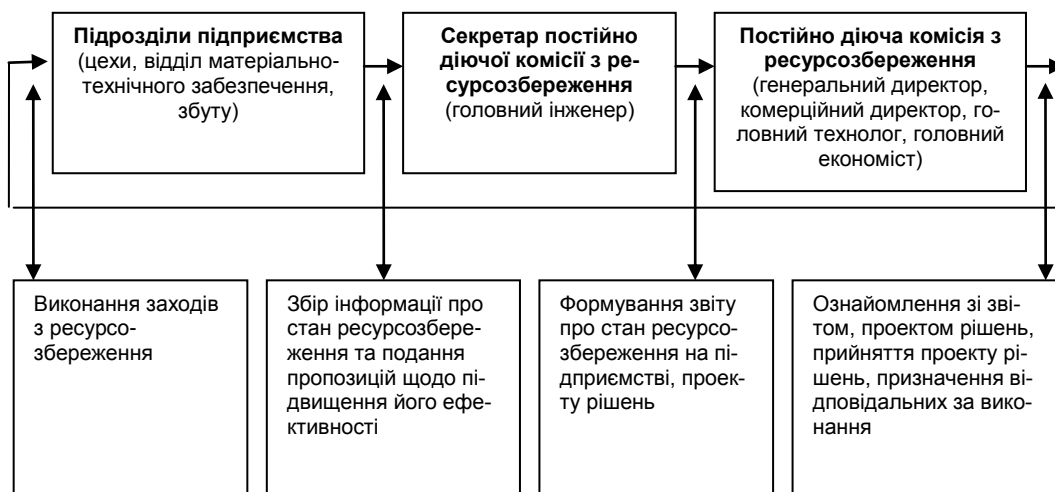
Розробка організаційно-функціональної структури управління ресурсозбереженням підприємства передбачає два варіанти свого втілення: створення на промисловому підприємстві окремих або вбудованих організаційних структур.

Створення на підприємстві окремої організаційної структури є достатньо недоцільним явищем, яке характерне багатьом промисловим підприємствам України. Даний аспект обумовлений зростанням накладних витрат, які пов'язані з функціонуванням управлінського апарату та обумовлюють зниження конкурентоспроможності продукції промислового підприємства через збільшення її собівартості; необхідністю наявності високої кваліфікації та досконалих знань спеціалістів, що входять до такої структури, відносно змін, які відбуваються на всіх рівнях виробничо-збутової діяльності підприємства (без безпосередньої участі у виробничо-збутовому процесі контролювати такі зміни надзвичайно складно), тому більш доцільним кроком є делегування додаткових функцій з управління ресурсозбереженням окремим висококваліфікованим працівникам кожного структурного підрозділу, аніж формування нових посад в окремому підрозділі [1].

Крім того, збір інформації про хід ресурсозбереження на підприємстві здійснюється безпосередньо у підрозділах підприємства його працівниками в рамках збору загальної виробничої інформації, а виділення окремої організаційної структури, зайнятої збиранням аналогічної інформації, призведе до дублювання функцій основних підрозділів; до того ж здійснення коригувальних впливів на ресурсозбереження має періодичний характер, отже, немає потреби створювати окрему постійно діючу службу з цих питань [3].

Ураховуючи вищевикладене, розробимо організаційно-функціональну структуру управління ресурсозбереженням підприємства шляхом формування вбудованої у вже існуючі організаційно-функціональної структури (зокрема передбачається створення постійно діючої комісії з ресурсозбереження) (рисунок).

Організаційний аспект управління ресурсозбереженням



Функціональний аспект управління ресурсозбереженням

Рис. Організаційно-функціональна структура управління ресурсозбереженням підприємства

Упровадження даної організаційно-функціональної структури має низку переваг: не призведе до зростання накладних витрат як окрема організаційна структура, дозволить позбутися дублювання функцій основних підрозділів відносно збору загальної виробничої інформації в контексті інформації про ресурсозбереження; створить умови для постійного моніторингу рівня ресурсозбереження на підприємстві.

Автором було визначено необхідність запровадження у практику управління ресурсозбереженням на підприємстві вбудованої організаційно-функціональної структури шляхом створення постійно діючої комісії з ресурсозбереження, що дозволить: виявляти проблеми підприємства, які можуть бути вирішені за рахунок упровадження ресурсозберігаючих заходів у рамках реалізації стратегії ресурсозбереження підприємства; виконувати моніторинг цих заходів на підприємстві, облік та контроль, здійснення коригувальних і попереджувальних впливів на ресурсозберігаючі



процеси; створити систему звітності про результати здійснення управлінських рішень з ресурсозбереження.

Таким чином, розробка та впровадження даної організаційно-функціональної структури управління ресурсозбереження підприємства дозволить планомірно та ефективно реалізувати стратегію ресурсозбереження підприємства, тим не менш зарубіжний та вітчизняний досвід в управлінні ресурсозбереженням на підприємствах свідчать про необхідність подальших досліджень у цій сфері з урахуванням специфіки господарських відносин.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Сотник І. М. Еколого-економічні механізми мотивації ресурсозбереження : монографія / І. М. Сотник. – Суми : Мрія, 2008. – 329 с. 2. Іпполітова І. Я. Формування системи управління ресурсозбереженням на підприємстві // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції "Сучасні наукові дослідження 2006" (20 – 28 лютого 2006 р.). – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2006. – Т. 28. Економічні науки. – С. 53–55. 3. Половникова С. Ю. Історичні аспекти ресурсозбереження як фактора сталого розвитку / С. Ю. Половникова // Вісник ДДФЕІ. Серія "Економічні науки". – 2001. – № 1. – С. 24–27. 4. Таран В. А. Ресурсозбереження – новий символ соціально-економічного і науково-технічного прогреса / В. А. Таран, А. В. Богатырев // Машиностроитель. – 2003. – № 12. – С. 8–19.

Прасок Н. О.

УДК 330.322.1

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ХАРАКТЕРИСТИКА ЕТАПІВ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Анотація. Розкрито можливості впливу на проектні ризики шляхом організації процесу управління ризиками, що включає такі стадії: планування управління ризиками, ідентифікація ризиків, якісна і кількісна оцінки ризиків, планування реагування на ризики, моніторинг і контроль ризиків. Це забезпечить мінімізацію ризиків і, як наслідок, підвищення економічної ефективності проекту.

Аннотация. Раскрыты возможности влияния на проектные риски путем организации процесса управления рисками, включающего такие стадии, как: планирование управления рисками, идентификация рисков, качественная и количественная оценки рисков, планирование реагирования на риски, мониторинг и контроль рисков. Это обеспечит минимизацию рисков и, как следствие, повышение экономической эффективности проекта.

Annotation. The possibilities of influence on the risks of projects by organization of process of management risks, including such stages as planning of management risks, authentication of risks, high-quality and quantitative estimation of risks, planning of reacting on risks, monitoring and control of risks are suggested. High-quality organization of all stages of management will provide minimization of risks and, as a result, increase of economic efficiency of project.

Ключові слова: ризики, процес управління ризиками, планування управління ризиками, ідентифікація ризиків, якісна оцінка ризиків, кількісна оцінка ризиків, планування реагування на ризики, моніторинг ризиків, контроль ризиків.

Причиною виникнення ризиків є невизначеності, що існують у кожному проекті. Ризики можуть бути "відомими", тобто визначеними та оціненими, для яких можливе планування, а також "невідомими" – ризики, що не ідентифіковані та не прогнозовані.

Можливість управляти такою найменш визначеною складовою інвестиційного проекту як ризики, обумовлює актуальність теми дослідження. Дослідженням проблеми управління ризиками займалися такі автори: Дубінін Є. А., Румянцева Є. Є., Воронов К. І., Дмитрієв М. М., Кошечкін С. А.

Метою статті виступає узагальнення етапів процесу управління ризиками інвестиційного проекту в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Управління ризиками – це процеси, пов'язані з ідентифікацією, аналізом ризиків та ухваленням рішень, які включають максимізацію позитивних і мінімізацію негативних наслідків настання ри-

© Прасок Н. О., 2010

зикових подій. Проаналізувавши наукові роботи таких авторів, як: Дубінін Є. А., Кошечкін С. А., Г. Стейсі [1 – 3], можна відзначити, що процес управління ризиками проекту зазвичай включає такі етапи:

- 1) планування управління ризиками – вибір підходів і планування діяльності з управління ризиками проекту;
- 2) ідентифікація ризиків – визначення ризиків, що можуть вплинути на проект, документування їх характеристик;
- 3) якісна оцінка ризиків – якісний аналіз ризиків й умов їх виникнення з метою визначення їх впливу на проект;
- 4) кількісна оцінка – кількісний аналіз вірогідності виникнення і впливу наслідків ризиків на проект;
- 5) планування реагування на ризики – визначення процедур і методів зі зниження негативних наслідків ризикових подій і використання можливих переваг;
- 6) моніторинг і контроль ризиків – моніторинг ризиків, визначення ризиків, що залишаються, виконання плану управління ризиками проекту й оцінка ефективності дій з мінімізації ризиків.

Планування управління ризиками – це процес ухвалення рішень щодо застосування і планування управління ризиками для конкретного проекту. Цей процес може включати рішення з організації, кадрового забезпечення процедур управління ризиками проекту, вибору методології, джерел даних для ідентифікації ризику, часовий інтервал для аналізу ситуації. Важливо спланувати управління ризиками, адекватне як рівню і типу ризику, так і важливості проекту для організації.

Початковою інформацією на етапі планування може бути: план проекту, досвід та практика управління ризиками, розподіл функцій і відповідальності між учасниками проекту, усвідомлення менеджерами ризиків проекту, шаблони управління ризиками проекту. У ході аналізу початкової інформації шляхом організації зустрічей менеджерів результативною інформацією може стати: методологія управління ризиками, визначення методики кількісної оцінки ризиків, допустимий рівень ризику для проекту, створення принципів обліку, документування, форм звітів.

Ідентифікація ризиків визначає, які ризики можуть вплинути на проект, і документує характеристики цих ризиків. Ідентифікація ризиків не буде ефективною, якщо вона не проводиться регулярно впродовж реалізації проекту. Ідентифікація ризиків повинна залучати якомога більше учасників: менеджерів проекту, замовників, користувачів, незалежних фахівців.

Початковою інформацією на етапі ідентифікації може бути: план управління ризиками, класифікації ризиків, досвід менеджерів. Для отримання результатів можуть бути використані такі засоби: огляд документації, збір інформації, SWOT-аналіз, аналіз допущень. Результативною інформацією цього етапу управління ризиками має стати: перелік ризиків, умов їх виникнення та ознаки ризиків.

Якісна оцінка ризиків – це процес подання якісного аналізу ідентифікації ризиків і визначення ризиків, що вимагають швидкого реагування. Така оцінка ризиків визначає ступінь важливості ризику і вибирає спосіб реагування. Використання цих засобів допомагає частково уникнути невизначеності. Протягом життєвого циклу проекту повинна відбуватися постійна переоцінка ризиків.

Початковою інформацією на цьому етапі є: план управління ризиками, ідентифіковані ризики, стан проекту, тип проекту, шкали для оцінки вірогідності виникнення та впливу ризиків. Засобами роботи з початковою інформацією виступають: методика оцінки вірогідностей виникнення та впливу ризиків, матриця показників ризиків, оцінка тенденцій ризиків, оцінка точності даних. Вихідними результатами мають бути: узагальнена характеристика ризиків, ранжирований перелік ризиків, перелік ризиків, які потребують подальшого аналізу.

Кількісна оцінка ризиків визначає вірогідність виникнення ризиків і вплив наслідків ризиків на проект, що допомагає групі управління проектами правильно ухвалювати рішення й уникати невизначеності.

Кількісна оцінка ризиків дозволяє визначити:

- 1) вірогідність досягнення кінцевої мети проекту;
- 2) ступінь дії ризику на проект й об'єми непередбачених витрат і матеріалів, які можуть знадобитися;
- 3) фактичні витрати, передбачувані терміни закінчення.

Кількісна і якісна оцінки ризиків можуть використовуватися окремо або разом, залежно від часу і бюджету, необхідності в кількісній або якісній оцінці ризиків.

Початковою інформацією на цьому етапі є: план управління ризиками, ранжирований перелік ризиків, попередній досвід, експертна оцінка, виходи інших процесів управління ризиками. Засобами аналізу початкової інформації можуть бути: інтерв'ю, аналіз чутливості, аналіз рішень, моделювання. Результатами цього етапу виступають: ранжирований перелік ризиків з вірогідностями, вірогідність невиконання планових строків та бюджету, оцінка необхідних резервів.

Планування реагування на ризики – це розробка методів і технологій зниження негативної дії ризиків на проект. Ефективність розробки реагування визначить, якими будуть наслідки дії ризику на проект (позитивними чи негативними).

Початковою інформацією на цьому етапі може бути: план управління ризиками, ранжирований перелік ризиків, можливі способи реагування, пороговий рівень ризиків. Методами виступають: уникнення, передача, мінімізація чи прийняття ризиків. Результат аналізу цього етапу: план реагування, перелік ризиків, що залишились не проаналізованими, а також вторинні ризики.



Моніторинг і контроль стежать за ідентифікацією ризиків, визначають залишкові ризики, забезпечують виконання плану ризиків й оцінюють його ефективність з урахуванням зниження ризику. Показники ризиків, пов'язані із здійсненням умов виконання плану, фіксуються. Моніторинг і контроль супроводжує процес упровадження проекту в життя.

Початковою інформацією на цьому етапі може бути: план управління ризиками, план реагування на ризики, план комунікацій проекту, додаткова ідентифікація та аналіз ризиків проекту, аудит проекту. Засобами реагування виступають: контрольні таблиці, періодичний огляд ризиків, незалежний аналіз. Результатами етапу можуть бути, перероблені плани, вимоги щодо зміни планів, оновлення плану реагування на ризики.

При правильній ідентифікації ризиків і всебічному їх аналізі стає можливим розробити більш конкретні та ефективні заходи щодо управління ризиками на кожному етапі. Усі етапи процесу управління ризиками проекту є взаємопов'язаними, взаємодіють один з одним. Вихідна інформація одного етапу може слугувати вхідною для іншого. Для ефективного управління ризиками слід регулярно проводити якісну оцінку кожного етапу управління, вносити корективи, що відповідають сучасним вимогам.

Таким чином, автором були узагальнені основні етапи процесу управління ризиками інвестиційного проекту, підведені підсумки щодо рекомендованої вхідної та вихідної інформації на кожному етапі, наведені засоби аналізу початкової інформації на кожному етапі процесу управління проектними ризиками.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Дубинин Е. А. Управление рисками проекта / Е. А. Дубинин // Управление компанией. – 2009. – № 5. – С. 11. 2. Рябых Д. А. Анализ рисков инвестиционного проекта / Д. А. Рябых // Управление компанией. – 2007. – № 12. – С. 16–19. 3. Стейси Г. Управление рисками проектов развития в государственном секторе / Г. Стейси // Управление проектами и программами. – 2009. – № 2. – С. 18–27. 4. Кошечкин С. А. Концепция риска инвестиционного проекта / С. А. Кошечкин // Большой Бизнес. – 2008. – № 6. – С. 13–16.

Крохмаль С. С.

УДК 005.73

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

РОЛЬ КОНСУЛЬТАНТА В ФОРМИРОВАНИИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация. Рассмотрена проблема создания и управления эффективной организационной структурой на украинских предприятиях путем привлечения консалтинговых организаций. Разработаны и предложены основные этапы работы консультанта по формированию организационной культуры на предприятии, выявлены причины нежелания собственников привлекать консультантов и найдены пути элиминирования данной проблемы.

Анотація. Розглянуто проблему створення управління ефективною організаційною структурою на українських підприємствах шляхом залучення консалтингових організацій. Розроблено і запропоновано основні етапи роботи консультанта з формування організаційної культури на підприємстві, виявлено причини небажання власників наймати консультантів і знайдено шляхи подолання даної проблеми.

Annotation. The problem of creation and management of effective organizational structure on the Ukrainian enterprises by bringing in consulting organizations is examined. The basic stages of work of consultant on forming the organizational culture of an enterprise are offered, also reasons of unwillingness of owners to attract consultants are exposed and the ways of elimination of this problem are found.

Ключевые слова: консультант, организационная культура, этапы работы консультанта, корпоративные отношения, рынок консалтинговых услуг, клиентская организация, ценности организации, консалтинговый договор, организационные взгляды, система управления.

Управление организационной культурой предприятий в Украине, учитывая относительно небольшой срок со времени его возникновения – середина 80-х годов прошлого века, находится в стадии становления, причем преимущественно на основе эмпирических поисков, а не теоретических принципов, и потому еще не приобрело свойства органического элемента целостной системы управления.

© Крохмаль С. С., 2010



Также следует отметить, что методологические и прикладные принципы менеджмента организационной культуры предприятия постоянно находятся в поле зрения иностранных научных работников и специалистов – развитие корпоративных отношений и необходимость согласования интересов всех заинтересованных у них лиц обусловили появление исследований поиска эффективных форм и методов увеличения эффективности деятельности организации через призму менеджмента организационной культуры. Определенная, хотя и не окончательная, практическая завершенность менеджмента организационной культуры предприятий экономически развитых стран связана с тем, что ее научное обоснование длится довольно долго.

Уровень исследований, выполненных Шейном Э. Х., Т. Парсонсом, Камероном К. С., Куинном Р. Э., Г. Хофстедом, Ф. Тромпераарсом, Дейлом Т. Е., Кеннеди А. А., Р. Акоффом, Д. Коулом и другими, позволяет утверждать, что концепция менеджмента организационной культуры прошла путь становления и является относительно комплексной [1 – 4].

Анализ основных теоретико-методологических подходов к исследованию организационной культуры показал, что определение данного понятия в современной научной литературе весьма вариативно. В данной статье под организационной культурой понимается совокупность идей, взглядов, ценностей, разделяемых всеми членами одной организации, которая задает людям ориентиры их поведения и действий. Идеи, взгляды, ценности могут быть абсолютно разными, в том числе и в зависимости от того, что лежит в основе: интересы организации в целом или интересы ее отдельных членов. Ценностные ориентации передаются сотрудникам через символические средства духовного и материального окружения организации – стиль поведения и общения, символику и традиции, стиль одежды.

Также следует отметить актуализацию рынка консалтинговых услуг в Украине. Следовательно, формирование организационной культуры предприятия консультантом вполне обосновано является перспективной деятельностью в ближайшем будущем. Поэтому цель данной статьи – разработка методических рекомендаций для консалтинговых организаций по поводу формирования организационной культуры на отечественных предприятиях.

Основные этапы работы консультанта по формированию организационной культуры автор предлагает свести к следующим (рисунок).

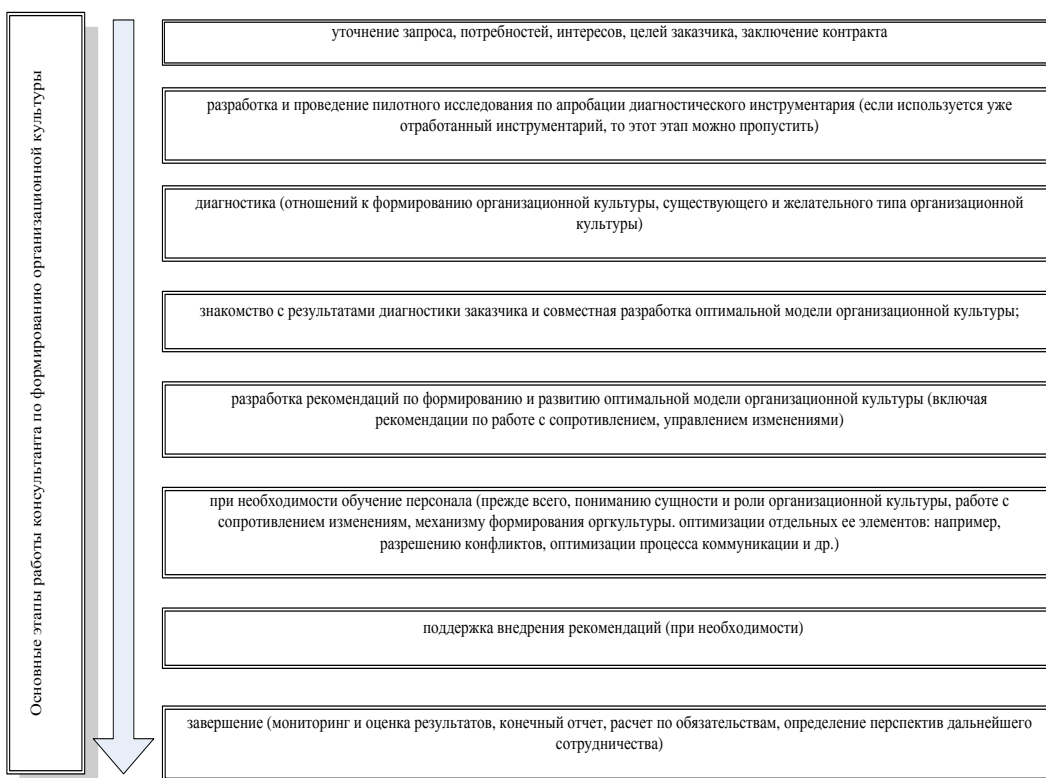


Рис. Основные этапы работы консультанта по формированию организационной культуры

Также необходимо отметить, что руководители отечественных бизнес-структур сегодня достаточно редко привлекают консультантов к формированию и развитию организационной культуры. Причины данного явления условно можно разбить на четыре группы:

- 1) руководители не считают важным уделять особое внимание организационной культуре;
- 2) руководители полагают, что их опыта достаточно для того, чтобы самостоятельно формировать и развивать организационную культуру, или их может устраивать сложившаяся ситуация;



3) консультанты не могут обеспечить руководителей надлежащим качеством услуг в области формирования организационной культуры или руководители не знают, где и как можно найти консультантов, специализирующихся на формировании и развитии организационной культуры;

4) недостаточность средств для оплаты услуг консультантов по формированию организационной культуры (переключается с первой группой причин).

Нежелание руководителей привлекать консультантов к формированию и развитию организационной культуры нередко бывает вызвано боязнью получить публичную оценку, показаться некомпетентным, утратить власть и влияние, страхом перед переменами.

Пути элиминирования данной проблемы являются обстоятельная разъяснительная работа, представление новых ценностей и норм так, чтобы в них увидели видимую пользу и знали, что следование им будет вознаграждено. Безукоризненная репутация консультанта и его компетентность прямо пропорционально увеличивают степень доверия и предрасположенности к его услугам. Также консультанту необходимо поддерживать руководителя в осознанном управлении культурными изменениями, при этом не забывая вести себя тактично, корректно, терпеливо. Желательно включить в контракт/договор пункт о неразглашении получаемой информации, сделанных выводах и разработанных рекомендациях.

Научн. рук. Гонтарева И. В.

Литература: 1. Коул Дж. Управление персоналом в современных организациях / Джеральд Коул. – М., 2004. – 350 с. 2. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куин ; пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. – СПб. : Питер, 2001. – 320 с. 3. Парсонс Т. Система координат действия и общая теория систем действия: культура, личность и место социальных систем / Т. Парсонс // Американская социологическая мысль. – М., 1996. 4. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство / Э. Х. Шейн ; пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. – СПб. : Питер, 2002. – 336 с. 5. Тихомирова О. Г. Организационная культура: Формирование, развитие и оценка / О. Г. Тихомирова. – СПб. : ИТМО, 2008. – 154 с.

Масло І. О.

УДК 330.322.1

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ

Анотація. Обґрунтовано необхідність управління фінансовим забезпеченням інвестиційного проекту, що дозволило сформулювати основні завдання такого управління, які повинні бути досягнуті у процесі реалізації інвестиційного проекту.

Анотация. Обоснована необходимость управления финансовым обеспечением инвестиционного проекта, что позволило сформулировать основные задачи такого управления, которые должны быть достигнуты в рамках реализации инвестиционного проекта.

Annotation. The necessity of management of the financial ensuring in the investment project is grounded, apart from that its objects, which have to be achieved within the bounds of the investment implementation are formulated.

Ключові слова: фінансове забезпечення, інвестиційні проекти, інвестиційні ресурси, управління, процес, стадії, завдання, теоретичне обґрунтування, фінансування.

В умовах фінансово-економічної нестабільності та змінної монетарної політики НБУ все більша кількість організацій усвідомлюють необхідність свідомого перспективного управління інвестиційною діяльністю на основі наукової методології передбачення її напрямів і форм, адаптації до умов зовнішнього динамічного інвестиційного середовища.

Вирішення проблеми щодо фінансового забезпечення інвестиційних проєктів і диверсифікації інвестиційних ресурсів є достатньо актуальним завданням.

© Масло І. О., 2010



Тому одним з головних напрямків управлінської роботи має стати своєчасне і якісне управління фінансовим забезпеченням інвестиційних проектів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій показав, що питання забезпечення інвестиційного проекту фінансовими ресурсами висвітлюються в публікаціях Гриньової В. М. [1], Жукова В. В. [2]. Питання джерел формування фінансового забезпечення інвестиційних проектів вивчаються у працях таких авторів, як: А. А. Пересада, Т. В. Майорова, О. О. Ляхова [3], Г. С. Староверова [4].

У цих роботах недостатньо висвітлене питання управління забезпеченням інвестиційного проекту фінансовими ресурсами, тому основною метою роботи є теоретичне обґрунтування необхідності управління фінансовим забезпеченням інвестиційного проекту, визначення основних його завдань.

У широкому розумінні управління визначає вплив на розвиток певного процесу або об'єкта, що за мету ставить досягнення відповідних властивостей такого процесу або об'єкта.

Фінансування інвестицій є процесом акумулювання та ефективного витрачання грошових коштів на придбання елементів основного й оборотного капіталу, включаючи нове будівництво, розширення, реконструкцію та технічне оновлення діючих підприємств, придбання машин і обладнання, створення виробничих запасів [4].

Процес визначення джерел і виділення (залучення, позики) коштів для інвестицій є фінансуванням [2].

Фінансування проекту включає такі основні стадії:

- 1) попереднє вивчення життєздатності інвестиційного проекту (визначення доцільності інвестиційного проекту та за витратами і планованого прибутку);
- 2) розробка плану реалізації проекту (оцінка ризиків, ресурсне забезпечення тощо);
- 3) організація фінансування, в тому числі оцінка можливих форм фінансування і вибір конкретної форми, визначення фінансування організацій, визначення структури джерел фінансування;
- 4) контроль виконання плану та умов фінансування [1].

Проаналізувавши основні теоретичні засади фінансового забезпечення, можна стверджувати, що управління фінансовим забезпеченням становить систему принципів та методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних з оптимальним його формуванням з різних джерел, а також забезпечення результативного його використання для найбільш ефективної реалізації інвестиційного проекту.

Таке управління вимагає глибокого теоретичного обґрунтування та практичної розробки з тим, щоб забезпечити високу ефективність і мінімізувати ризики реалізації інвестиційних проектів.

Беручи до уваги вищезгадане, сформуємо основні завдання управління фінансовим забезпеченням інвестиційного проекту:

- 1) формування достатнього обсягу фінансових ресурсів, який забезпечить реалізацію інвестиційного проекту;
- 2) оптимізація сформованого фінансового забезпечення за напрямками використання;
- 3) забезпечення умов отримання максимального прибутку при існуючому рівні фінансового ризику;
- 4) забезпечення мінімізації фінансового ризику, пов'язаного з використанням фінансових ресурсів, при існуючому рівні його доходності;
- 5) забезпечення постійної фінансової рівноваги підприємства у процесі інвестування;
- 6) забезпечення достатнього рівня фінансового контролю над проектом з боку його керівників;
- 7) забезпечення достатньої фінансової гнучкості реалізації проекту;
- 8) забезпечення своєчасного реінвестування коштів.

Автором було визначено необхідність дослідження управління фінансовим забезпеченням інвестиційного проекту. Передумови даної необхідності дозволили сформулювати завдання, що повинні бути досягнуті у процесі реалізації інвестиційного проекту.

Подальші наукові дослідження автора будуть спрямовуватися на визначення етапів та процесу прийняття рішень у рамках управління фінансовим забезпеченням інвестиційного проекту.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Інвестиційний менеджмент : навч. посібн. / В. М. Гриньова, В. О. Коюда, О. П. Коюда та ін. – 2-ге вид., допрац. і доп. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2005. – 664 с. 2. Жуков В. В. Проектне фінансування: навч. посібн. / В. В. Жуков. – [3-тє вид., стереотип.]. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2006. – 247 с. 3. Пересада А. А. Проектне фінансування : підручник / А. А. Пересада, Т. В. Майорова, О. О. Ляхова – К. : КНЕУ, 2005. – 736 с. 4. Староверова Г. С. Экономическая оценка инвестиций : учебн. пособ. / Г. С. Староверова, А. Ю. Медведев, И. В. Сорокина. – М. : Кнорус, 2006. – 309 с.



Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

КАЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ РИСКОВ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Аннотация. Предложена качественная методика расчета рисков инвестиционных проектов, которая при достаточно простых расчетах позволяет судить о том, может быть проект принят или нет с учетом желаемой доходности и характерного риска проекта. Выделены пять этапов проведения оценки рисков, а также определены их веса.

Анотація. Запропоновано якісну методику розрахунку ризиків інвестиційних проектів, яка при досить простих розрахунках дозволяє судити про те, може бути проект прийнятий чи ні з урахуванням бажаної прибутковості і характерного ризику проекту. Виділено п'ять етапів проведення оцінки ризиків, а також визначено їх ваги.

Annotation. The high-quality method of calculation of risks of investment projects is offered. Within simple enough calculations, it allows to judge about the fact that there can be a project accepted or not taking into account the desired profitableness and charactical project risk. Five stages of leadthrough of estimation of risks are selected, and also certain their weight is certain.

Ключевые слова: инвестиционный проект, технологические риски, общий проектный риск, финансовые риски, риски строительства, рыночные риски, правовые риски, качественный анализ, предкострукционные риски, посткострукционные риски.

В условиях разразившегося финансово-экономического кризиса оценка рисков инвестиционных проектов становится чрезвычайно актуальной задачей. Кризис меняет представления о будущем, трудности с получением финансирования требуют все большего и большего внимания к проблеме оценки проектных рисков, причем, чем более комплексным является анализ рисков, тем большей является вероятность получения необходимого объема средств для реализации проекта.

Разработка данного вопроса представлена в трудах как отечественных, так и зарубежных авторов, таких, как: Царев В. В., Волков И. М., Грачева М. В., Г. Бирман, С. Шмидт, Лапуста М. Г., Шаршукова Л. Г., Хазанова Л. Э. Но в связи с тем, что риски меняются в зависимости от географического и временного пространства, эта тема требует постоянного анализа.

Целью данной статьи является выявление этапов качественной оценки рисков инвестиционных проектов, а также разработка обобщенного показателя, который учитывает все риски проекта.

Экономическая наука в целом подразделяет анализ рисков на два взаимодополняющих направления: качественный и количественный анализ. Так как количественный анализ чаще всего сводится к механическим расчетам, то особое внимание нужно уделить именно качественной оценке, ее адекватности.

Качественный анализ имеет описательный характер. Он осуществляется с целью идентифицировать факторы риска, этапы и работы, при выполнении которых риск возникает, то есть установить потенциальные области риска, после чего идентифицировать все возможные риски.

Данный вид анализа проводится с помощью метода экспертных оценок проектных рисков инвестиционного проекта.

Для выставления оценок экспертами выбирается шкала, и эксперты выставляют балы соответствующим 5 этапам, представленным ниже.

Оценка проектных рисков проводится по следующим этапам:

- 1) оценка технологических рисков и рисков строительства;
- 2) анализ рыночной позиции проекта;
- 3) определение рисков, которые контрагенты, такие, как поставщики и заказчики, привнесут в проект;
- 4) оценка правовой структуры проекта;
- 5) оценка движения денежных средств и финансовых рисков.

Оценка технологических рисков и рисков строительства. Техническая оценка проектных рисков делится на две категории: предкострукционные и посткострукционные. Предкострукционные риски состоят из рисков: технических характеристик, планирования, строительства, испытаний и ввода в эксплуатацию. Посткострукционные риски состоят из рисков: эксплуатации и поддержания работоспособности, исторических данных по эксплуатации подобных.

Анализ рыночной позиции проекта. Рыночная позиция является одной из главных детерминант проектного риска. Анализ рыночной позиции включает следующие факторы: анализ основ и перспектив отрасли, анализ ценовых рисков, риски роста стоимости поставок, прогноз спроса, влияние валютного курса, анализ источников конкурентных преимуществ, возможное появление новых конкурентов, возможное устаревание технологии.



Определение рисков, которые контрагенты, такие, как поставщики и заказчики, привносят в проект. Реализация проекта подразумевает оценку сильных и слабых сторон, надежности участников. Риски поставщиков вызваны вероятностью того, что поставщики не поставят сырье и комплектующие в нужном объеме, необходимого качества и в установленные сроки. Среди контрагентов можно выделить: поставщиков товаров и услуг; компании, оказывающие финансовые услуги; страховые компании; маркетинговые агентства; гарантов политических рисков и др. Поскольку, как правило, реализация проектов требует наличия все более и более комплексных структур, неплатежеспособность контрагентов может подвергнуть риску жизнеспособность проекта.

Оценка правовой структуры проекта. Оценка правовых рисков проекта может включать: оценку выбранной юрисдикции; контрактные риски; риски потенциальных исков и др. В случае, если для осуществления проекта создана специализированная фирма-оператор, необходимо также оценивать риски связанные со структурой собственности, с платежеспособностью предприятий-учредителей, кроме того, необходима оценка рисков, связанных с изменением правового поля, в котором функционирует фирма, так как государство вольно изменить "правила игры", что может сказаться на результатах реализации проекта.

Оценка движения денежных средств и финансовых рисков. В процессе реализации проекта компания оператор сталкивается с множеством финансовых угроз, проекты должны бороться с такими рисками, как изменчивость ставки процента и иностранной валюты, инфляционные риски, риски ликвидности и риски финансирования.

Таким образом, определяются экспертные оценки по всем видам проектных рисков.

Следует отметить, что каждый инвестиционный проект является уникальным, однако, опираясь на опыт международных рейтинговых агентств, для упрощения анализа можно стандартизировать веса проектных рисков. Предлагается использовать следующие веса рисков:

R1 – технологические риски и риски строительства – 0,2;

R2 – рыночная позиция проекта – 0,25;

R3 – риски, которые контрагенты, такие как поставщики и заказчики, привносят в проект – 0,1;

R4 – риски правовой структуры проекта – 0,1;

R5 – риски движения денежных средств и финансовых рисков – 0,35.

Тогда общий проектный риск определяется по следующей формуле:

$$R_p = 0,2 R_1 + 0,25 R_2 + 0,1 R_3 + 0,1 R_4 + 0,35 R_5.$$

Таким образом, предложена качественная методика расчета рисков инвестиционных проектов, которая учитывает положения инвестиционной теории об определяющей роли риска и доходности при принятии инвестиционных решений и, при достаточно простых расчетах (с возможностью автоматизации), позволяет судить о том, может быть проект принят или нет с учетом желаемой доходности и характерного риска проекта.

Научн. рук. Гонтарева И. В.

Литература: 1. Галкин Г. Управление рисками. Ч. 3. Качественный анализ рисков [Электронный ресурс] / Г. Галкин. – Режим доступа : <http://www.iemag.ru/master-class/detail.php?ID=15716>. 2. Хасанов Р. Х. Оценка рисков инвестиционных проектов / Р. Х. Хасанов // Экономика и управление : научно-практический журнал. – 2009. – № 4. – С. 70–76. 3. Волков И. Анализ проектных рисков [Электронный ресурс] / И. Волков, М. Грачева. – Режим доступа : http://www.cfin.ru/finanalysis/project_risk2.shtml. 4. Царев В. В. Оценка экономической эффективности инвестиций / В. В. Царев. – СПб. : Питер, 2004. – 464 с. 5. Standard & Poor's – 2007 // Global Project Finance Yearbook, 2006. 6. <http://www.risk24.ru/>.

УДК 005.334

Чирьева О. И.

Студент 4 курса
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

НЕОБХОДИМОСТЬ СМЕНЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ КАК УСЛОВИЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ КРИЗИСНЫХ ЯВЛЕНИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

Аннотация. Посвящено кризису менеджмента и необходимости смены управленческих парадигм. Рассмотрены различные вариации новой парадигмы и основные аспекты, которые должны в ней присутствовать.

Анотація. Присвячено кризі менеджменту і необхідності зміни управлінських парадигм. Розглянуто різні варіації нової парадигми та основні аспекти, які мають бути в ній присутні.

© Чирьева О. И., 2010



Annotation. This article is devoted to the crisis of management and necessity to change administrative paradigms. Different variations of a new paradigm and basic aspects, which must be, are considered.

Ключевые слова: кризис, менеджмент, управление, новая парадигма, качество.

Все чаще в журналах по теории управления публикуются статьи, посвященные кризису менеджмента и необходимости смены управленческих парадигм. Главная причина этого в том, что основные "классические" положения современной действительности перестают "работать", что препятствует экономическому, социальному и культурному прогрессу.

В дискуссиях о смене управленческих парадигм делаются попытки проведения анализа, но данные попытки зачастую эмоциональны, с нечеткими аргументами и выводами. Анализируя периодически появляющиеся публикации, выявляется размытость, отсутствие четких границ и акцентов предмета дискуссии, поэтому данный вопрос актуален в современное время и требует дальнейшей разработки.

Причины, атрибуты кризиса управления не определены. Неясно, в частности, что же является главным примером новой парадигмы, какие ее положения нуждаются в пересмотре. Так, определяя "фундаментальную сущность менеджмента", некоторые исследователи считают, что "цель менеджмента заключается в постоянном поиске эффективных способов, форм и инструментов воздействия субъекта на объект управления в организации" [1]. Понятно, что такая неверно сформулированная цель менеджмента как одного из основных понятий управленческой парадигмы не может служить веским доказательством необходимости использования новой парадигмы управления. Более того, неправильно сформулированная цель в любой парадигме – это неправильно выбранные режимы функционирования системы.

В данном вопросе можно проследить две позиции. Первая отражает стороны новой парадигмы управления: теория самоорганизации, квантовая природа менеджмента, социокультурная теория менеджмента, концепция маркетингового управления. Основные черты новой парадигмы: усложнение управленческих отношений, гуманизация управления, направленность на непрерывность организационных изменений, инновационность, всемирное развитие творческих возможностей работников, знание и информация как главный ресурс организации. Определяя главную задачу и особенность новой парадигмы управления, многие авторы ссылаются на мнение П. Друкера, считающего, что в начале XXI века главное – "делать знания производительными" [2]. Парадигмы менеджмента в течении XX века стремились максимально воплотить эту задачу в жизнь (учения Ф. Тейлора, Г. Форда, Э. Мэйо, Д. Макгрегора, А. Маслоу).

Вторая позиция выделяет особые стороны управленческой парадигмы непосредственно в украинских условиях. Очевидно, что управленческая парадигма не должна рассматриваться в отрыве от состояния и особенностей украинской модели бизнеса и условий, в которых она сейчас осуществляется. Особенности украинского менеджмента не в том, что он использует какие-то новые оригинальные способы управления, а в том, что уже известные приемы, инструменты управления он модифицирует, приспособив к существующим условиям хозяйствования.

Характер проведения приватизации, несовершенство правового поля предпринимательской деятельности, размытость экономических правил и норм, недостатки банковской и финансовой систем, тесное сращивание государственных чиновников с олигархией приводят к дополнительным хозяйственным рискам, которые сокращают область эффективных управленческих решений по повышению конкурентоспособности отечественного бизнеса. Главные усилия менеджмента предприятий в этих условиях смещаются с совершенствования продуктовых и технологических инноваций, создания конкурентных преимуществ во внепроизводственную "договорную" сферу для получения нерыночных преимуществ, что предъявляет специфические требования к командам управленцев.

У части руководителей предприятий сложилось устойчивое отношение к менеджменту как к "книжной мудрости" [3]. Они привержены примитивным доводам к управлению, которые опираются на сформулированную Д. Макгрегором "теорию X" – технократическое управление.

Успехи деятельности предприятия на рынке, прогресс его технологического, социального, интеллектуального потенциалов зависит от качества экономического роста. Качество экономического роста в основном определяется качеством управления на всех уровнях управленческой иерархии. Получивший все большую популярность лозунг "от управления качеством к качеству управления" (англ. "From the management of quality to the quality of management") имеет глубокий смысл и знаменует смену приоритетов в деятельности предприятий.

Главное в новой парадигме – это новое качество управления. Оно вызвано появлением новых требований к результативности, устройству и функционированию предприятий, сопровождающихся расширением состава, сложности и разнообразия подлежащих решению задач. Достижение нового качества управления всегда обеспечивается использованием передовых идей, более совершенных приемов и организационных форм управления. Поскольку оно не может быть достигнуто разовыми мерами, качество управления сейчас выступает как фактор системной организации деятельности предприятия, обеспечивающий его конкурентоспособность и эффективность. Повышение качества управления достигается организационными изменениями, которые можно объединить в следующие группы: количественные изменения в рамках существующего управленческого потенциала за счет лучшего использования имеющихся ресурсов; структурные изменения в составе сфер деятельности рынков, продаваемых товаров, используемых технологий; инновации в товарах, системах, технологиях производства и управления, позволяющие повысить ценность то-

вара для покупателя, снизить удельные значения показателей издержек; лучшее взаимодействие элементов системы управления, взаимодействие системы управления и элементов внешней среды для достижения эффекта системности; комбинирование вышеуказанных направлений. Вместе с тем, моделируя траекторию и условия развития предприятия, рост его рыночных возможностей, качество управления следует рассматривать как стратегическую цель предприятия, достижение которой обеспечивает его "экономическое здоровье".

Научн. рук. Броницкий А. Н.

Литература: 1. Клок К. Конец менеджмента / К. Клок, Дж. Голдмит. – СПб. : Питер, 2004. – 245 с. 2. Винокуров В. Качество управления как фактор управления рыночных позиций предприятия / В. Винокуров, А. Винокуров // Стандарты качества. – 2005. – № 12. – С. 12. 3. Алексеевский В. С. Социокультурная концепция общей теории менеджмента / В. С. Алексеевский // Менеджмент в России и за рубежом. – 2004. – № 2. – С. 6. 4. Приходько В. О смене управленческих парадигм / В. Приходько, Т. Иванова // Проблемы и практики управления. – 2004. – № 5. – С. 9.

УДК 519.243

Русанов В. О.

Федорук Т. В.

Студенты 2 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

ЗАДАЧА О НАИЛУЧШЕМ ВЫБОРЕ

Аннотація. Посвящено аналізу задачі, пов'язаної з раціональним вибором. Розглянуто питання про застосування теорії ймовірностей у вирішенні проблем, часто зустрічаються в реальній житті і пов'язаних з необхідністю постійного вибору з ряду пропонуємих варіантів.

Анотація. Присвячено розв'язанню задачі раціонального вибору. Розглянуто питання щодо використання теорії ймовірностей у повсякденному житті, яке нерозривно пов'язане з необхідністю постійно обирати з-поміж схожих варіантів.

Annotation. The article is devoted to solving problems, relating to the rational choice. The question about application of theory of chances in the real life which is related to the necessity of permanent choice from the given variants is considered.

Ключевые слова: наилучший выбор, рациональный выбор, проблема потребительского выбора.

В повседневной жизни и бизнесе возникают ситуации, когда необходимо быстро принять решение на основе ограниченной информации. Задача об оптимальном выборе в той или иной формулировке рассматривается многими дисциплинами. Исследуем одну из таких задач, которые рассматриваются методами теории вероятностей.

Потребитель имеет возможность сделать выбор из n товаров. Естественно, он хочет, чтобы его решение было наилучшим (оптимальным), насколько это возможно в предлагаемых условиях. А условия отбора таковы. Потребитель ничего не знает о качестве данных товаров, кроме их общего количества. Они предлагаются на его рассмотрение в случайном порядке, то есть нет какого-либо принципа, в соответствии с которым эти товары предлагались на рассмотрение. Знакомясь с каждым следующим товаром, потребитель помнит о характеристиках всех, которые ему предшествовали и, естественно, может сравнивать его качества с качествами предыдущих. Однако рассмотренный и отвергнутый однажды товар больше не возвращается для участия в конкурсе.

Стратегия, которую выбирает в этих условиях потребитель, состоит в следующем. Он назначает число m , зависящее от n , и отвергает первые m товаров, а затем останавливает свой выбор на первом из оставшихся, который окажется лучше, чем первые m отвергнутых. Давайте определим вероятность того, что потребитель сделает правильный выбор. Отметим, что реализация данной стратегии может привести к тому, что вообще выбор сделан не будет, так как может оказаться, что лучший товар был среди тех m единиц, которые были отвергнуты.

По условию товары рассматриваются потребителем в случайном порядке, то есть появление каждого из них перед потребителем имеет одинаковую вероятность. Для наглядности будем отождествлять товары с точками $\varepsilon_1, \dots, \varepsilon_n$ на числовой прямой. Задача состоит в том, чтобы выбрать точку $\varepsilon = \max(\varepsilon_1, \dots, \varepsilon_n)$. Всего существует $N = n!$ вариантов расположений n точек на прямой, и все эти расположения являются равновероятными.



Пусть B_k – событие, которое состоит в том, что выбор (не обязательно наилучший в глобальном смысле) состоялся на k -м шаге, где $k > m$. Если выбор состоялся на k -м шаге, это значит, что все точки, полученные от $(m+1)$ -го до $(k-1)$ -го шага, были расположены левее крайней правой из всех "отвергнутых" m точек, соответственно, k -я точка расположена правее них всех. Отброшенные m точек можно расположить произвольно любым из $m!$ способов. Для $(m+1)$ -й точки существует уже не $(m+1)$ промежутков среди первых m , а лишь m промежутков, так как она не может находиться правее крайней правой; для $(m+2)$ -й точки существует $(m+1)$ промежутков, куда она может попасть, и так далее; для $(k-1)$ -й точки существует $(k-2)$ промежутка. Для k -й точки имеется лишь одна возможность – попасть правее $(m+k-1)$ рассмотренных точек.

Далее для точек $(k+1)$, $(k+2)$, ..., n количество промежутков вычисляется аналогично. Таким образом, всего существует

$$N_{B_k} = 1 \times 2 \dots m \times m(m+1) \dots (k-2) \times 1 \times (k+1)(k+2) \dots n$$

таких расположений n точек на прямой, для которых событие B_k произойдет.

Соответственно, вероятность сделать выбор на k -м шаге (то есть согласно предложенной стратегии составить представление о товаре по m первым образцам) равна:

$$P(B_k) = \frac{N_{B_k}}{N} = \frac{m}{(k-1)k}, \text{ где } k = \overline{m+1, n}.$$

Конечно, имеется вероятность вообще не выбрать ничего – так может случиться, если точка с максимальными характеристиками попала в число первых m .

Пусть событие A состоит в том, что выбран наилучший товар (то есть выбрана абсолютно точка глобального максимума). Тогда сложное случайное событие AB_k – это событие, состоящее в том, что наилучший выбор сделан на k -м шаге. Всего существует

$$N_{AB_k} = 1 \times 2 \dots m \times m(m+1) \dots (k-2) \times 1 \times k(k+1)(k+2) \dots (n-1)$$

таких расположений точек на прямой, что для каждого из них наилучший выбор производится на k -м шаге (если k -я точка является глобальным максимумом, то для любой точки $(k+i)$ имеется лишь $(k+i-1)$ промежутков, в который она может попасть, так как она не может попасть правее наибольшей). Значит условная вероятность события A при условии, что B_k произошло, определяется соотношением:

$$P(A | B_k) = \frac{N_{AB_k}}{N_{B_k}} = \frac{k}{n}, \text{ где } k = \overline{m+1, n}.$$

По формуле полной вероятности получаем:

$$P_m(A) = \sum_{k=m+1}^n P(A | B_k) P(B_k) = \frac{m}{n} \sum_{k=m+1}^n \frac{1}{k-1} = \frac{m}{n} \sum_{k=m}^{n-1} \frac{1}{k}.$$

Вероятность $P_m(A)$ зависит от m . Наилучшее значение $m = m(n)$ определяется из условия:

$$P_{m(n)}(A) = \max_{0 < m \leq n} P_m(A).$$

Замечание. Можно показать, что если n достаточно велико, то $m(n) \sim \frac{n}{e}$, $P_{m(n)}(A) \sim \frac{1}{e}$. Для этого нужно воспользоваться соотношением:

$$\frac{m}{n} \sum_{k=m}^{n-1} \frac{1}{k+1} \leq \frac{m}{n} \int_m^n \frac{dx}{x} = -\frac{m}{n} \ln \frac{m}{n} \leq \frac{m}{n} \sum_{k=m}^{n-1} \frac{1}{k}.$$

а также тем, что $\frac{1}{e}$ является точкой максимума функции $y = -x \ln x$, $0 < x < 1$ и

$$\alpha_n \sim \beta_n \Rightarrow \lim_{n \rightarrow \infty} \frac{\alpha_n}{\beta_n} = 1.$$

Рассмотрим пример. Пусть $n=10$, и потребитель выбрал число $m=4$. Тогда, исходя из выведенной формулы, вероятность наилучшего выбора равна:

$$P_m(A) = \frac{m}{n} \times \sum_{k=m}^{n-1} \frac{1}{k} = \frac{4}{10} \times \sum_{k=4}^9 \frac{1}{k} = \frac{4}{10} \times \left(\frac{1}{4} + \frac{1}{5} + \dots + \frac{1}{9} \right) = 0,393.$$

Если $n = 11$, то при том же $m = 4$ имеем уже несколько большую вероятность:

$$P_m(A) = \frac{m}{n} \times \sum_{k=m}^{n-1} \frac{1}{k} = \frac{4}{11} \times \sum_{k=4}^{10} \frac{1}{k} = \frac{4}{11} \times \left(\frac{1}{4} + \frac{1}{5} + \dots + \frac{1}{10} \right) = 0,398.$$

Это свидетельствует о том, что с увеличением количества товаров при неизменно выбранном количестве единиц товара для предварительного знакомства вероятность того, что потребитель сделает правильный выбор, увеличивается.

Таким образом, проведенный анализ задачи о наилучшем выборе позволяет сделать вывод о вероятности того, что для ограниченного числа объектов сделанный после рассмотрения m случайных образцов выбор окажется оптимальным.

Решение этой задачи может широко применяться при операциях прогнозирования, в теории игр и при решении проблемы потребительского выбора.

Научн. рук. Лебедева И. Л.

УДК 519.21

Лушникова Е. О.

Студент 2 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

ПАРАДОКСЫ ТЕОРИИ ВЕРОЯТНОСТЕЙ: ПАРАДОКС ДНЕЙ РОЖДЕНИЯ

Аннотация. Рассмотрен один из известных парадоксов теории вероятностей – парадокс дней рождения.

Анотація. Розглянуто один з найбільш відомих парадоксів теорії ймовірностей – парадокс днів народження.

Annotation. One of the most known paradoxes of the theory of probability – the paradox of birthdays – is described.

Ключевые слова: парадоксы теории вероятностей, парадокс дней рождения.

Теория вероятностей представляет собой область математики, необычайно богатую парадоксами – истинами, которые на первый взгляд настолько противоречат здравому смыслу, что в них трудно поверить.

Одним из наиболее известных парадоксов теории вероятностей является парадокс дней рождения [1]. Парадокс дней рождения – утверждение, гласящее, что если группа состоит из 23 или более человек, то вероятность того, что хотя бы у двух из них дни рождения (число и месяц) совпадут, превышает 50 %. Для группы из 60 или более человек вероятность совпадения дней рождения хотя бы у двух ее членов составляет более 99 %, хотя 100 % она достигает, только когда в группе не менее 366 человек (с учетом високосных лет – 367).

Такое утверждение кажется противоречащим здравому смыслу, так как вероятность родиться в определенный день года довольно мала, а вероятность того, что два человека родились в конкретный день, в соответствии с теоремой умножения вероятностей, еще меньше. Но это утверждение является верным, и его можно доказать в соответствии с теорией вероятностей. Таким образом, оно не является парадоксом в строгом научном смысле – логического противоречия в нем нет, а парадокс заключается лишь в различиях между интуитивным восприятием ситуации и результатами математического расчета.

Попробуем сначала разрешить противоречие на уровне интуитивного восприятия. Поскольку рассматривается вероятность совпадения дней рождения у любых двух человек в группе, то эта вероятность определяется количеством пар людей, которые можно составить из 23 человек. Так



как порядок людей в парах не имеет значения, то общее число пар равно числу сочетаний из 23 по 2, и по известной формуле комбинаторики имеем: $C_{23}^2 = \frac{23!}{2! \times 21!} = \frac{23 \times 22}{2} = 253$ пары. Легко понять, что при рассмотрении 253 пар людей (а дней в году 365) вероятность совпадения дней рождения хотя бы у одной пары будет достаточно высокой. Ключевым моментом здесь является то, что утверждение парадокса дней рождения говорит именно о совпадении дней рождения у каких-либо двух членов группы. Тогда как одно из распространенных заблуждений состоит в том, что этот случай путают с другим, похожим на первый взгляд, случаем, когда из группы выбирается один человек и оценивается вероятность того, что у кого-либо из других членов группы день рождения совпадет с днем рождения выбранного человека. В последнем случае вероятность совпадения значительно ниже.

Проведем расчет вероятности для объяснения парадокса. При этом будем считать, что дни рождения распределены равномерно по году, нет високосных лет и нет близнецов (хотя в действительности это не совсем так).

Пусть событие A состоит в том, что дни рождения 2-х различных людей совпадают. Рассчитаем сначала вероятность противоположного события. Если $n > 365$, то вероятность события \bar{A} равна нулю.

Пусть $n \leq 365$. Возьмем наугад одного человека из группы и запомним его день рождения. Затем возьмем наугад второго человека, при этом вероятность того, что у него день рождения не совпадет с днем рождения первого человека, определяется по формуле условной вероятности и равна $1 - 1/365$. Для третьего человека вероятность того, что его день рождения не совпадет с днями рождения первых двух, равна $1 - 2/365$. Рассуждая подобным образом, дойдем до последнего человека, для которого вероятность несовпадения его дня рождения со всеми предыдущими, имеющими различные дни рождения, равна $1 - (n-1)/365$. Событие \bar{A} является результатом произведения независимых событий. По теореме умножения вероятностей независимых событий получаем вероятность того, что все дни рождения в группе будут различными:

$$P(\bar{A}) = 1 \cdot \left(1 - \frac{1}{365}\right) \times \left(1 - \frac{2}{365}\right) \times \dots \times \left(1 - \frac{n-1}{365}\right) = \frac{365 \times 364 \times 363 \times \dots \times (365 - n + 1)}{365^n} = \frac{365!}{365^n \times (365 - n)!}$$

Тогда вероятность того, что хотя бы у двух человек из группы n человек дни рождения совпадут, равна:

$$P(A) = 1 - P(\bar{A}) \Rightarrow P(A) = 1 - \frac{365!}{365^n \times (365 - n)!}$$

Таким образом, получили общую формулу для расчета вероятности интересующего нас события.

Для того чтобы наглядно представить зависимость вероятности совпадения дней рождения от числа человек в группе, результаты расчета представлены графически (рисунок).

Полученные цифры настолько неожиданны, что вынуждают провести экспериментальную проверку. Возьмем как пример группу ЭИ 2-1. На первом курсе число студентов было равно 25, и у двоих из них день рождения был 21 марта, а еще у двоих – 21 января.

Из всего изложенного выше можно сделать вывод, что действительно в группе, численность которой составляет 23 и более человек, будут двое, день рождения у которых будет в один день.

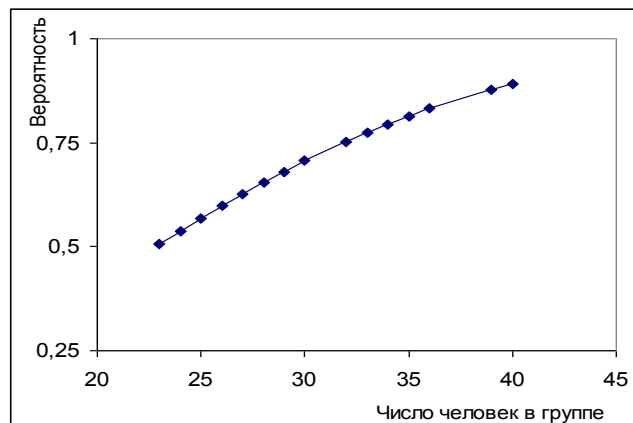


Рис. Зависимость вероятности совпадения дней рождения двух человек от числа людей в группе

Продолжением рассмотренной выше задачи может стать следующая. Вы задались целью найти человека, день рождения которого совпадает с вашим. Сколько людей вам придется опросить, чтобы вероятность такой встречи была бы не меньше 0,5?



Мысль о том, что среди 23 человек найдутся люди, день рождения которых совпадает с вашим, вызывает удивление. При таком условии неважно, совпадают ли дни рождения других людей, если они не совпадают с вашим. Многим кажется, что ответ в данной задаче равен половине от 365 или 183. Из-за смещения двух условий в задаче ответ 23 кажется неправдоподобным [2].

Рассмотрим случайное событие B , которое состоит в том, что в группе из n человек, кто-то родился в один день с вами. В данной задаче интуитивный ответ, который равен 183, также оказывается ошибочным. Пусть первый из опрошенных родился, например, 19 января, то ничто не мешает и остальным иметь день рождения в этот же день. Вероятность того, что опрошенный человек не родился с вами в один день, равна $(365-1)/365$. При опросе n человек вероятность того, что ни один из них не родился с вами в один день, то есть вероятность противоположного события \bar{B} , составляет по формуле произведения вероятностей независимых событий $P(\bar{B}) = \left(\frac{365-1}{365}\right)^n$. Тогда вероятность того, что хотя бы один из них родился с вами в один день, равна:

$$P(B) = 1 - P(\bar{B}) = 1 - \left(\frac{365-1}{365}\right)^n.$$

Используя таблицу эквивалентных бесконечно малых, составленную на основе второго замечательного предела, получим:

$$\frac{N-1}{N} = 1 - \frac{1}{N} \xrightarrow{N \rightarrow \infty} e^{-1/N}.$$

Тогда $P(B) = 1 - P(\bar{B}) \approx 1 - e^{-n/365}$. Из условия $P(B) \geq 0,5$ получим, что $e^{-n/365} \leq 0,5$. После логарифмирования получим, что $n \geq 253$.

Опять проверим этот результат экспериментально. Пусть человек, родившийся 4 июня, решил проверить, а действительно ли среди 253 человек окажется хотя бы один, у которого день рождения тоже 4 июня. Так как опросить 253 человека весьма проблематично, то для исследования взяли списки студентов, которые проживают в общежитии № 3 ХНЭУ. Наугад выбрали 253 из них. В результате оказалось, что 3 из них родились 4 июня.

Таким образом, в теории вероятностей существуют парадоксальные на первый взгляд утверждения, которые называются парадоксами и в которые трудно поверить, но их легко можно доказать.

Научн. рук. Лебедева И. Л.

Литература: 1. Секей Г. Парадоксы в теории вероятностей и математической статистике / Г. Секей. – М. : Мир, 1990. – 240 с. 2. Мостеллер Ф. Пятьдесят занимательных вероятностных задач с решениями / Ф. Мостеллер. – М. : Наука, 1975. – 104 с. 3. Новикова У. Парадокси і софізми на уроках теорії ймовірностей / У. Новикова, О. Петров, В. Процай // Математика. – 2006. – № 4. – С. 9–11.

УДК 519.21

Льсенко А. А.

Студент 2 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

К ВОПРОСУ О НАРУШЕНИИ СВОЙСТВА ТРАНЗИТИВНОСТИ

Аннотация. Рассмотрено свойство транзитивности применительно к объектам различной природы. Приведены примеры его нарушения.

Анотація. Розглянуто властивість транзитивності для об'єктів різної природи. Наведено приклади її порушення.

Annotation. Property of transitivity is in-process considered as it applies to the objects of different nature. The examples of its violation are resulted.

Ключевые слова: свойство транзитивности, ацикличность, теория принятия решений.

Как известно, числа обладают разными свойствами или, по-другому, при работе с числами выполняются определенные правила. В обыденной жизни ими пользуемся, не задумываясь об их всеобщности. Одним из таких свойств является свойство транзитивности. Объясним его на примере.

© Льсенко А. А., 2010



Если число A больше числа B ($A > B$) и B больше C ($B > C$), то A будет больше C ($A > C$). Сравним материальную обеспеченность трех респондентов: A , B и C . Из того, что $A > B$ (знак $>$ в данном случае означает, что при ранжировании A находится левее B , то есть материальная обеспеченность его выше, чем у B) и $B > C$, следует, что $A > C$.

Рассмотрим пример, относящийся к теории вероятностей, в котором это свойство нарушается. Условие данной задачи представлено на сайте интеллектуальных игр как игра "Три кубика" [1]. У Мегамозга есть три пронумерованных им игральные кубика (числа от 1 до 6, которые могут повторяться). Соперник может выбрать любой из кубиков, затем Мегамозг выбирает из двух оставшихся. Игроки кидают свои кубики. Выигрывает тот, у кого выпадет большее число. В случае равенства проигрывает Мегамозг. Как Мегамозг пронумеровал грани кубиков, если теперь он целыми днями играет в эту игру и обычно выигрывает? То есть задача состоит в выборе стратегий каждого игрока.

Пронумеруем грани кубиков следующим образом. Пусть грани 1-го кубика имеют вид: 555511, 2-го – 544331, 3-го – 662222. Подсчитаем вероятность выигрыша каждого кубика. Для этого рассмотрим все варианты возможных пар: 1-й и 2-й кубики (пара № 1); 1-й и 3-й (пара № 2); 2-й и 3-й (пара № 3); 2-й и 1-й (пара № 4); 3-й и 1-й (пара № 5); 3-й и 2-й (пара № 6).

Будем исходить из классического определения вероятности

$$P(A) = \frac{m}{n},$$

где m – благоприятное количество исходов, в данном случае оно представлено количеством выигрышей из возможных вариантов m ;
 n – общее количество исходов.

Теперь давайте подсчитаем вероятности выигрышей игроков в каждой паре. Сначала считаем выигрыши для случайного Игрока.

Пара № 1: $1 > 2$. Первый кубик выигрывает у второго, когда число на нем больше или равно числу, выпавшему на втором кубике. При выпадении на первом кубике значения 5 – любое из значений второго кубика будет выигрышным для первого участника. Количество случаев выигрыша первой пятерки равно 6, так как все значения второго кубика выигрышны. Для второй, третьей и четвертой пятерки количество выигрышей такое же. Для значения 1 выигрышным является выпадение на втором кубике значения 1. Для того чтобы подсчитать вероятность выигрыша первого игрока при паре № 1, нужно подсчитать общее количество случаев выигрыша, общее количество исходов и полученные значения подставить в формулу нахождения вероятности.

Находим общее количество случаев выигрышей: $6+6+6+6+1=26$.

Общее количество исходов равно 36, так как 6-ти возможным исходам на первом кубике соответствует 6 возможных исходов на втором.

В соответствии с классическим определением вероятность выигрыша случайного Игрока для пары № 1 равна $P(1 > 2) = \frac{26}{36}$.

Аналогично проводим расчеты для остальных пар.

Пара № 2: $1 > 3$. Первый кубик выигрывает у третьего $4+4+4+4=16$ раз.

Тогда вероятность выигрыша Игрока парой № 2 равна $P(1 > 3) = \frac{16}{36}$.

Пара № 3: $2 > 3$. Второй кубик выигрывает у третьего $4+4+4+4+4=20$ раз, и вероятность выигрыша Игрока парой № 3 равна $P(2 > 3) = \frac{20}{36}$.

Пара № 4: $2 > 1$. Второй выигрывает у первого $6+2+2+2+2=16$ раз.

Вероятность выигрыша Игрока парой № 4 равна $P(2 > 1) = \frac{16}{36}$.

Пара № 5: $3 > 1$. Третий выигрывает у третьего $6+6+2+2+2+2=20$ раз, вероятность выигрыша Игрока парой № 5 равна $P(3 > 1) = \frac{20}{36}$.

Пара № 6: $3 > 2$. Третий выигрывает у второго $6+6+1+1+1+1=16$ раз, и вероятность выигрыша Игрока парой № 6 равна $P(3 > 2) = \frac{16}{36}$.

Теперь посчитаем вероятности выигрыша каждой пары для Мегамозга. Подсчет проводится аналогично, единственное, берем во внимание условие, что в случае равенства выпавших чисел проигрывает Мегамозг.

Пара № 1: $1 > 2$. Первый кубик выигрывает у второго $5+5+5+5=20$ раз, вероятность выигрыша Мегамозга парой № 1 равна $P(1 > 2) = \frac{20}{36}$.

Пара № 2: $1 > 3$. Первый кубик выигрывает у третьего $4+4+4+4=16$ раз, и вероятность выигрыша Мегамозга парой № 2 равна $P(1 > 3) = \frac{16}{36}$.

Пара № 3: $2 > 3$. Второй выигрывает у третьего $4+4+4+4+4=20$ раз, и вероятность выигрыша Мегамозга парой № 3 равна $P(2 > 3) = \frac{20}{36}$.



Пара № 4: $2 > 1$. Второй выигрывает у первого $2+2+2+2+2=10$ раз, и вероятность выигрыша Мегамозга парой № 4 равна $P(2 > 1) = \frac{10}{36}$.

Пара № 5: $3 > 1$. Третий выигрывает у третьего $6+6+2+2+2+2=20$ раз, и вероятность выигрыша Мегамозга парой № 5 равна $P(3 > 1) = \frac{20}{36}$.

Пара № 6: $3 > 2$. Третий выигрывает у второго $6+6+1+1+1+1=16$ раз, и вероятность выигрыша Мегамозга парой № 6 равна $P(3 > 2) = \frac{16}{36}$.

Было подсчитано вероятности выигрыша каждой пары кубиков для каждого игрока. Зная это, какой бы кубик не выбрал случайный Игрок, Мегамозг выберет тот кубик, который с большей вероятностью выигрывает. Оформим это в виде таблицы (таблица).

Таблица

Сводная таблица результатов

Игрок	Результат	Мегамозг
1 кубик	\succ	3 кубик
2 кубик	\succ	1 кубик
3 кубик	\succ	2 кубик

Из таблицы следует, что когда первый игрок выбирает кубик № 1, второй игрок должен взять кубик № 3, чтобы вероятность его выигрыша была максимальной.

По основному свойству транзитивности, если $1 > 2$, а $2 > 3$, то и $1 > 3$, но в этой задаче описан пример нарушения этого свойства. Проанализируем, из-за чего возникает нарушение транзитивности.

В логике транзитивность (переходность) определяется как такое свойство отношений, при котором из того, что первый элемент находится в определенном отношении ко второму, а второй – к третьему, следует, что первый элемент находится в этом же отношении к третьему, то есть на языке дискретной математики из aRb и bRc следует aRc .

В основу ранжирования принцип транзитивности заложен как аксиома: если первое превосходит второе по определенному качеству (по определенному признаку), а второе превосходит третье, то первое превосходит третье по указанному качеству [2, с. 79]. В данном случае понятие "превосходит" может быть заменено сравнительными понятиями: "предпочтительнее", "лучше", "хуже", "более эффективно" и т. д.

Условием транзитивности отношения превосходства является ацикличность – эти отношения не должны образовывать круг [3, с. 25]. В частности, в нашем примере, из того, что Петя выше Бори, а Боря выше Гены, следует, что Петя должен быть выше Гены, иначе отношение ростов всех троих станет круговым.

Не только в логике сравнения, но и в теории принятия решений транзитивность вводится как аксиома, считающаяся "ключевым критерием рациональных действий" [4, с. 94]. Соблюдение принципа транзитивности рассматривается как необходимое условие разумного выбора. Если, например, человек предпочитает банан апельсину, а апельсин – яблоку, то при необходимости выбора между бананом и яблоком разумное (а не ситуативное и эмоциональное) решение состоит в выборе банана. Аналогично, транзитивность должна соблюдаться и при принятии более важных решений.

Однако подчеркнем, что среди аксиом теории принятия решений имеется и такая, которая исключает возможность взаимодействия между исходами (последствиями) [4, с. 95]. Принцип транзитивности, справедливый при отсутствии взаимодействий, перестает работать в более сложных случаях, когда взаимодействия все-таки происходят, и сравнение производится именно по способности взаимодействовать.

Возникает вопрос, насколько принцип транзитивности применим в ситуациях противостояния, где принципиально важны умозаключения и прогнозы о превосходстве одних участников конфликта над другими, отношениях доминирования и подчиненности, о предпочтительности одних средств борьбы по сравнению с другими. В традиционной логике для выводов о превосходстве одних объектов над другими используется именно принцип транзитивности, но годится ли он для ситуаций конфликта.

В настоящее время показано, что системные объекты с большим числом уровней взаимосвязей и взаимодействий существенно отличаются по своим свойствам от более простых объектов. Установлено, что сложные системы обладают свойством эмерджентности (система больше суммы составляющих ее частей), недизъюнктивности и другими неожиданными свойствами, плохо описываемыми средствами методологии, не учитывающей системных взаимодействий. Эти свойства систем и методы их исследования рассмотрены в работах [5 – 7].

Аналогично, при взаимодействии между сравниваемыми объектами, обладающими сложной структурой, может перестать соблюдаться и транзитивность. Поэтому принцип транзитивности, успешно работающий в относительно простых случаях, не учитывающих взаимодействий, не может применяться как аксиоматический и универсальный; он может нарушаться при взаимодействии между сравниваемыми объектами.



Предпосылки понимания нарушения транзитивности отношения превосходства проявляются уже в дошкольном возрасте, причем такого нарушения, которое связано с конфликтными взаимодействиями сравниваемых объектов. Так, в детской игре-считалке "камень, ножницы, бумага" оба играющих должны одновременно на счет "раз, два, три" показать либо сжатый кулак ("камень"), либо кулак с оттопыренными указательным и средним пальцами ("ножницы"), либо ладонь со всеми растопыренными пальцами ("бумага"). Игрок, показавший камень, выигрывает у игрока, показавшего ножницы ("камень тупит ножницы"). Игрок, показавший ножницы, выигрывает у игрока, показавшего бумагу ("ножницы режут бумагу"). Но игрок, показавший бумагу, выигрывает у игрока, показавшего камень (камень можно завернуть в бумагу, и это относит его к более высокой категории). Можно видеть, что в данной игре, моделирующей конфликт трех систем, принцип транзитивности отношения превосходства нарушается: при парных сравнениях камень предпочтительнее ножниц, ножницы предпочтительнее бумаги, а бумага – камня. Однозначно, линейно упорядочить отношения превосходства здесь невозможно. В этом и заключается суть нарушения свойства транзитивности.

Научн. рук. Лебедева И. Л.

Литература: 1. Игры разума [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.braingames.ru/?path=category&catname=probability&page=2&displayOpts=all>. 2. Зиновьев А. А. Логическая физика / А. А. Зиновьев. – М. : Наука, 1972. 3. Нечеткие множества в моделях управления и искусственного интеллекта / под ред. Д. А. Поспелова. – М. : Наука, 1986. 4. Козелецкий Ю. Психологическая теория решений / Ю. Козелецкий. – М. : Прогресс, 1979. 5. Брушлинский А. В. Субъект: мышление, учение, воображение / А. В. Брушлинский. – М. : Изд-во "Институт практической психологии", 1996. 6. Ломов Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии / Б. Ф. Ломов. – М. : Наука, 1984. 7. Мельников Ю. Н. Исследование сложных систем : учебн. пособ. по курсу "Теория систем" / Ю. Н. Мельников. – М. : МЭИ, 1983.

Кудринская О. В.

УДК 331.211

Студент 2 курсу

факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ВЛИЯНИЕ ФОРМ ОПЛАТЫ ТРУДА НА ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Предложен подход к построению модели зависимости прибыли торгового предприятия от количества работников, объема реализованной продукции, затрат на зарплату работников и форм системы оплаты труда. Данная модель имеет потенциал практического применения для анализа эффективности варианта системы оплаты труда работников и определения методов варьирования показателей других факторов.

Анотація. Запропоновано підхід до побудови моделі залежності прибутку торгового підприємства від кількості працівників, об'єму реалізованої продукції, витрат на зарплату працівників і форм системи оплати праці. Дана модель має потенціал практичного застосування для аналізу ефективності варіант системи оплати праці працівників і визначення методів варіювання показників інших чинників.

Annotation. The approach to the construction of model of dependence of income of point-of-sale enterprise from the amount of workers, volume of the realized products, expenses on the pay-envelope of workers and forms of labour payment system is offered. This model has the potential of practical application for the analysis of variant of the system workers labour payment and determination of methods of varying of indexes of other factors.

Ключевые слова: прибыль предприятия, формы оплаты труда, бонус, модель прогноза прибыли.

Правильная разработка системы оплаты труда имеет значительное влияние на повышение эффективности деятельности предприятия, его прибыль и на процесс привлечения хороших специалистов. Будучи основным источником дохода, оплата труда работников представляет собой компенсацию труда наемного работника на предприятии, соответствующую количеству и качеству выполненной работы [1]. Организация заработной платы непосредственно влияет на темпы роста производительности труда, стимулирует повышение квалификации трудящихся.

© Кудринская О. В., 2010



В условиях рыночной экономики происходит поиск новых моделей оплаты труда, наиболее эффективных для успешного функционирования предприятия. Конструирование оптимального механизма заработной платы на предприятии требует тщательного исследования факторов влияния на его прибыль. Во многих научных работах прибыль предприятия определяется величинами реализации выпускаемой продукции, балансовой прибыли, прибыли от реализации выпускаемой продукции, валовой прибыли, налогооблагаемой прибыли, чистой прибыли и др. [1 – 4].

Проведен анализ зависимости прибыли от форм системы оплаты труда работников, их количества, затрат на зарплату и объема реализованной продукции на предприятии, принадлежащем к сети аптек в г. Харьков, в период с 2007 г. по сентябрь 2009 г. На указанном предприятии рассмотрены наиболее часто применяемые комбинации оплаты труда в виде ставок и бонусов: 0 % ставка – 100 % бонус, 30 % ставка – 70 % бонус, 100 % ставка – 0 % бонус. На рис. 1 в процентном соотношении изображена прибыль предприятия за рассматриваемый период по выделенным формам оплаты труда.

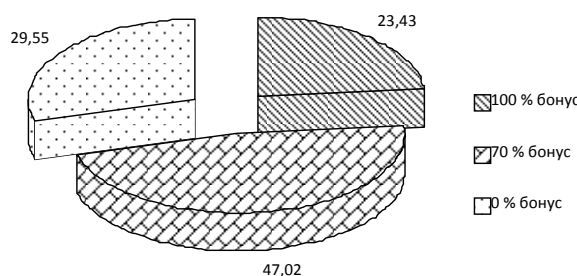


Рис. 1. Процентные доли прибыли предприятия в зависимости от формы системы оплаты труда за 2007 – 2009 гг.

На рис. 2 в количественном соотношении представлена структура персонала, занимающегося реализацией продукции по определенным формам оплаты труда.

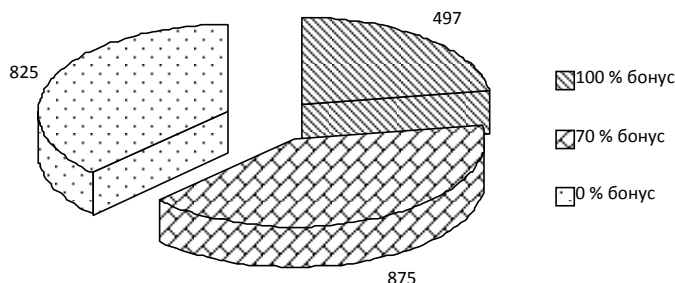


Рис. 2. Численность персонала по формам системы оплаты труда за 2007 – 2009 гг.

Анализ различных комбинаций оплаты труда дает возможность определить зависимость прибыли от определенного варианта оплаты и в результате выбрать самый эффективный способ мотивации персонала. По данным исследуемого торгового предприятия построена следующая модель прибыли :

$$Y = 1259,68 + 0,001 \times z_1 + 477,28 \times z_2 + 56,74 \times z_3 + 0,79 \times x_1 + 12,73 \times x_2 + 0,03 \times x_3,$$

где Y – показатель прибыли предприятия, тыс. грн;

x_1 – количество работников;

x_2 – количество реализованной продукции;

x_3 – затраты на зарплату работникам;

z_1, z_2, z_3 – качественная характеристика, отражающая использование соответствующей формы оплаты труда ($z_1 = 1$ в случае применения оплаты по форме 0 % ставка и 100 % бонус; $z_2 = 1$, если 30 % ставка и 70 % бонус; $z_3 = 1$, если 100 % ставка и 0 % бонус; $z_i = 0$ ($i = \overline{1,3}$), если указанная форма оплаты труда не применяется).



Коэффициент детерминации построенной модели $R^2 = 0,73$ означает, что 73 % изменчивости прибыли предприятия объясняется влиянием включенных в модель факторов. Качество модели было проверено с помощью критерия Фишера (расчетное значение статистики Фишера $F = 51,45$).

Анализ полученной модели зависимости прибыли предприятия от выделенных факторов, исследование основных параметров модели и их статистических оценок подтвердил тот факт, что на указанном предприятии наиболее эффективной формой оплаты труда является система 30 % ставки и 70 % бонуса, которая сегодня очень широко применяется в Европе и в представительствах иностранных компаний в Украине. Данная система гарантирует финансовую стабильность каждому сотруднику и мотивирует для результативной работы. Следует отметить, что при использовании системы 100 % ставки – 0 % бонуса наблюдается меньшая прибыль, чем при применении европейской системы.

Также с помощью полученной модели можно определить чувствительность колебания прибыли торгового предприятия от таких факторов, как количество работников, затраты на труд и объем реализованной продукции. Данная модель имеет потенциал практического применения на предприятиях для прогноза прибыли, анализа эффективности выбранного варианта системы оплаты труда работников и определения методов варьирования показателей других факторов повышения прибыли.

Научн. рук. Норик Л. А.

Литература: 1. Бабаев Б. Д. Оплата труда на предприятии: вопросы теории и практики / Б. Д. Бабаев, А. М. Карякин, Н. Р. Терехова. – Иваново : Иван. гос. энерг. ун-т, 2001. – 266 с. 2. Абрютин М. С. Экономический анализ торговой деятельности / М. С. Абрютин. – М. : Дело и сервис, 2001. – 512 с. 3. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин, Е. В. Негашев. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 208 с. 4. Ефимова О. В. Финансовый анализ / О. В. Ефимова. – М. : Бухгалтерский учет, 1998. – 320 с.

Давтян Н. Т.

УДК 330.42:338.27

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

АНАЛИЗ ФУНКЦИИ КОББА – ДУГЛАСА КАК ИНСТРУМЕНТА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Аннотация. Рассмотрено возможности и особенности применения производственной функции Кобба – Дугласа как средства прогнозирования макроэкономических показателей. Для демонстрации особенностей прогнозирования с помощью модели Кобба – Дугласа рассчитываются прогнозные значения валового внутреннего продукта Украины на 2008 год (рост) и 2009 год (спад).

Анотація. Розглянуто можливості та особливості застосування виробничої функції Кобба – Дугласа як засобу прогнозування макроекономічних показників. Для демонстрації особливостей прогнозування за допомогою моделі Кобба – Дугласа розраховуються прогнозні значення валового внутрішнього продукту України на 2008 рік (зростання) та на 2009 рік (спад).

Annotation. The article deals with possibilities and features of the Kobb – Douglas production function as the method of forecasting macroeconomic indicators. To demonstrate the features of forecasting by Kobb – Douglas model the predicted values of a total internal product of Ukraine for 2008 (growth) and 2009 (recession) are calculated.

Ключевые слова: функция Кобба – Дугласа, прогнозирование ВВП.

В национальной экономике сложились определенные трудности выбора критерия роста и системы социально-экономических приоритетов. В связи с этим теория, ее составляющие и модели экономического роста оказались в центре научных дискуссий, а их обоснование выявило противоречивые мнения и порой противоположные подходы. Свидетельством этому стала разная трактовка путей выведения Украины из кризиса и базисных основ роста национальной экономики.

© Давтян Н. Т., 2010



Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью выявления адаптивных для Украины моделей прогнозирования, разработки соответствующего инструментария построения макроэкономических зависимостей и прогнозов для перевода ее экономики на траекторию стабильного и сбалансированного роста. Но создание макроэкономической модели или систем моделей сталкивается с целым рядом трудностей. Прежде всего, все макроэкономические ряды соответствующих переменных модели оказываются нестационарными, что делает невозможным применение классических методов регрессионного анализа, поскольку может привести к ошибочным выводам [1, с. 30, 31].

В современной практике эконометрического моделирования разработаны специальные процедуры для приведения рядов к стационарному состоянию относительно тренда, но и они не лишены неточностей.

Целью данного исследования является анализ использования производственной функции Кобба – Дугласа для определения регрессионной зависимости между валовым внутренним продуктом и влияющими на него факторами: стоимости основных средств и экономической активности населения.

Для проведения исследования были использованы следующие данные (табл. 1) с сайта ГОСКОМСТАТ Украины [2].

Таблица 1

Исходные данные для построения регрессионной модели

Годы	ВВП (2000 год базовый), Y, млн грн	Стоимость основных средств (капитал), K, млн грн	Экономически активное население в возрасте 15 – 70 лет, L, тыс. чел.
2000	170 070	828 822	18 797,3
2001	204 190	915 477	18 748,9
2002	225 810	964 814	18 330,1
2003	267 344	1 026 163	18 624,1
2004	345 113	1 141 069	18 694,3
2005	441 452	1 276 201	18 886,5
2006	544 153	1 568 890	19 032,2
2007	720 731	20 473 642	19 189,5
2008	949 864	31 496 272	19 251,7
2009 (за 9 месяцев)	207 096	25 826 943,04	20 200

В процессе исследования была рассмотрена математическая модель:

$$Y = AK^{\alpha}L^{\beta} \quad (1)$$

Данная модель выражает зависимость ВВП (Y) от капитала (K) и трудовых ресурсов (L) в виде функции Кобба – Дугласа. Все ряды переменных, приведенных в табл. 1, были трансформированы в логарифмические. Это позволило более наглядно представить связь между рассматриваемыми показателями, поскольку логарифмические ряды имеют одно среднее значение и расположены в пределах одного диапазона.

По данным 2000 – 2007 годов была получена следующая модель:

$$\ln(Y) = -128,5799 + 0,24\ln(K) + 14,00\ln(L) \quad (2)$$

или

$$Y = e^{-128,5799} K^{0,24} L^{14,00} \quad (3)$$

Данная модель в соответствии с критерием значимости Фишера является значимой. Изменения ВВП на 67 % обусловлено регрессионной зависимостью (3) от стоимости основных средств (K) и числа экономически активного населения (L).

По формуле (3) было рассчитано прогнозное значение ВВП на 2008 год:

$$ВВП_{2008} = e^{-128,5799} (31496272)^{0,24} (19251)^{14,00} = 943366,33 \text{ (млн грн)}.$$

Ошибка (%) прогнозного значения в сравнении с реальным ВВП рассчитывалась по формуле:

$$\frac{|ВВП_{реальный} - ВВП_{прогноз}|}{ВВП_{реальный}} 100\% \quad (4)$$

и составила 0,68 %. Таким образом, прогнозный результат объема ВВП на 2008 год был верен на 99,32 %, что показывает целесообразность применения функции Кобба – Дугласа в данных экономических условиях.

По данным 2000 – 2008 годов были получены следующие результаты: модель значима, изменение ВВП на 79 % обусловлено регрессионной зависимостью от стоимости основного капитала и экономической активности населения.



Начиная с 2008 года, экономика Украины находится под влиянием кризисных факторов, чем и обуславливается спад большинства показателей экономического развития. Для определения прогнозного значения ВВП на 2009 в сложившихся условиях спада экономики была использована вышеуказанная модель. Прогнозное значение ВВП на 2009 год составило:

$$ВВП_{2009} = e^{-128,4799} (25826943,04)^{0,24} (20200)^{13,99} = 1769286,858 \text{ (млн грн).}$$

Общие результаты расчетов представлены в табл. 2.

Таблица 2

Реальные и прогнозные показатели ВВП, ошибки прогнозных значений

Годы	ВВП (реальный показатель), млн грн	ВВП (прогнозный показатель), млн грн	Ошибка (%) прогнозного значения
2008	949 864	943 366,33	0,68
2009 (за 9 месяцев)	207 096	1 769286,858	754,33

По данным табл. 2 ошибка между прогнозным значением ВВП на 2009 год и его реальной величиной, вычисленная по формуле (4), составляет 754,33 %. Столь высокая ошибка прогнозного значения свидетельствует о невозможности использования производственной функции Кобба – Дугласа для прогнозирования макроэкономических показателей в условиях общего спада экономики.

В результате проведенных исследований определено, что производственную функцию Кобба – Дугласа целесообразно использовать в условиях роста, однако в кризисных условиях, а также нестабильности развития экономики необходимо использовать другие модели прогнозирования макроэкономических показателей, которые способны учитывать все факторы макро- и микросреды, влияющие на их величину. Одним из таких инструментов для прогнозирования может быть инструмент нечеткой логики.

Украина должна сделать выбор: ориентироваться ей на модель догоняющего развития и, тем самым, снижать отставание от развитых стран, или разработать собственную модель, основанную на инвестициях и инновациях, стабильной институциональной среде, достойном уровне жизни граждан, конкурентоспособности товаров и услуг.

Научн. рук. Резник Е. В.

Литература: 1. Петровская О. С. Современная модель экономического развития национальной экономики / О. С. Петровская // Актуальные проблемы экономики. – 2008. – № 3. – С. 30–40. 2. <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 3. Гриценко А. А. Теория экономического развития: Исследования капитала, процента и цикла конъюнктуры / А. А. Гриценко. – К., 2007. – С. 47–53. 4. <http://www.minfin.gov.ua/>.

Мінєєва О. А.

УДК 314.18

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

МОДЕЛЮВАННЯ ЗАЛЕЖНОСТІ НАРОДЖУВАНОСТІ ДІТЕЙ В УКРАЇНІ ВІД ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ

Анотація. Розглянуто актуальну демографічну проблему, яка загострилася кілька років тому в Україні. Побудовано математичну модель регресії залежності об'єму народжуваності від декількох показників: кількості молодих родин, які отримали житло від держави, середньої зарплатної плати на душу населення та рівня ВВП в країні.

Аннотация. Рассмотрено актуальную демографическую проблему, которая обострилась несколько лет назад в Украине. Построена математическая модель зависимости объема рождаемости от нескольких показателей: количества молодых семей, которые получили жилье от государства, средней заработной платы на душу населения и уровня ВВП в стране.

© Мінєєва О. А., 2010

Annotation. The current demographic problem, which worsened a few years ago in Ukraine is studied. The mathematical model of fertility based on several indicators: the number of young families who received housing from the state, average wage per capita and the level of GDP in the country is constructed.

Ключові слова: проблема народжуваності, математична модель народжуваності.

Українського населення з кожним роком стає все менше й менше. Згідно з прогнозами експертів, такими темпами до 2050 року в Україні залишиться зовсім небагато корінного населення — 35 мільйонів [1].

Актуальність проблем народжуваності як соціально-демографічного процесу обумовлена загостренням протиріччя між його динамікою та об'єктивною необхідністю суспільства у відтворенні населення, особливостями протікання демографічних і соціальних процесів на сучасному етапі розвитку суспільства, що характеризується глибокою демографічною кризою.

Рівень народжуваності в Україні почав підвищуватися з 2002 року, причому по всій Європі — з 2001, проте високі державні виплати були введені з 2005 року. Але в 2005 – 2006 рр. значного впливу на рівень народжуваності вони не здійснили. В Україні населення значною мірою складається з людей похилого віку через низьку народжуваність.

За словами начальника відділу демографічного розвитку Міністерства у справах сім'ї, молоді і спорту Руслана Гребениченка, для подолання демографічної кризи в Україні потрібно народжувати 1,6 дітей на сім'ю [2]. Проте зростання народжуваності ще не свідчить про те, що скорочення кількості населення в Україні припинилося.

За даними Держкомстату, впродовж січня – квітня цього року загальна чисельність населення України зменшилася на 82,3 тис. осіб. Таке зменшення відбувається виключно за рахунок природного скорочення (87,5 тис. осіб), яке не перекидає незначний міграційний приріст населення (5,2 тис. осіб).

Оскільки народжуваність значною мірою залежить від величини необхідності родини в дітях, в теперішній час актуалізується необхідність пошуку ефективних заходів з приведення її у відповідність з об'єктивною необхідністю суспільства у відтворенні населення.

Отже, метою дослідження є побудова математичної моделі залежності обсягу народжуваності в тис. осіб (y) від таких показників, як кількість молодих родин в тис. осіб, яким було надано житло від держави (x_1), середня заробітна плата в грн. на душу населення (x_2) та рівень ВВП у країні (x_3). На основі даних 1997 – 2007 років було отримано таке рівняння регресії:

$$y = 245,97 + 3,72x_1 + 0,17x_2 - 0,02x_3 \quad (1)$$

Це рівняння на 88,63 % характеризує залежність рівня народжуваності від окремо перелічених факторів. Інші 11,37 % зміни в народжуваності залежать від неврахованих у моделі факторів. Велике значення $F = 18,197$ та дуже мале значення значущості 0,0011 згідно з роботою [3] говорять про високу адекватність моделі. Та оскільки для цього набору даних табличне значення t -статистики дорівнює 2,26, а для фактора x_3 фактичне значення $t = -1,139$, що менше ніж табличне, та при цьому довірчий інтервал для значення коефіцієнта, що відповідає x_3 , покриває значення нуль, має сенс вилучити цей фактор з моделі як незначущий.

Додаткове обчислення кореляції між факторами моделі згідно з роботою [4] також сприяє вилученню фактора x_3 з моделі, оскільки $r_{x_3x_2} = 0,971$, що свідчить про тісну залежність між факторами x_2 та x_3 . Нове рівняння регресії має вигляд:

$$y = 253,70 + 3,557x_1 + 0,12x_2 \quad (2)$$

Це рівняння вже на 86,53 % характеризує залежність рівня народжуваності від двох факторів. Модель залишається адекватною, оскільки $F = 25,69$ зі значенням значущості 0,0003, ці показники кращі порівняно з попередньою моделлю. Усі значення t -статистики для коефіцієнтів регресії перевищують табличне значення 2,26.

Для того щоб визначити, який з двох факторів має більший вплив на народжуваність, перейдемо до стандартизованого рівняння регресії:

$$t_y = 1,005t_{x_1} + 1,569t_{x_2} \quad (3)$$



Найбільший коефіцієнт 1,569 відображає більший вплив середньої заробітної плати на народжуваність. Згідно з рівнянням (2) підвищення заробітної плати на 1 грн призводить до збільшення народжуваності на 0,12 тис. осіб за умов, що інші фактори моделі залишаються незмінними.

Слід відзначити, що впливовість фактора x_1 , що відображає соціальну політику влади відносно молодих родин, забезпечення їх житлом та впровадження різноманітних спеціалізованих програм, не суттєво відрізняється від фактора x_2 . Цей фактор також повинен бути ефективним щодо регулювання народжуваності населення в країні.

Можна зробити висновок, що для підвищення рівня народжуваності потрібно підвищити рівень забезпеченості сімей з людьми дітородного віку, що можливо завдяки регулюванню через фактори як x_1 , так і x_2 .

Проте варто зауважити, що "чим вище рівень добробуту в державі, тим нижче в ній народжуваність". Жінки, які мають достатнє фінансове забезпечення, починають робити кар'єру, займатися своєю освітою, подорожувати. Цей Факт ще понад двісті років тому помітив відомий економіст Адам Сміт [5].

Научн. рук. Ветлуїна І. В.

Література: 1. <http://ua.for-ua.com/interview/2009/08/28/091701.html>. 2. <http://www.mama-tato.com.ua/news/a-182.html>. 3. Эконометрика : учебник / И. И. Елисеєва, С. В. Курьшева, Т. В. Костеева и др. ; под ред. И. И. Елисеєвой. – 2-е изд., переработ. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 576 с. 4. <http://demoscope.ru/weekly/2009/0385/gazeta05.php>. 5. Вадзинский Р. Статистические вычисления в среде Excel. Библиотека пользователя / Р. Вадзинский. – СПб. : Питер, 2008. – 576 с.

Зміст

Колодязева С. О. Перспективи впровадження інноваційної логістики в систему стратегічного менеджменту банку	3
Азаров Р. І. Переваги та недоліки інструментів управління кредитним ризиком банку	6
Мануйленко Н. В. Особливості використання поруки в Україні	9
Кругляков К. А. Особенности сбытовой политики отечественных предприятий	11
Попов Р. Ю. Формирование инновационной рекламной деятельности предприятия на внешнем рынке	13
Цеханович Ю. О. Роль стратегічного планування у забезпеченні ефективної роботи підприємства	15
Хохлова М. Ю. Інвестиційна діяльність в Україні: проблеми та напрями розвитку	17
Даниленко А. О. Особливості державного регулювання інноваційних процесів в умовах глобалізації	19
Федяєва В. Ю. Підвищення ефективності управління культурою господарської організації	20
Іщенко Є. Ю. Формування ефективних організаційних структур на підприємствах України в умовах трансформації економіки	22
Бут А. В. Антикризисное управление как эффективный инструмент управления отечественными предприятиями в современных условиях	24
Красікова В. А. Уравадження адаптивної системи управління конкурентоспроможністю на вітчизняних підприємствах	25
Агапов М. О. Особенности развития мотивации персонала в Украине	28
Сидоренко О. О. Стратегічні напрями фінансової політики України в умовах світової економічної кризи	30
Лещенко О. С. Валютно-курсова політика України в період фінансової кризи	32
Заболотная О. П. Проблемы автоматизации документооборота	34
Хохлюк О. В. Организация учета финансовых инвестиций	37
Осыка А. С. Проблемы учета расходов и доходов на современном этапе развития промышленных предприятий в Украине	40
Каплун К. М. Основні відмінності між обліковою політикою в різних країнах	43
Притиченко Н. В. Особливості обліку витрат на маркетинг	45
Сенічкіна О. Е. Визначення сутності облікової політики підприємства	48
Морева А. О. Особливості обліку реалізації товарів на торговельних підприємствах	50
Кравченко М. В. Проблема необходимости внедрения системы электронного документооборота: ее преимущества и недостатки	53
Юдина С. А. Преимущества автоматизации бухгалтерского учета на предприятии на примере использования программы "1С:Бухгалтерия 8"	56
Писклова Е. С. Особенности процесса бюджетирования в управленческом учете на предприятии	59
Сергеева Г. С., Усова О. М. Деякі аспекти вдосконалення організації оплати праці на підприємствах	62
Морарь Л. В. Сущность и понятие транспортной логистики в современных рыночных условиях	66
Шермазанова Н. А. Необхідність стратегічного планування на підприємствах в умовах нестабільної економічної ситуації	68
Безугла К. О. Поняття, сутність та передумови виникнення банкрутства підприємства	70
Загородний И. М. Сущность и основные подходы к определению категории "человеческий капитал" в деятельности предприятия	73
Ляхова Л. П. Необхідність розробки стратегії як засобу підвищення результативності на підприємстві	75
Яковчук А. С. Теоретические аспекты управления интеллектуальным капиталом предприятия	77
Сатиренко А. А. Особливості інвестування підприємств АПК	79
Гордеева К. А. Нематеріальні активи як джерело конкурентних переваг підприємства	81
Іванова Т. О. Сучасні тенденції інноваційно-інвестиційного процесу в Україні	83



Пуляева М. Г. Умови забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств на європейському ринку в умовах глобалізації економіки	85
Крюков К. О. Проблемы металлургической промышленности Украины в условиях кризиса	87
Червина А. С. Особенности формирования инновационной стратегии предприятия в нестабильных условиях внешней среды	88
Бондарчук Л. О. Сутність інноваційної стратегії розвитку підприємства	90
Тэтэ А. Ю. Моделирование отношений "клиент – консультант"	93
Медведева М. В. Обґрунтування необхідності вдосконалення системи маркетингових комунікацій підприємства	95
Углиця С. М. Дослідження методики оцінки інвестиційної привабливості підприємства	96
Михайленко А. С. Інноваційні проекти як інструмент розвитку промислового підприємства	98
Репіна Ю. В. Проблеми малого бізнесу та варіанти їх вирішення	99
Голубев А. В. Кооперация производств как направление снижения энергоемкости продукции	102
Світлична Т. В. Конкурентоспроможність українських консалтингових компаній: сутність та фактори	103
Луговської Р. О. Удосконалення систем управління якістю на промислових підприємствах	105
Шевченко Е. А. Пиар как элемент совершенствования маркетинговой деятельности на предприятии	107
Миненкова Т. В. Преимущества и недостатки использования внутренних консультантов	108
Лобанова І. С. Обґрунтування залежності конкурентоспроможності підприємства від витрат його діяльності	110
Семеняка К. С. Позиционирование рыночной доли предприятия как основного элемента модели его стоимости	112
Шапошник І. О. Обґрунтування шляхів підвищення прибутку підприємства за рахунок упровадження у виробництво нової продукції	113
Степаненко Т. О. Стратегічне планування як засіб підвищення ефективності діяльності підприємства	116
Рибалко К. В. Розробка оптимальної організаційно-функціональної структури управління ресурсозбереженням на підприємстві	118
Прасок Н. О. Характеристика етапів процесу управління ризиками інвестиційного проекту в умовах невизначеності зовнішнього середовища	120
Крохмаль С. С. Роль консультанта в формировании организационной культуры	122
Масло І. О. Необхідність управління фінансовим забезпеченням інвестиційних проектів	124
Корсун А. В. Качественный анализ рисков инвестиционных проектов	126
Чирьева О. И. Необходимость смены управленческой парадигмы как условие преодоления кризисных явлений в менеджменте	127
Русанов В. О., Федорук Т. В. Задача о наилучшем выборе	129
Лушникова Е. О. Парадоксы теории вероятностей: парадокс дней рождения	131
Лысенко А. А. К вопросу о нарушении свойства транзитивности	133
Кудринская О. В. Влияние форм оплаты труда на прибыль предприятия	136
Давтян Н. Т. Анализ функции Кобба – Дугласа как инструмента прогнозирования макроэкономических показателей	138
Мінсєва О. А. Моделювання залежності народжуваності дітей в Україні від економічних факторів	140