

*Управління
розвитком
Харківський національний
економічний університет*

Збірник наукових статей

видається 2 рази на рік

№ 9, 2009

Харків. Вид. ХНЕУ, 2009

Засновник і видавець

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Реєстраційний номер свідоцтва КВ №5948 від 19 березня 2002 р.

Затверджено на засіданні вченої ради університету.

Протокол №9 від 24.02.2009 р.

Редакційна колегія

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Редакція збірника наукових статей

Зав. редакції **Сєдова Л. М.**

Редактори: **Грицай І. М.**

Голінська О. Г.

Дуднік О. М.

Лященко Т. О.

Комп'ютерна верстка **Труш В. Ю.**

Адреса видавця: 61001, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а

Телефони:

(057)702-03-04 — головний редактор

(057)758-77-05 — зав. редакції

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 15.04.2009 р.

Формат 84×108 1/16. Папір MultiCopy.

Ум.-друк. арк. 19,0. Обл.-вид. арк. 23,94. Тираж 500 прим. Зам. № 271.

Ціна договірна.

Надруковано з оригінал-макета на Riso-6300 61001, м. Харків, пр. Леніна, 9а.

Видавництво ХНЕУ.

- © Харківський національний економічний університет, 2009
- © Видавництво ХНЕУ, 2009
- дизайн, оформлення обкладинки
- © Управління розвитком, 2009

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ПОДАТКОВОЇ ПІЛЬГИ

Сучасні умови ринкового типу економічних відносин, які будуються в Україні, передбачають втручання держави на рівні, що, з одного боку, забезпечувало б подолання кризових явищ в економіці та наповнення державного бюджету, а з іншого – створення умов для економічного розвитку суспільства. Однією із найважливіших умов соціально-економічного зростання України є побудова ефективно функціонуючої податкової системи. Складовою частиною системи оподаткування в державі є надання пільг з окремих податків, зборів чи інших обов'язкових платежів. З економічної точки зору надання пільг є формою державного регулювання економічного та соціального розвитку. Тому раціоналізація системи податкових пільг в Україні є актуальною проблемою, розв'язання якої нашоветується на недостатньо з'ясовані теоретичні аспекти цієї проблеми, насамперед – відсутність визначення терміна "податкова пільга" на законодавчому рівні.

Питанню визначення сутності податкових пільг у своїх наукових працях приділяли увагу такі вчені, як В. Буряківський, В. Гурєєв, Ю. Іванов, М. Кучерявенко, П. Мельник, А. Началов, О. Підлісно, В. Федосов та ін.

Метою даного дослідження є уточнення поняття податкової пільги на основі аналізу різних підходів вчених до визначення економічної сутності податкових пільг.

Незважаючи на те, що термін "податкова пільга" є одним з найпоширеніших у сучасному оподаткуванні, єдиний підхід до визначення цього поняття серед вчених відсутній.

Так, на думку В. І. Гурєєва [1], податкова пільга – це встановлена законом складова частина системи оподаткування, що забезпечує фінансово-економічне стимулювання підприємницької діяльності і платників податків шляхом зменшення тягаря податкових зобов'язань. Однак це визначення характеризує податкову пільгу в досить широкому значенні та більше пояснює функцію податкових пільг для економіки країни, ніж визначає сутність категорії.

Більшість вчених розглядають податкову пільгу як звільнення платників від сплати податку. До представників цього підходу належить М. П. Кучерявенко [2], який трактує податкову пільгу як "повне або часткове звільнення юридичних осіб і громадян від сплати податків". Схоже визначення дає А. В. Началов [3], уточнюючи, що звільнення надається певному колу юридичних та фізичних осіб. На думку автора, такий підхід звужує поняття податкових пільг, унаслідок чого обмежує його тільки суб'єктами оподаткування, а також не враховує пільги, які надаються в іншій, ніж звільнення від сплати податку, формі.

Інше трактування податкової пільги запропоновано В. М. Федосовим [4], який вважає, що податкові пільги слід розглядати як диференціацію ставок для окремих платників. Однак звуження економічної сутності податкових пільг лише до встановлення різних рівнів податкових ставок для певних груп суб'єктів оподаткування також є неправомірним, бо не передбачає всіх форм надання пільг, таких, наприклад, як зменшення бази або об'єкта оподаткування, надання відстрочки (розстрочки) у сплаті податків.

Згідно зі ст. 56 Податкового кодексу Російської Федерації [5] пільгами з податків і зборів визнаються надані окремим категоріям платників податків і зборів передбачені законодавством переваги порівняно з іншими платниками, включаючи можливість не сплачувати податок або збір або сплачувати їх у меншому розмірі. Як вважає автор, таке визначення не охоплює всі види податкових пільг, зокрема тих, що надаються усім категоріям платників податків і не можуть трактуватись як переваги, що надаються одним платникам порівняно з іншими. Також таке трактування податкової пільги порушує принципи рівності та справедливості, що покладені в основу побудови та призначення податкової системи, бо надання переваг певним платникам податків та зборів перед іншими є проявом податкової дискримінації при визначенні обов'язків щодо сплати податків і зборів.

На думку О. Підлісної [6], податкові пільги – це законодавчо закріплений перелік умов, за наявності яких платник податку зменшує податкові зобов'язання. Такий підхід засновується лише на зменшенні суми податку в результаті застосування податкової пільги.

Також заслуговує на увагу точка зору В. В. Буряківського [7], який виділив податкові пільги в окремий елемент податку. На думку автора, до такого визначення слід додати, що форма надання пільги залежить від того, до якого з елементів податку вона застосовується.

Також представити сутність податкових пільг можна виходячи з основних форм їх надання. Так, П. В. Мельник [8] виділяє такі форми надання податкових пільг: встановлення мінімуму, що не оподатковується, вилучення з оподаткування певних елементів об'єкта оподаткування, звільнення від оподаткування певних осіб або категорій платників податків, зменшення податкових ставок, застосування цільових податкових пільг.



Ю. Іванов [9] визначає податкову пільгу як встановлений законодавством виняток із загальних правил оподаткування, що надає платникові податку можливість зменшити суму податку (збору), яка підлягає сплаті, або звільняє від виконання окремих обов'язків та правил, пов'язаних з оподаткуванням. Такий підхід підкреслює, що результатом застосування пільг може бути як повне або часткове зменшення суми податку, так і поліпшення фінансових показників його діяльності без зміни суми податкових зобов'язань.

Таким чином, усі розглянуті підходи до визначення сутності податкових пільг так чи інакше пов'язані зі зменшенням суми податку або податкового зобов'язання. Однак такі підходи не розкривають всіх можливих привілеїв, пов'язаних з нарахуванням, обчисленням та сплатою податків та зборів.

Так, наприклад, надання відстрочки чи розстрочки у сплаті податку або будь-яке збільшення тривалості податкового періоду при незмінній сумі податку також можна вважати податковою пільгою, бо платник має змогу розподілити свої податкові платежі.

Також пільговий характер дає можливість платнику податку застосовувати альтернативні системи оподаткування за наявності законодавчо встановлених для цього підстав.

У результаті проведеного дослідження пропонується визначення податкової пільги як будь-якої встановленої нормами податкового законодавства можливості відхилення платника податку від загальних правил оподаткування, що призведе до зменшення суми податку (збору) або звільнення платника від окремих обов'язків, пов'язаних з оподаткуванням.

Наук. керівн. Дорожкіна Г. М.

Література: 1. Гуреев В. И. Налоговое право. – М.: Инфра, 1995 – 294 с. 2. Кучерявенко М. П. Податкове право: Навч. посібн. – К.: Юрінком Інтер, 2003. – 400 с. 3. Началов А. В. Налоговый словарь. – М.: Издательско-консультационная компания "Статус-кво 97", 2004. – 400 с. 4. Федосов В. М. Проблеми розбудови податкової системи України / В. М. Федосов, С. В. Львовичкін // Фінанси України. – 2007. – №6. – С. 21. 5. Налоговый Кодекс Российской Федерации // www.interlaw.ru. 6. Підлісна О. Теоретичні аспекти надання податкових пільг // Науковий вісник: Зб. наук. пр. УФЕІ. – 1999. – №6. – С. 8. 7. Буряковский В. В. Налоги: Учебн. пособ. / В. В. Буряковский, В. Я. Кармазин, С. В. Каламбет. – Донецк: Пороги, 1998. – 616 с. 8. Мельник П. В. Развитие податковой системы в переходной экономике. – Ірпінь: АДПСУ, 2001. – 362 с. 9. Іванов Ю. Б. Сучасне оподаткування: мотиваційний аспект: Монографія / Ю. Б. Іванов, О. Л. Єськов. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2007. – 328 с.

Кулага І. В.

УДК 336.145

Студент 5 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

МЕТОДИ ПЛАНУВАННЯ ДОХОДІВ БЮДЖЕТУ НА ДЕРЖАВНОМУ РІВНІ ТА ОЦІНКА РИЗИКУ ЇХ ВИКОНАННЯ

В останні роки в Україні спостерігається несприятлива економічна ситуація, яка характеризується високим рівнем інфляції та недостатнім розміром ВВП. Однією з вагомих причин, які впливають на дану ситуацію, є невиконання планових показників доходу бюджету, що значно впливає на державне фінансування окремих галузей економіки, розвиток яких потребує підтримки з боку держави. Завищення планової дохідної частини державного бюджету, особливо її податкових надходжень, пояснює актуальність теми дослідження.

Дану проблематику та шляхи її вирішення розглядає багато вчених, серед яких слід виділити І. Радіонову, Т. Бурлай, Т. Єфименко, В. Кодацького, Ф. Ярошенко та ін.

Об'єктом дослідження виступає ефективність планування державного бюджету, а предметом – методи визначення та оптимізації структури податкових надходжень у процесі планування доходів державного бюджету.

Питаннями планування та прогнозування податкових надходжень у бюджет в основному займається Департамент податкової політики та макроекономічного прогнозування Міністерства фінансів України [1].

Серед існуючих методів бюджетного планування слід виділити такі: метод коефіцієнтів, нормативний метод та метод застосування рейтингової оцінки.

Метод коефіцієнтів полягає в тому, що сума доходів планується виходячи з даних поточного року та коректується на такі коефіцієнти: прогнозний рівень інфляції в поточному році та прогнозний рівень зміни ВВП у поточному році порівняно з попереднім.

© Кулага І. В., 2009

Основою даного методу є залежність податкових надходжень від зміни номінального ВВП. Слід зазначити, що цей метод не завжди є ефективним, а визначені за його допомогою показники – точними, у зв'язку з тим, що в даному методі використовуються планові показники, які, в свою чергу, залежать від багатьох чинників.

На практиці більш широко використовується нормативний метод, за допомогою якого визначається 70 – 75% дохідних статей бюджету. Його специфіка полягає в тому, що при плануванні надходжень від окремого податку основою виступає не розмір надходжень за попередній рік, а прогнозне значення відповідної бази для нарахування податку [1]. Показники, розраховані за допомогою цього методу, є більш точними, але більшою мірою залежать від законодавчої бази оподаткування. У зв'язку з цим виникає ризик невиконання прогнозованих показників, як наслідок змін у законодавчій базі, які досить часто змінюються навіть упродовж бюджетного року.

Одним з найбільш перспективних методів, які не набули широкого розповсюдження та знаходяться на етапі свого розвитку, є метод застосування рейтингової оцінки при визначенні оптимальної структури доходів бюджету. Виникнення цього методу пов'язано з тим, що різні податки мають різну фіскальну значущість і ступінь складності в управлінні з позицій їх мобілізації [2].

Основою даного методу є розподіл існуючих податків та зборів на групи залежно від їх частки в доходах бюджету та ризику виконання планових показників, які залежать від різного рівня стабільності податкових надходжень.

Метод рейтингової оцінки передбачає управління виділеними групами податків та збільшення їх фіскального значення за рахунок різних методів впливу. Метою даного методу є не стільки планування надходжень від кожного податку, скільки визначення оптимальної структури податкових надходжень. О. Тимченко та Ю. Сибірянська в своїй роботі пропонують виключити з дохідної частини бюджету деякі податки та збори, які за результатами рейтингової оцінки набрали найменше балів (є досить затратними в управлінні, а також практично не мають фіскального значення для бюджету, забезпечуючи менше ніж 1% сукупних доходів зведеного бюджету) [2]. До цієї групи податків за результатами рейтингової оцінки належать збір на розвиток виноградарства, садівництва та хмелярства, плата за користування надрами, а також збір за спеціальне використання природних ресурсів. На думку автора, ця пропозиція є дещо поспішною, адже такі збори краще перевести до складу місцевих податків та зборів, ніж повністю виключати з системи оподаткування. Альтернативним підходом стосовно виділеної групи податків може стати державний вплив з метою збільшення їх фіскальної ефективності.

Важливим є вдосконалення даного методу за рахунок включення більшої кількості факторів, які впливають на віднесення окремих податків до виділених груп. Збільшення кількості факторів дозволить зробити більш точні висновки під час віднесення податків та зборів до певної групи.

Реалізація кожного з описаних вище методів прогнозування податкових надходжень пов'язана з ризиком їх виконання. Питання оцінки бюджетного ризику розглядаються в ряді наукових праць. Так, В. Вітлінський та О. Тимченко перераховують джерела податкових ризиків та наводять їх класифікацію; О. Афонін і С. Онишко пропонують використовувати нормальний розподіл для оцінки невиконання планових показників бюджету. Спробу оцінити вплив інфляційних процесів на виконання планових показників бюджету зроблено в праці А. Скрипника; оцінку ризику планування бюджету на основі ризику окремих складових – у праці М. Азарова, Ф. Ярошенка та ін. [3].

У праці А. Скрипник та Т. Паянок розглянуто питання кількісної оцінки ризику планування бюджету залежно від достовірності прогнозування ВВП та інфляції на наступний рік.

Проаналізовані методи планування доходів бюджету базуються на різних способах визначення прогнозних показників. При плануванні Зведеного бюджету доцільно використовувати декілька методів одночасно, що пояснюється специфікою кожної складової бюджету.

При виборі найбільш ефективного методу планування надходжень від конкретного податку чи збору слід враховувати фактори, які найбільше на нього впливають. Слід зауважити, що не менш важливим є прогнозування та аналіз ризиків невиконання планових показників надходжень.

Таким чином, у результаті проведеного дослідження пропонується визначити сукупні надходження від податку, спираючись не лише на загальні показники економічного розвитку (ВВП, інфляція), а й на фактори, що найбільше впливають на діяльність платників податків і, як наслідок, на суму їх податкових зобов'язань. Використання такого підходу дає можливість підвищити рівень виконання дохідної частини Зведеного бюджету за рахунок підвищення якості прогнозних показників.

Наук. керівн. Ревенко О. В.

Література: 1. Иванов Ю. Б. Налоговый менеджмент: Учебн. пособ. / Ю. Б. Иванов, В. В. Карпова, Л. Н. Карпов. – Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2006. – 488 с. 2. Тимченко О. М. Оптимізація структури доходів бюджету: застосування рейтингової оцінки / О. М. Тимченко, Ю. В. Сибірянська // *Фінанси України*. – 2008. – №7. – С. 17 – 27. 3. Скрипник А. В. Фактори ризику виконання планових показників бюджету України / А. В. Скрипник, Т. М. Паянок // *Фінанси України*. – 2008. – №6. – С. 31 – 44. 4. Чугунов І. Я. Розвиток програмно-цільового методу планування бюджету / І. Я. Чугунов, І. В. Запатріна // *Фінанси України*. – 2008. – №5. – С. 3 – 17. 5. Дяченко Я. Я. Пріоритетні напрями державного впливу на формування доходів бюджету / Я. Я. Дяченко, Л. М. Колесник, А. М. Цугунян // *Фінанси України*. – 2008. – №7. – С. 34 – 52.

Студент 5 курсу
 фінансового факультету ХНЕУ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОДАТКОВОГО КОНТРОЛЮ

У наш час система оподаткування в Україні знаходиться в процесі реформування. У зв'язку з цим податковий контроль як частина податкової системи також зазнає реформування. Податковий контроль є самостійним напрямком фінансового контролю, який забезпечує мобілізацію грошових коштів, отриманих від податків та зборів, до бюджету. Зміни в системі податкового контролю повинні ґрунтуватись на теоретичних засадах, з цією метою передбачається необхідний всебічний аналіз поняття податкового контролю. Приоритетність податкового контролю як напрямку контрольної діяльності, крім того, обумовлена великим значенням податків та зборів як джерел доходів державного бюджету (близько 80% дохідної частини бюджету).

Вивченню проблем розвитку податкового контролю присвячені наукові праці В. З. Білінського, А. В. Бризгаліна, П. Ю. Буряка, О. В. Жигаленко, Н. С. Залуцької, Ю. Б. Іванова, Б. А. Карпінського, В. В. Карпової, Л. М. Карпова, Н. П. Кучерявенко, Т. В. Микитенко, О. А. Ногіної, Д. В. Французова.

Узагальнення підходів зазначених авторів до визначення поняття "податковий контроль" наведено в таблиці.

Але незважаючи на значну кількість визначень поняття податкового контролю, на даний час у законодавстві визначення даного поняття відсутнє. Проте в економічній літературі зустрічається значна кількість визначень, кожне з яких по-своєму правильно характеризує дане поняття.

Таблиця

Визначення поняття податкового контролю

Автор 1	Визначення 2
П. Ю. Буряк, Б. А. Карпінський, Н. С. Залуцька, В. З. Білінський [1]	Податковий контроль – це діяльність посадових осіб органів податкової служби щодо спостереження за відповідністю процесу організації платниками податків обліку об'єктів оподаткування, методики обчислення й сплати податків і податкових платежів за чинними нормативно-законодавчими актами сфери оподаткування, виявлення відхилень, допущених у ході виконання норм податкового законодавства, та визначення впливу наслідків порушень на податкові зобов'язання
Т. В. Микитенко [2]	Податковий контроль – засіб зворотного зв'язку між об'єктом, яким виступають операції розрахунків з бюджетом за податками та органами ДПС України, інформує про дійсний стан цього об'єкта, фактичне виконання управлінського рішення, встановлює причини та відповідальних осіб за відхилення з метою усунення негативних явищ та попередження їх у майбутньому
Н. П. Кучерявенко [3]	Податковий контроль – особливий вид державного фінансового контролю, який здійснюється на стадії формування публічних грошових фондів спеціально вповноваженими суб'єктами (органами державної податкової служби та іншими контролюючими органами), спрямований на забезпечення дотримання податкового законодавства платниками податків, податковими агентами та іншими суб'єктами, які забезпечують реалізацію податкових обов'язків, виявлення та упередження податкових правопорушень, а також притягнення винних осіб до відповідальності
О. А. Ногіна [4]	Податковий контроль – особливий вид діяльності спеціально вповноважених державних органів, у результаті якої забезпечується встановлене нормами податкового права виконання зобов'язань осіб у галузі оподаткування, дослідження і виявлення підстав для здійснення примусових податкових стягнень до бюджетної системи, а також встановлення підстав для застосування заходів відповідальності за скоєння податкових правопорушень
О. В. Жигаленко [4]	Податковий контроль – це складова частина формуючого державою організаційно-правового, фінансового і соціального механізму управління, яка становить особливий вид управлінської діяльності спеціально уповноважених державних органів, який забезпечує реалізацію стратегії розвитку податкової системи за допомогою здійснення контрольних дій, аналітичної та іншої роботи, яка забезпечує функціонування податкових правовідносин, встановлених нормами податкового права

1	2
А. В. Бризгалін [5]	Податковий контроль – встановлена законодавством сукупність прийомів та засобів діяльності компетентних органів, які забезпечують дотримання податкового законодавства та правильність обчислення, повноту і своєчасність внесення податку в бюджет або позабюджетний фонд
Д. В. Французов [6]	Податковий контроль – реалізація права держави захищати фінансові інтереси держави в частині формування доходів державного бюджету та бюджетів державних позабюджетних фондів, а також фінансові інтереси суб'єктів господарювання за допомогою податкового регулювання через систему законодавчих, організаційних, адміністративних та правоохоронних заходів
Ю. Б. Іванов, В. В. Карпова, Л. М. Карпов [7]	Податковий контроль – встановлений законодавством процесуальний порядок здійснення заходів щодо контролю (нагляду) за діями платників податків, пов'язаними з веденням податкового обліку і сплатою податків та зборів до бюджетів та державних цільових фондів

Отже, з даних, наведених у таблиці, можна відзначити відсутність єдиної точки зору до визначення поняття податкового контролю. Слід відзначити, що багато дослідників зводять тлумачення поняття податкового контролю лише до переліку його завдань та функцій.

Контроль становить визначення фактичних показників, порівняння їх з плановими для оцінки результатів діяльності. Контроль містить у собі комплекс заходів щодо аналізу причин відхилень від запланованих показників для проведення змін первісних планів.

Слід зазначити, що найбільш точним є визначення, дане П. Ю. Буряком [1], оскільки враховує також завдання та функції податкового контролю, проте оптимальним, на думку автора, є визначення, наведені А. В. Бризгаліним [5] та Ю. Б. Івановим [7], оскільки окрім розкриття сутності поняття податкового контролю, вони ще значно спрощують розуміння даного процесу, що є дуже важливим при виборі оптимального визначення.

Розробка ефективної податкової політики неможлива, якщо контроль буде зведено лише до проведення перевірок платників податків і застосування штрафних санкцій. Податковий контроль повинен включати в себе більш ретельний контроль за платниками податків на етапі реєстрації, роз'яснювальну роботу, комплекс профілактичних заходів для попередження податкових правопорушень, всебічний аналіз економічної ситуації та фінансово-господарської діяльності платника податків. Без цього неможливо буде реалізувати регулюючий та стимулюючий потенціал податкового контролю. Особливу увагу також слід звернути на процес реєстрації платників податків, при якому вивчається інформація про платника податків для подальшого формування відповідних баз даних, які будуть використовуватися при роботі з платником.

Усе вищезазначене ще раз підтверджує, яким складним та багатограним є процес податкового контролю, що потребує відповідного відображення в понятійному апараті.

Таким чином, під податковим контролем пропонується розуміти комплекс заходів, спрямованих на взаємодію контролюючих органів та платників податків щодо контролю за сплатою податків та зборів, дотримання податкового законодавства, упередження правопорушень з метою забезпечення заданого рівня бюджету і подальшої оптимізації контрольного процесу.

Наук. керієн. Петросянь К. В.

Література: 1. Буряк П. Ю. Податковий контроль: Підручник / П. Ю. Буряк, Б. А. Карпінський, Н. С. Залущка, В. З. Білінський. – К.: Хай-Тек Пресс, 2007. – 608 с. 2. Микитенко Т. В. Податковий контроль як інструмент стабілізації податкової системи // Бюджетно-податкова політика: теорія, практика, проблеми. Матеріали науково-практичної конференції (18 – 19 грудня 2003 р.). Ч. 2. – 2004. – С. 274 – 276. 3. Кучерявенко Н. П. Податкове право України: Навч. посібн. – Харків: Легас, 2004. – 488 с. 4. Жигаленко О. В. Дослідження поняття податкового контролю // Економіка, фінанси, право. – 2007. – №6. – С. 14 – 19. 5. Кучеров И. И. Налоговый контроль и ответственность за нарушения законодательства о налогах и сборах / И. И. Кучеров, О. Ю. Судаков, И. А. Орешкин. – М.: АО "Центр Юр ИнфоР", 2001. – 256 с. 6. Французов Д. В. Державний фінансовий контроль та його спеціалізований напрямок – податковий контроль // Фінанси та кредит. – 2008. – №2 (290). – С. 44 – 52. 7. Іванов Ю. Б. Податковий менеджмент: Навч. посібн. / Ю. Б. Іванов, В. В. Карпова, Л. Н. Карпов. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2006. – 488 с.

Студент 5 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МОТИВАЦІЇ ЯК ФУНКЦІЯ УПРАВЛІННЯ В ОРГАНАХ ДПС УКРАЇНИ

Ефективна мотивація персоналу є одним із найістотніших чинників конкурентоспроможності сучасних організацій і успішної їх роботи, зокрема органів ДПС України. У той же час теоретичні аспекти побудови механізмів мотивації, адекватних українській специфіці, потребують подальшої розробки.

Незважаючи на велику кількість робіт таких авторів, як В. Я. Кожінов, Т. Ф. Юткін, Д. Г. Чернік, А. С. Афонін, Ю. Г. Грібін, І. Б. Гущина, М. Альберт, М. Мескон, Ф. Хедоурі щодо даної проблематики, теоретичні і практичні аспекти розвитку мотивації персоналу як функції управління сучасною державною організацією на сучасному етапі ринкових перетворень в Україні освітлене не досить, що і зумовило вибір теми даної роботи. Далекі від досконалості практичні кроки організацій з приводу використання механізмів мотивації співробітників органів ДПС.

Метою дослідження є виявлення специфіки процесу мотивації в органах ДПС та шляхів його вдосконалення.

Розвиток ринкових відносин в Україні вимагає постійного оновлення і вдосконалення системи мотивації і стимулювання праці, оскільки існуючі механізми мотивації виявляються недостатніми.

Останніми роками різко загострилася проблема формування кадрового потенціалу менеджерів-професіоналів, здатних успішно управляти людьми. При цьому значно знизилася ефективність діяльності працівників управлінської праці, їх соціальна і творча активність під впливом неефективної системи мотивації та інших чинників (політичних, економіко-правових, організаційно-технологічних та ін.). У зв'язку з цим виникає необхідність розвитку мотивації персоналу як функції управління сучасною організацією, тим більше враховуючи специфіку роботи органів ДПС. Метою роботи є вивчення мотивації співробітників ДПС як функції ефективного управління.

Можна виділити такі види мотивів до праці:

а) мотив соціальності (потреба бути в колективі). Цей мотив особливо характерний для східного (японського) стилю управління персоналом "групово мораль". Потреба працювати в "хорошому колективі", на думку багатьох соціологів, входить до лідируючої групи орієнтації працівника в Україні;

б) мотив самоствердження, характерний для значної кількості працівників, переважно молодого і середнього віку. На думку Герцберга, він є власне мотивуючим чинником для співробітників високої кваліфікації;

в) мотив самостійності властивий працівникам з "господарською" мотивацією, які готові жертвувати стабільністю, а іноді й вищим заробітком замість установки "бути господарем і самостійно вести свій бізнес";

г) мотив надійності (стабільності) присутній тоді, коли перевага віддається стабільності буття і діяльності. Через різні причини (історичні, етнічні і т. д.) частка українців, які орієнтуються на надійність і стабільність, істотно вище за частку тих, хто віддає перевагу ризику і підприємництву; вони ж і повинні входити до складу органів ДПС України [1];

д) мотив придбання нового (знань, речей і т. д.) лежить в основі багатьох елементів дії. Особливо він важливий у середовищі висококваліфікованих фахівців, оскільки необхідно стежити і вивчати зміни, що відбуваються в законодавстві [2].

Існують різні теорії мотивації, які ґрунтуються на задоволенні потреб і спонукають людей до дій. Економісти розділяють їх на два типи: змістовні і процесуальні теорії мотивації [3].

Теорії Мак-Клеланда, Альдерфера і Герцберга розглядають мотивацію з різних точок зору, всі вони, як правило, базуються на теорії Маслоу, яка дає загальне уявлення про зміст мотивації. Основним недоліком всіх теорій змістовної концепції є те, що вони надають увагу аналізу чинників, які пояснюють мотивацію, але не розглядають механізм її діяльності. Цей недолік подоланий авторами процесного підходу. Теорії мотивації, розглядаючи динаміку взаємодії різних мотивів, тобто те, як ініціюється і прямує поведінка людини, називають теоріями процесу мотивації. Ці теорії дозволяють дізнатись про те, як будується процес мотивації і як можна здійснювати мотивування людей на досягнення бажаних результатів.

Уявлення працівників про те, якою мірою їх дії приведуть до певних результатів, отримали назву очікування, і воно визначається виходячи з аналізу ситуації, знань, досвіду, інтуїції, здібності оцінити обстановку і свої можливості та значно впливає на активність співробітників ДПС і їх прагнення до досягнення поставленої мети.

Оскільки очікування є вірогідною категорією, його числова характеристика змінюється в діапазоні від 0 до 1. В. Врум виділяє очікування 2-х типів:

а) очікування людини, що планований рівень зусиль, які витрачаються, приведе до досягнення бажаного результату. Такі очікування одержали назву очікування результатів. У даному випадку Врум підкреслює взаємозв'язок: витрати праці – результати [4] (особливо, якщо співробітник ДПС працює у вільний від роботи час);

б) очікування справедливої винагороди за досягнутий рівень результатів. Тут підкреслюється взаємозв'язок: результати – винагорода. Крім того, для пояснення мотивації до праці теорія очікування вводить поняття валентності [4].

Таким чином, мотивацію як процес можна представити у вигляді ряду послідовних етапів, спочатку це виникнення потреб, потім – їх усунення. Мотивування – це процес дії на людину для спонуки його до конкретних дій за допомогою спонуки в ньому певних мотивів.

На думку автора, оплата праці є мотивуючим чинником, тільки якщо вона безпосередньо пов'язана з підсумками праці. Для української ментальності характерне прагнення до колективної праці, визнання і пошани колег та ін. Сьогодні, коли через складну економічну ситуацію важко забезпечити високу оплату праці, особливу увагу слід приділяти нематеріальному стимулюванню, створюючи гнучку систему пільг для співробітників ДПС, гуманізуючи працю, зокрема:

визнавати цінність працівника для ДПС, надавати йому творчу свободу;

застосовувати програми збагачення праці і ротації кадрів;

чітко встановити обов'язки та відповідальність;

використовувати неповний робочий тиждень;

створити умови для відпочинку на робочому місці під час перерви;

передбачити виконання соціальної підтримки та стимулювання (пільгові путівки, кредити на купівлю житла, садових ділянок, автомашин та ін.).

Кожен співробітник ДПС прагне до успіху. Успіх – це реалізовані цілі, для досягнення яких працівник приклав максимум зусиль. Успіх без визнання призводить до розчарування та вбиває ініціативу. Цього не трапиться, якщо підлеглим, щоб досягти успіху, делегувати додаткові права і повноваження, просувати їх службовими сходами.

Таким чином, ефективність тієї чи іншої мотиваційної системи у практичній діяльності багато в чому залежить від органів управління, які на конкретному відрізку часу дозволяють запроваджувати в життя цілі, що стоять перед співробітниками, і завдання в умовах ринкових відносин. Вирішення цієї проблеми, головним чином, залежить як від співробітників, так і від специфіки менеджменту в органах ДПС.

Наук. керівн. Ревенко О. В.

Література: 1. Майстренко О. Реформування податкової системи України як спосіб вирішення податкових колізій // Право України. – 2006. – №2. – С. 39 – 42. 2. Маринів Н. Проблемні аспекти визначення поняття податкового контролю в Україні // Право України. – 2007. – №4. – С. 43 – 47. 3. Ревун В. І. Про реформування й модернізацію податкової системи // Фінанси України. – 2006. – №6. – С. 27 – 35. 4. Соколовська А. М. До питання про податкову реформу в Україні // Фінанси України. – 2006. – №4. – С. 55 – 62. 5. Ковальчук А. Податкова реформа: законодавчо-правовий вимір // Право України. – 2006. – №2. – С. 86 – 90.

УДК 336.226.11

Шпільова С. Л.

Студент 5 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ СПРАВЛЯННЯ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ФІЗИЧНИХ ОСІБ – ПІДПРИЄМЦІВ

Одним з основних чинників розвитку підприємницької діяльності є сприятливий режим оподаткування. З набуттям Україною незалежності, її орієнтацією на формування ефективної ринкової економіки, однією зі складових якої є мале підприємництво, виникла необхідність у послабленні на нього податкового тиску, що виявилось у запровадженні наприкінці 90-х років ХХ століття єдиного податку. Той факт, що переважаюча маса підприємців обрала спрощену систему оподаткування (єдиний податок), говорить про те, що вигоди його очевидні, принаймні, для самих підприємців.

© Шпільова С. Л., 2009



Адже платник єдиного податку має право не платити шістнадцять податків і зборів (обов'язкових платежів). Також, значно полегшується документальний облік господарської діяльності платників податків, надається право вибору реєстрації як платника податку на додану вартість, полегшується ведення податкової звітності. До пільг належить і те, що фізична особа – суб'єкт підприємницької діяльності (далі – СПД), що займається кількома видами діяльності, не має сплачувати єдиний податок за кожним з них. І, нарешті, одна з найвагоміших пільг, за оцінками самих фізичних осіб – СПД – це можливість торгувати без касового апарату. Фізичні особи – платники єдиного податку, мають право не застосовувати електронні контрольно-касові апарати для проведення розрахунків із споживачами. Законодавчу основу спрощеної системи оподаткування складає Закон України "Про державну підтримку малого підприємництва" [1], Указ Президента України №727/98 [2] та Указ Президента України №746/99 [3]. Але практичне її застосування на даний момент вимагає, з одного боку, більш чіткого трактування окремих положень стосовно спрощеного оподаткування, розробки та удосконалення неврегульованих аспектів, а з іншого – узгодження системи спрощеного оподаткування з нормативно-законодавчою базою країни [4].

Різним аспектам проблем оподаткування приватних підприємців присвячені роботи таких відомих вітчизняних фахівців, науковців і практиків, як А. Азаров, А. Бодюк, О. Данілов, О. Даниленко, Ю. Іванов, В. Завгородній, Н. Кирієнко, В. Соколенко та ін.

Спираючись на аналіз діючого законодавства щодо спрощеної системи оподаткування фізичних осіб, можна виділити наступні проблемні аспекти:

- особливості сплати внесків до трьох фондів соціального страхування;
- обмеження щодо кількості найманих працівників;
- порядок припинення (відновлення) оподаткування зі спрощеною системою;
- відсутня залежність суми єдиного податку від суми отриманого доходу;
- не застосування карної і фінансової відповідальності приватного підприємця.

У зв'язку з вищезазначеним, метою дослідження обрано формулювання шляхів удосконалення спрощеної системи оподаткування фізичних осіб.

Чільне місце серед неврегульованих питань, що викликають суперечки, посідає проблема доцільності сплати приватними підприємцями, які застосовують спеціальні спрощені режими оподаткування, внесків до трьох фондів соціального страхування. Згідно з Указом №746/99 [3] платники єдиного податку звільняються від зборів на обов'язкове соціальне страхування й до Державного фонду сприяння зайнятості населення. До того ж підприємці – "єдиноподатники", фактично сплачують внески до соціальних фондів у складі єдиного податку.

Однак у законодавстві з питань соціального страхування, яке набрало чинності на початку 2001 року, цих моментів не враховано. Тому ті, хто використовує спрощені методи оподаткування, змушені сплачувати усі нові види цільових відрахувань на соцстрах на загальних підставах, тобто фактично двічі, не кажучи вже про ускладнення регулятивних процедур.

Тому пропонується розв'язати цю проблему шляхом прийняття окремого закону, котрий би зберіг за суб'єктами підприємницької діяльності, що обрали особливі способи спрощеного оподаткування, статус неплатників внесків до фондів державного страхування, змінивши чинні пропорції розподілу.

Деякі суб'єкти підприємницької діяльності використовують у своїй діяльності найманих працівників без укладання з ними відповідних трудових угод, оформлення трудових книжок та довідок про трудові відносини фізичної особи з платником єдиного податку, використовують труд більше 10 найманих осіб, тобто не виконують вимоги стосовно кількості найманих осіб, визначених статтею 1 Указу [3].

Використання підприємцями більшої кількості робітників, трудові відносини з якими не оформлюються належним чином, обумовлено значною сплатою за них внесків, що нараховуються на виплати з оплати праці найманих робітників у цільові фонди [5].

Відповідно до вимог Указу Президента [2], Заява про право застосування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності подається платником податку на весь календарний рік, Свідоцтво про сплату єдиного податку видається йому терміном на весь рік, податок нараховується теж на весь календарний рік, незалежно від того, здійснювалася чи ні підприємницька діяльність за спрощеною системою [6].

Таким чином, навіть у разі хвороби підприємця єдиний податок слід сплачувати. Однак є способи організувати перерву у сплаті єдиного податку або його сплату зі сторонніх джерел. Відповідно до Указу Президента України [6] перейти на спрощену систему оподаткування можна не більше одного разу за календарний рік. Відмовитися від неї і повернутися до раніше встановленої системи оподаткування можна з початку наступного звітного (податкового) періоду (кварталу) у разі подання заяви до органів ДПС не пізніше ніж за 15 днів до закінчення попереднього (податкового) періоду (кварталу). Тож є можливість, подавши заяву про відмову від спрощеної системи оподаткування до 15 вересня, забезпечити собі відпустку протягом IV кварталу. При цьому слід не забути подати (за бажання працювати за єдиним податком наступного року) заяву про перехід на спрощену систему оподаткування до 15 грудня. За відпускний період доведеться подати декларацію про доходи протягом 40 днів після Нового року, а до 1 квітня наступного року – звіт про пенсійні внески за додатком 25 до Інструкції про порядок обчислення і сплати страховальниками та застрахованими особами внесків на загальнообов'язкове державне пенсійне страхування до

Пенсійного фонду України. На жаль, це не спрацює у разі бажання платника єдиного податку провести відпустку в I – III кварталах.

Одним з головних недоліків єдиного податку, який сплачують суб'єкти підприємницької діяльності, що працюють за спрощеною системою оподаткування обліку та звітності, є те, що вказаний податок не пов'язаний з реальним фінансовим станом конкретного платника податків. Незалежно від того, здійснює підприємець діяльність чи ні, отримав велику суму прибутку або зазнав збитків, сума податку зостається незмінною і залежить від виду діяльності та кількості найманих працівників. Цей недолік системи використовується при побудові різного роду схем мінімізації доходів, відмиванні "брудних" коштів. Відсутня фінансова та карна відповідальність приватного підприємця – платника єдиного податку, у разі заниження або завищення обсягу виручки, підприємець лише притягується до адміністративної відповідальності за неналежне ведення обліку доходів та витрат у вигляді штрафу [5].

Так, наприклад, підприємець, який займається роздрібною торгівлею, сплачує однакову ставку єдиного податку (по м. Харкову – це 180 грн за місяць) з тим підприємцем, що займається оптовою торгівлею, посередницькими послугами тощо. Обсяг виручки у цих підприємців значно відрізняється. Підприємець з меншим обсягом виручки (за квартал до 50 тис. грн) повинен сплачувати податок менше, ніж той підприємець, що має більші обсяги (за квартал до 200 тис. грн).

Одне з головних завдань удосконалення спрощеної системи – зробити її незручною для легалізації доходів та отримання "надприбутків". Досягнути цього можна за умови, коли сума податку буде залежати від результатів фінансової діяльності підприємця, коли, декларуючи більші суми прибутків, сплачується більша сума податку. Для чого можливо було б за деякими видами діяльності застосувати нефіксовані суми податку [7].

Дані недоліки спрощеного оподаткування приватних підприємців необхідно вирішувати на нормативному рівні. Проблема відсутності механізму оподаткування суми перевищення річного валового доходу пропонується вирішити шляхом встановлення фіксованого обсягу виручки, сплату фіксованого єдиного податку, залежно від видів діяльності, а також більш конкретизувати види діяльності.

Для громадян – підприємців, платників єдиного податку, що використовують роботу найманих працівників, треба врегулювати питання пенсійного і соціального страхування. Для цього пропонується внести корективи до ст. 2 та 3 Указу [3] стосовно перерозподілу сум єдиного податку між цільовими фондами, тому що збереження цих норм призводить до подвійного оподаткування [6].

Розвиток малого підприємництва і застосування спрощеної системи оподаткування, обліку і звітності певною мірою легалізують тіньову економіку, сприяють зайнятості населення і створенню нових робочих місць. Тому необхідно розробити систему заходів з удосконалення спрощеної системи оподаткування, які сприяли б збільшенню кількості суб'єктів малого підприємництва, виходу вже існуючих суб'єктів з тіні та, як наслідок, зростанню сум податкових надходжень до бюджету, а саме:

врегулювати нормативно-законодавчі бази спрощеного оподаткування внесенням корективів до статей;

створення системи залежності суми податку від результату фінансової діяльності підприємця;

налагодження ефективного механізму контролю податкових органів за сплатою податкових зобов'язань приватними підприємцями;

встановлення фіксованого обсягу виручки, сплату фіксованого єдиного податку залежно від видів діяльності, а також більш конкретизувати види діяльності.

Наук. керівн. Ревенко О. В.

Література: 1. Закон України "Про державну підтримку малого підприємництва" від 19 жовтня 2000 року №2063-III // <http://rada.gov.ua/>. 2. Указ Президента України від 3 липня 1998 року №727/98 "Про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва" // <http://rada.gov.ua/>. 3. Указ Президента України від 28 червня 1999 року №746/99 "Про внесення змін в Указ Президента України від 03.07.98 р. №727/98 "Про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва" // <http://rada.gov.ua/>. 4. Іванов Ю. Б. Альтернативні системи оподаткування. – Харків: Вид. ХДЕУ – Торнадо, 2003. – 518 с. 5. Дудов О. О. Ухилення від сплати податків: кримінально-правові аспекти: Монографія. – К.: Істина, 2006. – 648 с. 6. Порядок видачі Свідоцтва про сплату єдиного податку №599, затверджений наказом Державної податкової адміністрації України від 29.10.99 р. №599 // <http://rada.gov.ua/>. 7. Конусенко В. Н. Єдиний податок для фізичних осіб // Бібліотека Главбуха. – 2006. – №9. – С. 23 – 32. 8. Щербак Н. А. Оподаткування фізичних осіб // Вісник податкової служби України. – 2006. – №19. – С. 32.

Студент 5 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

СПРОЩЕНА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Оподаткування фізичних та юридичних осіб – суб'єктів малого підприємництва – є одним з найважливіших механізмів державного регулювання економічних і соціальних процесів в економіці України.

До теперішнього часу в Україні сформована сучасна податкова система, яка в цілому забезпечує потреби бюджету, але в цій системі ще не вдалося реалізувати регулюючу функцію оподаткування. До того ж чинна податкова система є занадто складною і недосконалою, а головною проблемою спрощеної системи оподаткування є те, що вона, як і багато інших урегульованих Указами Президента України питань, не узгоджена з діючими законами у сфері оподаткування [1].

Застосування спрощеної системи оподаткування було певним кроком уперед, адже для багатьох громадян єдиний податок став стимулом для відкриття власної справи, організації власного виробництва, розвитку матеріальної бази, прагнення застосувати інноваційні моделі діяльності, нові технології, а також завдяки державі максимально сприяти цьому процесу, в тому числі шляхом удосконалення податкового законодавства. На сьогодні це ще залишається одним із перспективних напрямків податкової політики держави.

Запровадження єдиного податку для суб'єктів малого бізнесу було визначальним пріоритетом стратегії розвитку малого підприємництва [2]. Законодавством передбачено сплату єдиного податку замість шістнадцяти податків і зборів, які складають податкову систему України, спрощення бухгалтерського, податкового обліку та звітності, а також зниження податкового навантаження, спрощення механізму адміністрування та сплати податків – зазначені заходи мали на меті подолання тіньової економіки, створення нових робочих місць, щоб, в свою чергу, дало змогу багатьом українцям відчувати перспективу економічної незалежності та досягнути самозабезпечення [3]. З введення в дію спрощеної системи оподаткування пройшло майже 10 років і за цей час у процесі застосування спрощеної системи оподаткування виявлено як переваги, так і недоліки, які впливають на українську економіку. Тобто, з одного боку, спрощена система дозволила збільшити надходження до бюджету від суб'єктів підприємницької діяльності у вигляді єдиного податку, а з іншого – породила низку проблем. Це можна пояснити тим, що сфера малого бізнесу відноситься до тих сфер підприємницької діяльності, які найменш піддаються податковому контролю. Оскільки під увагою податкових органів завжди знаходяться фінансові потоки підприємств, які є великими платниками податків, і поточні податкові платежі є об'єктом постійного контролю з боку податкової служби, то відносно малих підприємств податковий контроль не несе настільки глобального характеру. І, як показує практика, саме суб'єкти малого підприємництва найбільш піддані податковим правопорушенням, у тому числі в таких формах, як непостановка на облік у податкових органах, ухилення від здачі податкової звітності, неоприбуткування грошової виручки, фальсифікація даних бухгалтерського та податкового обліку або повна їх відсутність. У зв'язку з цим, а також з неузгодженістю податкового законодавства платники єдиного податку застосовують різноманітні схеми ухилення від оподаткування, одним з найважливіших прикладів є ухилення від оподаткування шляхом створення так званих "фіктивних" фірм, через які за допомогою маніпулювання цінами ухиляють від оподаткування частину прибутку. Тому, вважається необхідним посилити податковий контроль за цією сферою підприємницької діяльності, який буде сприяти забезпеченню додаткових надходжень до бюджету.

На думку різних фахівців, в Україні спостерігається така ситуація, що за нинішньої державної політики підприємництво реальних легальних перспектив розвитку не має, а найбільшою мірою воно буде розвиватися в тіньовій сфері. Тобто, в Україні спостерігається така підприємницька ініціатива за відсутності довіри як до держави, так і до партнерів по бізнесу, а підприємницька діяльність проявляється не в легальному бізнесі, а у винаході різних способів діяльності поза межами діючого податкового законодавства [4].

Таким чином, з огляду на всі проблемні аспекти спрощеного контролю оподаткування, з якими стикаються як суб'єкти підприємницької діяльності, так і держава в цілому, пропонується виділити такі заходи:

удосконалення нормативно-правової бази у сфері підприємницької діяльності, що надасть податковим органам широкі повноваження у сфері податкового контролю для впливу на порушників законодавства;

запровадження єдиної державної регуляторної політики сприяння розвитку малого підприємництва;

створення найбільш сприятливого клімату для ефективної діяльності малих підприємств;

створення нових робочих місць шляхом розвитку малого та середнього бізнесу, стимулювання особистої підприємницької ініціативи;
запровадження у суспільстві найважливішої ролі малого підприємництва як визначального фактора формування та розвитку середнього класу;
заохочення населення щодо підприємницької діяльності для подальшого розвитку малого бізнесу та економіки України в цілому шляхом запровадження механізму піднесення у суспільстві ролі малого підприємництва та розробки заходів для реалізації зростаючої мотивації населення щодо підприємницької діяльності;
збільшення штрафів та фінансових санкцій за порушення податкового законодавства з метою запобігання ухиленню від сплати податків та зборів;
запровадження інститутів співпраці між органами податкового контролю та платниками єдиного податку щодо проведення консультативної роботи з питань правильності обчислення та правильності заповнення податкової звітності та наслідків порушення податкового законодавства.
Головним механізмом для запровадження всіх цих заходів, які сприятимуть розвитку підприємництва та його економічному зростанню, забезпеченню гідного рівня життя та становленню середнього класу в Україні, стане ухвалення Податкового кодексу. На теперішній час прийняття цього кодексу є дуже важливим і актуальним питанням, тому що виникають проблеми, пов'язані з недосконалістю законодавчого врегулювання оподаткування, а саме: порушенням визначеної сфери застосування нормативно-правових актів, суперечливістю законодавчої та нормативної бази оподаткування. Тому за таких умов суб'єкти малого підприємництва зможуть вести та координувати свою діяльність без будь-яких протиріч та недоліків, що виникають при наявності законодавчих актів, та великої кількості наказів і роз'яснень виконавчої влади, які складають законодавчу основу спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва.

Наук. керівн. Петросянц К. В.

Література: 1. Іванов Ю. Б. Альтернативні системи оподаткування: Навчальний посібник / Ю. Б. Іванов, К. В. Петросянц. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2007. – 272 с. 2. Барановська І. В. Сучасна податкова система України з точки зору підприємця // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №8 (86). – С. 172 – 181. 3. Матичак П. Проблеми реформування податкової системи та шляхи їх вирішення // Економіст. – 2008. – №9. – С. 26 – 27. 4. Балакірева О. М. Творчі дискусії з проблем суспільного розвитку / О. М. Балакірева, А. М. Ноур // Питання економіки. – 2008. – №2. – С. 7 – 22.

УДК 336.221.24

Турик О. С.

Студент 5 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

АНАЛІЗ ЗАКОНОДАВЧОГО ВИЗНАЧЕННЯ ПОДАТКОВОГО БОРГУ ТА ЙОГО СКЛАДОВИХ

На сьогоднішній день особливої актуальності набуває проблема несвоечасного надходження коштів до дохідної частини бюджету. Про це свідчить недоотримання фінансування закладами освіти, охорони здоров'я, науковими установами, зростання заборгованості перед населенням з виплати пенсій, заробітної плати, дотацій, субсидій. Усе це досить негативно відображається на платоспроможності та добробуті громадян.

У зв'язку з цим перед податковими органами постає питання щодо більш ефективного забезпечення своєчасного виконання платниками податків податкових зобов'язань та зменшення сум податкового боргу. Адже рівень добровільної сплати податків і зборів є одним із фундаментальних показників ефективності функціонування податкової системи країни. Тому органи Державної податкової служби (ДПС) постійно ведуть напружену роботу щодо забезпечення скорочення податкового боргу.

Для ефективного здійснення заходів щодо скорочення (мінімізації) податкового боргу, підвищення рівня контролю та управління цими процесами необхідно чітко усвідомлювати поняття та соціально-економічну сутність інституту податкового боргу.

© Турик О. С., 2009



Проблеми сутності та причин виникнення податкового боргу розглядаються на теоретичному та методологічному рівнях такими вітчизняними і закордонними вченими, як М. Азаров, В. Андрущенко, І. Бенедисюк, О. Данілов, О. Десятнюк, П. Завгородний, С. Єфімов, Ю. Іванов, Ю. Кравченко, А. Крисоватий, Д. Миргородський, Б. Юровський.

Метою даного дослідження є аналіз визначення поняття податкового боргу, а також категорій, нерозривно пов'язаних з ним, таких, як скорочення (мінімізація) податкового боргу, стягнення податкового боргу, погашення податкового боргу.

Основним джерелом визначення податкового боргу та уточнення терміна "погашення податкового боргу".

У ст. 1 Закону України "Про порядок погашення зобов'язань платників податків перед бюджетами та державними цільовими фондами" від 21 грудня 2000 року №2181-III [1] визначено, що податковий борг – це податкове зобов'язання (з урахуванням штрафних санкцій за їх наявності), самостійно узгоджене платником податків або узгоджене в адміністративному чи судовому порядку, але не сплачене у встановлений строк, а також пеня, нарахована на суму такого податкового зобов'язання.

Отже, податковий борг з того чи іншого податку – це не лише податкове зобов'язання, несплачене у встановлений строк, але й штрафні санкції та пеня, нараховані на суму такого податкового зобов'язання.

Невід'ємно пов'язані з поняттям податкового боргу такі поняття, як скорочення (мінімізація) податкового боргу, стягнення податкового боргу, погашення податкового боргу.

Згідно з Законом України №2181-III [1] скорочення (мінімізація) податкового боргу – це встановлений законодавчими актами порядок погашення зобов'язань юридичних та фізичних осіб перед бюджетами та державними цільовими фондами з податків і зборів (обов'язкових платежів), нарахування і сплати пені та штрафних санкцій, що застосовуються до платників податків контролюючими органами, а також визначена процедура оскарження дій органів стягнення.

Стягнення податкового боргу – це звернення стягнення на активи платника податків у рахунок погашення його податкового боргу, без попереднього узгодження його суми таким платником податків [2, с. 10]. Сам термін "стягнення" передбачає наявність примусового аспекту. Також процедура стягнення податкового боргу передбачає вжиття цілого ряду необхідних заходів з організації застосування механізму податкової застави, роботи з реалізації майна, цінних паперів, проведення аукціонів, відпрацювання схем проведення взаєморозрахунків найбільших боржників за галузями економіки.

Термін "погашення податкового боргу" не визначений Законом України №2181-III, але він передбачає добровільну сплату податків. Даний термін визначений узагальнюючим податковим роз'ясненням положень Закону 2181-III, затверджене Наказом ДПА України від 16 липня 2003 року №354 [3]: погашення податкового боргу за певним видом платежу до бюджету – це зменшення абсолютного значення від'ємного значення сальдо розрахунків платника податків з бюджетом, підтверджене відповідним документом.

Законодавче затвердження поняття "погашення податкового боргу" сприятиме однозначному тлумаченню даної категорії усіма платниками податків та зменшенню кількості звернень до податкових органів за роз'ясненнями.

Запровадження процедури погашення податкового боргу, безперечно, є позитивним елементом у налагодженні партнерських відносин з платниками податків. Дана процедура передбачає надання податковими органами інформаційних послуг платникам податків. Платник податків завжди може довідатися про стан своїх розрахунків з бюджетом, звернувшись до відповідного податкового органу.

Таким чином, у результаті проведеного дослідження пропонується визначити поняття "погашення податкового боргу" як повне або часткове зменшення суми простроченого податкового зобов'язання (з урахуванням суми штрафних санкцій та пені за їх наявності) перед бюджетами та державними цільовими фондами платниками податків у добровільному, адміністративному чи судовому порядку.

Наук. керівн. Дорожкіна Г. М.

Література: 1. Закон України "Про порядок погашення зобов'язань платників податків перед бюджетами та державними цільовими фондами" від 21 грудня 2000 р. №2181-III (зі змінами і доповненнями) // В кн. Основи податкового законодавства. Збірка основних законодавчих актів; [Укл. Ю. Б. Іванов, О. С. Найдено. – 4-е вид., перероб. та доп. – Харків: ВД "ИНЖЕК", 2008. – С. 61 – 108. 2. Крисоватий А. І. Податковий глосарій. Словник податкових термінів: Навч.-метод. вид. для студ., які навч. за напр. "Економіка і підприємництво". – К.: Задруга, 2002. – 72 с. 3. Наказ ДПА України від 16.06.2003 р. №354 "Про податкове роз'яснення положень Закону 2181-III" // www.rada.kiev.ua. 4. Федосов В. М. Податкова система України: Підручник. – К.: Либідь, 1994. – 192 с. 5. Чорний М. П. Фіскальне адміністрування: Навч. посібн. – Тернопіль: ТАНГ, 2002. – 172 с.

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІСКАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Із проголошенням незалежності Україна встала на самостійний шлях з метою побудови соціально орієнтованої ринкової економіки. Тому сьогодні в умовах структурних змін, перед нашої країною стоїть завдання обрати ефективну довгострокову стратегію економічного розвитку, яка повинна бути стабільною і не змінюватися з приходом до влади нового уряду. Створення такої стратегії не можливе без узгодженої фінансової політики, в якій сьогодні, на жаль, існує безліч проблем, тому, на погляд автора, тема статті є актуальною.

Метою статті є аналіз проблем бюджетно-податкової політики та розробка практичних рекомендацій щодо її удосконалення.

Великий внесок у розробку цієї проблеми зробили такі вітчизняні вчені, як І. Лук'яненко [1], Е. Вишневецька [2], І. Чугунок [3], О. Десятник [4], Г. Богдан [4], А. Соколовська [5], С. Лекарь [6], Т. Трофімова [7], О. Отрошко [8], І. Лютий [9], В. Тропіна [9] та ін.

І. Лук'яненко дає таке визначення терміна "фінансова політика" – заходи уряду зі зміни оподаткування, державних видатків і стану державного бюджету, направлені на забезпечення повної зайнятості і виробництва неінфляційного ВВП [1, с. 27]. Початкове значення терміна "фінансовий" походить від лат. *fiscus* – державна казна або кошти у розпорядженні правителя країни. Згодом, поняття "фінансовий" у демократизованих західноєвропейських країнах набуло змісту "примусовий", "обов'язковий", часто замість терміна фінансовий використовують його синонім – "бюджетно-податковий" [4, с. 103].

Розрізняють стимулюючу та стримуючу фінансову політику. Стимулююча бюджетно-податкова політика має на меті подолання циклічного спаду економіки і передбачає підвищення державних видатків, зниження податків чи комбінацію цих заходів [1, с. 27]. Стримуюча бюджетно-податкова політика має на меті обмеження циклічного підйому економіки і передбачає зниження державних видатків, збільшення податків чи комбінацію цих заходів [1, с. 27].

Основними інструментами фінансової політики є державні витрати і податки. І. Трофімова дає таке визначення інструментам фінансової політики: державні витрати – це витрати на утримання інституту держави, урядові закупівлі товарів і послуг, а також трансферти; податки – це нормативна форма обкладення доходів фізичних і юридичних осіб, що характеризується обов'язковістю і терміновістю платежу [7, с. 5].

Структура державних витрат впливає на економічне зростання, тому цьому аспекту в нашій країні треба приділити належну увагу. На жаль, сьогодні існуюча схема розподілу бюджетних коштів в Україні досить недосконала, на погляд автора, їй не вистачає принципу "пріоритетності". Бюджетні витрати держави, як це не дивно раціональніше привести до принципів "сімейних бюджетів", оскільки витрати будь-якої української сім'ї підпорядковані принципу "пріоритетності". Вони виходять з наявної суми і "пріоритетності" поточних витрат. "Сімейні бюджети" складаються раціональніше завдяки їх "гнучкості" і "швидкості реагування" на поточну ситуацію. При "сімейному" підході витрачання засобів відбувається за принципом пріоритетності, тому ми маємо гнучку бюджетну модель. Витратні статті ранжуються у порядку "пріоритетності", зсув вгору або вниз відбувається залежно від поточної ситуації. При цьому у перспективі список витратних статей може продовжуватися.

У нашій же країні кошти часто витрачаються на не першочергові потреби, коли багато людей перебувають на грані бідності, коли допомоги потребують обездолені діти, наша країна чомусь витрачає кошти на дублювання фільмів з російської на українську мову, а також відомі випадки, коли деякі бюджетні організації розробляють проекти та отримують кошти з бюджету на їх реалізацію, але ці проекти не впроваджуються, а існують лише на папері, цей перелік марних витрат можна ще довго продовжувати. Ці кошти, на погляд автора, слід було б направити в більш "продуктивні" сфери. Наприклад, інвестиції в інфраструктуру, адже, як відомо, кількість і якість інфраструктури є ключовим чинником для інвестиційного клімату будь-якої країни, і в більшості досліджень робиться висновок про те, що поліпшення системи інфраструктури і її якості позитивно впливає на перспективи економічного зростання; інвестиції в людський капітал, шляхом вкладення грошей в освіту та охо-



рону здоров'я, адже здоровіше та освіченіше населення очевидним чином пов'язане зі швидшими темпами економічного зростання, тому, на погляд автора, першочергово треба вкладати гроші саме в розвиток цих сфер.

Що стосується другого інструменту фінансової політики – податків, то в Україні, на відміну від розвинених країн, непропорційно велика частина знов створеної вартості припадає на тіньову економіку. Негативний вплив тіньової економіки на обсяг податкових надходжень в своїх наукових працях досліджувала Е. Вишнеvsька [2]. Офіційний показник ВВП в Україні погано відображає розміри реально отриманих кінцевих результатів. За оцінками Мінекономіки, у III кв. 2007 року рівень тіньової економіки становив 31% від офіційного ВВП, тоді як у розвинених країнах він, як правило, не перевищує 10% ВВП (рисунок) [10].

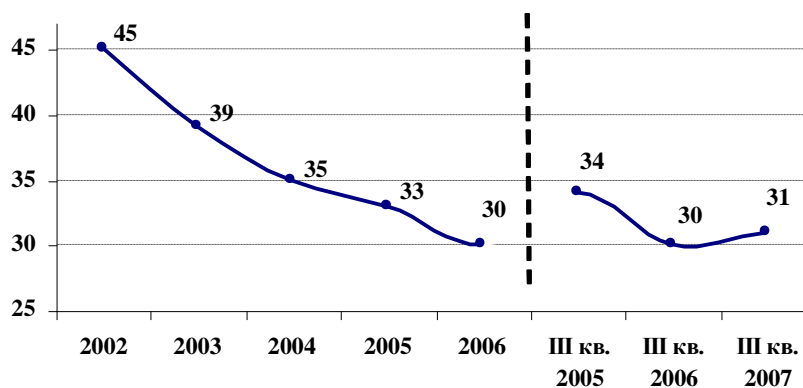


Рис. Інтегральний коефіцієнт тіньової економіки в Україні, % від офіційного ВВП

ВВП у 2007 році склав 709 445 млн грн [11], проте, це тільки частина фактично отриманих результатів. Якщо припустити, що тіньовий сектор складає 31% офіційного ВВП [10], то в цілому сумарний ВВП досягає вже близько 929 373 млн грн, а податки, які платять підприємства і громадяни, що задекларували свої доходи, складають ненабагато більше ніж 20% реальної вартості кінцевого виробництва товарів і послуг. Але ще треба зважати на те, що це офіційні дані, за неофіційними даними тіньовий сектор в Україні досягає 60% від ВВП.

Це свідчить про те, що в цілому (з позицій частки ВВП, що перерозподіляється урядом) податки в Україні не можна вважати дуже високими. Швидше за все навпаки, наведені цифри свідчать про явну перевагу на користь приватних структур і пригноблений стан суспільного господарства, основним джерелом доходів якого є податки (які складають 22% реального ВВП в Україні порівняно з 36% ВВП в розвинених європейських державах). Якщо взяти до уваги, що саме держава несе основну частину навантаження з фінансування постіндустріальних витрат (вкладень в людський капітал через освіту, охорону здоров'я, науку, культуру), то стає очевидним, що з такими податковими надходженнями забезпечити перехід на інноваційну модель розвитку вельми проблематично. З позицій окремих груп платників, податковий тягар розподілений дуже нерівномірно – частина законопорядних платників податків вимушена виплачувати податки європейського рівня (при неєвропейській кількості і якості зворотного потоку суспільних послуг), інша частина користується численними галузевими та індивідуальними пільгами, наданими парламентом, і, нарешті, існують такі, які велику частку свого реального доходу взагалі приховують від оподаткування. У зв'язку з цим важливо відзначити, що такі ж негативні наслідки виникають не тільки у зв'язку зі свідомим ухиленням від виконання встановлених зобов'язань, але також і в результаті цілком законного уникнення від податків шляхом використання різних податкових пільг. Остання проблема вже давно вийшла за рамки окремих господарюючих суб'єктів або навіть галузей і тепер має макроекономічний характер. С. Лекарь з цього приводу зазначає, що "... податкова база, яку ми маємо на сьогодні, з лишком може забезпечити наповнення бюджету. Разом з цим, практика безсистемного та економічно необґрунтованого надання пільг ставить державу перед необхідністю постійного розширення податкового поля" [6, с. 29].

І. Лютий та В. Тропіна вважають, що головне питання зниження податкового навантаження у нашій країні не полягає у зменшенні ставок податків [9, с. 22]. Адже, як свідчать факти в Україні, розміри таких обов'язкових платежів, як податок з доходів фізичних осіб, акцизний збір, податок на прибуток підприємств, є меншими, ніж у державах – членах ЄС. За даними щорічного дослідження американського аналітичного центру Heritage Foundation, в Україні індекс податкового тягара становить 2,9 – це середній і досить ліберальний показник порівняно з аналізованими 161 країнами світу (таблиця) [9, с. 23].

Індекс податкового тягара у різних країнах світу

Країни	Індекс податкового тягара
ОАЕ, Бахрейн, Кувейт, Саудівська Аравія, Багамські острови, Оман, Македонія, Гонконг, Катар, Румунія	1,3 – 1,9
Естонія, Вірменія, Сінгапур	2 – 2,1
Ірландія, Болгарія, Чилі, Латвія, Камбоджа, Грузія	2,3
Литва, Ісландія, Киргизстан, Польща, Туркменістан	2,4
Кіпр, Молдова, Албанія, Канада, Чехія, Росія	2,5
Узбекистан, Болівія, Таджикистан, Боснія і Герцеговина, Парагвай	2,6
Хорватія, Маврикія, Беліз, Бразилія, Непал	2,8
Швейцарія, Ботсвана, Домініканська Республіка, Україна, Кабо-Верде, Ангола	2,9
Великобританія, США, Іспанія, Китай, Індія, Франція, Німеччина та ін.	3,1 – 3,4
Чад, Північна Корея	4,9 – 5

Тому, з урахуванням вищевикладеного, можна зробити висновок, що існування надмірного податкового тягара більшою мірою зумовлене нерівномірним розподілом податкових зобов'язань між платниками податків, недотриманням принципу їх рівності перед законом, а також причинами, що перебувають за межами податкових правовідносин.

Для того щоб забезпечити переважно добровільний характер участі громадян у фінансуванні суспільних витрат, потрібен не винахід якихось нових податків і не радикальне зниження ставок податків, а формування нового інституційного середовища оподаткування, заснованого, на відміну від нинішньої ситуації, на безумовному дотриманні прав платників податків і явно вираженого зв'язку між податками і зворотним потоком суспільних послуг. З цією метою пропонується таке:

1. Введення конституційних гарантій недопущення яких-небудь проявів податкової дискримінації. За прикладом розвинених країн (наприклад, Німеччини, США та ін.) Конституція України повинна гарантувати рівність платників податків перед законом і рівне поводження з рівними. Введення такої конституційної норми дозволить збільшити ступінь реальної захищеності громадян і створюваних ними підприємств від податкового свавілля, знаменуватиме перехід до нового характеру фіскальних відносин усередині держави як такого союзу, який створений на користь всіх і кожного, а також запобігати ухваленню кон'юнктурних преференцій не загальносистемного, а індивідуального характеру [2, с. 170].

2. З метою обмеження дискреційних рішень органів влади надання статусу конституційних законів Бюджетному і Податковому (якщо він буде прийнятий) кодексам України. Це дозволить підсилити процедурні перешкоди для внесення кон'юнктурних змін і доповнень в ці принципово важливі для нормального функціонування суспільного сектору господарства і економіки в цілому законодавчі акти, забезпечити стабільність і передбаченість відповідного законодавства, необхідну як з позицій платників податків, так і податкової адміністрації. Крім того, враховуючи, що на практиці застосування податкового законодавства вимагає проведення органами виконавчої влади (зокрема податкової служби України) спеціальної роз'яснювальної роботи в частині однозначного розуміння і трактування тих чи інших норм закону [12], у податковому законодавстві слід чітко вказати ознаки невідповідності підзаконних нормативно-правових актів з питань оподаткування вимогам норм базового законодавства. Аналогічна пропозиція була висунута А. Соколовською [5].

3. Законодавче закріплення правила інституційної симетрії, згідно з яким, по-перше, рішення про нові державні витрати повинні ухвалюватися одночасно із заходами, що забезпечують стягування додаткових сум податків або залучення інших альтернативних джерел засобів (ідея, яка постулює набуває загального визнання і вже закріплена в ст. 27 Бюджетного кодексу України) [13]. І, по-друге, що не менш важливо, відповідні податкові і витратні повноваження повинні бути зосереджені в руках однієї і тієї ж владної структури, відповідальної за свої дії перед виборцями України. Тому необхідно забезпечити ефективну роботу коаліційного уряду. Йдеться про формування такої ситуації, коли парламентська більшість і органи виконавчої влади, діючи як єдиний колектив, згуртований загальними цілями і завданнями, відповідатимуть перед громадянами України за ефективність політики, що реалізується ними.

4. Е. Вишневська пропонує створити законодавче забезпечення фіскальної децентралізації [2, с. 170]. Сьогодні сприйняття громадянами зворотного зв'язку між сплаченими податками і послугами, що надаються урядом, об'єктивно ускладнене з тієї причини, що, з одного боку, переважаюча частина податків належить до загальнодержавних, а з іншого – основні соціальні послуги (освіта, охорона здоров'я, інфраструктура, комунальні служби) надаються органами влади на місцях. На практиці централізована система фінансування, що склалася, не може бути ефективною і стійкою, оскільки суперечить основоположній вимозі фіскальної рівноваги, згідно з якою фінансування суспільних послуг, що надаються даним рівнем влади, повинно здійснюватися головним чином за рахунок платежів громадян, які цими послугами користуються. У зв'язку з цим, з урахуванням загальних принципів ефективності побудови місцевого оподаткування, до місцевих податків доцільно віднести податок на майно [2, с. 170].

5. Важливим для забезпечення конкурентоспроможності на національному ринку є структура податкового навантаження. Система оподаткування, в якій акцент робиться на податки з юридичних осіб, стримує підприємницьку активність, тому в сучасних концепціях реформування податкової системи передбачено перенесення податкового навантаження зі сфери виробництва у сферу споживання. Але, на погляд І. Лютого, успішна реалізація цього напрямку є можливою тільки



за умови зростання реальних доходів населення та оптимізації структури сукупного попиту [9, с. 22]. В іншому випадку переорієнтація податкового навантаження на споживання може не тільки обмежити інвестиційні можливості населення, які навіть на сьогодні практично нульові, але й погіршити становище незабезпечених верств населення. Якщо проаналізувати структуру споживчого попиту в нашій державі, можна зробити висновок, що найвагомішою статтею сукупних витрат домогосподарств продовжують залишатися витрати на харчування (53,2%). За таких обставин створення умов для зростання інвестиційного потенціалу населення та для дотримання принципу соціальної справедливості є можливим у разі запровадження диференційованих ставок ПДВ і прогресивної шкали оподаткування доходів фізичних осіб, як це практикується у більшості країн світу.

6. Спрощення способів розрахунку податкових зобов'язань і приведення їх у відповідність з тими базовими ідеями, на основі яких визначаються фінансові результати господарської діяльності в ринковій економіці. Тут поза сумнівом найбільш важливий момент – правила визнання доходів і витрат при обчисленні двох основних податків – податку на прибуток підприємств і ПДВ. В умовах кризи платіжної системи такі правила набувають принципового значення. Річ у тому, що в даний час (після податкової реформи 1997 р.) доходи і витрати признаються за так званим принципом першої з подій, що наступили: або прихід (виплата грошей), або відвантаження (надходження) товарів, робіт або послуг [14]. Він прямо суперечить бухгалтерському методу нарахувань, відповідно до якого доходи і витрати признаються незалежно від часу отримання або виплати грошей, а тому є теоретично неправильним. На практиці його застосування означає, що, з одного боку, підприємства, що відвантажили продукцію, але що так і не одержали за неї гроші (тобто, виражаючись бухгалтерською мовою, що не реалізували свої доходи) вимушені платити податки за рахунок іммобілізації власних обігових коштів. Особливо рельєфно ця проблема виявляється у випадках, коли відвантаження продукції з технологічних причин не може бути зупинене (як, наприклад, у випадку з електроенергією і водопостачанням). З іншого боку, при отриманні авансів за ще не виконані роботи суб'єкти господарювання вимушені виплачувати податки з чужих, по суті, доходів (грошей, які раніше заробили контрагенти і які були перераховані як попередня оплата подальшого виконання договірних зобов'язань). Усунути ці суперечності можливо шляхом оподаткування за принципом завершених господарських операцій, коли податкові зобов'язання виникають за фактом надходження грошей, але тільки за раніше відвантажені товари (роботи, послуги), а податковий кредит – за фактом сплати грошей, але тільки за раніше оприбутковані товари (роботи, послуги). Такий порядок, відомий серед фахівців як касовий метод [2, с. 170].

Що стосується ефективності управління у сфері податкових надходжень, І. Чугунов у своїй науковій праці, проаналізувавши світовий досвід розвинутих країн, пропонує, з метою вдосконалення процесу формування податкових надходжень бюджету, розширити функції Міністерства фінансів України щодо управління фінансами, посилити його роль та підвищити відповідальність щодо формування та впровадження політики держави в цій сфері за рахунок зосередження основних фінансових важелів впливу в одному державному органі управління [3, с. 13]. Таким чином, з'явиться можливість проведення чіткої вертикалі фінансового управління від головної державної установи, відповідальної за управління державними фінансами, до кожної адміністративної одиниці у цій сфері управління; підвищення системності та обґрунтованості процесу удосконалення податкового, митного законодавства та законодавства у сфері фінансових послуг з метою забезпечення його позитивного впливу на процеси, що відбуваються в державі, та приведення його у відповідність до норм і принципів ЄС [3, с. 14].

Таким чином, проаналізувавши вищесказане, маємо змогу визначитися з основними напрямками подальших наукових досліджень, спрямованими на підвищення ефективності системи бюджетно-податкового регулювання. Зокрема, на окрему увагу заслуговують питання ефективності політики державних видатків, податкової політики та податкового адміністрування у механізмі забезпечення бюджету держави стабільними і керованими дохідними джерелами з метою збалансованості фінансово-бюджетної системи та сталого економічного зростання країни.

Наук. керівн. Коновалов Є. І.

Література: 1. Лук'яненко І. Г. Напрями Реформування бюджетно-податкової системи в Україні // Економіка. Фінанси. Право. – 2004. – №6. – С. 26 – 32. 2. Вишнева Е. Н. Пути совершенствования налоговой политики Украины // Економіка промисловості. – 2003. – №1(19) – С. 167 – 171. 3. Чугунок І. Я. Формування податкових надходжень бюджету як складова системи бюджетно-податкового регулювання // Наукові праці НДФІ. – 2006. – №3(26). – С. 3 – 14. 4. Десятник О. Дискусійні питання щодо принципів податкової системи та фіскальної політики держави / О. Десятник, Г. Богдан // Галицький економічний вісник. – 2007. – №1(12) – С. 100 – 105. 5. Соколовська А. М. Податкова система держави: теорія і практика становлення. – К.: Знання-Пресс, 2004. – 454 с. 6. Лекарь С. Особливості розвитку податкової політики в Україні на сучасному етапі // Економіст. – 2005. – №4. – С. 29 – 30. 7. Трофимова Т. І. Фискальна політика. – Иркутск: Издательство ИГЭА, 2001. – 53 с. 8. Отрошко О. В. Фискальна політика як засіб стабілізації економіки // Фінанси України. – 2005. – №5 – С. 69 – 75. 9. Лютий І. Концепція реформування податкової системи України та конкурентоспроможність національної економіки / І. Лютий, В. Тропіна // Економіка України. – 2007. – №8. – С. 19 – 27. 10. Міністерство економіки. – <http://www.me.gov.ua/>. 11. Державний комітет статистики України. – <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 12. Закон України "Про державну податкову службу в Україні" від 04.12.1990 р. №509-ХІІ // <http://portal.rada.gov.ua/>. 13. Бюджетний кодекс України від 21 червня 2001 р. №2542 – ІІІ // Урядовий кур'єр. – 2002. – 25 липня. 14. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємства" від 31.12.1994 р. №334/94 – ВР // <http://portal.rada.gov.ua/>. 15. Закон України "Про податок на додану вартість" від 3.04.1997 р. №168/97 – ВР // <http://portal.rada.gov.ua/>.

ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТКУ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Незважаючи на широке обговорення в науковій літературі проблем, пов'язаних з формуванням податкової системи України, передусім – з напрямками її удосконалення, бракує ґрунтовних і системних досліджень теоретичного характеру, що дозволяють розглянути передумови становлення і розвитку податкової системи України. Саме нестача таких робіт стала однією з передумов суперечливих кроків на шляху реформування податкової системи України, що призвело не до підвищення, а до зниження її ефективності. Це обумовлює актуальність обраної теми, розгляд якої має важливе практичне значення для сучасних реалій в Україні.

Метою статті є виявлення особливостей формування чинної податкової системи України, об'єктивних законів і закономірностей її функціонування.

Окремі аспекти становлення сучасних податкових систем досліджувалися українськими вченими В. М. Суторміною, В. М. Федосовим, а також російськими вченими К. Л. Астаповим, В. М. Пушкарьовою, Д. Г. Черніком, Т. Ф. Юткіною. Актуальні проблеми функціонування податкової системи України знайшли відображення в працях Ю. Б. Іванова, О. Д. Василика, В. П. Вишневського, М. Я. Дем'яненка, С. В. Львовчкіна, І. О. Луїної, В. Ш. Опаріна, А. М. Поддєрьогіна, Л. М. Шаблістої, у публікаціях практичних працівників державної податкової служби М. Я. Азарова, Н. П. Фліссак, Т. Фомовської, А. Фурмана, Г. Хмельова, О. Шитрі та ін. Більшість цих публікацій присвячена аналізу прагматичних питань оподаткування і визначенню напрямків реформування податкової системи України [1]. Дослідженню податкової системи України загалом присвячені праці П. В. Мельника, А. М. Соколовської, Ф. О. Ярошенко та ін. Вважаємо, що на сьогоднішній день у науковій літературі приділяється недостатньо уваги ґрунтовним теоретичним дослідженням податкової системи України, історичному аналізу її формування, інституціональним та макроекономічним чинникам її становлення і розвитку, а це, в свою чергу, не дозволяє в повному обсязі дослідити недоліки чинної податкової системи України і сформулювати конкретні рекомендації щодо їх подолання.

В основу дослідження покладено визначення податкової системи, запропоноване А. М. Соколовською, згідно з яким податкова система – це регламентована нормами фінансового права, закріпленими в податкових законах та інших нормативно-правових актах з питань оподаткування, сукупність податкових відносин, що проявляються в конкретних формах оподаткування і опосередковуються фінансовими органами, які здійснюють адміністрування податків і тим самим забезпечують функціонування податкової системи [2, с. 33].

Системоутворюючими чинниками при становленні податкової системи є наукові принципи оподаткування. Окремі вчені (А. Сміт, А. Вагнер, А. Смірнов, А. І. Крисоватий, Ю. М. Хвесик, А. М. Соколовська, В. Корнус) мають різні погляди щодо основних принципів, які мають бути покладені в основу функціонування ефективної податкової системи. Аналіз зазначених авторів дозволив виділити найважливіші та найбільш відповідні сучасним умовам розвитку України принципи оподаткування: достатність, адекватність, ефективність, соціальна справедливість, еластичність (гнучкість), адміністративна простота та економічність. Основними, а, отже, системоутворюючими принципами оподаткування в Україні мають бути визнані принципи ефективності та соціальної справедливості [2, с. 201 – 202; 3; 4, с. 43 – 49; 5, с. 41; 6]. На сучасному етапі розвитку податкова система України недостатньо орієнтована на реалізацію основних принципів оподаткування, а це свідчить про те, що вона ще не сформувалась як органічна цілісність.

Науковий аналіз розвитку податкових систем вимагає дослідження їх законів та закономірностей. До основних законів та закономірностей розвитку податкових систем А. М. Соколовська відносить такі: закон відповідності податкової системи країни особливостям її соціально-економічної системи; закон, що характеризує функціональну залежність між податками та суспільно необхідними функціями держави; закон розмежування функцій і повноважень органів державної влади і місцевого самоврядування; закономірність зростання податкових вилучень до її бюджету, необхідних для виконання цих функцій; закономірність уніфікації (гармонізації) податкових систем; закономірність підвищення ефективності оподаткування; закон відповідності форм оподаткування рівневі розвитку фіскальних інститутів та особливостям адміністрування податків [2, с. 90 – 105]. Вважаємо, що порушення зазначених законів і закономірностей визначає глибинні причини неефективності сформованої податкової системи, а створення умов для виконання вимог цих законів – основне завдання її реформування.

Ретроспективному аналізу становлення і розвитку податкової системи України присвячені праці таких науковців: Ф. О. Ярошенко, П. В. Мельника, О. Д. Бойко, О. О. Теліціної [2, с. 46; 8,



с. 101; 9]. Їх висновки щодо етапів розвитку податкової системи України майже співпадають, адже виділення конкретного етапу залежить від того, під чиєю владою перебувала територія України в ході історичного розвитку: I етап – Давньоруська держава і Київська Русь; II етап – Золотоординське ярмо; III етап – Російська імперія; IV етап – Українська Народна Республіка (1917 – 1918 рр.), Українська Держава П. П. Скоропадського; V етап – УРСР. Саме податкові механізми цих держав справляли найбільший вплив на формування сучасної податкової системи України.

На становлення податкової системи мають великий вплив інституціональні та макроекономічні умови її формування. Ш. Бланкарт також зазначає, що "податкова система обов'язково має враховувати відповідні інституціональні умови" [10, с. 284]. Визначальний вплив на процес формування податкової системи України мали такі чинники: 1) процес становлення державності; 2) особливості правової бази оподаткування в Україні; 3) неузгодженість дій різних гілок влади, що ускладнює узгодження бюджетної і податкової політики, стримує своєчасне ухвалення податкових законів; 4) культурні особливості української нації; 5) високий рівень падіння ВВП; 6) падіння реальних доходів населення, а також прибутків юридичних осіб; 7) високий рівень інфляції в перші роки становлення податкової системи, що спричинив скорочення податкових надходжень до бюджету. Становлення податкової системи України відбувалося в несприятливих політичних, культурних і соціально-економічних умовах, які з самого початку позначилися на її ефективності [1].

Встановлено, що основу діючої податкової системи України утворюють податки, аналогічні тим, які становлять ядро податкових системи більшості сучасних розвинутих країн, що є свідченням загальної закономірності уніфікації оподаткування. Однак, якщо склад ядра податкової системи України не змінюється, то склад решти обов'язкових платежів періодично зазнає змін. Викладене дає змогу зробити висновок про наявність в Україні тенденції до розширення переліку податків і зборів, що входять до її податкової системи. Склад місцевих податків і зборів, порівняно із загальнодержавними податками і зборами, є більш стабільним. Окрім зумовлених об'єктивними причинами тенденцій у розвитку податкової системи України спостерігається така особливість її складу, як обмежене застосування майнових податків, що мають доповнювати особисті. До складу податкової системи України також не входить ще один із поширених у країнах з розвинутою ринковою економікою податків – на спадщину і дарування.

Проаналізувавши структуру податкової системи незалежної України, виділено деякі особливості. Протягом 1991 – січня-березня 2008 рр. спостерігались різноспрямовані тенденції у динаміці прямих і непрямих податків, що, можливо, свідчить про формування в Україні структури оподаткування, близької до врівноваженої [2, с. 193]. Співвідношення основних податків (ПДВ, податку на прибуток підприємств і прибуткового податку з громадян), що становлять найбільшу частку в структурі податкової системи, характеризується провідною роллю податку на додану вартість [11]. Вважаємо, що особливістю податкової структури в Україні є значна фіскальна роль податку на прибуток підприємств, що зберігається донині. Структура податкової системи України свідчить про неістотну роль акцизів і мита у податковій системі України, тоді як у податкових системах багатьох розвинутих і постсоціалістичних країн роль акцизного збору є значно вагомішою.

Діюча сьогодні в Україні податкова система сформувалась ще на старті трансформаційного процесу. Вона відіграла свою позитивну роль на етапі становлення України як незалежної держави. Однак перехід української економіки на ринкові відносини потребує вдосконалення податкової системи для оптимального виконання нею своїх завдань і функцій. Основними недоліками чинної податкової системи визначені такі:

надмірна фіскальна спрямованість податкової системи України і неврахування інших завдань, таких, як стимулювання виробництва, інновацій, інвестування, розвиток підприємницької діяльності [12, с. 257];

велика кількість нормативно-правових актів з питань оподаткування – більш як 500 нормативно-правових актів, нормами яких повинні володіти та керуватись на практиці як платники податків, так і працівники органів державної податкової служби України [13];

непрозорість, суперечливість та незрозумілість норм податкового права, що застосовуються, а також їх нестабільність;

ворожий характер відносин між платниками податків і податківцями. За таких обставин створюються передумови для встановлення політичної лояльності і залежності бізнесу від влади, що суперечить цілям свободи і розвитку громадянського суспільства [14];

низький рівень сплачуваності податків порівняно із законними податковими вимогами. Це свідчення масштабності звільнень (податкові пільги) та ухилень від оподаткування, а також неефективності організації податкової системи;

велика кількість малоефективних податків, які потребують істотних адміністративних витрат, що перевищують доходи бюджету, які забезпечуються за рахунок їх справляння, а також ускладнена організація і непропорційно дороге утримання податкової служби [15];

надвисока централізація системи збору податків.

Усі ці проблеми вказують на недосконалість та неефективність чинної податкової системи, на те, що вона не сприяє економічному зростанню країни. Отже, не викликає сумнівів, що податкова система України потребує якісного реформування. Для розв'язання вищезгаданих проблем доцільно вжити заходів, які могли б удосконалити систему оподаткування, зокрема:

необхідність створення єдиного правового поля у сфері податкових відносин шляхом кодифікації податкового законодавства. Однак, кодифікація податкового законодавства в Україні має передбачати не просто його систематизацію, а й вирішення невластивих процесу кодифікації

завдань, зокрема, реформування податкової системи, доповнення її елементами, яких бракує. Податковий кодекс повинен усунути недоліки існуючої податкової системи, зберігши при цьому все те раціональне, що в ній є, врахувати накопичений позитивний досвід, стабілізувати систему податків. Створення Податкового кодексу повинно віддзеркалювати традиції існуючої податкової системи та відповідати світовим тенденціям розвитку податкових систем;

досягнення простоти та зрозумілості норм податкового законодавства України, що є необхідною передумовою прийняття його до застосування всіма суб'єктами податкових відносин. Задля цього положення законодавчих актів повинні викладатися із використанням загальноприйнятої та широкоживаної лексики. Специфічним поняттям та термінам потрібно надавати повне та однозначне визначення. Простота та зрозумілість норм (порівняно з діючим законодавством) дозволить уникнути подвійного тлумачення норм, протиріч та непорозумінь в їх застосуванні на практиці. Це не тільки полегшить становище платників податків, а й приведе до можливості чіткого виконання податковими органами своїх контролюючих функцій;

переорієнтації із суто фіскальних цілей на стимулювання економічного зростання [16, с. 11 – 12], у результаті чого має бути досягнений баланс між фіскальною та регулюючою функціями податків;

посилення контролю за наданням податкових пільг, а також скорочення їх кількості. На сучасному етапі розвитку податкової системи пільги повинні запроваджуватись у виняткових випадках і мати загальнодержавне поширення. Варто уніфікувати ці пільги, різко скоротити їх кількість, зробити більш прозорими та підвищити їх стимулюючі й регулюючі властивості. Також необхідно визначити, що повинно стимулюватися податковими пільгами, а що – шляхом прямого бюджетного фінансування, визначити цілі надання пільг та їх реалістичність;

необхідність перегляду переліку діючих податків і виключення з їх списку тих, витрати на адміністрування яких перевищують доходи від їх надходжень;

реформування має здійснюватися цілеспрямовано, системно, відкрито, виважено за складовими і поступово у часі. Результативність податкової реформи значною мірою залежить від системного характеру перетворень, а отже, від узгодженості податкової реформи з реформуванням інших сфер суспільного життя, без докорінних перетворень в яких неможливе ефективне реформування податкової системи.

Формуючи напрями реформування податкової системи, необхідно враховувати і негативний ефект, який дана реформа може мати на теперішній стан економіки [6]. Важливо, щоб зміни, ініційовані податковою реформою, мали еволюційний характер.

Отже, на сучасному етапі розвитку України варто концентрувати дослідження не лише на проблемах функціонування податкової системи, а й на теоретичних аспектах становлення і розвитку податкової системи України. Адже недостатнє теоретичне обґрунтування напрямків реформування податкової системи України призводить до одностороннього погляду на податкову реформу лише як реформу конкретних форм оподаткування, ускладнює можливості вибору найбільш ефектної концепції реформування, призводить до зволікань з початком податкової реформи взагалі. Пізнання теоретичних законів і закономірностей становлення і розвитку податкової системи є джерелом необхідної інформації для тих, хто приймає політичні рішення, розробляючи податково-бюджетну політику, ухвалюючи законодавчі акти з питань оподаткування.

Наук. керівн. Чечетова-Терашвілі Т. М.

Література: 1. Соколовська А. М. Податкова система держави: теорія і практика становлення: Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. – К.: КНУ ім. Т. Шевченка, 2002. – 20 с. 2. Соколовська А. М. Податкова система держави: теорія і практика становлення. – К.: Знання-Прес, 2004. – 454 с. 3. Корнус В. Принципи оподаткування як складова частина податкової політики держави та базис для побудови системи оподаткування // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – №5. – С. 52 – 56. 4. Мельник П. В. Розвиток податкової системи в перехідній економіці. – Ірпін: Академія державної податкової служби України, 2001. – 362 с. 5. Сміт А. Дослідження про природу та причини добробуту націй. – К.: Port-Royal, 2001. – 594 с. 6. Хвесик Ю. М. Формування ідеальної системи оподаткування: реалії і перспективи // Науковий вісник Волинського державного університету ім. Л. Українки "Економічні науки". – 2006. – №1. – С. 138 – 141. 7. Бойко О. Д. Історія України: Посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Академвидав, 2005. – 688 с. 8. Ярошенко Ф. О. Історія оподаткування / Ф. О. Ярошенко, П. В. Мельник. – Ірпін: Національна академія державної податкової служби України, 2004. – 241 с. 9. Теліцина О. О. Розвиток оподаткування в Україні: ретроспективний аналіз // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – №2. – С. 43 – 48. 10. Бланкарт Шарль. Державні фінанси в умовах демократії: Вступ до фінансової науки / Пер. з нім. С. І. Терещенко та О. О. Терещенко; [Передмова та наук. ред. В. М. Федосова. – К.: Либідь, 2000. – 654 с. 11. Державний комітет статистики. – <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 12. Рейнська В. Б. Роль податкової системи у трансформаційних процесах в Україні // Фінансова система України. Збірник наукових праць. – Острого: Видавництво НаУ "Острозька академія", 2006. – Вип. 8. – 380 с. 13. Майстренко О. Реформування податкової системи України як спосіб вирішення податкових колізій // Право України. – 2006. – №2. – С. 39 – 42. 14. Сасенко О. Концепція реформування податкової системи України // <http://www.yur-gazeta.com/oarticle/1901/>. 15. Катрук Н. О. Недоліки діючої податкової системи і пріоритетні шляхи їх вирішення // <http://www.rusnauka.com/>. 16. Іванов Ю. Б. Альтернативні системи оподаткування. Монографія. – Харків: Вид. ХДЕУ – Торнадо, 2003. – 518 с.

Студент 5 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ОЦІНКА МОЖЛИВОСТЕЙ ТА НЕБЕЗПЕК ПЕРЕХОДУ ДЕРЖАВИ ВІД ІСНУЮЧОЇ СИСТЕМИ НАДАННЯ ПІЛЬГ НАСЕЛЕННЮ ДО АДРЕСНИХ

На сучасному етапі розвитку економіки України існує цілий ряд проблем як економічного, політичного, так і соціального характеру, вирішення яких не завжди призводить до очікуваного позитивного результату. Перш за все це стосується сфери податкової політики, для якої характерним є велика чисельність протиріч, що не мають однозначного вирішення.

Такі протиріччя існують безпосередньо і відносно вирішення такого актуального на сьогоднішній день питання, як надання пільг та спрямованість їх використання в сучасних умовах господарювання в Україні.

Виходячи з вищесказаного, метою даної статті є розгляд процесу надання пільг та переваг і недоліків переходу до адресних пільг в умовах політичної та економічної ситуації, що склалася в країні.

Слід відмітити, що на сьогоднішній момент в Україні надається достатньо великий перелік різного роду пільг, внаслідок чого досягається і нерівнозначний ефект відносно їх використання.

Так, одні пільги використовуються переважно для підтримки тих суб'єктів господарювання, результати діяльності яких є достатньо низькими. Інші ж пільги носять більш стимулюючий характер, яскравішим прикладом чому є створення спеціальних податкових режимів, технопарків, до розвитку діяльності яких залучаються значні розміри інвестицій, що врешті-решт, дозволяє їм отримувати високі результати, що, в свою чергу, є позитивним і для країни в цілому.

Звісно, що таке надання значної кількості пільг не тільки не стимулює платників податків, але й ще більшою мірою посилює їх небажання сплачувати податки в певному розмірі. А це, в свою чергу, призводить до дефіциту бюджету, наслідком чого є погіршення показників економічного розвитку країни.

Тому все більше набувають актуальності питання відносно проведення заходів, спрямованих на зміну процесу надання пільг.

Одним з таких варіантів вирішення даної проблеми є перехід до надання адресних пільг.

У чому ж полягає сутність адресних пільг?

Адресність означає спрямованість на когось або чогось – людей або соціальні одиниці [1]. Звідси виходить, що основне значення адресних пільг полягає в наданні їх визначеному колу суб'єктів господарювання, стан яких відповідає певним категоріям.

Якщо розглядати надання пільг фізичним особам, то, в першу чергу, тут слід приділити належну увагу податковим соціальним пільгам. Навколо даного питання ведуться численні спори, і вже не однократно українським урядом пропонується переглянути діючу систему надання податкових соціальних пільг.

Причиною цьому стало таке:

1) кожного року в Україні збільшується чисельність населення, яка потребує надання певних пільг, що безпосередньо, негативно відображається на бюджеті, тому що це призводить до значних державних витрат;

2) крім того, до таких причин слід віднести суттєву диференціацію доходів українського населення, причому чисельність бідних значно перевищує тих, хто отримує високі доходи від своєї діяльності;

3) посилення тенденції незаконного отримання та використання існуючих пільг. Через велику кількість пільг і широке коло осіб, охоплених ними, проконтролювати надання тих чи інших пільг не просто. Тому громадяни можуть здобувати документи, які надають право на пільги, незаконним способом і фактично безкарно користуватися пільгами, на які вони не мають права. Незаконне користування пільгами також зумовлює погіршення фінансового стану підприємств, що надають пільгові послуги. Великий перелік громадян, які мають право, наприклад, на безплатний проїзд у міському громадському транспорті, призводить до використання фальшивих, прострочених, чужих та інших невідповідних документів для користування пільгою. Інший приклад – використання пільг на житлово-комунальні послуги особами, які втратили право на такі пільги. Це стає можливим через те, що право на пільгове користування житлово-комунальними послугами не треба підтверджувати через певний час, як право на субсидії [2].

Тому введення адресної податкової пільги припускає скорочення державних витрат і надання такого роду пільг тільки тим особам, які дійсно їх потребують. Але це лише один бік медалі. Існує й інша точка зору, прибічники якої стверджують, що перехід до адресних пільг не тільки не покра-

щить ситуацію, що склалася, але й навпаки, призведе до збільшення кількості бідних серед населення країни. Таким чином, від цього виграє тільки держава та аж ніяк не населення.

Таким чином, перед тим, як переходити до заміни діючих пільг на адресні спочатку слід розробити ряд категорій відносно цього питання так, щоб врахувати інтереси більшості, а також усунути пробіли в існуючій системі надання пільг та одночасно зменшити обсяги державних витрат.

Виходячи з цього, основною метою надання адресних соціальних пільг є досягнення принципів рівності та ефективності. Ефективність, на думку О. О. Давидюка, полягає в тому, що "гроші не витрачаються на тих, хто не потребує цього, а також не створюється надлишок ресурсів у тих, хто отримує допомогу (тобто люди з певними проблемами отримують лише стільки, скільки їм потрібно)" [1]. Але в досягненні ще більшої ефективності є суттєві перешкоди, до яких автор відносить такі [1]:

1. Для того щоб потрапити у фокус соціальної політики, необхідно, щоб основні характеристики індивідів були чітко визначені. Необхідно провести перевірку наявних потреб та засобів для існування, а досвід використання таких опитувань показує, що часто вони надто агресивні, складні чи принизливі.

2. Існує також проблема визначення та встановлення меж надання допомоги, тобто за яких умов припиняється надання допомоги. Проблема зазвичай називають "пасткою бідності" в соціальному забезпеченні, коли людина втрачає набагато більше, якщо її прибутки дещо збільшуються. Але подібну ситуацію спостерігаємо і в інших випадках. Наприклад, людина з функціональними обмеженнями, яка навчилася протистояти певному безсиллю, може втратити допомогу, або особа, яка користується суспільним житлом, повинна буде звільнити будинок (як це трапляється в США).

3. Адресний розподіл благ не завжди охоплює всіх малозабезпечених. Люди часто не звертаються за соціальною допомогою частково тому, що нічого не знають про її існування, частково, бо не вірять у можливість отримання допомоги або через складність процедур реєстрації, а також тому, що соромляться "стигматизації".

4. Ефективність адресності не обов'язково означає те, що допомога спрямована на тих, хто має найбільші потреби. Існує явище, яке називається "парадоксом" адресності: забезпечення людей, чиє становище є найскрутнішим, потребує більше ресурсів, чим більше їх потреб задовольняти; натомість можна охопити забезпеченням більше людей, задовольнивши лише їх базові потреби при меншому використанні ресурсів.

Крім вищезазначених перешкод існує ще ряд проблем, найважливішою з яких є проблема старіння населення, яке більшою мірою потребує надання соціальної допомоги з боку держави, а це, в свою чергу, суттєво відображається на тих, хто є зайнятим у сфері виробництва або сфері надання послуг, основним джерелом доходу яких є заробітна плата. Оскільки саме за їх рахунок держава шляхом перерозподілу коштів, що надійшли до бюджету, здійснює соціальні виплати певним категоріям населення.

Основні категорії населення, які мають право на пільги, – це пенсіонери за віком, інваліди, учасники війни та особи, які виділяються за професійною ознакою (працівники судів, прокуратури, міліції та ін.), потерпілі внаслідок катастрофи на ЧАЕС. Найчисленнішою серед користувачів пільг (38%) становлять сім'ї, що мають осіб пенсійного віку й не мають дітей. Найрідше користуються пільгами сім'ї, до яких входять: особи, які мають особливі заслуги перед Батьківщиною; одинокі матері; багатодітні сім'ї; особи, що доглядають за інвалідом I групи чи дитиною-інвалідом. Серед сімей з дітьми пільгами користується менше 20%. Виявляється, що найбільш уразливі групи населення, які потребують безперечної додаткової допомоги від держави, становлять незначний відсоток серед населення, що має право на пільги. Так, члени багатодітних сімей та одинокі матері складають серед пільговиків менше одного відсотка. Натомість переважна частина пільговиків – це пенсіонери за віком. Сім'ї пенсіонерів користуються пільгами інтенсивніше, ніж інші сім'ї, і, відповідно, вони більше економлять. Середня кількість пільг, що припадає на 100 сімей пенсіонерів, становить 96, тоді як за всіма сім'ями – 64. Однак насправді сім'ї пенсіонерів користуються переважно більш "дешевими" пільгами. Щомісячна сумарна вартість п'яти основних пільг у сім'ях пенсіонерів, які користуються пільгами, на 21% менше, ніж в інших сім'ях [3].

Таким чином, надання та використання пільг є достатньо поширеним явищем у нашому суспільстві. Так, "на кожного мешканця країни приходиться більше одного випадку використання пільг, а в практично 50% українських сімей є хоча б один пільговик" [3], що, в свою чергу, пов'язано також з високим рівнем безробіття в країні.

Тому зростання чисельності населення, яке потребує надання певних пільг, є наслідком багаточисленних негативних тенденцій, що відбуваються у сфері соціальної, податкової та економічної політики, яку проводить держава. Яскравим прикладом цьому є спочатку неправильно обрана державою стратегія відносно здійснення запланованих заходів, де суттєвим моментом є невідповідність поставлених цілей ресурсам та можливостям, що є в розпорядженні держави. Це все ще раз підкреслює необхідність реформування існуючої в нашій країні системи надання та використання пільг. Звідси виходить, що якщо всі ж такі держава бажає перейти до системи надання адресних пільг, то вона має враховувати всі можливі фактори, що можуть вплинути на цей процес.



Розглянемо деякі суттєві переваги переходу від діючої системи пільг до адресних:

1. Перехід до адресних пільг, у першу чергу, більшою мірою забезпечить виконання принципу справедливості, а саме, через надання відповідних пільг тільки тим категоріям населення, які дійсно потребують допомоги з боку держави. Такі дії є позитивними більше для держави, тому що вона більш раціонально та з найкращими для неї результатами витратить кошти, які надходять до держбюджету. Однак для платників податків складатиметься неоднозначна ситуація. З одного боку, це приведе до більшої захищеності найменш забезпечених верств населення, а з іншого – пільги не будуть надаватися тим платникам, які не відповідають певним категоріям.

2. Надання адресних пільг забезпечить більш ефективне використання ресурсів, що знаходяться в розпорядженні держави. Це стосується, в першу чергу, грошових ресурсів. Так, якщо держава перейде на систему надання адресних пільг, то вона зможе спрямовувати ці ресурси не тільки на проведення соціальних програм, а й на розвиток своєї економіки переважно через інвестування пріоритетних галузей промисловості.

3. Поліпшення фінансового стану підприємств, що займатимуться наданням адресних пільг зазначеним категоріям населення, за рахунок надання таким підприємствам з боку держави поліпшених умов відносно здійснення господарської діяльності.

4. Зменшення витрат держбюджету внаслідок скасування малоефективних пільг, що, в свою чергу, приведе до покращення відповідних показників розвитку економіки, а саме – до зменшення бюджетного дефіциту в країні.

Аналіз ставлення громадян, які взяли участь в обговоренні, до заміни пільг на адресну допомогу показав, що за таку заміну виступають ті, хто сподівається отримати щось внаслідок реформи, а саме:

малозабезпечені, які не мають права на пільги;

громадяни, які мають право на пільги, але не можуть ними скористатися. Велику частку їх становлять сільські мешканці, які, наприклад, маючи право на пільговий проїзд у транспорті чи пільгове отримання палива, не можуть його реалізувати через дефіцит транспортних послуг чи палива [2].

Однак державі слід очікувати не тільки позитивні наслідки від застосування цих пільг, а й негативні, тому що такий перехід викличе обурення з боку тих, які будуть позбавлені раніше застосовуваних пільг, що призведе до збільшення витрат цього кола населення. До такого кола населення можна віднести, насамперед, пільговиків, які користуються пільгами, але, найімовірніше, не матимуть права на адресну допомогу за соціальною ознакою в разі її впровадження; міських жителів (наприклад, нормування кількості пільгових поїздок у міському транспорті або отримання грошової допомоги на проїзд означатиме для міських пільговиків певні обмеження). Проти заміни пільг на адресну допомогу також виступають ветерани Великої Вітчизняної війни. Їм найбільше властиві побоювання втратити пільги, нічого не отримавши натомість, з огляду на низький рівень доходів [2]. Тому запровадження заходів, пов'язаних з адресними пільгами, повинне здійснюватися поетапно:

1. У першу чергу необхідно розробити та затвердити чітке законодавство у вигляді відповідних нормативних актів, які в подальшому послугують основою у впровадженні запланованих цілей. У законодавстві потрібно вказати, які категорії матимуть право отримувати адресні пільги та встановити чіткі розміри цих пільг відповідно до зазначених категорій.

2. Досягти зацікавленості з боку населення шляхом проведення інформаційно-роз'яснювальних робіт серед населення стосовно надання адресних пільг.

3. Досягти більш високої організації ведення обліку наданих пільг, що приведе до кращого уявлення відносно стану реалізації запланованої стратегії.

4. Розробка певних норм та нормативів стосовно обсягу послуг, що можуть бути спожиті в межах наданих пільг.

5. Посилити здійснення методів контролю за наданням адресних пільг та проводити аналіз і прогнозування ситуації, що склалася в сфері надання цих пільг.

6. Спростити систему надання пільг порівняно з попередніми заходами.

Однак державні органи повинні бути готові до збільшення відповідних адміністративних витрат на врегулювання цього процесу та витрат, пов'язаних з процесом нагляду та контролю здійснення надання адресних пільг та їх використання з боку зазначених категорій населення. Але такі витрати можуть компенсуватися, якщо держава організує повною мірою всі вищезапропоновані заходи, а це, в свою чергу, призведе до суттєвого зменшення так званих марних витрат, наслідком чого стане покращення відповідних показників бюджету та економіки країни в цілому.

Наук. керівн. Коновалов Є. І.

Література: 1. Давидюк О. О. Адресна соціальна допомога як складова соціальної політики: теоретичні та методичні підходи // <http://cpsr.org.ua/?pr=9&id>. 2. Ахтирко Є. Реформування системи пільг / Є. Ахтирко, Л. Котусенко // http://www.icps.com.ua/doc/SO_3_Reforming%20the%20system%20of%20privileges_UKR.pdf. 3. Брюхіна Г. О. Державна політика з надання пільг соціально уразливим верствам населення // <http://www.academy.kiev.ua/ej1/txts/BRYUXINA.htm>.

МЕТОДИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДОБРАЖЕННЯ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКУ В ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ

Для керівництва банку фінансова звітність є одним із головних джерел для прийняття виважених управлінських рішень. А для таких груп користувачів, як акціонери, клієнти та банки-кореспонденти – це єдине джерело інформації про фінансовий стан установи.

Питанням формування інформаційної бази управління кредитними операціями банку займалися провідні вчені та науковці в даній галузі – Г. Спьяк, Л. Кіндрацька, Л. Герасимович, Г. Мумінова-Савіна та ін. Але розгляду окремих проблемних аспектів оцінки термінів надання позичок та обліку спеціальних резервів за кредитними операціями приділено недостатньо уваги.

Фінансова звітність формується на базі даних фінансового обліку, який регулюється "Інструкцією з бухгалтерського обліку кредитних, вкладних (депозитних) операцій та формування і використання резервів під кредитні ризики в банках України" [1].

Основна інформація про кредитні операції банку міститься у таких формах звітності, як баланс, звіт про фінансові результати та примітки до цих звітів.

При аналізі фінансової звітності важливе значення має інформація щодо динаміки кредитного портфеля впродовж звітного періоду, що є базою для здійснення вертикального (питома вага окремої статті у загальному обсязі) та горизонтального (зміна відсотків за кожною статтею) аналізу кредитного портфеля банку. У зв'язку з цим доцільно проаналізувати основні підходи до розкриття інформації про кредитний портфель у фінансовій звітності вітчизняних банків, а також діючі принципи та методи підготовки облікової інформації.

Кредитний портфель включає в себе балансові та позабалансові активи.

До складу балансових активів відносять кредити, надані на міжбанківському кредитному ринку, та кредити, надані клієнтам. Такі активи класифікують за сегментами кредитного ринку, напрямками вкладення коштів, категоріями позичальників, видами кредиту.

Відносно питання розкриття інформації щодо терміну погашення кредиту при його відображенні в бухгалтерському обліку, то слід зауважити, що в Україні банки обліковують надані кредити за початковим періодом до дати погашення, тобто за термінами, визначеними у кредитному договорі. Таким чином, у балансі банків міститься достовірна інформація про структуру кредитного портфеля за термінами тільки щодо окремих позик, наданих у межах даного звітного періоду. Цього можливо уникнути, якщо розкривати інформацію про надані кредити відповідно до їх класифікації за термінами від дати складання звіту до дати погашення позички. Такий підхід дає змогу краще оцінити кредитний портфель банку та його поточну та короткострокову ліквідність.

Що стосується позабалансових активів, то вони обліковуються за окремими рахунками 9-го класу Плану рахунків бухгалтерського обліку банків України як гарантії, авалі та надані зобов'язання з кредитування. Облік їх ведеться від дати укладення угоди до дати фактичного перерахування коштів на користь позичальника. При трансформації позабалансового активу, що носить кредитний характер, у балансовий актив, відповідна позабалансова стаття анулюється.

Стан так званого потенційного кредитного портфеля, який обліковується позабалансом, свідчить про напрями майбутніх кредитних вкладень банку та значною мірою характеризує спектр його кредитної діяльності у подальшому.

Ще одним важливим аспектом є формування та використання спеціальних резервів під кредитні ризики.

Спеціальні резерви за всіма видами активів і зокрема за наданими кредитами формуються і відображаються в обліковій системі банку відповідно до принципу обачності, реалізація якого дає змогу "звільнити" баланс банку від так званих неіснуючих активів. Вони становлять ту частину кредитного портфеля, яка не відповідає визнанню активу, оскільки ймовірність отримання майбутніх економічних вигод за вказаними статтями стає сумнівною.

Спеціальні резерви формуються за рахунок витрат банку і таким чином призводять до зменшення фінансового результату поточного періоду [2]. Такі резерви дають змогу вчасно попередити ризик і уникнути втрат від непогашення кредиту чи принаймні мінімізувати їх.



Методика обліку процентних доходів за наданими кредитами ґрунтується на застосуванні принципу нарахування та відповідності доходів і витрат та регламентується відповідними нормативними актами НБУ і практично не відрізняється у різних установах банків. Оскільки обліковий період визначається банками самостійно, то постає питання раціональності вибору того чи іншого періоду. У більшості банків України такий період складає один календарний місяць, але деякі банки використовують за мінімальний період щодо нарахування процентних доходів один банківський (операційний) день. Такий підхід можна вважати найприйнятнішим із двох причин: по-перше, чим коротший обліковий період, тим достовірніша інформація про фінансовий стан банку, особливо щодо оперативного управління його діяльністю, та, по-друге, банківський облік загалом відрізняється оперативністю, що потребує відображення в обліковій системі не тільки всіх здійснених операцій, а й результатів їх впливу на фінансове становище банку.

Згідно з Інструкцією "Про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України" [3], у фінансовій звітності банків розкривається інформація стосовно їх облікової політики, результатів від банківських операцій, управління ризиками, зокрема кредитним і процентним.

Таким чином зміна підходів щодо оцінки термінів наданих кредитів у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності банку, посилення контрольних функцій служби внутрішньобанківського аудиту в процесі кредитування та оптимізація операційних і облікових процедур при відображенні в бухгалтерському обліку нарахованих доходів за кредитними операціями дасть змогу забезпечити достовірність облікової та звітної інформації про стан кредитних портфелів банків України і в підсумку суттєво підвищить якість управлінських рішень у сфері кредитних операцій.

Наук. керівн. Глебова Н. В.

Література: 1. "Інструкція з бухгалтерського обліку кредитних, вкладних (депозитних) операцій та формування і використання резервів під кредитні ризики в банках України", затверджена постановою Правління НБУ від 15.09.2004 р. №435 // www.nbu.gov.ua. 2. Положення "Про порядок формування та використання резерву для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями банків", затверджене постановою Правління НБУ від 06.07.2000 р. №279 (зі змінами і доповненнями) // www.nbu.gov.ua. 3. Інструкція "Про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України", затверджена постановою Правління НБУ від 07.12.2004 р. №598 (зі змінами) // Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності. – 2004. – Вип. 11. – С. 15 – 30.

Твердохліб О. Е.

УДК 657.22:332.334

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ЗЕМЛЯ В СИСТЕМІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ: ВИЗНАННЯ, ОЦІНКА, МЕТОДИКА ВІДОБРАЖЕННЯ

Земля є визначальною складовою національного багатства, що перебуває під особливою охороною держави. Сільськогосподарські підприємства, яких в Україні налічується 7,8% від загальної кількості підприємств усіх галузей економіки [1], використовують землі як основний чинник виробництва.

Особливої гостроти набуває питання необхідності відображення в бухгалтерському обліку земель, зокрема сільськогосподарського призначення. Основною причиною актуалізації цього питання є обговорення можливості купівлі-продажу сільськогосподарських угідь, що автоматично переводить їх у статус об'єкта бухгалтерського обліку.

Останнім часом економічну природу теоретичних, методичних і прикладних аспектів становлення та розвитку земельних відносин в Україні у своїх працях розкривають В. Андрійчук, П. Гайдучий, В. Зіновчук, О. Крисальний, М. Малік, Л. Молдаван та ін. Питанням обліку землі присвятили свої дослідження такі вчені, як Ф. Бутинець, С. Голов, М. Дем'яненко, К. Дудка, В. Жук, Г. Кірейцев та ін.

Метою даної статті є обґрунтування порядку визнання та оцінки земельних ресурсів сільськогосподарського призначення як об'єкта бухгалтерського обліку.

© Твердохліб О. Е., 2009

В Україні практично створено новий ринковий земельний лад, що ґрунтується на приватній формі власності на землю, ринкових формах господарських структур, платності землекористування, можливостях ринкового обороту земель різного цільового призначення.

У зв'язку з тим, що землі згідно з законодавством України передаються у приватну, комунальну та державну власність і надаються у користування, земельні ресурси не можна визнати активом підприємства, адже більша частка земельних ділянок України знаходиться у власності селян, такі землі використовують як власники, так і сільськогосподарські підприємства на умовах оренди. Земельні ділянки як об'єкти бухгалтерського обліку передбачені лише для підприємств, які є власниками сільськогосподарських угідь. Відображення їх в обліку переважно відповідає порядку, який застосовують для інших основних засобів, але існують й особливості, а саме:

1) не встановлено строк корисного використання, оскільки для сільськогосподарських угідь він необмежений;

2) не визначено ліквідаційну вартість у зв'язку з тим, що земельні ділянки не підлягають ліквідації;

3) не визначено вартість, що амортизується, це пов'язано з природною властивістю ґрунту, який у процесі агрономічно обґрунтованої експлуатації не тільки не зношується, а, навпаки, покращує свої властивості.

Для відображення сільськогосподарських угідь у бухгалтерському обліку в основу оцінки земельних ресурсів пропонується покласти рентний дохід, визначений залежно від якості, місця розташування, екологічної та економічної оцінки земель, що дасть змогу відображувати ці об'єкти в бухгалтерському обліку.

Користування землею може бути реалізовано у двох формах: постійного користування та оренди відповідно до Земельного кодексу [2].

Право постійного користування не має вартості та не може бути достовірно оцінене, що унеможливає відображення його у бухгалтерському обліку.

Тому в обліку необхідно відображувати не право, а земельну ділянку, яка знаходиться у постійному користуванні.

Особливості відображення в обліку операцій з правом користування землею П(С)БО 8 "Основні засоби" не передбачені, тому на сьогодні такі об'єкти слід відображати за загальними правилами (таблиця).

Таблиця

Відображення в обліку оренди земельних ділянок

№ з/п	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
		Д-т	К-т
1	Взято в оренду земельну ділянку	01	-
2	Нараховано орендну плату	23	672
3	Нараховано податок з доходів фізичних осіб (при виплаті доходу орендодавцю – фізичній особі, орендар має враховувати особливості оподаткування доходів фізичних осіб)	672	641
4	Виплачено орендну плату згідно з умовами договору	672	301
5	Перераховано податок з доходів фізичних осіб до бюджету	641	311

Отже, на основі дослідження особливостей відображення в бухгалтерському обліку земель сільськогосподарського призначення та операцій з ними встановлено:

1) землі – незношуваний актив, який має необмежений строк експлуатації;

2) в основу оцінки земельних ресурсів запропоновано покласти рентний дохід, визначений залежно від якості, місця розташування, екологічної та економічної оцінок земель, що дасть змогу відображати сільськогосподарські угіддя в бухгалтерському обліку суб'єкта господарювання.

Запропонована методика є не керівництвом до дії, а об'єктом подальшої дискусії з метою її бухгалтерського обліку та порядку подання в звітності інформації про землі сільськогосподарського призначення.

Наук. керівн. Андрійко В. О.

Література: 1. Україна у цифрах у 2006 році. Статистичний довідник / За ред. О. Г. Осауленка. – К., 2007. – 239 с. 2. Земельний кодекс України від 25.10.2001 р. №2768-III // [www/http:liga.com.ua](http://www.liga.com.ua). 3. Замула І. В. Оцінка землі в бухгалтерському учете: історія, проблематика, пути розвитку // Бухгалтерський учет, анализ и контроль: теорія, методологія, організація: Монографія. – Житомир, 2007. – С. 230 – 251. 4. Балтянський М. Земле поклонитесь, извинитесь. – Інтерв'ю з проф. В. К. Савчуком // Рабочая газета. – 2008. – №55.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТОРГОВОЇ НАЦІНКИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Раціональне й об'єктивне визначення та списання товарних надбавок на реалізовані товари, правильне відображення в бухгалтерському обліку товарних надбавок торговельних підприємств на товари, які оприбутковують та обліковують за продажними цінами, має важливе значення для визначення фінансових результатів діяльності підприємства та визначає актуальність даної статті.

На підприємствах роздрібною торгівлі та інших підприємствах торгівлі, що обліковують товари за продажними цінами, дохід утворюється за рахунок торгової націнки на реалізовані товари. У кінці місяця за підсумком торговельних операцій у звітному місяці ці підприємства визначають і відображують в обліку суми торгових націнок, що відносяться до реалізованих товарів.

Метою статті є розкриття теоретичних і практичних проблем бухгалтерського обліку торгової націнки на товари та можливі шляхи їх вирішення.

Планом рахунків окремий синтетичний рахунок для обліку торгової націнки на товари не передбачений, її обліковують на рахунку 28 "Товари", субрахунку 285 "Торгова націнка".

Торгову націнку і податок на додану вартість на товари слід обліковувати на субрахунку 285 "Торгова націнка". Враховуючи те, що субрахунок 285 можна використовувати в торговельних підприємствах, які здійснюють тільки один вид торгівлі, на підприємствах, що здійснюють 2 – 3 види торгівлі, товарні надбавки потрібно обліковувати за видами діяльності на окремих субрахунках [1, с. 15].

З метою спрощення синтетичного й аналітичного обліку та уникнення плутанини в бухгалтерських записах для обліку товарних надбавок доцільно виділити окремий синтетичний рахунок 29 "Торгова націнка", закріпивши за ним резервний номер другого класу рахунків "Запаси".

До синтетичного рахунку 29 "Торгова націнка" доцільно виділити субрахунки:

- 291 "Товарні надбавки на товари в оптових складах";
- 292 "Товарні надбавки на товари в роздрібній торгівлі";
- 293 "Товарні надбавки громадського харчування".

Отже, на рахунку 29 "Торгова націнка", субрахунках 291 – 293, крім торгової націнки, можна обліковувати також податок на додану вартість, що входить до продажної вартості отриманих товарів. За Інструкцією №141 до торгової націнки слід включати також суми ПДВ, що сплачені при передоплаті товарів, але ні Інструкція №141, ні Інструкція про застосування Плану рахунків №291 не встановлюють порядок окремого обліку таких сум та врахування їх при визначенні товарних надбавок на реалізовані товари [2, с. 14]. У зв'язку з цим відображення в обліку товарних надбавок, що відносяться до реалізованих товарів, суттєво ускладнилось.

Проблема бухгалтерського обліку товарів за чинним Планом рахунків бухгалтерського обліку пов'язана з обліком у складі рахунку 28 "Товари" витрат, що входять до первісної вартості товарів. Аналогічні проблеми виникли також у зв'язку з обліком на субрахунку 285 "Торгова націнка" товарних надбавок торговельних підприємств, які обліковують товари за продажними цінами. Ці проблеми можна вирішити тільки в тому разі, коли облік товарних надбавок буде виділено на окремий синтетичний рахунок "Торгова націнка" у складі рахунків класу 2 "Запаси".

У торговельних підприємствах, які обліковують товари за продажними цінами, фактичну собівартість реалізованих товарів слід визначати за нормами п. 22 П(С)БО 9 "Запаси" як різницю між продажною (роздрібною) вартістю реалізованих товарів і сумою торгової націнки, яка за розрахунком до них відноситься. Однак ані П(С)БО 9, ані Інструкція про застосування Плану рахунків не уточнюють, як практично це здійснити в синтетичному й аналітичному обліку, застосовуючи для обліку товарів продажні ціни [3, с. 17].

Відповідно до п. 22 П(С)БО 9 "Запаси" зі змінами, затвердженими наказом Міністерства фінансів України від 28.01.2000 р. №15, встановлено середній відсоток торговельної націнки для визначення суми товарних надбавок, які відносяться до реалізованих товарів.

Під час розрахунку середнього відсотка торговельних націнок, що відносяться до реалізованих за місяць товарів, із суми торговельних націнок на одержані товари мають бути вираховані суми обороту за дебетом рахунку "Торговельна націнка".

У зв'язку з викладеним вище в торговельних підприємствах, які здійснюють різні види торговельної діяльності (оптову та роздрібну торгівлю, громадське харчування), в робочих планах рахунків доцільно виділити субрахунки до рахунку 29 в класі рахунків 2 "Запаси" для обліку торговельної націнки.

Такий підхід до обліку товарів і торговельної націнки не лише дасть можливість спростити синтетичний і аналітичний облік, а й сприятиме об'єктивному відображенню в бухгалтерському обліку та звітності фактичної собівартості реалізованих товарів, залишків товарів, а також фінансових результатів торговельних підприємств і організацій.

Наук. керівн. Андрієнко В. О.

Література: 1. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу зобов'язань і господарських операцій підприємств та організацій, затв. наказом Міністерства фінансів України від 30.11.99 р. №291 // www.liga.net. 2. Інструкція з бухгалтерського обліку податку на додану вартість, затв. наказом Міністерства фінансів України від 01.07.97 р. №141, зі змінами, внесеними наказами від 10.06.2005 р. №460 і від 20.10.2005 р. №717 // www.liga.net. 3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 "Запаси", затв. наказом Міністерства фінансів України від 20.10.99 р. №246, зі змінами та доповненнями // Нормативна база. Нова редакція. – Харків: Курсор, 2008.– 292 с. 4. Павлюк І. К. Проблеми бухгалтерського обліку торгової націнки та шляхи їх вирішення // Бухгалтерський облік та аудит. – 2008. – №2.

УДК 657.37:658.14/.17

Хворостенко Е. Ю.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ЗНАЧЕНИЕ АНАЛИЗА ОТЧЕТА О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Финансовая отчетность украинских предприятий включает баланс, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств, отчет о собственном капитале и примечания к отчетам. Из числа всех форм отчетности, которые могут быть предоставлены вниманию собственников, наиболее информативными являются баланс предприятия, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств. Анализ финансового состояния предприятия основывается на анализе отчета о финансовых результатах.

Анализ финансовой отчетности дает полное представление о деятельности предприятия. Финансовая отчетность, предоставленная собственникам, является достоверной и отражает реальное состояние дел на предприятии. Она является основным источником для проведения анализа хозяйственной деятельности. В отличие от баланса, который характеризует состояние активов и пассивов на определенную дату, отчет о финансовых результатах содержит информацию о доходах, расходах, прибылях и убытках за весь отчетный период [1, с. 6].

При анализе "Отчета о финансовых результатах" определяются абсолютные отклонения по каждой статье, сравниваются значения, на конец и на начало года. При изучении структуры рассчитывают удельный вес составляющих в общей сумме. Показателями, которые требуют анализа, являются коэффициенты изменения валовых продаж и чистой прибыли.

Коэффициент изменения валовых продаж характеризует результаты деятельности предприятия с точки зрения объема, а коэффициент чистой прибыли – качества. Таким образом, увеличение первого коэффициента говорит о том, что продукции было реализовано на большую сумму, а увеличение второго – что в целом за год предприятие получило больше прибыли [2, с. 28].

При анализе данных коэффициентов необходимо учитывать влияние инфляции. Поэтому рост выручки от реализации может быть связан с повышением цен на продукцию, а не с увеличением количества проданной продукции. Одновременно полученная большая номинальная прибыль с учетом инфляции может быть меньше прибыли предыдущего года. Собственникам рекомендуется дополнительно запрашивать информацию о количественных показателях деятельности предприятия. Анализируя отчет о финансовых результатах, следует помнить, что значение чистой прибыли может быть получено не только от основной деятельности, но и от нетиповых доходов. В этом случае необходимо запрашивать пояснения к таким нетиповым доходам или операциям.

Для анализа результатов работы предприятия особо важными являются коэффициенты оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности, товарно-материальных запасов (ТМЗ) и связанные с ними показатели периода их погашения [2, с. 30].

При расчете данных показателей следует учитывать специфику деятельности каждого отдельного предприятия, условия, в которых оно работает. Так, рост периода погашения дебиторской



задолженности, с одной стороны, свидетельствует о плохой платежной дисциплине дебиторов, а с другой – рост объемов реализации обязательно влечет за собой увеличение объемов дебиторской задолженности и соответствующий рост периода ее погашения. Увеличение объемов кредиторской задолженности может говорить о хорошей деловой репутации предприятия и больших объемах товарных кредитов, но не контролируемый их рост может свидетельствовать о недостаточности средств на предприятии, что является угрозой для его финансовой устойчивости.

В целом, приемлемый рост объемов кредиторской задолженности является положительным фактором, так как предприятие получает от поставщиков товарный кредит, а рост объемов дебиторской задолженности и ТМЗ является отрицательным фактором, потому что предприятие начинает кредитовать своих поставщиков и дебиторов, то есть отвлекает свои ресурсы. На основании показателей периода погашения дебиторской и кредиторской задолженностей и ТМЗ можно рассчитать продолжительность так называемого финансового цикла предприятия и примерно рассчитать потребность в ссудных оборотных средствах [2, с. 32].

Если полученный результат будет отрицательным, то теоретически предприятие кредитует-ся за счет товарных кредитов поставщиков и не нуждается в банковских кредитах. Если же результат будет положительным, его следует умножить на среднечасовую выручку от реализации. Данный результат будет показывать расчетную потребность предприятия в банковских кредитах.

Таким образом, можно сделать вывод, что при подробном анализе показателей управления активами можно разработать меры относительно повышения эффективности работы предприятия.

Финансовая отчетность содержит информацию о финансовом состоянии предприятия; может быть предоставлена различным пользователям и опубликована, так как не содержит секретных данных.

Анализ финансовой отчетности и расчет финансовых коэффициентов позволяют оценить финансовое состояние предприятия и сделать прогноз на будущее. Стандартной системы оценки финансового состояния не существует, аналитики могут использовать различные наборы показателей. Однако есть ключевые коэффициенты, которые характеризуют ликвидность, платежеспособность, деловую активность и рентабельность предприятия.

Комплексный анализ финансовой отчетности предприятия дает возможность собственнику сделать выводы относительно эффективности текущей деятельности и перспектив дальнейшего развития.

Научн. рук. Андриенко В. А.

Литература: 1. П(с)БУ №2 "Баланс", утв. Приказом Минфина Украины от 31.03.99 г. №87 // Все про бухгалтерський облік. – 2007. – №18. 2. Костюк А. Анализ финансовой отчетности предприятия // Баланс. – 2005. – №12(554). – С. 28 – 32. 3. Закон Украины "О бухгалтерском учете и отчетности в Украине" от 16.07.99 г. №996-XIV // Бухгалтер. – 2005. – №4. 4. П(с)БУ №3 "Отчет о финансовых результатах" // Все про бухгалтерський облік. – 2007. – №18.

Мороз С. А.

УДК 657.44:336.71

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ДОХОДІВ ШЛЯХОМ УПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ У БАНКУ

В умовах посилення конкуренції і зниження процентних ставок більшість банків відчуває потребу в упровадженні управлінського обліку. Крім того, банківське законодавство забороняє комерційним банкам надавати послуги з ціни, меншої їх собівартості, унаслідок чого розробка моделі обліку доходів і витрат стає все більш актуальною проблемою для фінансових підрозділів банків.

На основі огляду наукової літератури [1 – 5] визначення поняття управлінського обліку можна тлумачити як сукупність принципів, методик і процедур збору, оброблення і формування фінансової інформації про діяльність банку за об'єктами управління та складання звітності для забезпечення внутрішнього процесу прийняття керівництвом банку управлінських рішень.

Управлінський облік у банках є предметом багатьох наукових досліджень. Ця сфера приваблює багатьох західних і вітчизняних вчених, спеціалістів, науковців, які висловлюють свої ідеї та досвід, серед яких О. В. Васюренко, В. М. Каднічанська, А. М. Карминський, Л. М. Кіндрацька, О. Н. Коренева, А. Г. Примак, Л. В. Сердюк, О. М. Сидоренко, С. Г. Фалько, Н. С. Федоренко та ін.

© Мороз С. А., 2009

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування управлінського обліку банку, а також визначення необхідності впровадження управлінського обліку доходів.

Головне призначення управлінського обліку в банку полягає в підвищенні ефективності бізнесу банку та збільшенні його акціонерної вартості [1].

Завдяки веденню управлінського обліку з'являється можливість:

отримувати достовірну інформацію про поточний стан справ, оцінювати ризики і оперативно впливати на роботу банку за допомогою перерозподілу ресурсів, установки лімітів і т. д.;

об'єктивно оцінювати результати діяльності за певний період (наприклад, за тиждень, місяць, квартал, рік) з метою коректування управлінських рішень і матеріального стимулювання працівників; виконувати короткострокове і довгострокове фінансове планування, зокрема планувати доходи і витрати, капітальні вкладення, структуру активів і пасивів і т. д. [2].

Організація управлінського обліку в банку має забезпечувати можливість збору, вимірювання, реєстрації, накопичення, обробки, узагальнення інформації, необхідної для оцінки дохідності, прибутковості та ефективності об'єктів управління [3].

Управлінський облік здійснюється за рахунками класу 8. Банки самостійно встановлюють внутрішні правила управлінського обліку. Рахунки у класі 8 кореспондують тільки між собою. Залишки за рахунками класу 8 не враховуються під час складання фінансової звітності банку.

Методологія управлінського обліку має будуватися таким чином, щоб відповідати специфіці, обсягам та стратегічним цілям діяльності банку, потребам керівництва усіх рівнів тощо. Методологія управлінського обліку має періодично переглядатись з метою забезпечення її адекватності поточним умовам та у разі необхідності змінюватись.

Одним із об'єктів управлінського обліку є доходи банку.

З метою організації управлінського обліку та формування управлінської звітності виділяються такі види діяльності банку: комерційна діяльність, торгова діяльність та діяльність з управління активами і пасивами [2].

З метою організації ефективного управлінського обліку важливо чітко визначити класифікацію доходів банку за певними ознаками.

Доходи доцільно класифікувати на:

- 1) релевантні, нерелевантні;
- 2) контрольовані, неконтрольовані;
- 3) прямі, непрямі;
- 4) умовно-постійні, умовно-змінні тощо.

Наявність та кількість класифікаційних ознак залежить від потреб управління, обсягів та специфіки діяльності банку, методик управлінського обліку та інших факторів.

Процедури управлінського обліку доходів необхідно будувати у такій послідовності:

облік процентної маржі (на основі трансфертного ціноутворення), а також облік інших прямих доходів за центрами відповідальності;

розподіл центрами прибутку доходів між окремими продуктами (групами продуктів), клієнтами (групами клієнтів). На цьому етапі визначається дохідність та ефективність кожного виду діяльності, продукту (групи продуктів), кожного клієнта (групи клієнтів) [4].

Формування інформації щодо дохідності передбачає визначення розміру доходів, зароблених відповідним об'єктом управління, а також визначення відповідного коефіцієнта дохідності.

Банк може визначити показники дохідності залежно від потреб управління та методик, які застосовуються.

Методики і процедури управлінського обліку щодо формування інформації про дохідність залежать від виду діяльності, виду центру відповідальності, виду продукту (групи продуктів) та клієнта (групи клієнтів).

До результатів управлінського обліку доходів відносяться дані про плановані і фактичні доходи і фінансові результати як в цілому по банку, так і в розрізі його підрозділів (центрів відповідальності).

Таким чином, система управлінського обліку дає можливість оцінити та проаналізувати дохідність діяльності банку залежно від виду діяльності, виду центру відповідальності, виду продукту та клієнта, а також прогнозувати розвиток банку на різних його рівнях. Важливою складовою успіху кожного банку є ефективна система управління його фінансово-господарською діяльністю, що передбачає наявність певного набору інструментів управління.

Наук. керівн. Глебова Н. В.

Література: 1. Карминский А. М. Контроллинг в бизнесе. Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях / А. М. Карминский, Н. И. Оленев, А. Г. Примаков, С. Г. Фалько. – М.: Финансы и статистика, 1998. – С. 12 – 15. 2. Кіндрацька Л. М. Фінансовий та управлінський облік у банках. Підручник. — К.: КНЕУ, 2008. — 816 с. 3. Телицька Т. О. Організація управлінського обліку результатів діяльності комерційного банку // Вісник НБУ. – 2000. – №6. – С. 8 – 10. 4. Васюренко О. В. Облік і аудит у банках: навчально-методичний посібник / О. В. Васюренко, Л. В. Сердюк, О. М. Сидоренко, З. М. Карасьова, В. М. Каднічанська, Н. С. Федоренко. – Харків: ХФ УАБС, 2002. – 524 с. 5. Постанова Правління Національного банку України про схвалення Методичних рекомендацій щодо організації процесу формування управлінської звітності в банках України від 06.09.2007 р. №324 // www.nbu.gov.ua.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКА ЧИСТОГО ПРИБУТКУ У ЗВІТІ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Проблеми визначення й розрахунку фінансових результатів та чистого прибутку підприємства і відображення цих показників у Звіті про фінансові результати набувають певної гостроти у зв'язку із практичними шляхами реалізації П(С)БО 17 "Податок на прибуток", відображення у балансі податкових різниць, а також встановлення нових підходів до формування окремих показників Звіту з метою більш достовірного розрахунку чистого прибутку підприємства.

Методологія формування фінансових результатів у Звіті про фінансові результати (ф. 2) та відображення в обліку податкових різниць із податку на прибуток потребує певного перегляду й уточнення [1].

Проблеми формування фінансових результатів в умовах глобалізації економічних процесів, концепції їх розвитку на макроекономічному рівні, визначення прибутку (збитку) підприємств-платників податку на прибуток на мікрорівні досліджували провідні вітчизняні та зарубіжні вчені, такі, як О. Бородкін, Г. Кіперман, В. Костюченко, І. Проскурін, Я. Соколов та ін. Проте практична реалізація теоретичних напрацювань щодо розрахунку фінансових результатів у бухгалтерському обліку та відображення їх у фінансовій звітності вимагає врахування концептуальних основ та вимог міжнародних і вітчизняних стандартів бухгалтерського обліку з урахуванням сучасних економічних тенденцій розвитку національної економіки [2].

Мета статті – вдосконалення методики обліку і відображення у фінансовій звітності чистого прибутку підприємства та її обґрунтування, виходячи із сучасних концепцій бухгалтерського і податкового обліку.

Сучасні концепції обліку податку на прибуток передбачають його поділ на податок, розрахований за даними облікової політики, яку визначає підприємство самостійно у межах існуючої нормативної бази щодо обліку доходів і витрат, та за даними податкової політики, яка ґрунтується на чинному податковому законодавстві, що виконує фіскальну функцію і є строго регламентованим у виконанні [3].

Крім того, бухгалтерський і податковий підходи до визначення бази оподаткування прибутку різняться за принципами формування доходів і витрат, методами оцінки основних і оборотних активів та цілою низкою інших розбіжностей, що неодноразово обговорювалося вченими і практиками на сторінках різних видань [1 – 5].

Запропоновані зміни при складанні Звіту про фінансові результати дадуть змогу більш змістовно ув'язати податкове законодавство щодо оподаткування прибутку підприємств із П(С)БО 17 "Податок на прибуток" та більш достовірно відобразити фінансовий стан підприємства на звітну дату в Балансі (ф. №1). Запровадження методики розрахунку суми чистого прибутку (чистого збитку) коригуванням фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування на суму відстроченого податку на прибуток потребує внесення змін у склад статей Звіту про фінансові результати: статтю "Податок на прибуток від звичайної діяльності" (рядок 180) слід перейменувати на "Відстрочений податок на прибуток", а статтю "Податки з надзвичайного прибутку" (рядок 210) доцільно вилучити [4].

Становлення ринкових відносин супроводжується підвищенням ролі прибутку, що викликає необхідність реформування та удосконалення обліку і економічного аналізу як інформаційної системи для управління процесами формування фінансових результатів на підприємствах.

Наук. керівн. Андрієнко В. О.

Література: 1. Ловінська Л. Облік податкових різниць у системі реєстрів журнальної форми / Л. Ловінська, О. Білоусова // Бухгалтерський облік і аудит. – 2004. – №4. – С. 7 – 25. 2. Прованчук М. Податкові розрахунки та звітність у системі фінансового обліку // Бухгалтерський облік і аудит. – 2007. – №9. – С. 26 – 32. 3. Податковий облік як основа звітності про фіскальні платежі: PRO I CONTRA // Бухгалтерський облік і аудит. – 2003. – №12. – С. 42 – 47. 4. Хомин І. І. Облікове забезпечення звітності про фінансові результати має бути методологічно обґрунтованим // Бухгалтерський облік і аудит. – 2004. – №6. – С. 9 – 15. 5. Ямборко Г. Проблеми взаємоузгодження бухгалтерського обліку і податкових розрахунків // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – №5. – С. 19 – 26.

ВИЗНАЧЕННЯ ПЛАТІЖНОСТІ БАНКНОТИ – ГОЛОВНЕ ЗАВДАННЯ КАСИРА

Касові операції в банківській установі становлять значний обсяг і характеризують одну з головних функцій банку, а касовий оборот є складовою частиною готівкового платіжного обороту.

Банківські установи здійснюють аналіз і прогнозування готівкового обігу, організовують і виконують оперативні функції з реалізації єдиної грошово-фінансової політики. Функціонування в нових умовах національної грошової системи вимагає вдосконалення організації готівкового обігу з приведенням його у відповідність до потреб ринкової економіки. Питання грошового обігу завжди залишатимуться актуальними для економіки будь-якої країни. Тому питання касового обслуговування банків на даному етапі розвитку нашої держави залишається відкритим.

У роботі касирів банків чи не найскладнішим завданням є визначення платіжності банкнот національної валюти, що надходять до кас банку. Основним нормативним документом, яким керуються касири, є "Правила визначення платіжності та обміну банкнот і монет Національного банку України", затверджені постановою Правління НБУ від 17.11.2004 р. №547 [1]. Проте нерідко виникають проблемні питання щодо правильності застосування ознак платіжності до тієї чи іншої сумнівної банкноти і подальших дій касира щодо вилучення цієї банкноти з обігу, необхідності передавання її на експертизу. Відповідно до зазначених правил [1] підробленими вважаються банкноти, які виготовлені будь-яким способом, зокрема промисловим, у супереч установленому законодавством України порядку, та імітують (фальсифікують) справжні банкноти, введені Національним банком України в обіг. До підроблених відносять також перероблені банкноти, які за своїм зовнішнім виглядом можуть бути сприйняті як справжні. Правила платіжності містять ознаки перероблених банкнот (змінені зображення, що визначають номінал, рік затвердження або виготовлення зразка, банк-емітент, інші реквізити й елементи дизайну), а також способи їх переробки (наклеюванням, малюванням, друкуванням тощо). Проте, перелік цих ознак та способів переробки є неповним, оскільки не враховує сучасні зразки підробок, які з'явилися останнім часом в обігу сусідніх країн, зокрема в Росії, що не виключає можливості появи подібних підробок і в нашій країні.

Серед проблем, що постають перед касирами у ході визначення платіжності й обміну банкнот національної валюти, найважливішою є правильність застосування критеріїв зношення та пошкодження, закріплених у Правилах платіжності. Складність розв'язання цієї проблеми пояснюється тим, що застосування критеріїв зношення банкнот є певною мірою справою суб'єктивною, адже в Правилах платіжності неможливо відобразити, передбачити, описати й узагальнити всі можливі варіанти пошкодження банкнот, з якими можуть стикнутися касири. Проте від прийнятого рішення щодо визнання банкноти платіжною або неплатіжною, придатною чи непридатною для подальшого обігу залежать подальші дії касира щодо використання такої банкноти для розрахунків, можливості її обміну, необхідності вилучення з обігу, передачі на експертизу.

Неправильні дії касирів можуть призвести до негативних наслідків і тягнути за собою матеріальну відповідальність, так само, як і неправильно прийняте рішення щодо обміну сумнівної банкноти. У цьому зв'язку надзвичайно важливим є постійне вдосконалення нормативної бази щодо визначення платіжності й обміну банкнот національної валюти, яке має відбуватися з урахуванням реалій сьогодення.

Так, необхідно внести уточнення до Правил платіжності щодо обміну значно зношених банкнот, оскільки з діючої редакції цих правил не зовсім зрозуміло, хто саме (касир банку чи експерт НБУ) має здійснювати обмін таких банкнот, у зв'язку з чим виникають помилки в роботі касирів банку і зростає ймовірність прийняття ними підроблених банкнот.



Доцільно зазначити в "Інструкції про касові операції в банках України" [2], що проведення обміну значно пошкоджених (розірваних, розрізаних) банкнот національної валюти здійснюється виключно територіальними управліннями НБУ окрім двох випадків:

якщо банкнота зберегла цілу частину площею не менш як 55% від своєї початкової площі;

якщо банкнота розірвана (розрізана) на дві частини, на яких збереглись обидва однакові номери та серія і загальна площа яких є не меншою ніж 55% від початкової площі банкноти.

Для забезпечення ефективного контролю за платіжністю і справжністю банкнот під час прийняття та оброблення готівки вкрай необхідним є технічне оснащення робочих місць касирів сучасними приладами, які дають змогу проводити дослідження банкнот.

Наук. керівн. Глебова Н. В.

Література: 1. Правила визначення платіжності та обміну банкнот і монет Національного банку України, затверджені постановою Правління НБУ від 17.11.2004 р. №547 // Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності. – 2005. – №4. – С. 9. 2. Інструкція про організацію роботи з готівкового обігу установами банків України: Затв. постановою Правління Національного банку України від 19.02.2001 р. №69 // Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності. – 2001. – №4. – С. 53 – 96. 3. Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні: Затв. постановою Правління Національного банку України від 15.12.2004 р. №637 (зі змінами від 10.08.2005 р. №277) // Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності. – 2005. – №3. – С. 12. 4. Тищенко О. Б. Професію касира опановують банкомати // Дебет – кредит. – 2003. – №15. – С. 11.

Дехтяренко Ю. О.

УДК 657.44:336.717

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ВІДОБРАЖЕННЯ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ БАНКУ

Необхідність ефективної кредитної політики держави за умов трансформаційної економіки пов'язана, перш за все, з впливом кредиту на грошову масу, а звідси і на виробництво, розподіл, обмін та споживання в суспільстві; по-друге, з механізмом забезпечення потреби в додаткових джерелах фінансування розширеного відтворення; по-третє, з можливостями впливу безпосередньо через кредитні відносини на обсяг та структуру грошової маси і, як наслідок, на забезпечення стабільності грошової одиниці. В умовах формування в Україні економічної системи на ринкових принципах, при відсутності достатнього вільного капіталу для постійного розвитку виробництва і при високому рівні ризику кредитної діяльності через нестабільність економічної і соціально-політичної обстановки, єдиним реально діючим механізмом кредитування є банківська система, що й обумовлює актуальність теми на сучасному етапі.

Метою написання статті є розгляд відображення кредитних операцій у фінансовій звітності банку, базових підходів щодо класифікації наданих кредитів у фінансовому обліку; окремих проблемних аспектів оцінки термінів надання кредитів, методики обліку спеціальних резервів за кредитними операціями та визнання облікових періодів при нарахуванні процентних доходів за наданими кредитами.

© Дехтяренко Ю. О., 2009

Банки обліковують надані кредити у фінансовому обліку за початковим періодом до дати погашення (за термінами, визначеними в кредитному договорі). Важливим аспектом ведення бухгалтерського обліку кредитних операцій банків є визначення концептуальних засад і методичних прийомів обліку операцій щодо формування й використання спеціальних резервів під кредитні ризики.

Спеціальні резерви за всіма видами активів і, зокрема, за наданими кредитами формуються і відображаються в обліковій системі банку відповідно до принципу обачності, реалізація якого дає змогу "звільнити" баланс банку від так званих неіснуючих активів [1].

Спеціальні резерви формуються за рахунок витрат банку і таким чином призводять до зменшення фінансового результату поточного періоду. Інакше кажучи, банк має змогу обліковувати свої кредитні ризики в момент їх виникнення, ще до того, як вони будуть реалізовані, що безумовно підвищує ефективність його ризик-менеджменту.

Як уже зазначалося, діюча методика обліку спеціальних резервів за наданими кредитами дає змогу реалізувати у фінансовому обліку банку базові принципи міжнародних стандартів фінансової звітності: принцип нарахування та відповідності доходів та витрат і принцип обачності. Водночас вона не запобігає повною мірою випадкам "перекредитування" (погашення строкової заборгованості за позикою шляхом надання нового кредиту пов'язаним або зацікавленим особам), а відповідно і штучному заниженню розміру сформованих резервів, що негативно впливає на достовірність облікової та звітної інформації банку [2].

Важливим аспектом побудови фінансового обліку кредитних операцій та подання інформації про доходи за ними у фінансовій звітності банку є визначення методики обліку процентних доходів за наданими кредитами. Ця методика ґрунтується на застосуванні принципу нарахування та відповідності доходів і витрат, регламентується відповідними нормативними актами НБУ і практично не відрізняється у різних установах банків. Обліковий період визначається банками самостійно і є складовою облікової політики. Як правило, такий період не перевищує одного місяця. Хоча ряд великих банків за мінімальний період щодо нарахування процентних доходів бере один банківський (операційний) день [3].

Згідно з вимогами чинних нормативних актів НБУ, зокрема Інструкції "Про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України", затвердженої постановою Правління НБУ від 07.12.2004 року №598 [4], у фінансовій звітності банків розкривається інформація стосовно їх облікової політики (принципи оцінки та методи обліку окремих статей звітності), результатів від банківських операцій, управління ризиками, зокрема кредитним і процентним, наводяться порівняльні дані за всіма статтями звітності, що свідчить загалом про дотримання вітчизняними банківськими установами концептуальних засад міжнародних стандартів фінансової звітності та міжнародних стандартів бухгалтерського обліку.

Водночас зміна підходів щодо оцінки термінів наданих кредитів у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності банку, посилення контрольних функцій служби внутрішньобанківського аудиту в процесі кредитування та оптимізація операційних і облікових процедур при відображенні в бухгалтерському обліку нарахованих доходів за кредитними операціями дасть змогу забезпечити достовірність облікової та звітної інформації про стан кредитних портфелів банків України і, як наслідок, суттєво підвищить якість проведення кредитних операцій.

Наук. керівн. Глебова Н. В.

Література: 1. Кіндрацька Л. М. Бухгалтерський облік в управлінні банком // Вісник НБУ. – 2007. – №7. – С. 25 – 28. 2. Спьяк Г. Бухгалтерський облік та фінансова звітність // Вісник НБУ. – 2008. – №5. 3. "Інструкція з бухгалтерського обліку кредитних, вкладних (депозитних) операцій та формування і використання резервів під кредитні ризики в банках України", затверджена постановою Правління НБУ від 06.07.2000 р. №279 (зі змінами і доповненнями) // Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності. – 2004. – Вип. 11. – С. 15 – 30. 4. Інструкція "Про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України", затверджена постановою правління НБУ від 07.12.2004 р. №598 (зі змінами) // Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності. – 2004. – Вип. 11. – С. 15 – 30.

Студенти 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

СТАБІЛЬНІСТЬ ДОХОДІВ В УМОВАХ КРИЗИ

В умовах ринкової економіки, важливого значення набуває стабільність доходів як гарантія ефективного функціонування держави. Тому наведена тема є актуальною.

Мета даної роботи полягає у висвітленні проблеми збалансованого формування доходів українського населення.

В економічній теорії під "доходом" розуміють грошову суму, яка регулярно і законно надходить у безпосереднє розпорядження ринкового суб'єкта [1].

За теорією Дж. Ст. Мілля дохід поділяється на три категорії: доходи від капіталу, землі та доходи від праці. Вважалось, що кожен із видів доходів є обов'язковою винагородою для одержувача за надані ним послуги у народному господарстві.

А. Сміт і Д. Рікардо відокремили поняття доходу в особливу економічну категорію, яку досліджували у тісному зв'язку з процесом накопичення капіталу і факторами зростання суспільного багатства [2].

Умовою його отримання є ефективна участь в економічному житті суспільства або як підприємця (роботодавець), або як найманого робітника. Розмір доходу – показник масштабу такої участі. Пряма залежність доходу від результатів ринкової діяльності порушується у випадку об'єктивної неможливості брати участь у ній певних категорій населення, що підтримуються урядом за допомогою грошових виплат.

Кожен громадянин на власний розсуд може розподіляти чистий власний дохід, що залишився після сплати податків, між "споживанням" (витрати на поточне споживання) та "зберіганням" (майбутній попит на товари та послуги).

Пропорція між "зберіганням" та "споживанням" доходів визначає величини сукупних витрат та сукупних зберігань у суспільстві і відображає ступінь збалансованості макроекономічних процесів.

Найбільша частина чистого власного доходу направляється на власне поточне споживання: товари короткострокового користування (продукти харчування, одяг, взуття), товари довгострокового споживання та послуги (житло, медицина, освіта, туризм).

За міжнародними розрахунками, якщо витрати сім'ї на продукти харчування досягають 50% її доходів, це свідчить про відносно низький рівень життя. Так, в США ці витрати складають 18 – 20% доходу, в Італії – 18 – 19%, Китаї – 19 – 20%, Японії – 23 – 25%. Структура споживчих витрат української сім'ї свідчить, що 64% від загальних витрат витрачається на продукти харчування та 15% – на сплату житла [2]. Динаміку доходів та витрат населення України наведено в таблиці [3].

Таблиця

Динаміка доходів та витрат населення

Роки	Од. виміру	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Витрати	млн грн	151 208	168 015	199 295	242 607	335 753	427 858	575 969
Доходи	млн грн	157 996	185 073	215 672	274 241	381 404	472 061	614 984

Згідно зі статистичними даними за 2001 – 2007 роки, доходи та витрати населення мали стабільну тенденцію до зростання. Відповідно до даних таблиці, у 2007 році ці показники збільшилися майже в чотири рази порівняно з 2001 роком.

Для наочного зображення співвідношення доходів та витрат населення наведено в рисунку.



Рис. Доходи та витрати населення

Розглядаючи рисунок, важливо зазначити, що рівень доходів постійно перевищує рівень витрат. При цьому найбільший розрив між цими показниками спостерігався в 2005 році.

Планування та регулювання доходів має враховувати принцип нерівності формування і розподілу доходів у суспільстві. Досвід інших країн свідчить, що цей принцип є відносно стабільним. Причинами нерівності утворення і розподілу доходів є: різниця у фізичних та розумових здібностях людей, у їх освіті та професійній підготовці, у складі сімей, у наявності власності [4].

Для вимірювання фактичного розподілу доходів використовують "криву Лоренца" та "коефіцієнт Джині", що показує, яка частка сукупного доходу приходить на кожну групу населення, що дозволяє судити про рівень економічної нерівності в країні. Для наочності висвітлення рівня економічної нерівності в науці існує чіткий критерій стану суспільства – децильний коефіцієнт. Для його обчислення населення ділять на 10 частин і підраховують доходи кожної. Потім беруть 2 крайні частки: 10% найбагатших і 10% найбідніших і ділять перше число на друге. Ситуація в суспільстві є нормальною, поки співвідношення доходів перебуває нижче позначки 10:1. У США вона виглядає як 6:1, в європейських країнах та Японії – як 10:1, у Китаї – 5:1, у Росії – 14:1. В Україні це співвідношення значно вище [1].

За результатами дослідження міст України з населенням понад 100 тис. мешканців, середньорічне зростання доходів на душу населення складало протягом 2004 – 2007 рр. 30,4%. Лідерами за рівнем доходів у 2007 р. були міста-мільйонники: Одеса, Київ, Харків, Дніпропетровськ та Донецьк; найбіднішими обласними центрами були Херсон та Кіровоград.

Одночасно спостерігається істотна різниця між багатими та бідними обласними центрами. Середній дохід на душу населення за період 2005 – 2007 років у найбагатших містах в 2,5 раза перевищує аналогічний показник у найбідніших обласних центрах – Херсоні та Кіровограді [3].

Висновком цієї роботи може стати таке твердження. Незважаючи на те, що протягом останніх років рівень доходів випереджав рівень витрат, за даними 3 кварталу 2008 року [4] спостерігається тенденція до зменшення показника доходів населення. Це є одним з негативних факторів розвитку кризи, що виникає спочатку у вигляді деформації структури попиту, але потім охоплює всі галузі економіки. У той же час, в основі реальних доходів переважної більшості населення є реальна заробітна плата робітників і службовців. Тому підтримання ринково ефективного рівня доходів – одне з головних завдань регулювання ринкової економіки.

Наведену проблему можна вирішити через надання підприємствам в умовах кризи державних замовлень, які мають стимулювати виробництво. Це, в свою чергу, дасть можливість роботодавцям зберігати існуючу кількість робочих місць і рівень заробітної плати, що може служити способом стабілізації рівня доходів населення в умовах світової фінансової кризи.

Наук. керівн. Єфремова Л. В.

Література: 1. Гриньова В. М. Державне регулювання економіки: Підручник / В. М. Гриньова, М. М. Новикова. – Харків: ВД "ИНЖЕК", 2007. – 736 с. 2. Дідківська Л. І. Державне регулювання економіки: Навч. посібн. / Л. І. Дідківська, Л. С. Головка. – 3-тє вид., випр. – К.: Знання-Прес, 2003. – 214 с. 3. www.ukrstat.gov.ua. 4. Хохлов Н. П. Экономическая политика: Учебн. пособ. – Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2005. – 208 с.

УДК [330.322.1:336.76](477)

Дробілко Е. К.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ІНВЕСТУВАННЯ У ЦІННІ ПАПЕРИ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ

Ринок цінних паперів є багатоаспектною соціально-економічною системою, на основі якої функціонує ринкова економіка в цілому. Він сприяє акумулюванню капіталу для інвестицій у виробничу і соціальну сфери, структурній перебудові економіки, позитивній динаміці соціальної структури суспільства, підвищенню достатку кожної людини шляхом володіння і вільного розпорядження цінними паперами.

Здійснюючи операції на ринку цінних паперів, українські банки зустрічаються з низкою проблем вдалого та ефективного інвестування. Банки мають вдало вибирати портфелі, оцінюючи ступінь ризиків, доходності, а також їхній зміст, тобто співвідношення акцій, облігацій, готівки для нових

© Дробілко Е. К., 2009



інвестицій тощо, що є одним з найголовніших аспектів процесу здійснення операцій на фондовому ринку. Саме тому проблеми інвестування у цінні папери є актуальними на сьогоднішній день для усіх суб'єктів банківської сфери.

Аналізом цих проблем займаються такі вчені, як І. Борщук, Н. Іващук, С. Пруський та ін. Але дотепер залишаються повністю не вивченими способи подолання сталої проблематики інвестування у цінні папери (ризик-менеджмент, оптимальний вибір портфеля цінних паперів, інвестиційної активності тощо). Тому метою даного дослідження є встановлення залежності між дохідністю та ризиком, оцінка впливу останніх на діяльність банків і надання рекомендацій щодо вибору інвестиційних стратегій.

Кожну операцію закупівлі цінних паперів супроводжує сподівання на прибуток і побоювання ризику. Це викликає наступну реакцію з боку банку: чим вищий ризик даної операції, тим більш впевненим повинен бути банк у перспективах отримання відносно вищого прибутку з даної операції. У цьому випадку здійснення вибору варіанта інвестиції повинне зважувати як очікуваний дохід, так і прогнозований ризик. Тому, комерційний банк має теоретично дві можливості:

при зазначеному рівні ризику знайти такий варіант, який принесе якомога вищий дохід;
при необхідному передбачуваному доході знайти такий варіант, який був би пов'язаний з найнижчим ризиком [1].

Отже, поняття "ризик" є дуже важливим при здійсненні інвестиційної діяльності. Головною проблемою, яка постає перед інвестором при інвестуванні у цінні папери, є укладення найбільш можливого прибуткового портфеля при найменш можливому рівні ризику. Існує певна залежність впливу окремих (найпоширеніших в Україні) видів цінних паперів на дохідність та ризик; вона характеризується наступним тлумаченням: найвищий рівень дохідності відповідає найвищому рівню ризиків. Так, наприклад, державні облігації мають найнижчий рівень дохідності та ризику, облігації, які забезпечені заставою, при приблизно тому ж рівні дохідності мають дещо вищий ризик; найвищі показники мають деривативи та деякі звичайні акції.

Зниження ризиків пропорційно впливає на зменшення рівня дохідності цінних паперів. Але в деяких випадках ефективно дотримання нормативів, використання внутрішніх методик та розробок може дещо змінити цю залежність. До них відносяться:

- кваліфікований і системний аналіз систематичних ризиків, передуючий інвестиціям;
- кваліфікований і системний аналіз несистематичних ризиків, передуючий інвестиціям;
- комплексний і системний підхід до заходів щодо зниження ризиків;
- обмеження максимального розміру депозитів в одному банку;
- обмеження максимального розміру засобів на придбання цінних паперів одного емітента;
- мінімізація обсягу ризикованих цінних паперів та ін.

Велике значення для процесу інвестування на фондовому ринку має управління портфелем цінних паперів. Обрана інвестиційна стратегія також важлива для подолання проблеми інвестування у цінні папери. Практика виділяє три базові стратегії формування портфеля: агресивна (aggressive portfolio), стандартна (standard portfolio) і обережна (defensive portfolio). Вибір однієї з них означає розподілення співвідношення активів у портфелі, до яких відносять акції, облігації, готівку для нових інвестицій та ін. Наприклад, "найризикованіші" акції в портфелі при агресивному portfolio мають найбільшу частку (як правило, до 45%), а при обережному portfolio – найнижчу (біля 10 – 12%) [2].

Раціональний вибір інвестиційної стратегії є одним з найголовніших факторів вибору самого портфеля цінних паперів, що, в свою чергу, має неабияке значення для удосконалення діяльності комерційних банків на фондовому ринку.

Отже, у контексті наведеного вище було встановлено, що українські банки, здійснюючи операції на ринку цінних паперів, повинні самостійно обирати пріоритети між рівнем дохідності та ризику. Діяльність на фондовому ринку повинна базуватися на зваженому виборі стратегій, варіюючи між різними складовими інвестиційних портфелів, до яких відносять акції, готівку для нових інвестицій, облігації та інші види цінних паперів. Використовуючи агресивну стратегію, слід звертати увагу на процес зниження рівня ризику. І навпаки, обираючи обережний портфель інвестор повинен використовувати всі необхідні заходи, які будуть підвищувати дохідність цінних паперів.

У міжнародній банківській діяльності частка вільних грошових ресурсів, яка спрямовується банками на придбання цінних паперів, становить від 20% до 40% (в українських банках – від 5 – 10%) [2]. Це пов'язано з нерозвиненістю вітчизняних фондових ринків. Однак тенденція у цій сфері є зростаючою, а отже, можна сподіватися на її збільшення, до того ж державні програми та створені асоціації українських комерційних банків відіграють важливу роль у цьому процесі.

Отже, у даній статті розглянуто особливості процесу інвестування у цінні папери на фондовому ринку: встановлено залежність між дохідністю та ризиком, оцінено їх вплив на діяльність комерційних банків, надано рекомендації щодо вибору інвестиційних стратегій.

Наук. керівн. Рац О. М.

Література: 1. Іващук Н. Управління портфелем цінних паперів комерційного банку // Регіональна економіка. – 2006. – №3. – С. 191 – 198. 2. Пруський С. Проблеми планування портфеля активних банківських операцій // Банківська справа. – 2002. – №2. – С. 17 – 19.

БАНКІВСЬКЕ ІНВЕСТИЦІЙНЕ КРЕДИТУВАННЯ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

Проблема розвитку довгострокового (інвестиційного) кредитування бізнесу комерційними банками у ситуації глобальної фінансово-економічної кризи набуває особливої актуальності. Постає питання вибору оптимальної структури активних операцій комерційних банків, що дозволить забезпечити прийнятну дохідність та ліквідність з одного боку, та стійкість до фінансових ризиків, що дедалі гостріше впливають на економіку в умовах кризи, з іншого.

Аналізу цієї проблеми присвячені роботи М. Бодрецького, С. Вакаріна, А. Мороза, А. Пересяди, але досі не зроблено акценту на розвиток саме інвестиційного кредитування в умовах сучасної фінансової кризи.

Метою даної роботи є визначення основних дестабілізуючих факторів, які в умовах фінансової кризи впливають на ринок банківських послуг України, а також надання рекомендацій щодо її подолання.

Виділимо деякі з таких факторів:

брак ліквідності банківської системи;

ускладнення процесу аналізу ризиків та розрахунку показників прибутковості інвестиційних проектів;

падіння цін на нерухомість як основний вид застави за інвестиційним кредитуванням;

погіршення загальноекономічних, політичних та соціальних умов господарювання [1].

Інвестиційне кредитування здійснюється на тривалі строки, і основними проблемами для банків та інших фінансових організацій є відсутність пасивів відповідної строковості, а також оцінка та управління майбутніми ризиками. Обидві ці проблеми значно погострюються із настанням фінансової кризи, адже, по-перше, ускладнюється доступ фінансових установ до міжнародних ринків капіталу через брак ліквідності у всьому світі, а по-друге, всі економічні процеси набувають сильної кореляції між собою, і послаблення однієї з ланок веде до різкого падіння продуктивності всієї системи в цілому.

Щодо коливань ринкового курсу національної валюти слід відмітити негативні наслідки таких тенденцій для інвестиційних проектів, які вже знаходяться на стадії реалізації. Адже, проаналізувавши ринок інвестиційного кредитування в Україні, можна зробити висновок, що більшість таких позик надається саме у доларах США та євро. Таким чином, якщо сам проект не направлений на експортну діяльність, і позичальник не має прибутків у іноземній валюті, ставки за кредитом для нього автоматично зростають на 40 – 80% за рахунок конвертації валют за курсом, що зріс. До наслідків такої ситуації можна віднести:

зростання неплатежів за кредитами;

погіршення показників інвестиційних проектів, що призведе до зупинки реалізації багатьох з них.

Суттєвим наслідком наступних проявів фінансово-економічної кризи стане здешевлення нерухомості в Україні, що призведе до зниження вартості застави щодо суми забезпечуваного нею кредиту. При довгостроковому інвестиційному кредитуванні це означатиме необхідність дострокового погашення кредиту позичальником або ж його реструктуризацію. При цьому очікується підвищення кількості неповернених позичок і, як наслідок, реалізація банками предметів застави. Поглиблення такої тенденції призведе до подальшого зниження ринкової вартості нерухомості і загострення кризової ситуації.

Ринок нерухомості в Україні дуже тісно пов'язаний із ринком інвестиційного кредитування – переважна більшість проектів реалізуються саме у сфері будівництва, а заставою, що забезпечує такі кредити, майже завжди виступає іпотека. Таким чином, держава повинна якнайшвидше вжити заходів для того, аби "утримати" ринок нерухомості від різких, неконтрольованих коливань.

Неабиякого значення у цьому контексті набуває система державної підтримки інвестиційної діяльності, що дозволить інвесторам (банкам) зважено оцінювати ризики у довгостроковій перспективі та стане "буфером", що дозволить нівелювати ринкові коливання.

На сучасному етапі в світовій практиці використовуються методи державної підтримки фінансового сектору, ці ж заходи постають на перший план в антикризовій програмі України [2]. Розроблення дієвих методик організації діяльності комерційних банків, що дозволятимуть їм самостійно протистояти дестабілізаційним процесам в економіці за допомогою різноманітних фінансово-економічних важелів управління, має стати першочерговим завданням учасників ринку фінансових послуг України.



Таким чином, можна сформулювати основні вимоги щодо регуляторної політики: жорсткі заходи зі стабілізації валютного курсу шляхом недопущення спекуляції на валютному ринку та всебічної підтримки підприємств-експортерів; зниження ставок рефінансування комерційних банків із зобов'язанням інших щодо здешевлення кредитних ресурсів для позичальників; недопущення припинення реалізації вже діючих інвестиційних проектів, їх підтримка через рефінансування інвестиційних програм комерційних банків; створення дієвих механізмів реструктуризації кредитних заборгованостей позичальників з метою протидії ліквідації заборгованості шляхом реалізації предмета застави.

Отже, у даній статті визначено основні фактори негативного впливу фінансової кризи на інвестиційне кредитування комерційних банків та надано рекомендації щодо нівелювання наслідків впливу кризи на інвестиційну діяльність банків шляхом проведення зваженої регуляторної політики держави.

Наук. керівн. Рац О. М.

Література: 1. Бодрецький М. Проблеми довгострокового кредитування // Банківська справа. – 2006. – №4. – С. 85 – 93. 2. Закон України "Про першочергові заходи щодо запобігання негативним наслідкам фінансової кризи та про внесення змін до деяких законодавчих актів України" від 31.10.2008 р. №639-V // <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.

Ковальова О. М.

УДК 336.774.5

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СЕК'ЮРИТИЗАЦІЇ АКТИВІВ ЯК МЕТОДУ ЗНИЖЕННЯ КРЕДИТНОГО РИЗИКУ В УКРАЇНІ

Сучасні комерційні банки потребують диверсифікації джерел фінансування, мінімізації ризиків за операціями, а також підтримки своєї ліквідності на належному рівні. Саме сек'юритизація активів може дозволити вітчизняним банкам досягти цієї мети. Тому виникає об'єктивна необхідність розглянути процес сек'юритизації та виділити перспективи використання її комерційними банками України.

Дана проблема досліджується у працях Н. Г. Волика, Л. П. Капрана, Д. Л. Лободи, Д. Раковського, К. Ф. Черкашина та ін.

Світові комерційні банки та інвестиційні компанії використовують метод зниження кредитного ризику за рахунок трансформації неліквідних активів у ліквідні цінні папери. Цей процес має назву сек'юритизація активів. За допомогою використання сек'юритизації вітчизняні комерційні банки мають змогу зменшити кредитні ризики за рахунок перекладання їх на третіх осіб, а також покращити структуру активів на мікрорівні [1].

З огляду на це, метою статті є визначення особливостей сек'юритизації активів та перспектив використання цього методу зниження кредитного ризику вітчизняними комерційними банками.

Сек'юритизація становить конверсію (перетворення боргових зобов'язань (за іпотечними кредитами, кредитними картками, споживчими кредитами) і зобов'язань банку перед вкладниками у цінні папери, що обертаються на ринку) [2].

У сучасній зарубіжній практиці існують дві принципово різні схеми сек'юритизації, застосування яких можливе в Україні. Традиційна схема пов'язана з використанням довірчого управління сек'юритизованими активами, за якого первинний власник активів відчужує на користь цільової компанії високоліквідні активи, а цільова компанія виплачує вартість відчужених активів безпосередньо у момент реального продажу [3]. Синтетична схема – у якій первинний власник активів (банк) не передає активи в цільову компанію, замість цього на неї "переводиться" ризик по вже наявних активах. Для цього укладається спеціальний договір, так званий кредитний своп. За синтетичної сек'юритизації цільова компанія випускає кредитні ноти участі. При цьому кошти від продажу кредитних нот участі використовуються для придбання високоліквідних цінних паперів, що і будуть генерувати дохід [2]. Для українських банків найефективнішим буде використання першої схеми.

© Ковальова О. М., 2009

Найбільш розповсюдженими активами, що сек'юритизуються, є іпотечні кредити. Але існує можливість використовувати також автокредити. Так обидва кредити мають довгостроковий характер (іпотечні – близько 30 років, а автокредити – 7 років). грошові надходження за цими кредитами є прогнозованими за термінами і строками. Але слід звернути увагу на розмір банківської маржі за цими кредитами. Процентна ставка за іпотечними кредитами становить 12,5%, тоді як за автокредитами – 17%. Таким чином, існує значна маржа, особливо за автокредитами [3].

Для належного розвитку сек'юритизації активів особливу увагу, на думку автора, слід приділяти іпотечним кредитам, так як вони більші за обсягами ніж автокредити. Але при використанні автокредитів банки мають можливість отримувати більший прибуток за рахунок маржі.

Отже, можна виділити деякі переваги та недоліки розвитку сек'юритизації активів в Україні [1; 2]. До переваг можна віднести такі:

- перенесення різних ризиків, пов'язаних з активами, на третіх осіб;
- поліпшення ефективності розподілу капіталу банку;
- забезпечення ефективної реструктуризації балансу й управління прибутковістю шляхом скорочення неприбуткових статей;
- віддання переваг раціональному формуванню та розподілу потоків коштів;
- залучення дешевших кредитних ресурсів з причини високої забезпеченості позики сек'юритизованими активами;
- забезпечення простоти управління різними напрямками банківської діяльності;
- надання можливості змінювати профіль роботи банку.

Разом з цим розвитку сек'юритизації в Україні перешкоджають деякі фактори, а саме: відсутність правового регулювання процесів сек'юритизації; проблематичність передачі активів на користь цільової компанії; в Україні існують значні проблеми при оподаткуванні угод передачі активів, які класифікуються як переуступка дебіторської заборгованості; потреба в достатньому обсязі однорідних активів.

Вирішення цих ключових проблем дозволить українським банкам використовувати такий ефективний метод зниження кредитного ризику, як сек'юритизація активів. Важливою основою для розвитку сек'юритизації стане прийняття концепції впровадження сек'юритизації, де чітко будуть визначені її сутність, етапи, учасники операцій, їх права та обов'язки. Також потрібно встановити оптимальний рівень оподаткування по податках на додану вартість і прибуток. Ще однією необхідною умовою для розвитку сек'юритизації є розвиток фондового ринку [1; 2].

Отже, у статті визначено особливості механізму сек'юритизації активів та перспективи впровадження цього методу мінімізації кредитного ризику вітчизняними комерційними банками.

Подальші дослідження можуть проводитися у напрямку вивчення досвіду зарубіжних країн щодо механізму сек'юритизації активів та його адаптації у вітчизняних банках.

Наук. керівн. Рац О. М.

Література: 1. Волик Н. Г. Сек'юритизація активів як метод зниження кредитного ризику / Н. Г. Волик, Л. П. Капран // Держава та регіони. – 2006. – №12. – С. 80 – 82. 2. Раковський Д. Питання сек'юритизації банківських активів в Україні // Ринок цінних паперів України. – 2006. – №9 – 10. – С. 31 – 33. 3. Лобода Д. Л. Перспективи використання сек'юритизації комерційними банками України / Д. Л. Лобода, К. Ф. Черкашина // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №2(80). – С. 200 – 208.

УДК [336.77:338.3](477)

Лисий М. В.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДЬОГО БІЗНЕСУ КОМЕРЦІЙНИМИ БАНКАМИ УКРАЇНИ

Мале підприємництво є вагомим складовою і масовою суб'єктною базою цивілізованого ринкового господарства. Воно становить невід'ємний елемент його конкурентного механізму. Водночас мале підприємництво через свої розміри є максимально гнучкою та ефективною формою господарювання. Все це свідчить про те, що малий бізнес повинен представляти чималий інтерес як

© Лисий М. В., 2009



предмет вкладання кредитних ресурсів, а також споживач різних роздрібних послуг комерційного банку. Актуальність цього питання визначається роллю малих підприємств в економіці країни та їх значенням як споживача банківських послуг.

В Україні дослідженню окремих питань діяльності банків на кредитному ринку у сфері кредитування малого та середнього бізнесу присвячено праці українських авторів: В. С. Івасіва, П. В. Матвієнка, А. М. Мороза, М. І. Савлука. Також заслуговують на увагу дослідження зарубіжних фахівців: Н. Г. Антонова, О. Й. Лаврушина, Л. П. Кроменецької.

Праці переважної більшості цих вчених присвячені дослідженню тенденцій розвитку кредитного ринку та діяльності його суб'єктів. Значно менше уваги приділяється аналізу проблем, з якими стикаються банки у процесі діяльності на ринку кредитування малого та середнього бізнесу. Аналіз кредитних операцій обмежується оцінкою дотримання нормативів.

Метою статті є виділення основних проблем банківської системи України, які перешкоджають розвитку сфери кредитування малого та середнього бізнесу, а також визначення шляхів удосконалення процесу кредитування суб'єктів малого та середнього бізнесу.

Проаналізувавши особливості кредитування малого та середнього бізнесу в Україні, можна зробити висновок, що у структурі кредитної системи країни, зокрема у регіональних масштабах, відсутні спеціалізовані установи, які обслуговують цей сектор. У вітчизняній банківській практиці відсутнє пільгове оподаткування і кредитування банків, які обслуговують підприємства малого і середнього бізнесу [1].

На думку автора, для поліпшення стану фінансового обслуговування підприємств малого та середнього бізнесу в Україні потрібно застосувати ряд заходів. Одним з таких заходів може стати залучення банками до співпраці практиків з банківського обслуговування дрібних підприємств. Також, найбільші банки країни повинні визначитись із сегментом кредитного ринку на якому вони мають можливість ефективно працювати, та відповідно до цього розробляти стратегічні плани свого функціонування та розвитку, вносити зміни у систему менеджменту банку з урахуванням особливостей функціонування та потреб клієнтів малого і середнього бізнесу.

На державному рівні слід продовжувати роботу, яка направлена на залучення до України коштів міжнародних фондів, кредитно-фінансових установ, а також забезпечення доступу до цих ресурсів якомога більшого кола банків, які відповідають критеріям прийнятності даних установ [2].

Необхідно стимулювати банки і небанківські фінансові установи (зокрема, кредитні союзи, товариства взаємного кредитування і тому подібне) до розширення мікро- та інших видів кредитування і одночасно вдосконалювати законодавче забезпечення їх діяльності; створювати сприятливі умови для громадян і суб'єктів господарювання в отриманні кредитів, зокрема за рахунок спрощення порядку їх надання, зменшення процентних ставок, збільшення термінів користування; удосконалювати механізм державної підтримки підприємств, зокрема суб'єктів малого і середнього бізнесу в отриманні кредитів і розробку національної програми мікрокредитування [3].

Доцільно сприяти збільшенню капіталізації банків, що буде сприяти розширенню спектру їх активних операцій, зокрема у сфері обслуговування клієнтів малого та середнього бізнесу. Для цього необхідно:

- формувати гібридні капітальні фонди та субординований борг для залучення коштів населення до капіталу банку;
- функції державної реєстрації банківського капіталу залишити за Національним банком України та спростити цю процедуру;
- для стимулювання реінвестування банками своїх прибутків до статутного капіталу передбачити податкові пільги;
- стимулювати розвиток фондового ринку в Україні для залучення коштів до банківського капіталу через механізм випуску акцій.

Отже, у статті виділено основні проблеми банківської системи України, які стоять на заваді успішному та динамічному розвитку сфери кредитування малого та середнього бізнесу. У роботі запропоновані шляхи вдосконалення процесу кредитування, розглянуті конкретні можливі кроки поліпшення державної підтримки банків, які спеціалізуються на кредитному обслуговуванні суб'єктів малого та середнього бізнесу.

Наук. керівн. Рац О. М.

Література: 1. Білик Т. О. Розвиток малих підприємств та оцінка їх фінансових результатів // Формування ринкових відносин в Україні. – 2004. – №5. – С. 56 – 60. 2. Галан Н. І. Державна підтримка малих та середніх підприємств в Європейському Союзі // Фінанси України. – 2006. – №5. – С. 147 – 155. 3. Гончарук А. Я. Аналіз розвитку малого і середнього підприємництва в Україні у контексті його ілєгалізації // Роль регіонів у забезпеченні стійкого розвитку національної економіки України. Науковий вісник ЧТЕІ КНТЕУ. Вип. 1. Економічні науки. – 2003. – С. 184 – 188.

СВІТОВИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ І МОЖЛИВІСТЬ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ

За роки незалежності України банківська система стала домінуючою ланкою фінансової системи. Але динамічний розвиток банківської діяльності в Україні відбувся переважно екстенсивним шляхом, тобто за рахунок збільшення кількості банків. Тепер, закономірно, розвиток повинен відбу-тись інтенсивним шляхом, тобто за рахунок підвищення якості послуг та операцій, які здійснюють банки.

На сьогоднішньому етапі одну з найважливіших ролей у стимулюванні відтворювальних процесів в економіці відіграє банківський кредит як головне джерело забезпечення грошовими ресурсами поточної господарської діяльності підприємств незалежно від форми власності та сфери господарювання. Незважаючи на те, що кризові явища в економічній системі практично підірвали фінансову стійкість більшості банків, кредитні операції залишаються головним видом активних операцій комерційних банків, у який вкладається переважна більшість залучених банками ресурсів.

Позитивні тенденції розвитку ринку кредитування значною мірою залежать від можливості адекватної оцінки кредитного ризику та формування достатнього власного капіталу для того, щоб можливі ризики не загрожували стабільності банку. Але, незважаючи на ряд проблем, які виникають на сучасному етапі розвитку банківської діяльності, тема кредитування є досить актуальною. Широкий погляд на це явище відкриває нові горизонти: кредит пронизує все суспільство і формує його соціально-економічну основу [1].

Дослідженням питань щодо ефективних способів мінімізації кредитних ризиків займалися як зарубіжні, так і вітчизняні вчені, такі, як: О. Ковальов [2], М. Кошевцова [3] та ін.

Метою даної статті є визначення способів зниження кредитних ризиків, які використовуються у зарубіжній практиці, та можливості їх застосування комерційними банками України в умовах інтеграції у світовий та європейський простір.

Нині зростає попит на кредити у різноманітних сферах діяльності. Стосовно організаційно-економічних форм і видів банківського кредиту, які використовуються в Україні, то вони в цілому відповідають тому періоду ринкової економіки, що склався, сприяють задоволенню потреб клієнтів і визначають загальну кредитну політику окремого комерційного банку, сприяють ефективній діяльності банку. Але виникнення інфляційних процесів обумовлює знецінення суми наданої позички, а погіршення фінансового стану позичальника – порушення терміну її повернення. Тому однією з найбільш важливих проблем, з якими стикається комерційний банк, є ризик непогашення позички.

Аналіз літературних джерел [1 – 3] дозволив визначити такі способи мінімізації кредитних ризиків, які використовують зарубіжні банки:

- оцінка кредитоспроможності клієнта;
- диверсифікація кредитного ризику;
- зменшення розміру кредитів одному позичальнику;
- страхування кредитів;
- залучення достатнього забезпечення;
- надання дисконтних позик;
- класифікація кредитів за групами ризику.

Майже всі перелічені способи можна застосувати українським фінансовим організаціям. Але в Україні, в даний момент, актуальною стає інтеграція великої кількості методів управління кредитними ризиками в єдину методологію контролю й обмеження ризиків на консолідованій основі щодо вітчизняних умов у відповідності зі стандартами Базельського комітету.

На сьогодні, завершивши етап свого становлення і формування, український ринок банківського кредитування вступає у нову фазу свого розвитку – фазу інтеграції у світову систему кредитування. Сучасні ринкові перетворення економіки України висувають нові вимоги до ринку кредитів. Відповідно, посилюються й проблеми, які потребують нових підходів до їх вирішення. Найбільш вагомими проблемами були й залишаються ризик та достатність капіталу для покриття цих ризиків. Провідні країни світу у вирішенні зазначених проблем керуються угодами Базель I і Базель II. Необхідність переходу на ці стандарти усвідомлюють і українські банки. Але для нашої країни потрібен перехідний період для усвідомлення та підготовки переходу національної банківської системи на Базель II [2].



Вітчизняному банківському сектору необхідно на основі світового банківського досвіду удосконалювати такі методи управління кредитними ризиками, як лімітування, резервування коштів під покриття очікуваних і непередбачених втрат, диверсифікація, страхування, хеджування та ін.

Використання досвіду іноземних банків дозволить уникнути помилок в оцінці й управлінні кредитним ризиком, створить умови для формування нових організаційних структур (кредитних бюро, рейтингових агентств), які сприяють оптимізації управління системою кредитних ризиків, але, разом з тим, дозволять одержати їм значний прибуток.

Таким чином, у статті наведено основні способи мінімізації зниження кредитних ризиків, які використовуються зарубіжними банками, визначено умови їх застосування комерційними банками України.

Наук. керівн. Рац О. М.

Література: 1. Савлук М. І. Гроші та кредит: Підручник / М. І. Савлук, А. М. Мороз, І. М. Лазепко; [За заг. ред. М. І. Савлука. – К.: КНЕУ, 2006. – 744 с. 2. Ковальов О. П. Світовий досвід управління ризиком і можливості його використання в Україні // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №3(57). – С. 11 – 18. 3. Кошечова М. Світовий досвід управління кредитними ризиками // Схід. – 2006. – №1(73). – С. 26 – 29.

Мишаста О. А.

УДК 336.717.063

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ВИДИ РИЗИКІВ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ МІЖБАНКІВСЬКИХ РОЗРАХУНКІВ

Міжбанківські розрахунки виступають одним з найважливіших елементів платіжного механізму держави, що забезпечують виконання платежів клієнтів або власних зобов'язань одного банку перед іншим у безготівковій формі. Як вид безготівкових розрахунків між банками вони можуть здійснюватися через певні платіжні системи на основі кореспондентських відносин.

Інструкцією про міжбанківські розрахунки в Україні передбачено проведення міжбанківських розрахунків через систему електронних платежів (СЕП) Національного банку України, через власну внутрішньобанківську платіжну систему (ВПС), а також через прямі кореспондентські відносини між банками [1]. Від стабільності та швидкості функціонування цих систем залежить рівень банківських платіжних послуг. Через це проблема зниження ризикованості міжбанківських розрахунків є актуальною для українських банків.

Проблеми ризикованості банківських операцій, що проводяться через платіжні системи досліджуються такими вченими-економістами, як О. І. Лаврушин [2], В. І. Міщенко [3], Ю. А. Соколов [4], В. П. Страхарчук [5] та ін. Аналіз робіт зазначених авторів дозволяє дійти висновку про відсутність обґрунтованої класифікації видів ризиків при здійсненні міжбанківських розрахунків, що суттєво знижує ефективність їх управління у ризик-менеджменті банку.

Метою даної роботи є визначення основних видів ризиків, що виникають при здійсненні міжбанківських розрахунків, та розробка їх класифікації за джерелами виникнення.

У загальному розумінні за своєю суттю ризик становить створення несприятливих умов здійснення певних операцій, що ведуть до зниження їх прибутковості або втрат [2]. Міжбанківські розрахунки є частиною фінансової сфери, тому більшість ризиків, які пов'язані з ними, є фінансовими ризиками, що підлягають безпосередньому управлінню банком. Загалом, фінансовий ризик платіжної системи, через яку проводяться міжбанківські розрахунки, є імовірністю настання непередбаченої ситуації, пов'язаної з діяльністю учасників платежів на платіжній фазі операції, що призводить до порушення грошових потоків через невизначеність щодо остаточного виконання платіжних зобов'язань [5]. Також при здійсненні міжбанківських розрахунків їх учасники можуть зазнавати і зовнішніх ризиків, що безпосередньо не залежать від дій самого банку і виникають лише за певних умов.

Суб'єктами зазначених ризиків залежно від обраної системи розрахунків (брутто чи нетто) можуть виступати як безпосередні учасники міжбанківських розрахунків – банки, так і оператори систем – опосередковані учасники системи у особі НБУ, Центральної розрахункової палати та регі-

© Мишаста О. А., 2009

ональних їх відділень. Рівень та характер ризиків при цьому залежить від розміру виконуваних у цих системах операцій з переказу коштів та виконання платежів на безготівковій основі.

Виходячи із зазначеного вище, нами пропонується класифікація ризиків, на які наражаються учасники міжбанківських розрахунків за наступними критеріями:

за джерелом виникнення:

фінансові (кредитний; ліквідності; запізнювання розрахунків; втрат на переукладання угоди; систематичний; виду операції);

нефінансові (інформаційний; операційний; правовий; політичний; людського фактора; країни; виду банку – кореспондента; зловживань) [5];

за механізмом розрахунків:

ризик, що виникає у системах чистих розрахунків (нетто), працюючих у режимі періодичного здійснення платежів (ВПС, двосторонній та багатосторонній кліринг);

ризик, що виникає у системах валових розрахунків (нетто), працюючих у режимі реального часу (СЕП НБУ).

Склад наведених груп за видами ризиків може змінюватися залежно від типу операції, загальних умов її здійснення, проте загальне поділення на певні групи залишається незмінним.

Для міжбанківських розрахунків, що здійснюються через СЕП НБУ, притаманні наступні види ризиків: інформаційний; ліквідності; кредитний; операційний; людського фактора; розрахунковий [4]. Схема відкритих коррахунків також має бути ефективною, забезпечувати якісне обслуговування клієнтів банку. При цьому виконанню операцій за коррахунками властиві основні види ризику: ризик ліквідності; ризик країни; ризик фінансової надійності банку; ризик виду операції [3].

Таким чином, для українських банків при здійсненні міжбанківських розрахунків більш характерні ризики внутрішнього середовища – фінансові, що пов'язано з відносно високою надійністю сучасної системи електронних платежів СЕП НБУ, через яку здійснюється переважна більшість міжбанківських розрахунків в Україні.

Розроблена нами класифікація ризиків при здійсненні міжбанківських розрахунків є достатньо повною і зручною як для теоретичного, так і для практичного її застосування:

по-перше, у ній ризики, характерні для міжбанківських розрахунків, розподілено за основним критерієм – джерелом виникнення, визначення якого є необхідною умовою для ефективного управління ризиком;

по-друге, вона дає змогу простежити спекулятивну природу фінансових ризиків, рівень яких безпосередньо залежить від прибутковості операцій, що здійснюються при міжбанківських розрахунках;

по-третє, така класифікація дозволяє розподілити ризики по різних системах міжбанківських розрахунків.

Наук. керівн. Рац О. М.

Література: 1. Інструкція "Про міжбанківські розрахунки в Україні" від 27.12.1999 р. №621 зі змінами від 03.12.2003 р. // <http://www.nau.kiev.ua>. 2. Лаврушин О. И. Банковские риски / О. И. Лаврушин, Н. И. Валенцова. – М.: КНОРУС, 2007. – 232 с. 3. Міщенко В. І. Банківські операції: Підручник / В. І. Міщенко, Н. Г. Слав'янська. – К.: Знання, 2006. – 728 с. 4. Соколов Ю. А. К вопросу регулирования банковской деятельности в сфере платежей и расчетов // Деньги и кредит. – 2007. – №10. – С. 7 – 12. 5. Страхарчук В. П. Ризики платіжних систем: Навч. посібн. – Львів: ЛБІ НБУ, 2003. – 124 с.

УДК 339.187.6:[336.71(477)]

Ніколаєва Ю. Ю.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ РЕГУЛЮВАННЯ ЛІЗИНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ УКРАЇНИ

Сьогодні в Україні існує велика потреба в оновленні матеріальної бази та модернізації, розширенні основних фондів українських підприємств. У зв'язку з цим набуває особливого значення пошук методів, які б сприяли цьому процесу. Одним із таких методів є лізинг. Зараз саме комерційні банки є тими господарюючими суб'єктами, обсяг кредитних ресурсів яких дозволяє здійснити успішне проведення лізингових операцій.

© Ніколаєва Ю. Ю., 2009



Аналіз робіт вітчизняних вчених, таких, як Н. Коваленко, Г. Холодного, Ю. Човника та ін., показав, що питання, пов'язані з розвитком лізингових операцій комерційних банків в Україні є актуальним та потребує подальшого вивчення.

Метою даної статті є аналіз перспектив розвитку лізингових операцій комерційних банків та надання рекомендацій з регулювання лізингових операцій в Україні.

Лізингові операції, за своєю сутністю, становлять перспективну форму кредитування, можливість інвестування коштів та збереження їх від інфляції [1].

Розвиток лізингового бізнесу в Україні потребує розроблення функціональної або внутрішньої стратегії розвитку на рівні окремих структурних одиниць лізингового бізнесу, перевага серед яких віддаватиметься лізингодавцю та лізингоотримувачу. На цьому етапі актуалізується роль комерційних банків. З цією метою в процесі банківського менеджменту поряд із організацією діяльності банку, банківським плануванням та контролем, набуває особливої актуальності функція координації кредитних та лізингових операцій банку.

Координація діяльності банку щодо лізингових операцій повинна забезпечити надійну взаємодію кредитного та лізингового управліннь банку з метою виявлення потенційних лізингоотримувачів з кола позичальників банку та навпаки, позичальників з клієнтів-лізингоотримувачів лізингового відділення банку. Таким чином це має бути проявом застосування ринкового підходу при організації та здійсненні банківського лізингу в умовах ринкових відносин.

Оцінюючи перспективи розвитку лізингових операцій комерційними банками України, необхідно відмітити, що на перших етапах розвитку цих операцій комерційні банки не мали можливості надавати весь комплекс послуг з лізингу (вивчення ринку тих чи інших засобів, що здаються в оренду, проведення технічного обслуговування і консультацій та ін.). Тому банки створюють спеціальні лізингові фірми за аналогією розвинених країн [2].

Комерційний банк як засновник компанії підтримуватиме її своїми кредитами. Володіючи всебічною інформацією про своїх клієнтів, банк може надавати фірмі інформацію про платоспроможність майбутніх лізингодержувачів, що відіграє велику роль у заключенні лізингової угоди [3].

Здійсненню ефективної діяльності комерційних банків з лізингу перешкоджає недосконалість нормативної бази. Для удосконалення нормативної бази, що регулює проведення лізингових операцій, перш за все, необхідно дати точне визначення поняттю "фінансовий лізинг", удосконалити загальне та спеціальне законодавство з питань лізингової діяльності. Це можна здійснити шляхом усунення неточностей і протиріч між нормами Цивільного та Господарського кодексів України та інших законів України, внесення змін до Закону України "Про фінансовий лізинг", що дозволить вдосконалити механізм проведення операцій фінансового лізингу, захистити права та інтереси сторін лізингової угоди, врегулювати питання переходу права власності на предмет лізингу після закінчення строку дії договору лізингу, надати більш надійний захист лізингодавцю у разі ліквідації лізингодержувача та у випадку несплати ним чергових лізингових платежів.

Удосконалення правового поля регулювання лізингових відносин дозволить суттєво розширити використання лізингу як інвестиційного механізму оновлення техніки та технології вітчизняних підприємств, сприятиме ефективному використанню цього інвестиційного механізму суб'єктами господарювання.

Реалізація запропонованих змін у законодавстві сприятиме:

здешевленню лізингових операцій для їх кінцевих користувачів – лізингодержувачів;

мінімізації ризиків учасників договорів лізингу;

збільшенню інвестиційних потоків для фінансування лізингових операцій;

розвитку стабільного, заснованого на конкурентних засадах ринку лізингу, що дозволить суттєво збільшити інвестиції [4].

У статті проведено аналіз стану лізингового бізнесу в Україні, наведено основні перспективи розвитку лізингових операцій комерційних банків. Оскільки досягнення ефективної діяльності комерційних банків з лізингу неможливе без відповідної нормативної бази, то автором статті надано рекомендації з удосконалення нормативного регулювання лізингових операцій.

Наук. керівн. Рац О. М.

Література: 1. Коваленко Н. Тенденції розвитку лізингу: світовий досвід і реалії в Україні / Н. Коваленко, Ю. Човнюк // Банківська справа. — 2001. — №1. — С. 47 – 51. 2. Коваленко Н. Тенденції розвитку лізингу: світовий досвід і реалії в Україні / Н. Коваленко, Ю. Човнюк // Банківська справа. — 2000. — №6. — С. 29 – 32. 3. Холодний Г. О. Лізинг в інвестиційному механізмі інноваційного розвитку підприємств. Наукове видання. — Харків: ХНЕУ, 2007. — 196 с. 4. Хоменко Е. И. Проблемы лизинга в деятельности банков // Экономика, финансы, право. — 2002. — №4. — С. 43 – 48.

УДОСКОНАЛЕННЯ ВАЛЮТНОГО РЕЖИМУ В УКРАЇНІ ШЛЯХОМ УСТАНОВЛЕННЯ ВІЛЬНОПЛАВАЮЧОГО ВАЛЮТНОГО КУРСУ

В умовах глобалізації, коли обмінні курси почали справляти могутній і багатосторонній вплив на стан економіки окремих держав і світового господарства в цілому, проблеми курсоутворення набувають особливого значення. Це, в свою чергу, посилює увагу щодо вибору оптимальної моделі валютного режиму.

На сьогоднішній день існує велика кількість видів режимів валютних курсів, але жоден з них не можна вважати бездоганим. Проблеми вибору валютного режиму розглядаються в працях як іноземних (Д. Айхенгрін, В. Обстфельд, Т. Франкель та ін.), так і вітчизняних фахівців (А. Валандін, Т. Вахненко, А. Голуб, Н. Горшкова, О. Петрик, А. Шаповалов та ін.), а також у потужних розробках міжнародних фінансових інститутів, особливо в рекомендаціях Міжнародного валютного фонду (МВФ). Водночас, практично всі провідні спеціалісти з питань курсоутворення визначають, що найбільш безпечним є використання режиму некерованого вільноплаваючого валютного курсу в комплексі з одночасним проведенням збалансованої бюджетної, фіскальної та інвестиційної політики.

Тому метою статті є обґрунтування найбільш стабільного валютного курсу та надання рекомендацій стосовно його впровадження в Україні.

Аналіз існуючих у світовій практиці валютних режимів є надзвичайно ускладненим з огляду на відсутність їх чіткої класифікації та відмінностей застосування. До класифікації проміжних варіантів валютних режимів, які найбільш повно відображені МВФ, відносяться такі: режим обміну без власного законного платіжного засобу, режим валютної ради, прив'язані ставки обміну з горизонтальними хвилями, повзуча прив'язка, курс у межах повзучих хвиль, кероване коливання без оголошення напряму руху курсу та ін. [1; 2].

На рішення про необхідність використання тієї чи іншої форми режиму валютної прив'язки впливають наступні фактори: низький ступінь участі в роботі міжнародних ринків капіталу; висока частка торгівлі з країною, у валюті якої здійснена прив'язка; стабілізація інфляції на основі обмінного курсу; гнучкість та стійкість здійснюваної фіскально-бюджетної політики; наявність крупних міжнародних резервів та ін.

Використання Україною регульованого плаваючого валютного курсу дало змогу залишити практично незмінним з початку 2000 р. номінальний курс гривні щодо долара США та дозволило: втримати інфляцію (обмінний курс був ціновим якорем); уникнути зовнішніх шоків; забезпечити сприятливу динаміку реального ефективного обмінного курсу; проводити активну монетарну політику.

Водночас, незважаючи на позитивні результати, отримані Україною від прив'язки гривні до долара США, варто відзначити наступні тенденції: подальша доларизації в країні; зниження темпів інтеграційного процесу України до Європейського Союзу; стрімка девальвація курсу гривня/євро, що створила значний розрив між купівельною спроможністю громадян України та мешканців Європейського Союзу [3].

Враховуючи викладене вище, для прискорення розвитку економічних процесів в Україні та якісної реалізації валютної політики Національного банку України (НБУ), зміна валютного режиму повинна відбуватись з урахуванням наступних концепцій:

1. Різка відмова від прив'язки гривні до долара США може призвести до падіння валютного курсу, і, як наслідок, ринок може втратити ліквідність без звичної державної підтримки.
2. Альтернативним важелем валютної політики НБУ могла б стати зміна прив'язки на користь пари валют ДОЛАР&ЄВРО, що дозволить зрівноважити зовнішньоторговельний оборот товарами.
3. У довгостроковій стратегії валютної політики України варто визначити параметри, за яких буде доцільно повністю відмовитись від регульованого плаваючого курсу на користь вільноплаваючого.

При переході до плаваючого режиму його введення можна розпочати шляхом поступового зменшення участі НБУ на валютному ринку, або шляхом переходу до режиму валютного коридору. В такому разі на перший план виходить інфляційне таргетування.

Для успішної реалізації політики таргетування інфляції в економіці мають сформуватися відповідні передумови: інституційна незалежність; розвинута технічна інфраструктура; економічна інфраструктура; розвинута фінансова система. З огляду на специфіку розвитку України, до цього переліку вимог слід додати наявність ефективних державних механізмів впливу на ціноутворення в сільському господарстві та на ринку нафтопродуктів [2; 3].



Отже, поєднуючи теоретичні засади запровадження політики плаваючого валютного курсу і переходу на інфляційне таргетування із практикою інших країн та особливостями розвитку економіки України, можна зробити висновок про доцільність запровадження перехідного періоду, протягом якого має бути забезпечено:

1. Підвищення ефективності операцій монетарної політики та відповідно збільшення в емісійній політиці НБУ частки операцій рефінансування і операцій із цінними паперами на відкритому ринку.

2. Поступову лібералізацію ринку капіталу, яка проводитиметься синхронно з розвитком банківської системи.

3. Підтримання на достатньому рівні валових міжнародних резервів зі збільшенням у них частки євро.

4. Утримання курсу від значних номінальних коливань у визначеному діапазоні, реформування фіскальної політики держави поглиблюватиметься.

Отже, успішна довгострокова валютно-курсова політика повинна поєднувати елементи гнучкості і контролю, а її орієнтиром має стати поетапний перехід до режиму плаваючого валютного курсу.

Таким чином, у статті було обґрунтовано застосування вільноплаваючого валютного курсу як найбільш стабільного, та надано рекомендації стосовно його впровадження в Україні.

Наук. керівн. Рац О. М.

Література: 1. Валандин А. Валютний fine tuning // Валютний спекулянт. – 2005. – №3. – С. 24 – 26. 2. Голуб А. Оптимізація моделі валютного режиму в Україні // Регіональна економіка. – 2005. – №1. – С. 143 – 147. 3. Вахненко Т. Оптимізація валютно-курсової політики в Україні // Економіка України. – 2005. – №1. – С. 28 – 35.

Половко І. С.

УДК 336.77:332.2

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ СТРАХОВОГО ЗАХИСТУ ВІД РИЗИКІВ ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ

Кредитні операції завжди супроводжуються ризиком неповернення кредитів. Саме тому з розвитком кредитних відносин в умовах ринку сформувалися різні системи запобіжних заходів повернення кредитів, у тому числі й сучасні види страхування кредитних ризиків.

Кредитні ризики та формування систем запобіжних заходів повернення кредиту досліджуються у працях В. І. Грушко, О. І. Пилипченко, А. Г. Циганова та інших авторів. Водночас, практично всі провідні спеціалісти з питань банківського кредитування визначають, що найбільш ефективним та безпечним є використання системи страхового захисту від ризиків, що виникають при наданні кредитів, зокрема іпотечних.

Тому метою статті є обґрунтування системи страхового захисту від ризиків іпотечного кредитування та визначення основних напрямків розвитку страхового ринку іпотечного кредитування України.

Страховання – це система економічних відносин, що передбачає створення різного роду спеціальних фондів грошових коштів і використання їх для повернення збитків [1].

Страховання є обов'язковою умовою при оформленні іпотеки. Позичальник зобов'язаний страхувати тільки предмет застави від пошкодження і повного знищення. Але банки-кредитори, як правило, вимагають, щоб позичальник додатково страхував своє життя і працездатність, ризик втрати права власності на житло.

Іпотечне страхування – це сукупність видів страхування, які забезпечують захист майнових інтересів учасників ринку іпотечного житлового кредитування [2].

Іпотечне страхування дозволяє розподілити ризики між страхувальником і суб'єктами іпотечного ринку та цим самим підвищити надійність системи іпотечного кредитування в цілому, зменшити розмір початкового внеску при придбанні житла в кредит, що забезпечить доступність іпотечних кредитів для широких верств населення.

Організація взаємин між кредитними і страховими компаніями в рамках іпотечного страхування сприяє інтеграції банків і страхувальників, створює нові форми взаємин між фінансовими інститутами, сприяє розвитку національного фінансового ринку.

© Половко І. С., 2009

Повноцінний страховий захист учасників іпотеки вимагає вирішення наступних завдань:
1. Включення в програму іпотечного страхування широкого спектру страхових продуктів, який забезпечує можливість їх комбінування відповідно до умов кредитування конкретного позичальника.

2. Розробка оптимального страхового покриття за договором страхування, достатнього для забезпечення захисту при виникненні найбільш вірогідного страхового випадку.

Залежно від вимог банку й фінансових можливостей позичальника страховий продукт може включати основне та додаткове страхове покриття. Основне покриття передбачає мінімальний набір ризиків, необхідність включення яких у договір страхування обумовлена високою вірогідністю їх настання і значним розміром передбачених збитків. Додаткове покриття розширює можливості страхового захисту за рахунок включення в договір ризиків, пов'язаних із специфічними особливостями конкретного об'єкта страхування [3].

З метою підвищення фінансової надійності страховиків, забезпечення рівних і справедливих умов для тих, хто працює у сфері іпотечного кредитування, пропонується визначити такі основні напрямки розвитку страхового ринку іпотечного кредитування України:

розробка й ухвалення стандартів страхування у сфері іпотечного кредитування на основі принципів і стандартів, які рекомендовані Міжнародною асоціацією спостереження за страховою діяльністю, а також законодавства ЄС у сфері страхування;

удосконалення системи оподаткування за договорами у сфері іпотечного кредитування;

підсилення системи державного регулювання ринку страхових послуг;

упровадження вимог до страховиків.

Перш за все, потребують законодавчого удосконалення правила та механізми функціонування й розвитку страхового ринку в Україні, приведення національного законодавства, що регулює відношення на ринку страхових послуг, у відповідність із стандартами Європейського Союзу, забезпечення максимального захисту страхових резервів шляхом впровадження спеціальних державних інвестиційних програм, усунення адміністративних бар'єрів для розширення числа страхових послуг, що пропонуються.

Отже, у роботі досліджено шляхи страхового захисту, які забезпечують захист майнових інтересів учасників ринку іпотечного кредитування. Автором даної статті розглянуті основні завдання іпотечного страхування. З метою підвищення фінансової надійності страховиків, були визначені основні напрямки розвитку страхового ринку іпотечного кредитування України.

Наук. керівн. Рац О. М.

Література: 1. Циганов А. Г. Управління банківськими ризиками. – К.: Лібра, 2006. – 711 с. 2. Грушко В. І. Фінансові ризики / В. І. Грушко, О. І. Пилипченко. – К.: Знання, 2006. – 264 с. 3. Павлодский Н. Н. Банковский кредит и способы его обеспечения. – М.: Знание, 2006. – 548 с.

УДК 336.71:330.322.1

Савчук О. О.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ІННОВАЦІЙНЕ ІНВЕСТУВАННЯ ЯК ОДИН ІЗ ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМІВ АКТИВІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ

Успіх та ефективність економічних перетворень залежать від інтенсивності й результативності інвестиційних процесів. Сьогодні вимагає активного втілення у життя інноваційних ідей, які б дозволили Україні швидко вийти на більш високий рівень розвитку економіки, що потребує великих капіталовкладень. На погляд автора, участь банків у фінансуванні інноваційних проєктів є одним із найбільш актуальних та перспективних напрямів їх інвестиційної діяльності.

Дослідженню даної теми присвячені роботи таких авторів, як М. І. Крупки, Т. В. Майорової, А. С. Озаренка, А. А. Пересади, Б. І. Пшика та ін.

Метою цієї роботи є визначення сутності інноваційних інвестицій, визначення специфіки процесу інвестування інновацій, а також дослідження ролі банків у цьому процесі та виділення перспективних напрямів активізації інноваційного інвестування в Україні.

© Савчук О. О., 2009



Інноваційне інвестування – це діяльність, яка здійснюється з метою впровадження досягнень НТП у виробництво і соціальну сферу і полягає у направленні інвестиційних ресурсів на втілення інноваційних проектів у життя, в результаті чого поліпшується соціальний стан та досягається необхідний економічний ефект. Фінансування інновацій як один із напрямів інвестицій дає можливість отримати настільки високий прибуток від вкладення капіталу, який зможе покрити збитки від усіх інших невдалих розробок. Основними напрямками діяльності банків на інноваційному ринку є [1]: фінансування, створення і впровадження прогресивних науково-технічних новацій; придбання авторських прав на нововведення; лізингові операції; факторингові операції; фінансування проведення досліджень; експертиза нововведень; надання послуг (інформаційних, посередницьких, розрахункових, консультативних, науково-технічних, прогнозних і т. д.); організація загального виробництва.

Головна мета здійснення венчурних інвестицій полягає у вкладенні коштів у підприємства, що активно розвиваються і тому відіграють важливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності промисловості в цілому з метою отримання прибутку від продажу їх акцій, у результаті чого банк може повернути вкладені кошти та отримати прибуток з капіталу при виході з бізнесу. На практиці часто зустрічається комбінована форма венчурного фінансування, коли частина коштів вноситься у статутний капітал, а інша частина – у вигляді інвестиційного кредиту. Головними особливостями інноваційних інвестицій є те, що вони здійснюються за рахунок спеціально сформованих фондів для фінансування проектів з високими і дуже високими ризиками, і нормою вважається списання на збитки від реалізації інноваційного проекту 50% і більше капіталу фонду [1].

Важливого значення при цьому набуває процес прогнозування майбутньої вартості проекту, адже інновації є одними з найбільш ризикованих видів інвестицій і стовідсоткова гарантія отримання позитивного результату від їх впровадження відсутня. Рішенням цієї проблеми може стати введення в органи управління підприємства представників банківської установи з метою більш повного контролю у процесі реалізації проекту. Ризики, що виникають в інноваційній діяльності, включають такі основні види ризиків: ризик неправильного вибору інноваційного проекту; ризики, пов'язані із забезпеченням прав власності на інноваційний проект; маркетингові ризики забезпечення ресурсами, необхідними для реалізації проекту; маркетингові ризики збуту результатів інноваційного проекту; ризики, пов'язані з недостатнім рівнем кадрового забезпечення [2].

Таким чином, узагальнюючи вказане вище, можна зробити висновок, що венчурне інвестування повністю підтверджує головну альтернативу інвестування "дохідність – ризик". Для його здійснення банку необхідно в достатній кількості володіти необхідними коштами, що на даному етапі розвитку банківської системи України ще є неможливим, а на тлі погіршення фінансової ситуації взагалі не варто очікувати швидкого припливу грошових коштів на банківські депозити. Проте в силу високої прибутковості таких проектів та недостатньої розробки цього ринку в Україні, вони не можуть надалі залишатися поза увагою банківської системи.

Отже, можна виділити головні чинники, які впливають на низький рівень вкладення банківських коштів у інновації:

- недостатня ресурсна база у зв'язку з різким зниженням довіри населення до банківської системи через погіршення стану фінансової системи;
- нестабільна політична, а отже, і економічна ситуація в країні;
- висока ризикованість інноваційних проектів;
- відсутність надійної підтримки впровадження інновацій з боку державних органів влади;
- відсутність висококваліфікованих досвідчених спеціалістів, які змогли б провести якісну оцінку ефективності та ризикованості реалізації проектів.

Для активізації участі банків у інноваційному інвестуванні необхідно, перш за все: удосконалити механізм державних гарантій інноваційно-інвестиційного процесу та законодавчої бази, що регулює процес інвестування;

- визначити пріоритетні напрями інноваційного розвитку економіки;
- підвищувати довіру населення до банків з метою розширення ресурсної бази через використання цінних та нецінних методів мотивації;
- залучати до співпраці спеціалістів з інвестування з метою зменшення ризику невдалих інвестицій, так як від правильності оцінки залежить отримання необхідного результату.

Таким чином, у даній роботі було визначено сутність інноваційних інвестицій та розглянуто специфіку процесу інвестування інновацій, а також досліджено роль банків у цьому процесі на сучасному етапі.

Подальшими напрямками дослідження можуть стати розробка ефективного механізму залучення банками коштів приватних інвесторів для фінансування інновацій, а також впровадження надійної системи управління ризиками, що притаманні інноваційному інвестуванню.

Наук. керівн. Рац О. М.

Література: 1. Пересада А. А. Проектне фінансування: Підручник / А. А. Пересада, Т. В. Майорова. – К.: КНЕУ, 2007. – 768 с. 2. Озаренко А. С. Риски в инновационной деятельности и методы их оценки // Экономика, финансы и право. – 2003. – №7. – С. 54 – 55.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Аналіз і узагальнення світового досвіду ефективного використання управлінських механізмів конкурентоспроможності свідчать про існування кореляційного зв'язку між результатами управління і рівнем його інформаційного забезпечення. Тому розкриття принципу формування цього взаємозв'язку є актуальним науковим і практичним завданням у синтезі систем управління міжнародною конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств.

Згідно із сучасними уявленнями інформаційний ресурс є самостійним фактором, дія якого спроможна породжувати особливий "інформаційний код" конкурентоспроможності.

Перспективи прориву українських підприємств до світового рівня конкурентоспроможності значною мірою визначаються подоланням "інформаційного бар'єру" та розвитком інформаційного забезпечення систем управління їх міжнародної конкурентоспроможності.

Розглянемо більш детально структурно-методологічні аспекти інформаційного синтезу системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.

З позицій системного підходу весь обсяг інформації, що використовується в організаційних системах управління, може бути поділено на внутрішню (безпосереднього управління) та зовнішню (розвитку системи) інформацію. При цьому структура внутрішньої інформації є майже стандартною та включає чотири головних елементи:

- 1) базова фінансово-економічна інформація;
- 2) інформація щодо ефективності внутрішніх бізнес-процесів;
- 3) інформація щодо структури факторіальних джерел ефективності;
- 4) інформація про розподіл ресурсів підприємства.

Елементи підсистеми внутрішньої інформації визначають умови поточного (безпосереднього) управління і з огляду на це роль внутрішньої інформації в системі управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства може бути визначено як тактичну. Джерелами формування внутрішньої інформації є затверджені форми фінансової і статистичної звітності підприємства, які доповнюють матеріали оперативного та управлінського обліку [1, с. 254 – 255].

Головні труднощі інформаційного синтезу системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства пов'язані зі систематизацією зовнішньої інформації.

Структуризація зовнішньої інформації здійснюється за функціональним змістом і відокремленням у блоки:

- 1) регулятивно-правова інформація;
- 2) нормативно-довідкова інформація;
- 3) науково-аналітична інформація;
- 4) методико-практична інформація.

Перший блок зовнішньої інформації у певному сенсі формує інформаційну модель "Підприємство – Зовнішній ринок" і містить інформацію щодо правил, принципів та угод, технічних норм та стандартів, класифікаторів, які регулюють міжнародний обмін товарами, послугами в конкретних сегментах світового ринку, наслідки порушення правил та угод для країни та підприємств.

У другому блоці накопичується інформація, що відображає модель "Підприємство – Зовнішньоторговельний режим України" і містить інформацію з правових, валютно-фінансових, економічних, організаційних питань регулювання експорту та імпорту України, включаючи повне відображення Митного кодексу України.

Третій блок відображає модель "Підприємство – Наука" і містить довідкову та науково-аналітичну інформацію щодо стану та тенденцій розвитку релевантних зовнішніх ринків, об'єктом інтересів яких є підприємства-експортери України. Інформація цього блоку має науково-аналітичний характер та використовується вищим управлінським персоналом при прийнятті стратегічних рішень.

У четвертому блоці накопичується інформація зі світового та вітчизняного досвіду управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства і містить алгоритм і моделі вирішення конкретних управлінських ситуацій.

Стратегічна роль зовнішньої інформації в системах управління конкурентоспроможністю підприємств вимагає ідентифікації джерел її формування. Першочерговим завданням у цьому напрямі стає подолання дефіциту зовнішньоекономічної інформації, який існує сьогодні не тільки на рівні підприємств, а й управлінь і відділів міністерств, функції яких пов'язані зі зовнішньоекономічними зв'язками України [2, с. 352 – 353].



На сьогоднішній день Україна займає одне з останніх місць у Європі з приводу впровадження інформаційно-комунікаційних технологій. Разом з цим, за експертними оцінками, вступ України в ЄС неможливий без повного включення вітчизняних інформаційних мереж у європейські системи [3, с. 65].

Формування і використання інформаційного простору в Україні ускладнюється обмеженістю доступу до Інтернет-ресурсів і недостатністю опублікованої аналітичної інформації. Щоправда, останнім часом зроблені деякі кроки до створення інформаційного простору українського бізнесу: вже існує база даних про його структуру, напрями, з'явилися також спеціальні публікації, де можна знайти ринкові описи, статистичні дані, поточні ділові відомості [4, с. 26].

Аналіз світового досвіду свідчить про важливу роль, яку відіграє ринок інформаційних послуг у зарубіжних країнах. Так, на Заході існує велика кількість рейтингових агентств, які здійснюють порівняльний аналіз фінансово-економічних звітів підприємств та надають комплексні послуги зі збирання, аналізу, оброблення інформації про кон'юнктуру ринку та стан його продуцентів.

Висока питома вага зовнішньоекономічних операцій у ВВП України ставить на порядок денний питання створення в країні спеціалізованого науково-дослідницького центру – Інституту кон'юнктурних досліджень – аналогічно до подібних структур, які в зарубіжних країнах здійснюють інформаційно-аналітичну підтримку міжнародної економічної діяльності фірм та корпорацій.

Таким чином, потенційно Україна має всі передумови для того, щоб стати передовою, економічно незалежною державою, упроваджуючи прогресивні методи інформаційного забезпечення своєї діяльності, формуючи нові можливості управління конкурентоспроможністю підприємства, крок за кроком включаючись у глобальний економічний простір.

Наук. керівн. Піддубний І. О.

Література: 1. Піддубна Л. І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: Монографія. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2007. – 368 с. 2. Пономаренко В. С. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Підручник / В. С. Пономаренко, Л. І. Піддубна. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2008. – 328 с. 3. Гарачук Ю. О. Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю // Актуальні проблеми економіки – 2008. – №2 (80). – С. 60 – 64. 4. Благодир М. Успеть в мировую сеть // Эксперт. – 2005. – №37 (40). – С. 24 – 27.

Кулинча А. С.

УДК 338.51:339.56

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ЦІЛІ ЦІНОУТВОРЕННЯ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ

Політика ціноутворення має бути пов'язаною із загальними цілями фірми і відображати їх. Саме цінова політика виробників та експортерів товару, що залежать від цілей фірми, є обґрунтованим вибором ціни. Загальна мета кожної фірми – одержання найбільшого прибутку [1].

Актуальність статті полягає в тому, що саме цінова політика дає можливість експортерам досягти своїх цілей на зовнішніх ринках, ефективно протидіяти конкурентам, підвищити конкурентоспроможність продукції.

Проблеми формування цінової політики розглядалися у працях вітчизняних та зарубіжних вчених: А. П. Панкрухіна [2], Т. В. Семенової [1] та ін.

Ціноутворення — це процес встановлення цін на товари та послуги, що пропонуються на ринку. Характерні дві основні системи ціноутворення: ринкове і централізоване державне ціноутворення (формування цін державними органами).

Цінова політика підприємства в умовах ринкової економіки надто тісно пов'язана з його цілями у сфері комерційної діяльності. Підприємства різних галузей можуть мати різні цілі і відповідно впроваджувати різну цінову політику. Чим краще компанія орієнтується в своїх цілях, тим простіше їй встановити ціну на товар.

Найбільш частіше зустрічаються такі цілі ціноутворення.

Вживання — у випадку, коли фірма працює з переважанням, в умовах інтенсивної конкуренції, різкого спаду платоспроможного попиту. Ціни знижуються: в даному випадку не до великого прибутку, пережити витрати. Це завдання лише на недалеке майбутнє, воно не може бути довготерміновим. Але в кризовій ситуації дана стратегія дозволяє залишитися на ринку, зберегти кадровий, виробничий та збутовий потенціал.

© Кулинча А. С., 2009

Максимізація поточного прибутку — політика швидкого одержання найбільш можливого прибутку, готівки, найбільш швидкого обороту капіталу. При цьому фірма, перебільшуючи ціну продажу, концентрує увагу на поточній ситуації, як правило, не на користь довготерміновим перспективам, не звертаючи уваги на конкурентів і навіть на юридичних осіб. Така політика на практиці в більшості випадків виявляється недоречною, оскільки компанія задовольняється поточними фінансовими показниками, не думаючи про довготермінові досягнення і про майбутнє.

Максимізація поточних доходів основана на максимізації доходу від продаж в умовах, коли встановити з точністю витрати (включаючи непрямі) виявляється неможливо. Більшість керівників фірм впевнені, що така стратегія дозволяє забезпечити довготермінову максимізацію прибутку і збільшення ринкової частки.

Максимізація зростання продажів – стратегія, що допускає найнижчі з можливих ціни в розрахунку на те, що завоювання найбільшої ринкової частки призведе в кінцевому результаті до отримання великого прибутку. Ця так звана проникаюча ринкова ціна допустима, якщо: ринок надто відчутний до цінових змін, так що їх зниження забезпечує зростання ринкової частки; витрати на виробництво та розподіл (збут) продукції можуть суттєво знизитися із вдосконаленням навиків у праці з даним товаром; низькі ціни здатні позбавити від сучасних та можливих конкурентів.

Різновидом цієї мети є досягнення визначеної частки ринку. Наприклад, компанія намагається збільшити свою ринкову частку з 10% до 15% в рік. У зв'язку з цим вона намагається встановити таку ціну та проводити таку маркетингову програму, щоб досягти поставленої мети.

"Знімання вершків", максимальне ковзання по сегментах ринку – стратегія, основана на швидкому оновленні продукції, на зміні сегментів ринків. На новий продукт встановлюється максимально можлива ціна; після цього, як продажі знизяться, встановлюється нова ціна – для наступного (за рівнем доходів) сегменту ринку і т. д. Така стратегія приміняється, якщо: значна кількість покупців створює терміновий попит на товар; витрати на виробництво товару малими партіями не настільки високі, щоб знищити всі його переваги, досягнуті в результаті високої ринкової мобільності; висока ціна не приверне увагу інших конкурентів; висока ціна підтримує думку про те, що даний продукт найвищої якості.

Класичним прикладом даного підходу до ціноутворення є електронна промисловість упродовж 70 – 80 рр., коли всі новинки спочатку пропонувалися за винятково високими цінами. У США перші зразки мікрокалькуляторів продавалися за ціною \$200 та вище, а сьогодні їх можна придбати за \$5. Лідерство за якістю товару – компанія здатна витримати високі ціни на свої товари, що обумовлені вищим рівнем якості і значними витратами на розробку питань якості. Скажімо, фірма "Катерпілар" пропонує будівельні машини вищої якості та відмінне сервісне обслуговування. Вона в змозі собі дозволити досягнення мети лідерства в якості, при більш високих цінах, ніж у її конкурентів [2].

Компанії також можуть використовувати ціну для досягнення більш специфічних цілей, наприклад: низькі ціни встановлюються для захисту від проникнення на ринок конкурентів, ціни аналогічні цінам конкурентів для стабілізації ринку.

Ціна може встановлюватися з метою збереження заохочення покупців до появи нового товару, підтримки торгових посередників чи навіть для захисту від втручання держави. Для популяризації товару чи привернення більшої кількості споживачів у магазини роздрібною торгівлі ціни можуть бути тимчасово зниженими. Ціни на одні види товарів можуть встановлюватися таким чином, щоб сприяти збуту інших товарів асортиментної групи. Отже, ціни можуть відігравати вирішальну роль у досягненні поставлених цілей на всіх рівнях товарної політики компанії. Проте вказані цілі цінової політики співвідносяться між собою, далеко не завжди співпадаючи. На різних етапах фірма приділяє пріоритетну увагу різним цілям.

У галузях, які виробляють промислові товари, більше значення приділяється одержанню прибутку на інвестований капітал. При виробництві унікальних товарів і товарів на замовлення найважливішою метою може бути збереження кадрового потенціалу і завантаження унікального устаткування. При цьому ціни не будуть постійними, встановленими раз і назавжди. При зміні обставин (витрат, умов ринку) керівництво може переглянути пріоритетність цілей, що призведе до зміни цінової політики. У будь-якому випадку цінову політику слід розглядати як засіб для здійснення програми маркетингу, яка, в свою чергу, підпорядкована цілям глобальної політики фірми. Цілі, поставлені вищим керівництвом, визначають також можливу політику у сфері цін для кожного конкретного товару [3].

Проте, на жаль, до цих пір фірми допускають багато помилок у цінових стратегіях. Основні з них – надлишкова орієнтація цін на собівартість; запізнювання (чи тимчасове попередження) в орієнтації цін на ринкові зміни; недостатнє урахування реальної ситуації на ринку; відсутність варіацій ціни залежно від різних складових частин, характеристик товару і сегментів ринку.

Серед головних проблем ціноутворення виділяються наступні: вибір способу ціноутворення, адаптація ціни до змін обставин та можливостей; сприймання зміни цін споживачами та еластичність попиту; цінова політика в умовах конкурентної боротьби [2].

Наук. керівн. Піддубний І. О.

Література: 1. Семенова Т. В. Міжнародна політика ціноутворення: Навч. посібн. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Донецьк: ДонГАУ, 2007. – 237 с. 2. Панкрухин А. П. Маркетинг. – М.: Інститут міжнародного права і економіки ім. А. С. Грибодова, 1999. – 398 с. 3. Промисловий маркетинг. Теорія та господарські ситуації / Під ред. Л. А. Старостіної. – К.: "Іван Федоров", 1997. – 400 с.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

НАДАННЯ ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНИХ ПОСЛУГ ЯК ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ОСНОВНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

В умовах постійно зростаючої конкурентної боротьби на світових товарних ринках підприємства вже не можуть задовольнятися використанням традиційних конкурентних переваг для забезпечення свого подальшого функціонування в економічному середовищі. Поряд з такими першорядними чинниками, як ціна та якість продукції на вибір покупця все більший вплив справляють інші характеристики виробника, однією з яких є можливість надання ним додаткових сервісних послуг.

Зростання ролі технологічних перетворень у формуванні порівняльних переваг суб'єктів світового ринку – одна з головних особливостей сучасної міжнародної конкуренції [1, с. 33]. Одним із видів науково-технічної продукції, який значною мірою впливає на міжнародну торгівлю товарами і є додатковим засобом підвищення їх конкурентоспроможності, просування на закордонний ринок, є інженерно-технічні послуги. Стрімке зростання міжнародних операцій з надання таких послуг дозволило виокремити їх у самостійний різновид міжнародних комерційних операцій, що призвело до утворення та розвитку міжнародного ринку інжинірингових послуг [2, с. 82].

Дослідженням цього явища займалися такі українські та закордонні вчені, як Т. К. Студенікова, В. В. Козик, Я. С. Карп'як, А. Г. Медведєв, А. О. Босак, О. Ю. Григор'єв, Р. Б. Ноздрєва та ін. У наукових публікаціях досить повно висвітлено сутність та сучасний стан ринку науково-технічних послуг, проте недостатньо розробленими залишаються питання використання даного виду діяльності виробничими підприємствами як маркетингового інструменту в позиціонуванні своєї продукції на зовнішніх ринках.

Актуальність теми полягає в тому, що посилення технологічної конкуренції вимагає від підприємств адекватної реакції та фокусування зусиль на формуванні саме цього типу конкурентних переваг. Дієвим засобом для досягнення цієї мети може стати надання інжинірингових послуг як доповнення до зусиль з реалізації своєї продукції.

У процесі вивчення явища інжинірингу як самостійного виду зовнішньоекономічної діяльності сформувалося декілька підходів до його визначення:

1. Інжиніринг становить інженерно-консультаційні послуги зі створення підприємств та об'єктів [1, с. 226].

2. Інжиніринг – це виконання комплексу операцій з надання послуг виробничого характеру, що надається спеціалізованими інженерно-консультаційними, промисловими, будівничими та іншими компаніями [3, с. 25].

3. Інжиніринг є певною формою експорту послуг (передачі знань, технологій та досвіду) з країни виробника до країни замовника, що охоплює комплекс робіт з проведення попередніх досліджень, підготовки техніко-економічного обґрунтування, комплексу проектних документів, а також розробки рекомендацій з організації виробництва та управління, експлуатації обладнання та реалізації готової продукції [4, с. 7].

4. Інжиніринг – це один з видів зовнішньоекономічної діяльності, який передбачає надання на підставі контракту на інжинірингові послуги однією стороною, яка іменується консультантом, іншої стороні, яка іменується замовником, комплексу або окремих видів послуг виробничого, комерційного та науково-технічного характеру [5, с. 50].

Виходячи зі специфіки інжинірингових послуг, та беручи до уваги наведені вище визначення, можна узагальнити формулювання сутності даного поняття.

Інжиніринг – це вид зовнішньоекономічної діяльності з надання на комерційній основі комплексу або окремих видів послуг проектно-дослідницького, консультаційно-інформаційного, науково-дослідницького та дослідно-конструкторського характеру.

Відповідно до послуг, що надаються, інжиніринг можна розділити на 4 окремих види, які можуть надаватися усі разом у випадку спорудження нового промислового підприємства або об'єкта. Схематично цей взаємозв'язок можна зобразити наступним чином (рисунок).



Рис. Види інжинірингу

Інжинірингові послуги надаються у вигляді технічної документації, результатів досліджень, вихідних даних для будівництва, економічних розрахунків, кошторисів, рекомендацій тощо [5, с. 51]. У міжнародній практиці надання інжинірингових послуг нерідко супроводжується передачею замовнику прав на використання запатентованих технічних рішень, технологічних процесів та "ноу-хау". Це приводить до змішування понять "інжинірингові послуги" та "обмін технологіями". Проте, інжиніринг принципово відрізняється від торгівлі науково-технічними знаннями. Основна принципова відмінність полягає в тому, що об'єктом купівлі-продажу при реалізації ліцензій є певні знання, а при реалізації інжинірингу – послуги з використання знань [4, с. 36]. Ці послуги є відтворюваними, тому мають значний потенціал довготривалого пропонування.

Розвиток інжинірингу та виділення його у самостійний різновид міжнародних комерційних операцій стали відображенням науково-технічного прогресу, в усіх галузях промисловості, та, насамперед, приладо- та машинобудування. Наслідками цього стали:

суттєві зміни в структурі міжнародної торгівлі в бік збільшення торгівлі складними видами обладнання, що вимагають спеціальних знань для вирішення технологічних та організаційних проблем;

високий попит на технічні послуги з боку країн, що ступили на шлях самостійного економічного розвитку та не мають необхідного досвіду та спеціалістів для такої розбудови. Вони вимушені залучати іноземні фірми до розвідування та розробки своїх природних ресурсів, розвитку паливно-енергетичної бази, створення ряду галузей важкої промисловості та ін.

Важливу роль у становленні ринку інжинірингових послуг відіграє прагнення до зовнішньоекономічної експансії найбільших ТНК, що використовують надання технічних послуг як один із засобів проникнення до економіки інших країн. Практика доводить, що виконання експортного контракту на інжиніринг зазвичай веде за собою подальшу поставку машин та обладнання, вартість яких у 10 – 20 разів перевищує відповідний показник технічних послуг, що спричинили це замовлення. Наприклад, чверть усього експорту машин та обладнання Франції є наслідком попереднього інжинірингу, виконаного відповідним французькими компаніями.

У міжнародній практиці виділилося дві категорії фірм, що виконують роботи типу інжиніринг: спеціалізовані фірми, для яких надання інженерно-технічних послуг є основною сферою діяльності, та виробничі фірми, які поєднують надання інженерних послуг із виробничою діяльністю. Для компаній-виробників обладнання виконання робіт типу інжиніринг є засобом збільшення продажів основної продукції. Зазвичай ідеться про проектування великих установок, обладнання для яких виробляється тією ж фірмою [2, с. 97].

Таким чином, компанії-виробники обладнання, здійснюючи інжинірингові послуги, отримують ряд переваг у маркетинговому аспекті. В даному контексті особливого значення набуває розширене тлумачення концепції комплексу маркетингу, де до традиційних 4 "P" – Продукт (Product), Ціна (Price), Місце (Place) та Просування (Promotion) – додано ще й такі елементи, як Люди (People), Опис характеристик процесів та технологій (Processes) та Цілісна програма роботи з клієнтом у рамках індивідуального маркетингу (Provision of customer care and customer services), що були запропоновані спеціалістами, які розробляють теорію та практику сучасного "маркетингу відносин".

Елемент Люди виділився у зв'язку зі зростанням значення додаткових послуг, що надаються поряд з фізичним товаром, і відображає зростаюче значення людського фактора при реалізації тактики маркетингу. Працівники компанії, що мають відповідні знання та навички можуть справити значний вплив на формування позитивного іміджу компанії при наданні ними додаткових інжинірингових послуг.

Виділення в окремий елемент маркетинг-міксу Опису характеристик процесів та технологій ще раз підтверджує значущість науково-технологічного фактора при формуванні конкурентних переваг підприємства.

Цілісна програма роботи з клієнтом у рамках індивідуального маркетингу передбачає посилений акцент на надання перед- та післяпродажного консультування та обслуговування клієнта, який формує підґрунтя до довготривалих відносин з клієнтом за рахунок його лояльності та прихильності саме до цієї компанії або торгової марки.

Розглядаючи взаємодію цих елементів у рамках надання інжинірингових послуг виробничими фірмами, можна зробити висновок, що Просування продукції здійснюється за рахунок Людей, Процесів та Обслуговування клієнтів.



Отже, якщо конкретизувати переваги, які надає виконання інжинірингових робіт компанією виробником, то серед найбільш значущих можна виділити наступні.

По-перше, розробка інжинірингового проекту співробітниками фірми-виробника надає можливість спроектувати об'єкт з урахуванням технічних характеристик саме своєї продукції, що значно звужує коло можливих постачальників альтернативної продукції.

Звідси логічно витікає наступна перевага, а саме – імовірність повторних продажів обладнання при здійсненні часткової модернізації технологічних ліній, а також перспектива продажів запасних частин та вузлів протягом процесу експлуатації та сервісного обслуговування.

По-третє, інжиніринг надає виробникові значно ширші можливості впровадження та представлення нововведень, аніж засоби звичайної реклами.

Працівники компанії, причетні до її інжинірингової діяльності можуть в рамках персонального спілкування здійснювати так звану індивідуальну рекламу з урахуванням потреб конкретного замовника. Таким чином, час, необхідний на прийняття товару ринком, мінімізується, що надає компанії-продуценту порівняно з її конкурентами часовий лаг, протягом якого вона може зайняти лідерські позиції в цьому сегменті ринку.

Просування товару за допомогою інжинірингу здійснюється за рахунок внутрішніх резервів підприємства (таких, як заробітна платня інженерно-технічних працівників) і часто є додатково оплачуваною послугою, а отже, дозволяє досягти значної економії коштів порівняно з традиційними засобами просування, такими, як реклама.

З позицій замовника, варіант, коли інжинірингові послуги надаються безпосередньо виробником обладнання, що буде використовуватися в об'єкті, є значно зручнішим, ніж залучення окремих фірм. Створення об'єкта в комплексі одним контрагентом дозволяє зекономити час, мінімізувати транзакційні витрати та спростити процес рекламацій у випадку несприятливого перебігу подій. Тому інжиніринг для виробника є зручним засобом завоювання лояльності клієнтів та побудови довгострокових взаємовигідних відносин.

Таким чином, у результаті розгляду інжинірингу як самостійного виду міжнародних комерційних операцій та як допоміжного засобу в просуванні продукції на зовнішні ринки можна зробити наступні висновки:

у результаті поширення науково-технічного прогресу надання інженерно-технічних послуг виділилося в окремий вид зовнішньоекономічної діяльності;

поняття інжиніринг охоплює широкий спектр проектно-дослідницького, консультативно-інформаційного, науково-дослідницького та дослідно-конструкторського характеру, що можуть надаватися як спеціалізованими фірмами, так і виробниками обладнання, що мають відповідні кадри;

надання інжинірингових послуг фірмами-виробниками розширює їх можливості в просуванні на зовнішні ринки продукції, яку вони виробляють. Це відбувається за рахунок встановлення відносин довгострокового співробітництва з замовниками, можливості проектувати об'єкти за параметрами свого обладнання, зниження коштів на просування продукції, швидкого представлення нововведень на ринку і набуття через це конкурентних переваг.

Отже, наведені результати дослідження мають особливе практичне значення для компаній, що орієнтуються у своїй виробничій діяльності на товари промислового спрямування і мають намір виходити на зовнішні ринки, або вже займаються зовнішньоекономічною діяльністю, але шукають шляхи підвищення ефективності збуту своєї продукції.

Оскільки в сучасних умовах досягнення науково-технічного прогресу відіграють дедалі більшу роль в усіх сферах суспільного життя, їх вплив необхідно враховувати при здійсненні економічної діяльності. Особливо це стосується суб'єктів, що оперують на зовнішніх ринках і ще сильніше відчувають на собі вплив глобальної конкуренції. Тому подальші наукові розробки можливостей застосування інтелектуального ресурсу для формування ключових компетенцій підприємства в конкурентному середовищі є необхідними як в теоретичному аспекті, так і для практичного застосування.

Наук. керієн. Стахорська С. І.

Література: 1. Піддубний І. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / І. О. Піддубний, А. І. Піддубна; [За ред. проф. І. О. Піддубного. – 2-е вид., стереотип. – Харків: ВД "ИНЖЕК", 2006. – 270 с. 2. Герчикова И. Н. Международное коммерческое дело. – М.: ЮНИТИ, 1996. – 224 с. 3. Студенникова Т. Н. Особенности международных инжиниринговых услуг // Баланс. – 2008. – №66. – С. 25 – 26. 4. Ноздрева Р. Б. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью: 17-модульная программа для менеджеров "Управление развитием организации". Модуль 10 / Р. Б. Ноздрева, Б. И. Синецкий, В. В. Кормышев, С. П. Мясоедов, Т. Н. Полякова. – М.: "ИНФРА-М", 1999. – 432 с. 5. Медведев А. Г. Международная передача технологии: Учеб.-метод. пособие по дисц. внешнеэкон. специализации. В 2-х ч. – СПб.: Изд. СПбИЭИ, 1992. – 39 с. 6. Козик В. В. Зовнішньоекономічні операції і контракти / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Карп'як, О. Ю. Григор'єв, А. О. Босак. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Важным фактором коммерческого успеха любого предприятия на международном рынке является его конкурентоспособность. С развитием рыночного механизма проблема оценки международной конкурентоспособности отечественных предприятий приобрела важное значение.

Высокий уровень конкурентоспособности предприятий Украины на мировом рынке является залогом успешной интеграции в мировое пространство, поэтому актуальность данной темы на сегодняшний день увеличивается.

Проблемой оценки конкурентоспособности предприятий занимались много отечественных и зарубежных ученых, среди которых: Г. Азоев, В. Савчук, А. Воронкова, И. А. Поддубный, Ю. Б. Иванов, А. Юданов, П. Самуельсон, А. Томпсон, Р. Фатхутдинов и др.

Цель данной статьи – выявить достоинства и недостатки известных методов оценки международной конкурентоспособности предприятия.

Среди значительного количества методов определения и оценки уровня конкурентоспособности предприятия можно выделить следующие [1 – 4]:

- рейтинговые методы оценки международной конкурентоспособности предприятия;
- метод, основанный на расчете рыночной доли;
- графический метод;
- метод, основанный на сравнении с эталоном;
- метод, использующий в качестве основного подхода оценку товара/услуги предприятия.

Рейтинговые методы оценки международной конкурентоспособности предприятия предполагают формирование системы показателей конкурентоспособности, их стандартизацию, то есть приведение по сравнительной шкале и определения веса отдельных показателей, после чего рассчитывается интегральный показатель конкурентоспособности предприятия и происходит ранжирование по уровню рейтинга [1].

Преимущество данного метода заключается в том, что он позволяет рассчитать интегральный показатель и определить место предприятия на определенном внешнем рынке. Но с другой стороны формирование набора показателей и определения их значимости полностью зависит от субъекта, который осуществляет оценку данного показателя, что значительно снижает объективность полученных результатов.

Метод оценки конкурентоспособности предприятия на основе расчета рыночной доли основывается на представлении, в соответствии с которым между долей и рентабельностью существует очень сильная корреляционная связь. В соответствии с этим подходом рыночная доля предприятия на мировом рынке – это удельный вес его бизнес-операций в общем объеме операций на данном рынке. Данная оценка предполагает выделение определенных стандартных положений и отнесение предприятия в группу аутсайдеров, середняков, лидеров [1].

Основное преимущество использования этого метода заключается в том, что существует возможность построения конкурентной карты рынка и определения конкурентной позиции предприятия, что в конечном итоге дает возможность сделать обобщающий вывод о значимости субъекта на международном рынке. Основным недостатком является то, что на основании полученных результатов невозможно определить основные причины изменения конкурентоспособности, и следовательно невозможно определить факторы и разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия на мировом рынке. Другим недостатком можно считать то, что данный метод оценивает конкурентоспособность с точки зрения использования единичного, количественного показателя, который в полной мере объективно не отражает все процессы, которые происходят как внутри, так и за пределами предприятия. Кроме этого для расчета данного показателя необходимо наличие достоверной информации об общем объеме операций в определенной сфере, которые осуществляются на международном рынке, доступ к которой является достаточно сложной и дорогостоящей процедурой.

Графический метод оценки международной конкурентоспособности предприятия основывается на построении и сравнении "многоугольников конкурентоспособности" предприятия и его конкурентов. "Многоугольник" представляет собой графическое отражение факторной модели конкурентоспособности в виде векторов-осей, которые отражают основные направления анализа. Для измерения факторов конкурентоспособности используют экспертный подход [2].

Использование этого метода позволяет обеспечить высокую репрезентативность оценки сильных и слабых сторон предприятия по сравнению с конкурентами и определить его относительное положение на международном рынке, а также оценить реальные возможности в конкурентной борьбе и разработать меры, за счёт которых предприятие могло бы повысить конкурентоспособность и



обеспечить свой успех. Однако недостатком данного метода является то, что конкурентоспособность оценивается с помощью экспертного подхода, что снижает объективность полученных результатов.

Эталонный анализ, как метод оценки международной конкурентоспособности предприятия, основывается на сравнении значений показателей состояния международной конкурентоспособности с определенным ориентиром (эталоном, стандартом), значение которого может быть как максимальным, так и критически допустимым [3].

С помощью данного метода можно сравнить основные показатели деятельности предприятия с эталоном и определить те показатели, которые отклонены от определенного стандарта. На основе полученных результатов можно определить основные преимущества и недостатки деятельности предприятия на внешнем рынке. Основным недостатком является сложность в определении значения стандарта, что негативным образом влияет на обоснованность использования данного метода.

Метод, использующий в качестве основного подхода оценку товара/услуги предприятия, базируется на рассуждении о том, что конкурентоспособность предприятия тем выше, чем выше конкурентоспособность его продукции. В качестве показателя, оценивающего конкурентоспособность товара/услуги используют соотношение двух характеристик: цены и качества. Наиболее конкурентоспособен товар, имеющий оптимальное соотношение этих характеристик [4].

Преимуществом данного метода является то, что он учитывает наиболее важный критерий, влияющий на конкурентоспособность предприятия – конкурентоспособность товара. Но основным его недостатком заключается в том, что он позволяет получить весьма ограниченное представление о преимуществах и недостатках в работе предприятия, так как конкурентоспособность предприятия принимает вид конкурентоспособности товара и не затрагивает другие аспекты.

Таким образом, в данной статье были проанализированы основные методы оценки международной конкурентоспособности предприятия. В зависимости от представленных достоинств и недостатков указанных методов, а также от необходимости оценки тех или иных аспектов деятельности предприятия, производится выбор приемлемого метода оценки конкурентоспособности предприятия на международном рынке.

Среди перечисленных методов оценки международной конкурентоспособности предприятий, по мнению автора, наиболее эффективным является рейтинговый метод, поскольку он предполагает расчет комплексного интегрального показателя, что дает возможность оценить его позицию на мировом рынке относительно конкурентов. В то же время, определение рейтинга не может быть единственным методом оценки конкурентоспособности предприятия на международном рынке, так как для получения более полной картины в ряде случаев возникает необходимость использования и других рассмотренных выше методов оценки международной конкурентоспособности предприятия.

Научн. рук. Юлєгана І. В.

Литература: 1. Поддубная Л. И. Конкурентоспособность экономических систем: теория, механизм регулирования и управления: Монография. – Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2007. – 368 с. 2. Пономаренко В. С. Управление международной конкурентоспособностью предприятия: Учебник / В. С. Пономаренко, Л. И. Поддубная. – Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2008. – 328 с. 3. Поддубный И. А. Управление международной конкурентоспособностью предприятия: Научн. пособ. / И. А. Поддубный, А. И. Поддубная; [Под ред. проф. И. А. Поддубного. – 2-е изд., стереотип. – Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2006. – 270 с. 4. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия: Монография. – Харьков: Изд. ХНЭУ, 2004. – С. 117 – 130.

Карнаушенко А. Ю.

УДК 339.56:341.76

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

УПРАВЛІННЯ ПЕРЕГОВОРНИМ ПРОЦЕСОМ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У процесі управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства виникають проблеми, пов'язані з підготовкою і укладанням експортно-імпортних контрактів, вирішенням спорів. Цій діяльності завжди передують переговори, процес, який є однією з найбільш складних форм взаємодії у зовнішньоекономічній діяльності (ЗЕД). Він становить процес напруженого пошуку

© Карнаушенко А. Ю., 2009

спільного вирішення проблемної ситуації, тому потребує значної уваги керівництва, котре зазвичай і проводить важливі для фірми переговори, адже від результатів переговорного процесу можуть залежати подальші відносини з контрагентом. Тож уміння професійно провести переговори значно підвищує шанси досягнення як поточних, так і стратегічних цілей ЗЕД підприємства [1; 2].

Тактичні та стратегічні особливості проведення переговорного процесу у ЗЕД підприємства розглядали у своїх працях А. Кредісов, О. Кириченко, О. Гребельник, В. Козик та ін.

Метою даної статті є розкриття особливостей і стратегій управління переговорним процесом у експортно-імпорتنій діяльності підприємства.

У сфері зовнішньоекономічної діяльності однією з особливостей переговорного процесу є те, що він не завжди пов'язаний з вирішенням конфліктів, він може стосуватись уточнення тлумачення нечітких місць у контракті, проведення спільної економічної політики на ринку, обговорення умов діяльності в економічному просторі. Таким чином, переговори – нормальний процес взаємодії з метою прояснення ситуації, обміну думками, досягнення домовленостей щодо спільної роботи. Переговорний процес передбачає попередню підготовку, розробку плану дій та складається з певних етапів. Зазвичай, передбачається поступове проходження таких основних етапів [3]:

визначення економічних інтересів сторін-партнерів, відділення їх від сукупності інших факторів: політичних, культурних, національно-етнічних;

уточнення точок зору, позиції учасників, прояснення "бізнес-планів" у широкому значенні цього слова;

обговорення пропозицій, обмін аргументацією та висновками експертів, обґрунтування форм і методів економічної діяльності;

формування довіри до сторони, до майбутньої угоди, виконувати яку слід обом сторонам;

зближення позицій, узгодження планів і програм діяльності, остаточне рішення і розробка загального підсумкового документа.

Серед основних способів ведення переговорів можна назвати листування, особисті зустрічі, переговори за допомогою технічних засобів (телефон, Інтернет, факс). Зазвичай технічні засоби для ведення переговорного процесу застосовуються рідко: якщо країни контрагентів розташовані далеко одна від одної; підприємства добре знають одне одного і підтримують довгострокові контакти; коли основні умови угоди є типовими і заздалегідь відомі обом сторонам; при необхідності повторити замовлення за раніше укладеним контрактом. Прикладом переговорів шляхом листування є оферта – письмова заява продавця про бажання укласти договір купівлі-продажу. Велика кількість контрактів укладається завдяки особистим зустрічам, тому практика ведення таких переговорів зазвичай вимагає особливу увагу [2; 4; 5].

При підготовці до проведення переговорів бажано визначити предмет переговорів, визначити склад делегації та завдання кожного її члена, виробити стратегію і тактику ведення переговорів, послідовність викладання питань. Можна виділити наступні стратегії ведення переговорного процесу: жорсткі переговори, м'яка стратегія, стратегія помірної жорсткості, справедлива стратегія. Жорсткі переговори передбачають натиск стосовно прийняття пропозицій і можуть застосовуватись, коли одна сторона відчуває перевагу, наприклад, імпортер при перевищенні пропозиції над попитом. М'яка стратегія передбачає поступки з боку кожної сторони. Її зазвичай використовують коли обидві сторони мають рівні позиції і взаємно зацікавлені в досягненні угоди. Стратегія помірної жорсткості передбачає серединну стратегію між жорсткою та м'якою і орієнтована, з одного боку, на змушення іншої сторони піти на поступки, але досягти при цьому домовленостей. При цьому, йдучи на поступки потрібно добиватись зустрічних поступок. При використанні справедливої стратегії сторони висувають допустимі пропозиції, але при цьому важко визначити, яке саме рішення буде справедливим, іноді жорсткі пропозиції призводять до вигідного кінцевого результату. Слід враховувати й те, що у переговорному процесі кожна сторона, з одного боку, прагне одержати максимальний прибуток, а з іншого – досягнути угоди [1; 5].

У зовнішньоекономічній діяльності, особливо при прийнятті важливих рішень, часто застосовується спосіб ведення переговорів за допомогою особистих зустрічей. У такому разі переговори починаються, як правило, із знайомства, представлення сторін одна одній, обміну візитками, проспектами своїх фірм. Далі настає невеличка вступна частина – обмін привітаннями, репліками загального змісту. Вступна частина необхідна для зняття психологічних бар'єрів, створення обстановки, яка налаштовує учасників на дружній лад, адже переговори у царині економічних відносин не обов'язково пов'язані з конфліктами. У цей період сторони пильно придивляються одна до одної, вивчають зовнішню поведінку, яка певним чином є відбитком внутрішнього настрою: спокою чи тривоги, впевненості чи невпевненості у своїх силах, оптимізму чи песимізму, загального психологічного стану тощо. У вступній частині сторони роблять перші висновки щодо майбутнього перебігу переговорів, виходячи із загального стану партнера. Ефективному веденню переговорів сприяє розробка кожною стороною найкращої альтернативи обговорюваної угоди. В основній частині переговорного процесу сторони переходять до взаємного уточнення позицій, точок зору, відбувається обмін усною та письмовою інформацією. Головною метою кожної із сторін є пробудження інтересу та підтримання його на рівні, який дозволяє вести переговори до завершального етапу. Для цього, крім загальних прийомів, таких, як поступки і тиск, використовуються суто економічні: демонстрація переваг співробітництва саме з цим партнером, показ зразків нової продукції, посилення на успішність попереднього досвіду, перспективи економічного зростання тощо. Ефективним способом визнається надання партнерам у користування зразків продукції. Цілком можливою ситуацією, коли партнер буде висувати щирі побоювання чи заперечення щодо можливості співпраці, у цьому випадку слід підсилити аргументацію на свою користь, а також знайти нові докази [3].



Переговори у сфері зовнішньоекономічної діяльності проводяться з урахуванням того, що сторони на переговорах не обов'язково постають у постконфліктному або передконфліктному стані, переговори потрібні для прояснення позицій кожної із сторін, для розробки домовленості щодо спільної економічної діяльності. У випадку особистої зустрічі, за формою проведення переговори з зовнішньоекономічних питань часто нагадують ділову бесіду з елементами суперечки. Треба зазначити, що для успішного проведення переговорного процесу важливо створити необхідний психологічний клімат, правильно вибрати тактику ведення переговорів. Також, в управлінні переговорним процесом слід додержуватись загальних норм протокольної практики, норм, звичаїв та умовностей, котрі є загальноприйнятими у міжнародному діловому спілкуванні, обов'язково дотримуватись поваги та шанобливості до всього, що представляє та символізує державу і культуру іншої сторони, незалежно від її місця і значущості у міжнародному співтоваристві.

Наук. керієн. Базалієва Л. В.

Література: 1. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібн. / О. П. Гребельник, О. О. Романовський. – К.: Деміур, 2003. – 296 с. 2. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібн. / За заг. ред. А. І. Кредісова. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: ВІРА-Р, 2002. – 552 с. 3. Цюрупа М. В. Основи конфліктології та теорії переговорів // <http://www.dere.com.ua/> 4. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посібн. – К.: Знання, 2006. – 462 с. 5. Козик В. В. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посібн. / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Карп'як, О. Ю. Григорев, А. О. Босак. – 2-е вид., перероб. і доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с. 6. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібн. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2002. – 384 с.

В'юнiк М. В.

УДК 339.564(477)

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ДЕРЖАВНІ ЗАХОДИ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТУ В УКРАЇНІ

Ринок зовнішньої торгівлі, зокрема нарощування експорту, збільшення або принаймні збереження його питомої ваги у світовій торгівлі є надзвичайно важливим чинником функціонування національної економіки будь-якої держави. Стратегічне значення зовнішньої торгівлі для України зумовлюється тим, що модернізація економіки, залучення масштабних іноземних інвестицій, новітніх технологій можливі лише за умови формування в країні стійкої, відкритої до зовнішнього світу господарської системи, органічного включення України в систему глобального розподілу праці. Відкритість господарської системи країни до зовнішнього світу у вигляді зовнішньої торгівлі, як і всі інші сфери діяльності, регулюються державою.

Метою статті є розгляд питання державного регулювання експорту в Україні та державних заходів його стимулювання. Питанням регулювання та стимулювання експорту у сфері ЗЕД в Україні присвячено досить багато досліджень. Так, основні інструменти державного регулювання ЗЕД детально проаналізовані О. Вишняковим [1], А. Мазаракі [2], Ж. Стеценко [3], Л. Пісьмаченко [4], заходи відносно стимулювання експорту розглянуті у роботах А. Вернера [5], І. Михасюка [6], О. Гаврилюка [7].

Домінуючою складовою ЗЕД України є зовнішня торгівля. Держава регулює зовнішню торгівлю за допомогою митних тарифів, ліцензування, квотування товарів, введення спеціальних режимів в експортуванні і т. п. Уряд може здійснювати пряме або непряме субсидіювання експорту. З 90-х років в Україні відбувається різке скорочення застосовування адміністративних методів регулювання зовнішньої торгівлі. Взятий курс лібералізації ЗЕД відповідає тенденціям світової співпраці, і він повинен проводитися у країні з урахуванням звуження російського ринку для більшості раніше експортованої продукції, що веде до зупинки і банкрутства значної кількості передових підприємств обробної промисловості. Необхідне або тимчасове збереження старих, або введення нових відповідних заходів щодо захисту українських товаровиробників.

Стимулюючий вплив на український експорт справляють наступні ендогенні та екзогенні фактори: низька конкурентоспроможність вітчизняної промислової продукції; важкий фінансовий стан більшості підприємств обробної промисловості і конверсійних виробництв, що робить практично неможливим здійснення за рахунок внутрішніх ресурсів інвестування перспективних, орієнтованих на експорт проєктів;

© В'юнiк М. В., 2009

недостатній розвиток вітчизняних систем сертифікації та контролю якості експортних товарів на фоні підвищення вимог до споживчих та екологічних характеристик, а також до безпеки продукції, яка реалізується на ринках промислово розвинутих країн;
випереджаюче, порівняно з продукцією обробної промисловості та агропромислового комплексу, зростання цін на товари та послуги природних монополій;
нестача спеціальних знань та досвіду в сфері експорту у більшості українських підприємств, слабка координованість їх діяльності на зовнішніх ринках;
збереження елементів дискримінації українських експортерів за кордоном, застосування методів обмежувальної ділової практики, зокрема картельних угод для витіснення чи недопущення України на перспективні, ємні ринки;

низький світовий рейтинг надійності України для кредитів та інвестицій, що ускладнює використання іноземних фінансових ресурсів для розвитку експортного потенціалу країни;
невідповідність окремих норм українського законодавства прийнятим у міжнародній практиці принципам встановлення відповідальності постачальника за недоброякісну продукцію [3].

Державна підтримка експортоорієнтованих виробництв в Україні пов'язана з причинами загальноекономічного й зовнішньоторговельного характеру. Виділимо основні з них.

По-перше, сучасний науково-технічний прогрес дозволяє різко збільшити обсяг промислового й сільськогосподарського виробництва, можливості транспорту, зв'язку й відповідно вигоди від зовнішньоторговельних операцій. Це враховують уряди закордонних країн. У результаті одним із ключових напрямків національної торговельної політики стає стимулювання експорту.

По-друге, швидке зростання експорту, підвищуючи його роль у національній економіці, сприяє загальногосподарському розвитку. Майже у всіх країнах відзначається збільшення частки експорту у національному ВВП і в щорічному його прирості.

По-третє, у міжнародний товарообіг у післявоєнний період все більше втягується продукція обробної промисловості, у тому числі капіталомістка і технічно складна; порівняно швидко розширюється міжнародне виробниче кооперування.

Усе це вимагає від постачальників мобілізації великих фінансових коштів і відволікання їх на тривалий строк, а також надання експортерам при поставці такої продукції й налагодженні підприємствами довгострокового співробітництва з партнерами інших країн багатьох організаційних і технічних послуг. Найбільш ефективну необхідну допомогу учасникам зовнішньоекономічної діяльності в змозі зробити лише держава, що треба принципово усвідомити в українській дійсності.

По-четверте, наслідком зростання пропозиції товарів і послуг є загострення конкуренції на світовому ринку. Воно вимагає не тільки додаткових зусиль від безпосередніх товаровиробників і постачальників, але й розширення сприяння їм з боку урядів в особливо вигідній для держави експортній діяльності.

Нарешті, експорт пов'язаний з додатковими витратами постачальника (на пошук контрагента, оформлення контракту, доставку й страхівку товару, сплату мит і внутрішніх податків за кордоном та ін.) порівняно зі збутом продукції на внутрішньому ринку.

Найважливішими партнерами України за експортом є Німеччина, Італія, Білорусія; за імпортом – Німеччина, Білорусія, Росія, США. Від початку 90-х рр. Уряд України практично відмовився від пріоритетної підтримки найбільш розвинутих галузей промисловості. Найбільш розвинуті галузі, як правило, були пов'язані з оборонно-промисловим комплексом: авіабудування, ракетобудування, суднобудування, виробництво простого озброєння, атомна енергетика, окремі підгалузі хімії та нафтохімії, а також певні види машинобудування і деякі інші. Але без підтримки урядових структур підприємства вказаних галузей важко знаходять можливості для реалізації своєї продукції на зовнішньому ринку, а на внутрішньому попит на їхню продукцію слабкий. Декларуючи програму конверсії підприємств, уряд не може забезпечити великим оборонним заводам ні кредитні ресурси, ні збут їхньої продукції у випадку вдалої конверсійної реструктуризації. В Україні з малою користю для держави використовуються сучасні форми міжнародної співпраці (лізинг, франчайзинг та ін.). Уряд України повинний мати довгострокові цілі ЗЕД і більш чітко вимагати від реалізації заходів відносно стимулювання експорту [1]. Сучасна державна підтримка експортерів здійснюється у наступних двох основних формах:

фінансова, що здешевлює товари, які вивозяться за кордон і що робить їх більш конкурентоспроможними в ціновому відношенні;

адміністративно-організаційна, що передбачає надання допомоги експортерам безпосередньо службовцями державного апарату, у тому числі його керівниками аж до глав держав і урядів; а також шляхом створення певних районів із преференційними умовами діяльності з метою вдосконалення структури експорту.

У найближчі роки необхідно здійснити реалізацію фінансового сприяння експорту за наступними напрямками:

надання Урядом України через Мінфін гарантійних зобов'язань з залучених банками кредитних ресурсів задля забезпечення обіговими коштами виробництв, що зорієнтовані на експорт;

надання державних гарантій та зобов'язань і страхування експортних кредитів від комерційних і політичних ризиків для забезпечення захисту експортерів;

посилення контролю над закупівлею обладнання для розвитку експортного виробництва і введення жорстких вимог з підприємств за ефективність використання отриманого обладнання;

кредитування виробництва експортної продукції з тривалим циклом виробництва, включаючи закупівлю не вироблюваної в Росії сировини, матеріалів та комплектуючих виробів;

надання державних гарантій банкам, що фінансують експортні поставки на основі комерційного кредитування, на термін тільки на півроку;



забезпечення державних гарантій за кредитами на участь у міжнародних торгах;
страхування операцій з освоєння зовнішніх ринків [5];
надання права підприємствам-виробникам використовувати певну частку валютної виручки на просування експорту;
визначення механізмів, які дадуть змогу підприємствам списати безнадійні борги, що не можуть бути сплачені іноземними партнерами;
спрощення чи навіть скасування експортних квот на певні види товарів [3].
Одним з основних напрямків у ЗЕД України повинно стати збереження, а в перспективі і розширення збуту своєї продукції у країнах ближнього зарубіжжя.
Таким чином, роль держави відіграє найважливішу роль у стимулюванні експортної діяльності вітчизняних виробників і полягає у запровадженні досконалих корегувальних важелів економічного механізму зовнішньої торгівлі, який дозволить систематично долати і нівелювати неузгодженості у зовнішньоекономічній діяльності суб'єктів господарювання.

Наук. керівн. Стахорська С. І.

Література: 1. Вишняков А. К. Регулирование внешнеэкономической деятельности в Украине. – Харьков: ООО "Одиссей", 2005. – 256 с. 2. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні / За ред. А. А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2003. – 272 с. 3. Стеценко Ж. В. Державне регулювання експорту в Україні та його значення при вступі в ЄС // Державне управління. – 2007. – №6. – С. 62 – 64. 4. Письмаченко Л. М. Історія розвитку державного регулювання ЗЕД в Україні // Державне управління. – 2007. – №10. – С. 80 – 82. 5. Вернер А. Д. Государственные меры стимулирования экспорта в Украине // Бизнес. – 2003. – №34. – С. 16. 6. Державне регулювання економіки / За ред. проф. І. Р. Михасюка. – Львів: Українські технології, 1999. – 640 с. 7. Гаврилюк О. Взаємозв'язок структурних та експортних пріоритетів в економіці України // Економічний часопис. – 2006. – №2. – С. 42 – 44.

Міхайлова А. І.

УДК 339.187.6 (477)

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

МІЖНАРОДНИЙ ЛІЗИНГ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

З розвитком ринкових відносин у країнах з перехідною економікою зростає значення лізингу для суб'єктів господарювання як нового перспективного методу інвестування. Феномен лізингу полягає в тому, що вже на початку 80-х років він розглядався не просто як довгострокова оренда, а як нова, нетрадиційна, специфічна, додаткова система перспективного фінансування, у якій задіяні орендні відносини, елементи кредитного фінансування під заставу, розрахунки за борговими зобов'язаннями та інші фінансові механізми [1, с. 4 – 6]. Більш коротко лізинг можна визначити як "користування засобами виробництва замість придбання їх у власність". Практично ідея лізингу зводиться до наступного: щоб дістати прибуток, зовсім не обов'язково мати устаткування у власності, досить лише мати право його використовувати і отримувати дохід [2, с. 5].

Актуальність розвитку лізингової діяльності в умовах ринкової трансформації економіки України полягає, насамперед, у необхідності технічного переоснащення та оновлення основних фондів існуючих підприємств, запровадження нових результатів у межах НДДКР у процесі виробництва, а також у потребі розширення матеріально-технічної бази малих та середніх підприємств у рамках програм розвитку малого та середнього бізнесу.

На сучасному етапі розвитку лізингових відносин проблеми організації та регулювання лізингу привертають увагу багатьох фахівців, про що свідчить значна кількість наукових публікацій, присвячених цій темі [3]. Проте деякі аспекти названого питання ще залишаються малодослідженими, зокрема проблема міжнародного лізингу. Для України міжнародний лізинг важливий як один з інвестиційних каналів, засіб придбання й збуту продукції, за допомогою якого Україна могла б налагодити виробництво якісних конкурентоспроможних не тільки на внутрішньому ринку товарів. Завдяки цьому наша країна змогла б зайняти належне місце у міжнародному поділі праці, встановити партнерські відносини з іншими країнами [4, с. 409].

Використання міжнародного лізингу як методу залучення інвестицій в економіку України є особливо корисним у сучасних умовах дефіциту капітальних вкладень за рахунок власних коштів

© Міхайлова А. І., 2009

підприємств, відсутності необхідної державної підтримки, недостатнього обсягу прямих іноземних інвестицій, обмеженого доступу до довгострокових кредитних ресурсів. Світова практика свідчить, що ці проблеми притаманні більшою чи меншою мірою й іншим країнам в умовах переходу до ринкової економіки. Таким чином, лізинг може стати дієвим чинником стимулювання притоку інвестицій в основний капітал та економічного зростання цих країн у цілому [5, с. 136].

Серед вітчизняних дослідників проблем лізингу в умовах перехідної економіки слід назвати Н. Внукову, А. Загороднього, О. Луб'яницького, Л. Мельника, В. Міщенко, А. Мокія, В. Пинзеника, Н. Слав'янську, Ю. Сосюрка, В. Трача, Т. Унковську, А. Фукса, Г. Холодного, Г. Черевка, Н. Шульгу та ін. У дослідження лізингового механізму інвестування вагомий внесок зробили такі автори, як П. Андерсон, П. Біагі, Р. Вансіл, Н. Васільєв, В. Газман, Дж. Галлардо, Г. Галпер, Г. Гендерсон, І. Герчикова, М. Гордон, В. Горемікін, Е. Кабатова, Д. Лоуренс, Д. Майєс, Дж. Мартін, Р. Олсен, А. Офер, Л. Прилуцький, Е. Тодер, А. Форд, Л. Шал та ін. [6].

Проте, на думку автора, в опублікованих працях українських та зарубіжних вчених не знайшли достатньо повного висвітлення явища і проблеми, пов'язані із теоретичним обґрунтуванням міжнародного лізингу як інструменту активізації інвестиційного процесу в умовах ринкової трансформації економіки. Оскільки дослідники концентрують увагу на обґрунтуванні доцільності застосування лізингу на рівні підприємства, малодослідженою залишається проблема виявлення впливу лізингових операцій на макроекономічне становище країни. Актуальність дослідження цієї проблеми пов'язана з потребою обґрунтування доцільності запровадження заходів щодо подальшого розвитку лізингу в Україні [2, с. 85 – 89].

Поряд з цим у світовій практиці нагромаджений досвід оцінки ефективності лізингових проєктів та оптимізації вирішення дилеми вибору варіантів фінансування. Це зумовлює необхідність узагальнення подібного досвіду, його творчого застосування для оцінки привабливості міжнародного лізингу в Україні з урахуванням специфічних особливостей розвитку національної економіки. Не менш важливим для успішного розвитку лізингових відносин, у тому числі міжнародних, є виявлення тенденцій розвитку лізингового бізнесу і прогнозування місткості потенційного лізингового ринку в нашій країні. Сьогодні гостро постають питання вдосконалення організаційної, фінансово-економічної, інституційної, методичної та регуляторної систем лізингу в Україні [2, с. 90 – 95]. Необхідність поглиблених досліджень у зазначених сферах зумовлюється незначними обсягами лізингових операцій, збільшенням фізичного та морального зносу матеріально-технічної бази, незадовільними показниками оновлення основних фондів вітчизняних суб'єктів господарювання.

В основі сучасного трактування лізингу, в тому числі міжнародного, лежить розмежування понять власник і користувач. У лізингу реалізується комплекс майнових відносин шляхом купівлі засобів виробництва та їх подальшої передачі у тимчасове користування за відповідну платню. Лізингові відносини одночасно включають в себе важливі елементи кредитних операцій, інвестиційної, орендної та торгової діяльності, які тісно поєднуються і взаємопроникають один в одного, утворюючи нову організаційно-правову форму бізнесу [1, с. 7 – 10].

Міжнародний лізинг можна вважати формою експорту-імпорту капіталів, оскільки причини міграції капіталів є мотивами для експортних та імпортних лізингових операцій. Вони також виступають додатковим важливим джерелом збуту продукції, особливо дорогого високотехнологічного обладнання. Крім того, міжнародний лізинг можна розглядати як екологічно зорієнтований і інноваційний інструмент в умовах обмежених фінансових ресурсів, оскільки підприємства-лізингодержувачі, використовуючи новітні екологічно безпечні технології, мають можливість економити на видатках, пов'язаних із забрудненням довкілля [3].

Світова практика виробила численні види лізингових операцій. Одним з таких варіантів, який широко використовується в міжнародному бізнесі і слугує важливим джерелом нових інвестицій, є фінансовий лізинг. Після становлення в окремих країнах, фінансовий лізинг швидко вийшов на міжнародний рівень. У зв'язку з цим у 1988 р. в м. Оттава було прийнято "Конвенцію про міжнародний фінансовий лізинг". Відповідно до цієї Конвенції міжнародний лізинг – це лізинг, при якому суб'єкти лізингу перебувають під юрисдикцією різних держав, або якщо майно чи платежі перетинають державний кордон [7, с. 11 – 12].

Лізинг має багатofакторний прями́й і опосередкований вплив на макроекономічне становище країни. Лізинг і кредитні операції розглядають швидше як доповнювачі, а не замітники. Виходячи з цього, лізинг як фінансовий інструмент прямо сприяє інвестиційному процесу, не зменшуючи обсягів кредитних операцій. Емпіричні дані підтверджують зростаючу питому вагу лізингу в загальному обсязі інвестицій у багатьох зарубіжних країнах [2, с. 95 – 97]. Також лізинговий бізнес стимулює інноваційну діяльність та НДДКР, підвищує рівень зайнятості, має позитивний вплив на платіжний баланс, розвиток підприємництва, конкуренції та ринкових відносин країни. Економічне становище країни в цілому покращується, коли суб'єкти господарювання не обмежені в своїй діяльності і можуть фінансувати своє розширення не лише традиційними кредитними методами. Це призводить до переходу економіки на якісно новий рівень ефективності [6].

Порівняльний аналіз економіко-правових засад становлення лізингового бізнесу в деяких країнах Центральної та Східної Європи свідчить про певну подібність нормативно-правового регулювання цих країн, що створює умови для інтеграції їх лізингових ринків. На відміну від України, Польщі і Білорусі, в Росії з метою стимулювання розвитку міжнародного лізингу запроваджено пільговий режим оподаткування для іноземних лізингодавців [2, с. 98 – 100].

Зважаючи на актуальність реформування лізингових відносин, зокрема міжнародних, важливим є формування концепції розвитку лізингу в Україні. В її основі повинен бути комплексний підхід до реформування лізингової діяльності. У зв'язку з цим необхідно розробити практичні



рекомендації щодо поширення та вдосконалення системи міжнародного лізингу на загальнодержавному, регіональному та місцевому рівнях з наступних питань: нормативно-правового регулювання; формування пільгового режиму; розвитку інституційної, інформаційної та навчальної інфраструктури; фінансово-економічного та організаційного забезпечення міжнародного лізингу.

Наук. керівн. Піддубний І. О.

Література: 1. Гончарова Н. Г. Лізинг як форма ефективної підтримки малого підприємництва // Актуальні проблеми економіки. – 2002. – №2. – С. 7 – 12. 2. Коваленко Н. Тенденції розвитку лізингу: світовий досвід і реалії в Україні / Н. Коваленко, Ю. Човник // Банківська справа. – 2001. – №3. – С. 85 – 100. 3. <http://www.glossary.ru> 4. Москалик Р. Я. Методичні аспекти оцінки лізингових проєктів і розрахунку лізингових платежів // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект: Сб. научн. трудов. – Донецк: ДонНУ, 2006. – С. 409 – 411. 5. Міщенко В. І. Основи лізингу / В. І. Міщенко, О. Г. Луб'яницький, Н. Г. Слав'янська. – К.: Знання, 1997. – 136 с. 6. <http://www.raexpert.ru>. 7. Внукова Н. Ни по понятиям, ни по закону // Бизнес. – 1998. – №11(270). – С. 27 – 34.

Зубенко Д. А.

УДК 339.72

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРЕИМУЩЕСТВА ДОКУМЕНТАРНЫХ ФОРМ РАСЧЕТА ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

На фоне растущей интернационализации экономической деятельности очаги социальных волнений, а также политической напряженности глобального или регионального характера являются факторами, затрудняющими внешнюю торговлю. Большинство из таких факторов увеличивают риски экспортера, поэтому для него возрастает значение своевременных поступлений платежей [1, с. 209]. Зачастую экспортеру приходится для того, чтобы вообще получить заказ, предлагать широкие гарантии своей способности исполнять обязательства. Импортер также ощущает на себе увеличение уровня риска в мировой торговле: поставщики требуют гарантий его способности и желания платить. Частично эти требования сталкиваются с его собственной заинтересованностью в безупречном состоянии заказанного товара и своевременном его получении. Риски, то есть опасность потерпеть убытки, могут зависеть как от контрагента, так и от политической или экономической ситуации в стране пребывания. Поэтому, осуществляя международные коммерческие операции, необходимо оценивать степень риска. Благодаря опыту банковских специалистов может быть достигнуто бесперебойное протекание сделок, поэтому уже на ранней стадии осуществления обширных проектов рекомендуется привлекать крупный банк для переговоров и предварительной оценки [2, с. 472].

Для удовлетворения потребности в обеспечении платежей и обязательств по исполнению договора, банки предоставляют многообразный инструментарий, учитывающий различные интересы покупателя и продавца. В каждом отдельном случае нужно тщательно проверять, какие инструменты необходимы и целесообразны. На практике в большинстве случаев возникает баланс между интересами обеих сторон договора.

Банки предоставляют предприятиям для обеспечения и производства платежей во внешней торговле два классических инструмента: документарный аккредитив и документарное инкассо. Кроме того, для обеспечения платежа часто используется платежная гарантия [3, с. 143].

Документарный аккредитив является обещанием банка выплатить бенефициару за счет своего заказчика определенную сумму в согласованной валюте, если бенефициар предоставит в установленный срок документы, предусмотренные в аккредитиве. Следовательно, банк действует как посредник между покупателем и продавцом. Через него (после ряда операций) осуществляется платеж: против представления соответствующих аккредитивных документов бенефициар получает от банка сумму, предусмотренную в аккредитиве. Благодаря документарному аккредитиву бенефициар не зависит больше от платежеспособности покупателя и его готовности платить, и он сразу же после отгрузки товара может получить ликвидные средства. Как инструмент обеспечения платежа документарный аккредитив особенно важен для смягчения столкновения интересов покупателя и продавца [3, с. 144]:

1) продавец желает быть уверенным, что причитающая ему сумма за поставку товара оплачивается в правильной валюте;

© Зубенко Д. А., 2009

2) покупатель не хочет платить за заказанный товар, прежде, чем товар действительно не будет находиться на пути к нему.

Под документарным инкассо понимается получение через банк причитающейся суммы против передачи соответствующих документов. И здесь банк действует как посредник между покупателем и продавцом. В отличие от аккредитива, выплата бенефициару происходит самое раннее лишь после получения платежа от банка, в который направлены документы. Поэтому в случае с инкассо продавец вынужден дольше ждать свои деньги, чем при аккредитиве. Кроме того, его риск защищен не полностью: в момент отправки товара у него нет никакой уверенности в осуществлении платежа покупателем и его банком. Он может лишь верить в способность и готовность покупателя и банка платить. Поэтому документарное инкассо, как правило, находит применение лишь тогда, когда между покупателем и продавцом уже существуют отношения доверия [3, с. 154].

Преимущества документарного аккредитива и документарного инкассо приведены в таблице [4, с. 134].

Таблица

Преимущества документарного аккредитива и инкассо

Документарный аккредитив	Документарное инкассо
Применимость в качестве инструмента обеспечения при операциях практически со всеми странами мира	Значительно более высокая надежность по сравнению с открытым счетом
Заблаговременное распоряжение причитающейся суммой для продавца	Как правило, более быстрая оплата (благодаря предоставлению документов через банк), чем при открытом счете
Гибкость в отношении условий платежа при наименьшей надежности	Большая гибкость для покупателя и продавца благодаря небольшой формальной строгости
Пригодность в качестве средства краткосрочного финансирования	Незначительные расходы
Быстрое и беспрепятственное осуществление платежа, которое позволяет продавцу при определенных обстоятельствах обеспечить привлекательные скидки	
Высокая международная правовая надежность	

С помощью платежной гарантии можно защитить требования, которые вытекают из ссуды или иного обязательства. Если покупатель не оплачивает товар по наступлении срока платежа, хотя экспортер выполнил свои договорные обязательства, то, как правило, бывает достаточно соответствующего письменного заявления, чтобы побудить гарантийный банк к выполнению платежного обязательства. Функция этого вида гарантии, обеспечивающая платеж, отличается от действия банковской гарантии, обеспечивающей исполнение договорных обязательств [5, с. 376].

Самым важным инструментом исполнения договорных обязательств в международных коммерческих операциях является именно банковская гарантия. Принятая в международных рамках форма банковской гарантии является юридически независимым дополнением к договорам о купле-продаже и договорам подряда на выполнение работ или предоставление услуг. Дав ее, банк обязуется выплатить определенную сумму, если его клиент не выполнит своих договорных обязательств. Банковские гарантии исполнения договорных обязательств приобрели большое значение в экспортных сделках при предоставлении заказов. Особенно при реализации крупных проектов зарубежные заказчики требуют сегодня гарантий [5, с. 379].

Таким образом, в работе представлены различные инструменты для обеспечения платежей и выполнения поставок. Каждый – продавец-экспортер и покупатель-импортер – отстаивают свои позиции, но конфликт интересов заключается в том, что аккредитив как инструмент для обеспечения платежей является выгодным для продавца-экспортера, так как гарантируется своевременная оплата товаров или услуг. Решение данного конфликта интересов возможно лишь при нахождении компромисса между импортером и экспортером.

Научн. рук. Базалиева Л. В.

Литература: 1. Банковское дело: Учебник / Под ред. О. И. Лаврушина. – М.: Банковский и биржевой научно-консультативный центр, 2007. – 456 с. 2. Мировая экономика и международный бизнес. Учебник / Под общ. ред. В. В. Полякова, Р. К. Щенина. – 3-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2006. – 656 с. 3. Роуз С. Банковский менеджмент. – СПб.: М.: Дело ЛГД, 1995. – 604 с. 4. Макогон Ю. В. Международный банковский бизнес: Учебн. пособ.: Рекомендовано Министерством образования и науки Украины / Ю. В. Макогон, Е. В. Булатова. – К.: Атика, 2003. – 208 с. 5. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения: Учебник / Под ред. Л. Н. Красавиной. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 402 с. 6. Севрук В. Т. Банковские риски. – М.: Дело, 2006. – 578 с.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕКЛАМЫ АВТОЗАПЧАСТЕЙ

За последние несколько лет в мире прослеживается тенденция к увеличению объемов продаж автомобилей. Наиболее быстро растущими рынками новых автомобилей являются страны Восточной Европы и бывшего СССР. Практически все ведущие автопроизводители размещают свои производственные площадки в этих странах. В частности, в Украине размещены сборочные производства таких марок, как: DAEWOO (АвтоЗА3), ВАЗ и ГАЗ (ЛуАЗ), Skoda, Volkswagen и Seat (Еврокар) [1].

По темпам роста автомобильного парка Украина занимает второе место в Европе (темп роста составляет 46%) после Литвы (48%). Если говорить о количестве автомобилей, то на 1 января 2008 года парк легковых автомобилей в Украине составлял 6,4 млн автомашин, что на 9% больше размера парка на 1 января 2007 года (5,8 млн автомашин). Если говорить об объемах, в 2008 году парк иномарок составил более 2 млн штук, а парк машин из СНГ более 4,3 млн единиц [2].

Что касается перспектив рынка автозапчастей, то они напрямую связаны с автопарком страны. С ростом объемов продаж автомобилей в Украине растет и рынок автомобильных запчастей. Оценочный объем рынка запчастей в 2007 году составил в денежном выражении \$1 млрд 350 млн, а рост рынка относительно 2006 года – 63% [3]. На фоне такого значительного роста рынка автозапчастей усиливается конкуренция между его участниками и растет их количество. В связи с этим для улучшения своих рыночных позиций многие субъекты данного рынка должны усилить свою маркетинговую и рекламную деятельность.

В частности, согласно аналитическому отчету Международной маркетинговой группы, доля импортируемой продукции на рынке запчастей превысила 90% (в денежном выражении) всего объема рынка, а объем производства отечественных автозапчастей в денежном эквиваленте за 2007 год вырос на 24,9% и составил \$267,83 млн [2].

Что касается перспективы импорта автозапчастей, то он опять-таки зависит от парка автомобилей – доля импортируемых запчастей будет возрастать вместе с увеличением доли зарубежных автомобилей. Основываясь на этом, можно прогнозировать дальнейшее увеличение объемов импортных поставок автозапчастей в денежном выражении примерно на 40 – 50% в год. Среднегодовой рост объемов производства автомобильных запчастей в Украине относительно предыдущего года на протяжении последних трех лет составляет 20 – 25%.

Цель этой статьи – определить особенности рекламной деятельности субъектов рынка автозапчастей.

На развитие рынка автозапчастей немалое влияние оказывает и развитие дистрибьюторской сети. Приближаясь к европейским методам работы, развивается такая система сбыта, как сбыт через СТО. Сегодня она составляет 20 – 30% продаж официальных импортеров. Вероятно, что в будущем крупные дистрибьюторы будут создавать собственные сети СТО, которые будут реализовывать их продукцию.

В Украине распространение продукции происходит в основном через авторынки, магазины, супермаркеты промтоваров и магазины при СТО. Но наибольшие перспективы, так же как и в Европе, у системы сбыта запчастей через станции сервисного обслуживания.

Субъектам рынка автозапчастей для того, чтобы занимать лидирующие позиции, необходимо проводить успешные рекламные кампании. А чтобы рекламная кампания была успешной, нужно уточнить цели в отношении потребителей и успешно повлиять на принимаемые ими решения. Это возможно при помощи построения модели последовательного поведения (МПП).

Модель последовательного поведения представляет собой не просто модель процесса принятия решения – в ней каждая из стадий объединяется с соответствующими ролями участников, местом, временем и описанием принимаемых решений. Эти дополнения важны для рекламодателей, так как дают возможность уточнить цели в отношении воздействия на потребителей [4]. Обобщенная модель последовательного поведения представлена в табл. 1.

Таблица 1

Обобщенная модель последовательного поведения

Исходная информация	(1)Что (этапы процесса принятия решения)			
	Возникновение потребности	Поиск и оценка информации	Совершение покупки	Потребление
(2)Кто (роли). (3)Где (место). (4)Когда (время). (5)Как (описание).				

В зависимости от особенностей конкретной целевой аудитории, товара и даже торговой марки, этапов процесса принятия решения может быть больше, меньше или они могут быть другими [5].

После построения модели последовательного поведения задача рекламодателя – определить, к исполнителям каких именно ролей в этом процессе он хочет обратиться и что о них нужно знать, чтобы сделать кампанию творческой и максимально эффективно подобрать средства рекламы. МПП позволит узнать, к каким именно действиям кампания должна побудить целевых потребителей, чтобы гарантировать совершение покупки. Существует пять наиболее часто встречаемых ролей, которые используют участники процесса принятия решения. Каждой роли соответствует определенное целевое действие. Пять ролей, которые играют значение в процессе принятия решения:

роль инициатора – формулирует потребность (целевое действие – включение или не включение в список потребностей той категории, к которой относится определенная марка);

роль оказывающего влияние – рекомендует или не рекомендует определенную марку (целевое действие – чтобы человек, играющий эту роль, порекомендовал нашу марку);

роль принимающего решение – делает окончательный выбор (целевое действие – остановить выбор на нашей марке);

роль совершающего покупку – выполняет принятое решение (целевое действие – фактическое приобретение товара данной марки);

роль пользователя – пользуется товаром (целевое действие – фактическое использование продукта) [5].

Определение данных ролей очень важно. Реклама должна быть направлена на каждого человека, играющего ту или иную роль. На инициатора, чтобы он ощущал потребность в нашем товаре. На оказывающего влияние, чтобы сообщить ему, почему он должен рекомендовать нашу марку. На принимающего решение, чтобы убедить его выбрать именно нашу марку. На совершающего покупку, чтобы зафиксировать его внимание на нашей марке. На пользователя, чтобы он использовал нашу марку.

В аспекте рассматриваемой темы (автозапчасти), модель последовательного поведения будет состоять из шести этапов. К обобщенной МПП из четырех этапов, необходимо добавить еще два: выбор места покупки и принятие решения о покупке. Добавление этапов связано с тем, что покупатель автозапчасти тщательно обдумывает где, когда и как он выбирает место покупки и принимает решение о ее совершении. Предлагаемая модель последовательного поведения покупателя автозапчасти будет выглядеть следующим образом (табл. 2).

Таблица 2

**Модель последовательного поведения потребителей
на рынке автозапчастей**

Исходные данные	(1) Что (Этапы процесса принятия решения)					
	возникновение потребности	поиск информации	выбор места покупки	принятие решения о покупке	совершение покупки	использование
(2) Кто (роли)	целевой потребитель	целевой потребитель	целевой потребитель автомеханик и друзья (оказывают влияние)	целевой потребитель; автомеханик и менедж. в месте продажи (вливают)	целевой потребитель	целевой потребитель
(3) Где (место)	на СТО; в дороге (при поломке)	спец. издания; консультация у специалистов; Интернет	при обсуждении с мастером на СТО; дома	на СТО	рынок; СТО; магазин	по назначению (в машине)
(4) Когда (время)	сразу после поломки; перед плановой заменой	сразу после возникновения потребности	сразу после поиска и оценки информации	после нахождения или выбора места покупки	после принятия решения о покупке	после установки запчасти
(5) Как (описание)	при поломке или плановой замене	изучение специальных изданий; консультация у специалистов	по наличию запчастей в местах продажи	Соотношение гарантии, цены, качества; установка	по предварительному заказу	замена старой запчасти на новую



По результатам построения модели поведения целевого потребителя, принимающего решение о покупке автозапчасти, можно сделать вывод о характере необходимой рекламной кампании автозапчастей определенной торговой марки. В первую очередь, необходимо сказать о том, что рекламная кампания автозапчастей должна быть направлена не только на целевого потребителя, у которого возникла потребность, но и на лиц, которые оказывают влияние на принятие решения о покупке и на выбор места покупки, то есть автомехаников и друзей. Необходимо работать и с менеджерами в местах продажи. В местах продажи важно присутствие мерчендайзера, который будет выполнять свои непосредственные функции: выкладывать правильно товар на витрину, предоставлять просмотр каталога, давать информацию о производителе и следить за рекламой. Все это поможет остановить выбор покупателя на нашей торговой марке, а не на чьей-то другой.

Определение места каждого этапа модели поведения имеет большое значение при планировании средств рекламы, конкретнее при их выборе. На основе полученных результатов, можно сделать вывод, что рекламу необходимо размещать там, где потребители ищут информацию, то есть специальные издания, интернет, сотрудничество с механиками на СТО и предоставление бесплатных образцов, личные продажи (мерчендайзинг). Важно также, чтобы реклама была на рынках, на СТО и в магазинах, то есть в местах, где совершается покупка, так как очень важен последний аргумент именно в момент совершения покупки.

Временные характеристики каждого этапа модели поведения имеют большое значение при медиапланировании – особенно при календарном планировании использования средств рекламы. Важно, чтобы целевой потребитель видел рекламу перед плановой заменой запчасти (например, перед зимой), и в процессе эксплуатации автомобиля.

Учитывая вышеизложенные факты, можно утверждать, что при рекламе автозапчастей нужно учитывать следующие особенности:

- временной фактор (например сезонность);
- сотрудничество с персоналом СТО (например, программы поощрения);
- работа мерчендайзеров в местах продажи;
- размещение рекламы в специализированных изданиях и Интернет-ресурсах;
- размещение визуальной рекламы в местах продажи.

Адаптированный автором вариант модели последовательного поведения для рынка автозапчастей позволяет выделить особенности рекламной деятельности, учет которых позволит субъекту рынка автозапчастей достичь преимущества над конкурентами.

Научн. рук. Юлєгїна І. В.

Литература: 1. Остановка по требованию / 15 минут. – 5.11.2008. – №196. – С. 8. 2. www.proconsulting.com.ua/obzor/auto2007.html. 3. www.news.liga.net/order_obzor.htm. 4. Ромат Е. Мировые тенденции развития рекламы // Украинский профессиональный журнал маркетинг и реклама. – 2007. – №5. – (129). – С. 14 – 19. 5. Росситер Дж. Р. Реклама и продвижение товаров / Дж. Р. Росситер, Л. Перси. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2007.

Степаненко А. А.

УДК 331.101.3

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОПТИМИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Важнейшим фактором, определяющим развитие мировой экономики в наши дни, является глобализация мирового хозяйства. Ее основу составляет рост взаимозависимости национальных экономик и все более тесная их интеграция. Возникают глобальные системы инфраструктуры (транспортная сеть, Интернет и др.). Возрастает значение глобальных проблем современности, решение которых требует сотрудничества всех стран мира. Существенное влияние на протекающие процессы оказывает научно-технический прогресс, в первую очередь, в области информационных технологий и телекоммуникаций. Процесс глобализации затрагивает не только уровень межгосударственных отношений, но и все уровни экономики.

© Степаненко А. А., 2009



Глобализация повлияла на резкое расширение социального пространства человека, реализуемого в разнородных связях людей и на детерминацию мотивационно-ценностных сфер их деятельности. В эпоху глобализации изменяется предмет труда — акценты человеческой деятельности смещаются с преобразования природы — к преобразованию сознания. Цель умножения материального богатства перестаёт быть главной для человека. Именно нематериальные (постматериальные) ценности и интересы обеспечивают прогресс современного общества.

Цели организации существенно отличаются от целей ее работников. Соответственно возникает проблема: каким образом "заставить" работников эффективно трудиться в этой организации? Очевидно, что для этого следует каким-то образом цели организации и сотрудников совместить. Именно для этого созданы различные теории мотивации труда. Проблемы мотивации труда освещены в работах всемирно известных ученых Э. Мэйо, У. Оучи, К. Альдерфера, Д. МакКлеланда, Ф. Герцберга, Д. Аткинсона, А. Маслоу и др. [1 – 5].

Интерес к проблеме мотивации обусловлен тем, что отсутствие приемлемого механизма мотивации труда сотрудников ведет к утечке квалифицированных кадров во многих компаниях. Даже благополучные компании постоянно испытывают трудности, связанные с уходом грамотных и инициативных специалистов. Уход работника означает для организации новые расходы на поиск и обучение нового сотрудника, а также утечку информации в другую организацию. Потеря одного ключевого специалиста может вызвать падение производства или сбой в обслуживании, потерю крупных клиентов и в последующем – крах компании. Системе мотивации уделяется большое значение для удержания уже существующих работников.

Проблемы мотивации работников всегда актуальны независимо от общественно-политического строя, так как от четко разработанных систем мотивации зависит не только социальная и творческая активность работников, но и конечные результаты предприятий. Научные исследования обнаруживают связь между мотивированным персоналом и успехом предприятия. Сложность изучения мотивации труда состоит в том, что эти исследования проводятся на стыке наук: экономики и психологии.

В условиях изменений в экономике, а именно в период глобализации, изучение проблем мотивации труда становится еще более актуальным. Господствующие до недавнего времени теории, справедливые в той или иной степени для определенного этапа общественного развития, перестают точно характеризовать происходящие процессы, их необходимо дорабатывать соответственно изменениям, ориентировать современные системы мотивации на постматериальные ценности (труд не как средство, а способ самореализации).

Главным социально-психологическим и культурным последствием глобализации является возрастающая индивидуализация современного общества. Суть индивидуализации состоит в ослаблении связей личности с определённой социальной средой или социальной группой, в профессиональной мобильности людей, новыми индивидуализированными видами трудовой деятельности. Ученые отмечают, что важным элементом современного этапа перемен становится новая ментальность. Одним из принципов современного работника является "гибкость": отказ от труда, лишаящего любой инициативы и творчества, возможность выбора собственной модели поведения, отказ от следования образцу или стандарту. Применительно к рынку труда это означает конец трудовой деятельности в известном и привычном виде. А именно: переход к краткосрочным трудовым контрактам (либо вовсе без них), к работе без оговорённых гарантий. Таким образом, трудовая жизнь наполняется неопределённостью, имеющей совершенно иные формы.

Подводя итоги вышесказанному, необходимо ещё раз подчеркнуть, что изменение ценностных ориентаций, базовых мотиваций деятельности и наделение профессионального труда принципиально иным смыслом связано с явлением глобализации. Из способа зарабатывания денег труд для ряда категорий работников стал трансформироваться в форму самовыражения (творчество). Человек стал ожидать от профессии возможности реализации личностного потенциала, именно отсюда – падение интереса к традиционным индустриальным формам труда, воспринимаемым как стандартные, монотонные, подконтрольные и нетворческие.

Научн. рук. Хижняк Л. М.

Литература: 1. Бек У. Что такое глобализация? – М.: ИНФРА-М, 2001. 2. Нехода Е. В. Трансформация труда и социально-трудовых отношений в условиях перехода к постиндустриальному обществу // Электронный научный журнал: Современные технологии бизнеса. Выпуск №1. – Сентябрь. – 2006. 3. Коул Д. Управление персоналом в современных организациях / Пер. с англ. Н. Г. Владимиров; [Под ред. В. И. Ярных и А. Г. Старовик. – М.: Вершина, 2004. 4. Уайтли Ф. Мотивация. – М.: Вильямс, 2003. 5. Соболевская А. А. Мотивация и стимулирование труда в условиях глобализации. – М.: ИМЭМО РАН, 2004.



Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Один із головних шансів для України в подоланні існуючої кризи та закладанні основ і визначенні перспектив подальшого стійкого розвитку країни полягає у розробці стратегії інноваційного розвитку, підкорення цієї стратегії політиці економічних реформ, тактиці конкретних дій у всіх проявах економічного життя суспільства. Особливого значення набуває інноваційний розвиток та використання інновацій для досягнення конкурентних переваг у сучасних умовах глобалізації.

У зв'язку з цим дослідження умов, що впливають на інноваційні процеси в країні, стимулюючи її розвиток, є для України особливо актуальною проблемою. В останні роки дедалі більша увага приділяється регіональній складовій цієї проблематики, тому що саме регіональний масштаб є найбільш прийнятним для розгортання плідної інноваційної діяльності, особливо за умов нерівномірності економічного та соціального розвитку регіонів. Саме регіональне середовище багато в чому визначає конкурентоспроможність національної економіки [1].

Актуальність даного дослідження обумовлена тим, що в сучасних умовах ефективно функціонування регіональних інноваційних систем стає однією з першочергових умов розвитку регіонів і країни в цілому та їх конкурентоспроможності в зовнішньому середовищі.

Таким чином, метою дослідження є формування комплексу умов і напрямів активізації регіональних інноваційних процесів для підвищення міжнародної конкурентоспроможності економіки України.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- проаналізувати проблеми та перспективи розвитку інноваційних процесів регіонів України;
- дослідити умови, необхідні для ефективного використання інноваційного потенціалу регіонів з урахуванням досвіду розвинутих країн;
- виділити та обґрунтувати напрями стимулювання інноваційних процесів в Україні.

Проблемам інноваційної діяльності, її окремим аспектам присвячені праці багатьох зарубіжних та вітчизняних учених. У першу чергу, необхідно зазначити роботи О. Амоші, П. Бубенко, М. Долішнього, Н. Іванова, М. Кондратова, А. Сухорукова, Л. Яременко, Й. Гуке, Г. Вольмана, К. Матуська, Ж.-П. Бландін'єра, М. Люгера, Г. Гольдштейна та ін.

Для регіонів України характерна істотна диференціація за рівнем інноваційного розвитку. За даними Держкомстату України за 2007 рік за часткою інноваційно активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств провідні позиції посідають м. Київ (21,8%) та Харківська область (16,4%), а прикордонні західні області істотно поступаються регіонам-лідерам: Івано-Франківська – 9,6%, Чернівецька – 6,3%, Закарпатська – 5,1%, Львівська – 3,7%, Волинська – 3,3%. Найбільше коштів на інноваційну діяльність за вказаний період витратили підприємства Луганської області (46,2%), Донецької (15%), Дніпропетровської (5,8%) областей та м. Київ (11%). Проте, за часткою реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі промислової продукції м. Київ (8,9%) і Харківська область (8,1%) істотно поступаються Волинській області (35,9%) [2]. Таким чином, спостерігається невідповідність між наявним інноваційним потенціалом у регіонах та ефективністю його використання. Тобто для України існує необхідність зміцнення і розвитку інноваційного потенціалу на основі запровадження дієвих інструментів, що сприятимуть підвищенню інноваційної активності та збільшенню витрат на дослідження і розробки.

Таким чином, слід звернути увагу на досвід розвинутих європейських країн під час формування національної моделі регіональної інноваційної політики. Необхідно підкреслити, що такі країни, як Росія, Польща, Німеччина, Іспанія, Італія впровадили і активно застосовують концепції регіональних інноваційних систем. Важливим також слід вважати і те, що концепція регіональної інноваційної системи може стати ефективним інструментом аналізу, формування структур підтримки інновацій та політики для будь-якого регіону тільки у разі врахування регіональної специфіки суспільних та ринкових інститутів, культурно-ментального середовища, фінансових ресурсів, впливу міжнародного оточення тощо [3].

Аналіз досвіду країн ЦСЄ та ЄС дозволяє розкрити основні риси європейської моделі регіональної інноваційної політики:

1. Головною метою політики є зростання єдності, цілісності країни (європейської спільноти) через створення сприятливого інноваційного клімату в регіонах, залучення їх у науковий та інноваційний простір, ефективне використання їх потенціалу.
2. Держава та наднаціональні органи відіграють активну роль у вирішенні проблем інноваційного розвитку регіонів.
3. У складі політики переважають інструменти координації дій.
4. Активно використовуються програмні та інституційні форми політики.
5. Цілі, напрями, заходи політичних дій прив'язані до певного рівня регіональної ієрархії [4].



Європейська модель передбачає перехід від підтримки фізичної інфраструктури НДДКР та інновацій до стимулювання кооперації та процесу "колективного навчання" між локальними агентами, тобто від концепції "технологічного поштовху" до "ринкової тяги". Це частково пояснює переважання в країнах Центрально-Східної Європи таких організаційно-управлінських заходів, як створення технологічних парків та асоціацій регіонального розвитку.

На основі наведеного можна зробити висновок, що необхідною передумовою для виходу економіки України на шлях стійкого зростання є впровадження ефективної регіональної інноваційної політики, яка спрямована на вирішення проблем регіональної соціально-економічної нерівномірності через створення сприятливого середовища для активізації інноваційної діяльності в регіонах, залучення їх у науковий та інноваційний простір. Перспективним слід вважати перехід від підтримки фізичної інфраструктури НДДКР та інновацій до стимулювання кооперації та процесу "колективного навчання", активного використання програмної та інституційної форм політики.

Із врахуванням сучасних проблем інноваційного розвитку регіонів України представляється доцільним скористатися досвідом формування регіональної інноваційної політики європейських країн, де цілі, напрямки, політичні заходи розробляються для груп регіонів відповідно до їх класифікації.

Однак, за останні роки наша держава все ж здійснила ряд важливих заходів для реалізації науково-технічної та інноваційної політики: Верховною Радою України схвалена Концепція науково-технологічного та інноваційного розвитку України, прийняті доповнення до Закону України "Про наукову і науково-технічну діяльність", законодавчі акти про інтелектуальну власність, відбулося приєднання України до міжнародних договорів у цій сфері, розробляється Державна програма захисту і використання інтелектуальної власності. Створюються нові інноваційні структури, діяльність яких націлена на виробниче використання наукомістких розробок, високих технологій і конкурентоспроможної на світовому ринку продукції. Позитивні зміни очікуються й у регіонах завдяки впровадженню механізмів стимулювання регіонального розвитку, передбачених Концепцією державної регіональної політики, а також після прийняття Верховною Радою України Державної стратегії регіонального розвитку України і Закону України "Про стимулювання регіонального розвитку". Тому основним завданням державного регулювання науково-технічного прогресу України повинне стати створення оптимального економічного механізму, який поєднував би державні і ринкові важелі впливу на наукові та інноваційні процеси, був би орієнтований на економічне зростання України та її інтеграцію в світову економіку.

Роль регіональної складової інноваційного механізму зростає. Саме в регіоні є можливість для створення досить гнучких інституціональних форм підтримки інноваційної активності на принципах ринкових відносин. Це потребує розробки і впровадження стратегії інноваційного розвитку регіональних моделей, що повинні будуватися на оптимальному поєднанні форм і методів державного регулювання з використанням ринкових економічних важелів і стимулів [5]. Умови, які склалися сьогодні на ринку інновацій, вимагають формування, підтримки і стимулювання інноваційного попиту з боку держави. А для забезпечення високого інноваційного потенціалу в регіонах необхідні вироблення і реалізація єдиного комплексу заходів, спрямованих на нарощування міцності інноваційного потенціалу, на консолідацію сил, досвіду кадрів, матеріальних і фінансових ресурсів усіх підприємств, організацій та інших підприємницьких структур, які функціонують на території регіону [6].

Таким чином для вирішення існуючих проблем у галузі інновацій та активізації інноваційної діяльності в регіонах слід виділити декілька напрямів стимулювання інноваційних процесів в Україні: розробка стратегії інноваційного розвитку і поетапна її реалізація шляхом використання системних заходів державного регулювання прямого та непрямого характеру. До таких заходів слід віднести: економічне стимулювання інноваційної діяльності з урахуванням пріоритетів різних регіонів; своєчасний захист прав інтелектуальної власності; організація фінансової допомоги та підтримка перспективних наукових розробок;

розробка механізму стимулювання інвестицій у наукоємні технології та підтримка з їх допомогою внутрішніх фондів; розробка законодавчої бази функціонування інноваційних концернів; удосконалення лізингу та системи пільгового кредитування придбання техніки;

удосконалення податкової політики з метою стимулювання інноваційної діяльності. Необхідно внести відповідні зміни до методики розрахунку бази оподаткування податку на прибуток, зменшувати суму коштів, направлених на науково-технічну та інноваційну діяльність.

У реалізації запропонованих заходів необхідним є системний підхід, який стимулює розвиток інноваційних процесів у межах країни та обмін технологічними знаннями з іншими країнами. Слід зазначити, що вивчення проблем внутрішнього інвестування та внутрішньої конкурентоспроможності як умов інноваційної діяльності потребує додаткових досліджень. Це дозволить в більш повному об'ємі розробити напрямки інноваційних процесів.

Наук. керівн. Сушко Л. М.

Література: 1. Долішній М. І. Регіональна політика на рубежі XX – XXI століть: нові пріоритети. – К.: Наукова думка, 2006. – 512 с. 2. Стат. бюлетень за 1 квартал 2007 р. – К.: Держ. Ком. Статистики України, 2007. 3. Business Clusters: Promoting Enterprise in Central and Eastern Europe. – OECD, Paris, 2005. – 242 р. 4. Соловйов О. М. Регіональна інноваційна політика в контексті досвіду ЄС та країн ЦСЄ // 36. наук. праць ДонДУУ "Соціальний менеджмент і управління інформаційними процесами". Серія "Державне управління". Т. 5. Вип. 31. – Донецьк: ДонДУУ, 2004. – С. 230 – 239. 5. Амоша А. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення // Економіст. – 2005. – №6. 6. Бубенко П. Т. Регіональні аспекти інноваційного розвитку: Монографія. – Харків: НТУ"ХП", 2002. – 316 с.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОСНОВНЫЕ ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Развитие страны и ее регионов зависит от всех элементов рынка и в первую очередь от конкурентоспособности предприятий. Большинство экспертов полагают, что без национальной стратегии экономического роста и повышения конкурентоспособности отдельных промышленных предприятий добиться существенных сдвигов в повышении общей конкурентоспособности страны вряд ли получится.

Повышение конкурентоспособности предприятия имеет два направления: первое – на завоевание рынков, используя все свои конкурентные преимущества; второе – на адаптацию и прямую защиту отдельных элементов деятельности предприятия в условиях рыночной экономики [1]. Как положительное влияние можно расценивать воздействие научно-технической революции (НТР) на повышение конкурентоспособности и выбор предприятием конкурентной стратегии. НТР стала ключевым фактором развития ведущих отраслей экономики, под ее воздействием ускоренными темпами обновляется техническая база производства и потребления, преобразуется сырье, непрерывно совершенствуется производимая продукция, пополняется ее ассортимент [2]. Интенсифицируется процесс исследований и разработок новых видов продукции: в условиях конкуренции НТР диктует все более короткие сроки создания новых товаров, услуг, а следовательно, и необходимость тратить на научные исследования все более значительные средства в единицу времени.

Влияние НТР на конкурентоспособность предприятий, отраслей, стран, их товаров носит многоплановый характер. Оно сказывается через изменение характера конкуренции, повышение значимости проблемы качества и надежности, появление новых товаров, новой технологии, преобразование производственной базы, усиление воздействия на рыночный спрос, на организационно-управленческие аспекты конкурентоспособности.

Материализация достижений НТР в виде постоянно нарастающего потока новых товаров с более высокими технико-экономическими характеристиками означает постоянное изменение характера требований к их конкурентоспособности, переоценку ее уровня [3]. Конкурентоспособность товаров стала более подвижной величиной, ее составные элементы (качественные и количественные) стали быстрее меняться. В силу этого главные усилия производители направляют не столько на захват рынков старых товаров и вытеснение с них конкурентов, сколько на предложение покупателю новых товаров. В этом сегодня проявляется специфичность влияния НТР на конкуренцию промышленных предприятий.

Одним из решающих факторов борьбы за внутренний и мировой рынок становится новизна товара. В качестве новых товаров на рынке выступают как принципиально новые, так и модернизированные, улучшенные варианты существующей продукции. Темпы обновления продукции постоянно нарастают [4]. Работа на все более насыщенный рынок, характеризующийся нарастающей конкуренцией между производителями, требует от последних максимальной дифференциации продукта, все более полного приспособления к желаниям потребителей. Новые предприятия располагают широким набором производственно-технических возможностей. Интеграционные процессы объединяют в единую систему процессы проектирования, подготовки производства, самого производства и контроля над ним [5]. На смену массовому производству стандартных видов продукции приходит выпуск продукции, дифференцированной по своим потребительским характеристикам, форме, внешнему виду и качеству, техническим параметрам. Этот переход обусловлен новыми условиями конкуренции, новой, быстро меняющейся структурой общественных потребностей.

В настоящее время на первый план мировой конкурентоспособности выходят неценовые факторы, из которых важнейшее значение приобретает качество товара, его новизна, наукоемкость изделий. Однако по показателю качества большинство украинских промышленных товаров уступает изделиям из промышленно развитых, новых индустриальных стран и отдельных развивающихся государств [6]. Сегодня большинство стран мира обеспечивает повышение своей товарной конкурентоспособности за счет использования инноваций, разработки высокотехнологических продуктов, создание которых невозможно без развития научно-технического потенциала.

К важным конкурентным преимуществам, влияющим на конкурентоспособность предприятий, относят рентабельность производства, характер инновационной деятельности, уровень производительности труда, эффективность стратегического планирования и управления предприятием, способность быстро реагировать на меняющиеся условия рынка и др. Очевидно, что чем шире будет у предприятия набор конкурентных преимуществ и выше их качественные характеристики, тем

благоприятнее будут предпосылки для его успешной деятельности на внутреннем и мировом рынках, тем более устойчивые позиции оно может занять на отдельных сегментах этого рынка.

В условиях рынка государство не наделено функцией непосредственного управления конкурентоспособностью, однако оно воздействует на нее с помощью таких мер регулирования, как законодательные и подзаконные акты, правительственные постановления, экономические и другие рычаги. Задача государства состоит в создании благоприятных условий для укрепления конкурентоспособности экономики, ее структурных подразделений, хозяйствующих субъектов. Воздействие государства на процесс повышения конкурентоспособности осуществляется по внутринациональному и внешнему направлениям. Оба эти направления тесно взаимодействуют между собой. Тем не менее первичным можно считать первое направление. Внешние факторы подключаются для решения внутренних проблем, а через них и непосредственно на проблемы конкурентоспособности [7]. К тому же только через внешнеэкономические связи выявляется истинный уровень международной конкурентоспособности национальной экономики.

Управление конкурентоспособностью реально осуществляется на уровне хозяйствующих субъектов, обладающих необходимыми правами, предпринимательской инициативой, кадрами для решения проблемы конкурентоспособности, но, разумеется, в пределах конкурентного потенциала предприятия. Именно от промышленных предприятий зависит, в какой степени они могут использовать не только свой внутренний потенциал, но и внешнюю среду, создаваемую государством возможности для повышения конкурентоспособности.

Анализ конкурентных позиций предприятия на рынке предполагает определение факторов, воздействующих на отношение покупателей к предприятию и, как результат, на изменение его доли [8]. Данные факторы можно подразделить на: внешние факторы развития экономики страны (меры государственного экономического и административного регулирования; характеристики конкурентной среды; деятельность общественных и негосударственных институтов); внутренние факторы развития предприятия, связанные с потенциальными возможностями самого предприятия по обеспечению своей конкурентоспособности.

Факторы могут воздействовать как в сторону повышения конкурентоспособности предприятия, так и в сторону ее снижения. Как правило, предприятия осуществляют свою деятельность в различных социальных и экономических условиях, в результате чего уровень использования факторов неодинаков. Неполное использование факторов конкурентоспособности не позволяет реализовать конкурентный потенциал предприятия, что делает необходимым выявление и реализацию резервов повышения конкурентоспособности предприятия.

Под резервами предприятия понимают неиспользованные в полном объеме возможности предприятия, связанные с сокращением затрат в самом производстве и по обеспечению деятельности на конкурентном рынке с целью повышения конкурентоспособности. Специфика таких резервов и их образования заключается в том, что они выступают как результат взаимодействия внутренней и внешней среды предприятия. Состав резервов не постояен: инновации в производстве и управлении предприятием обуславливают возникновение новых видов резервов, а также необходимость их выявления и изучения. Ни одно предприятие не может достичь превосходства над конкурентами во всех областях деятельности, но оно может направить свои усилия на достижение конкурентных преимуществ на том или ином рынке в долгосрочной перспективе [9]. В этих целях необходим выбор приоритетов и выработка стратегии, в наибольшей степени соответствующей тенденциям развития рыночной ситуации и позволяющей наилучшим способом использовать сильные стороны деятельности предприятия.

Реализуя комплексный подход к конкурентоспособности, основанный на базе учета трех основных факторов: степени удовлетворения потребителя продукцией, конкурентного потенциала предприятия и эффективности стратегии для определенного сегмента рынка, резервы повышения конкурентоспособности промышленного предприятия можно разделить на три группы.

Первая группа резервов включает мероприятия по повышению конкурентоспособности продукции исходя из предпочтений потребителей. К ней отнесены: снижение уровня издержек на единицу продукции; диверсификация ассортимента; проведение взвешенной ценовой политики, выявление и обеспечение преимуществ продукта по сравнению с его заменителями и товарами-аналогами и пр.

Ко второй группе отнесены мероприятия по повышению конкурентного потенциала предприятия по направлениям: совершенствование производственного процесса и организационной деятельности; улучшение использования финансового потенциала, совершенствование социальной политики

Совершенствование производственного процесса и организационной деятельности предполагает: обновление основных фондов, улучшение их использования, а также оборотных фондов и площадей; совершенствование технологии производства продукции, материально-технической базы; эффективное использование научно-технического потенциала предприятия; обеспечение сертификации; совершенствование методов управления и организации производства; оптимизацию запасов; реорганизацию производственной и организационной структуры и др.

Улучшение использования финансового потенциала включает: повышение эффективности инвестиций, улучшение использования собственного капитала, совершенствование механизма привлечения и использования заемных средств; повышение финансовой устойчивости предприятия, улучшение его деловой репутации; повышение платежеспособности предприятия; выявление резервов снижения дебиторской и кредиторской задолженностей; создание инновационных фондов.

Совершенствование социальной политики предприятия предполагает: сокращение потерь рабочего времени; повышение квалификации работников; развитие творческой активности кадров; повышение социальной защищенности работников; повышение производительности труда; реали-



зацию потенциальных возможностей кадрового состава предприятия на основе совершенствования мотивационного механизма.

Третья группа содержит мероприятия по разработке и реализации конкурентных стратегий на рынке [10]. В эту группу включены: изучение конъюнктуры рынка и его сегментация, выбор целевого рынка и его сегмента, определение условий деятельности на этом рынке, разработка и выбор конкурентных стратегий, способов продвижения товара, мероприятий по стимулированию сбыта, рекламный концепций; повышение эффективности рекламы; совершенствование уровня патентно-правовой работы и др. Сюда же отнесены резервы использования мероприятий государственного стимулирования развития: улучшение возможностей использования государственных программ по обеспечению конкурентоспособности; использование налоговых льгот, государственных дотаций, субсидий, кредитов; повышение эффективности использования государственной системы страхования; совершенствование и использование законодательной и нормативной базы хозяйствования.

Научн. рук. Хижняк Л. М.

Литература: 1. Селезнев А. Инфраструктура рынка и конкурентоспособность продукции // Экономист. – 2002. – С. 9 – 24. 2. Лунев В. Л. Тактика и стратегия управления фирмой: Учебн. пособ. – М.: Финпресс, НГАЭ и У, 2007. – 356 с. 3. Шварц Г. "Мягкие" составляющие конкурентоспособности // Проблемы теории и практики упр. – 2003. – №4. – С. 96 – 99. 4. Основы предпринимательской деятельности / Под ред. В. М. Власовой. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 496 с. 5. Вютрих Ганс А. Конкурентоспособность глобальных предприятий / А. Вютрих Ганс, Б. Винтер Вольфганг // Проблемы теории и практики упр. – 2001. – №3. – С. 96 – 102. 6. Игольников Г. Что понимать под конкурентоспособностью, инвестиционной привлекательностью и экономичностью производства / Г. Игольников, Е. Патрушева // Рос. экон. журн. – 2002. – №11. – С. 108 – 111. 7. Экономическая стратегия фирмы / Под ред. А. П. Градова. – СПб.: Спец. лит., 2002. – С. 82 – 87. 8. Экономика переходного периода: Учебн. пособ. / Под ред. В. В. Радаева, А. В. Бузгалина. – М.: Изд. МГУ, 2005. – 410 с. 9. Соколова Л. В. Адаптация предприятий к условиям рынка. – Харьков: ФОРТ, 2006. – 246 с. 10. Портер М. Международная конкуренция / Пер. с англ.; [Под ред. В. Д. Щетинина. – М.: Междунар. отношения, 2003. – 480 с.

Черепенина Е. О.

УДК 338.5:339.56

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА И ОБОСНОВАНИЯ ЦЕНЫ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ

С развитием интеграции стран в мировом сообществе, с установлением и укреплением мирохозяйственных связей становится необходимым установление цены расчета по внешнеторговым контрактам. Одним из вопросов, связанных с расчетом цен внешнеторговых сделок, является их установление в условиях заключения долгосрочных контрактов (ДСК), которые получили довольно широкое распространение как в торговле сырьевой продукцией и полуфабрикатами, так и готовыми изделиями, в первую очередь, машинами и оборудованием. При торговле сырьём необходимость заключения таких сделок обуславливается необходимостью получения гарантированного рынка сбыта продукции (для экспортеров) и источников получения сырья (для импортеров), рынки которого отличаются ярко выраженной нестабильностью. При торговле готовой продукцией заключение ДСК связаны с длительным сроком изготовления отдельных видов уникального оборудования, с мелкосерийным и единичным характером производства – металлургическое, химическое, горношахтное оборудование, авиа- и судостроение. Вопросами расчета мировых цен занимались многие авторы: В. Е. Есипов, Е. С. Глазова, М. П. Степанова, а также вопросами ценообразования Е. И. Пунин, Э. А. Уткин, В. В. Герасименко, В. И. Видяпин, В. П. Хлусов.

В настоящее время, исходя из общепризнанной классификации мировых цен, недостаточно определены особенности применения мировых цен крупными, средними, а также малыми предприятиями.

Целью данной статьи является определение особенностей применения и критериев выбора мировой цен для предприятий разных размеров.

На практике в качестве экспортных цен принимаются цены основных поставщиков конкретного товара и импортные цены в важнейших центрах импорта этого товара. На пшеницу мировыми являются

© Черепенина Е. О., 2009

экспортные цены Канады, нефть – стран-членов ОПЕК; пиломатериалы – экспортные цены Швеции; каучук – цены Сингапурской биржи; цветные металлы – цены Лондонской биржи цветных металлов [1, с. 131].

Применение твёрдой (фиксированной) цены мелкими предприятиями является нецелесообразным, так как она принимается неизменной на весь срок действия контракта, что может привести к увеличению издержек. Данная цена недостаточно подходит для использования мелкими предприятиями, так как их применение оправдывает себя только в период устойчивой конъюнктуры рынка, и используются при сделках на срок 2 – 3 года. Её применение целесообразно для крупных предприятий, так как мелкие предприятия не всегда заключают контракты на такие сроки, в большинстве случаев это единоразовые поставки. Также при неблагоприятных изменениях конъюнктуры рынка, предприятие может понести убытки, для крупного предприятия которые окажутся незначительными, а для мелкого окажут существенное влияние на его деятельность [2, с. 48].

Текущая цена представляет собой полную противоположность твердой, то есть оплата каждой партии товара производится по ценам "открытого рынка" на момент поставки. Такая цена также является неприемлемой для предприятий малого бизнеса, так как они применяются в торговле теми товарами, по которым существуют организованные рынки, являющиеся общепризнанными индикаторами конъюнктуры (нефть, нефтепродукты, цветные металлы) [3, с. 99].

При использовании ступенчатых цен фактическая цена поставки фиксируется лишь на некоторый первоначальный период. При этом оговариваются сроки пересмотра цены и принцип фиксации на новых уровнях. Широко используются при поставке железной руды, угля и природного газа. Данная цена применима лишь для предприятий крупного размера, так как используется при продаже специфической продукции [4, с. 56].

Для мелких, а также средних предприятий будет целесообразно использование скользящих цен, так как первоначальная цена корректируется в соответствии с изменениями ценообразующих показателей в процессе реализации внешнеторгового контракта.

При применении скользящих цен в контрактах устанавливается базовая цена, которая периодически (с каждой новой поставкой или через равные, как правило, непродолжительные промежутки времени), корректируется, где в качестве аргументов выбраны несколько переменных показателей, играющих роль ценообразующих факторов. В своём предложении экспортер указывает цену на дату предложения, порядок раскладки этой цены на составляющие элементы, а также условия перехода от базисной цены к цене платежа на дату поставки товара. Под условиями скользящего подразумеваются условия пересчета базисной цены в окончательную, по которой заказчик расплачивается с поставщиком. Эти условия скользящего включают периоды скользящего, то есть временные интервалы, в течение которых определяются количественные значения элементов, составляющих цену (расходы на материалы, рабочую силу и неизменной части цены), а также порядок определения этих величин. Покупателю следует быть готовым к тому, что корректировку цены делает производитель, где он также учитывает фактор риска. Но положительным фактором является то, что производитель опирается только на изменение себестоимости (расходы на заработную плату, материалы и т. д.) его продукции, а изменение конъюнктуры рынка как таковой его не касаются. Также в расчёте скользящей цены учитывается также неизменная её часть, которая обычно принимается на уровне 15 – 25%. Это также может оказать положительное влияние при формировании мировой цены, так как покупатель стремится добиваться увеличения удельного веса неизменной части цены, продавец, наоборот, его снижения. Это связано с тем, что динамика цен на материалы и ставок заработной платы характеризуется в основном повышательной тенденцией. Поэтому чем выше доля затрат на материалы и заработную плату в структуре цены, тем выше вероятность повышения окончательной цены расчета к моменту поставки [5, с. 68].

Кроме того, импортер должен учитывать тот факт, что величина расходов на заработную плату в структуре конечной цены зависит не только от изменения ее ставок, но и от изменения производительности труда. Поэтому он вправе настаивать на введении поправочного коэффициента, учитывающего это изменение, что приведет к снижению того элемента цены, в котором ограничивается величина расходов на оплату рабочей силы.

Таким образом, для предприятий крупного размера целесообразно применение твёрдых и текущих цен рынка, так как им приходится считаться с условиями, которые диктует изменение конъюнктуры мирового рынка. Для предприятий среднего и малого бизнеса наиболее целесообразно применение ступенчатой и скользящей цен, так как корректировка окончательной цены продукции позволит избежать потерь денежных средств при закупке зарубежной продукции, а также застраховать себя от валютных и финансовых рисков при осуществлении внешнеторговых контрактов.

Научн. рук. Бондаренко Л. Н.

Литература: 1. Герасименко В. В. Ценовая политика фирмы. – М.: Финстантинформ, 1995. – 178 с. 2. Глазова Е. С. Мировые цены: особенности формирования / Е. С. Глазова, С. М. Никитин, М. П. Степанова // Мировая экономика и международные отношения. – 1997. – №3. – 156 с. 3. Пунин Е. И. Маркетинг, менеджмент и ценообразование на предприятиях. – М.: Международные отношения, 1993. – 112 с. 4. Видяпин В. И. Предпринимательство: маркетинг и цены Учебн. пособ. / В. И. Видяпин, Т. П. Данько, В. А. Слепов. – М.: Изд. Рос. экон. акад., 1992. – 130 с. 5. Цены и ценообразование. Учебник для вузов / Под ред. В. Е. Есипова. – 3-е изд. – СПб.: Издательство "Интер", 1999. – 71 с. 6. Уткин Э. А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика. – М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем"; Изд. ЭКМОС, 1997. – 422 с. 7. Хлусов В. П. Основы маркетинга. – М., 1997. – 232 с.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

В современных экономических условиях, на фоне глобализации мирового хозяйства и повышения уровня интернационализации деятельности хозяйствующих субъектов, для многих предприятий существенно возросла актуальность относительно новых задач, связанных с оценкой внешних рынков и принятием решения об организации внешнеэкономической деятельности [1, с. 24]. Данная проблема осложняется тем, что за период становления и развития новой украинской экономики у хозяйствующих субъектов еще не накоплен практический опыт их решения.

Выход субъектов хозяйствования Украины на внешние рынки требует существенных усилий, как у отдельных предприятий, так и государства, от чего, в итоге, будет зависеть не только динамика внешней торговли, но и возможность дальнейшего экономического и социального развития государства как ограниченной подсистемы мировой экономики [2, с. 48].

Как показывают результаты исследования ряда ученых [2 – 4], наиболее распространенными причинами выхода на внешние рынки являются:

1. Изменение конъюнктуры на внутреннем рынке.
2. Появление новых рыночных возможностей за рубежом.
3. Продление жизненного цикла товара.

4. Получение дополнительного коммерческого эффекта за счет использования преимуществ национальных факторов производства и ресурсного потенциала страны и т. д.

Перечисленные факторы определяют необходимость принятия решения о выходе на международные рынки и могут быть использованы как направления для оценки принимаемого решения о выходе на тот или иной внешний рынок. В общем виде процесс планирования и организации внешнеэкономической деятельности состоит из последовательной реализации следующих этапов: проведения анализа зарубежного рынка и потребностей потребителей, разработки стратегии ведения внешнеэкономической деятельности, и последующей детализации стратегии в ходе разработки конечного продукта либо услуги для зарубежного рынка [5, с. 76]. При этом необходимо учитывать отличия внешнего рынка, как объекта исследования, связанные, в первую очередь, с тем, что внешний рынок является рынком покупателя, то есть предложение товаров и услуг опережает спрос. Маркетинг внешних рынков потребует от хозяйствующего субъекта большей активности, чем на украинском рынке, который во многих сегментах все еще низкоконкурентен. При выходе на внешний рынок повышается потребность хозяйствующего субъекта в оперативном получении рыночной информации, ее быстром анализе и разработке корректирующих мероприятий для рыночной стратегии.

Рассмотрим алгоритм процесса планирования и организации внешнеэкономической деятельности, включающий в себя следующие элементы.

На первом этапе данного алгоритма формулируется модель ожиданий внешнего рынка, под которой понимается совокупность взаимосвязанных критериев, позволяющих нам в дальнейшем принимать решения о способах выхода на рынок; о продвижении продукта; о необходимости учета национальных и региональных особенностей и т. п. [6, с. 12].

В качестве инструмента используются методы международного маркетинга, более полно учитывающего особенности внешних рынков. С помощью данного инструмента предприятие может получить следующие данные: тип проблем в государстве, или группе государств, на чьей территории расположен интересующий нас внешний рынок; тип рынка в зависимости от соотношения спроса и предложения; этап жизненного цикла и уровень конкурентоспособности товара на внешнем рынке; система законодательных и сертификационных мер и требований, создающая тарифные и нетарифные барьеры для выхода на внешний рынок.

Вторым этапом алгоритма, выполняемым параллельно с первым, является формализация и согласование ожиданий собственников, инвесторов, для которых хозяйствующий субъект как структура является инструментом реализации собственных целей. Инструменты, которые используются на данном этапе: предварительная индивидуальная диагностика поля ожиданий каждого из собственников, проведение совместных переговоров, модерация и фасилитация процесса формирования общих ожиданий от бизнеса у собственников. Результатом данного этапа являются согласованные ожидания собственников, одинаково понимаемые и принимаемые ими цели и направления внешнеэкономического развития, единые и принимаемые всеми собственниками критерии измерений и субъективной оценки уровня достижения их личных целей за счет внешнеэкономической деятельности.

Третий этап алгоритма – разработка стратегии по направлениям деятельности хозяйствующего субъекта. Для разработки стратегии и политик по направлениям ведения внешнеэкономической деятельности хозяйствующим субъектом используем следующие инструменты: групповую работу по анализу подготовленной заранее и созданию новой информации о деятельности предприятия, с обязательным участием собственников и ключевых специалистов предприятия, в формате сессии стратегического планирования, на основании утвержденного регламента стратегического планирования.

Получаемые результаты оформляются в виде следующих документов: стратегия развития внешнеэкономической деятельности хозяйствующего субъекта, маркетинговая политика, политика в области персонала, политика в области воспроизводства ресурсов и механизмов, политика в области управления информационными ресурсами [6, с. 14].

На четвертом этапе алгоритма решается задача выработки согласованных условий тактической деятельности по реализации стратегии и политики по направлениям. Используемые инструменты и результаты: детализация политики до уровня оперативных управленческих решений, реализация планов, определение результатов процессов, формирование организационной структуры управления, структура бюджетов и планов по реализации политики, регламентаций внешнеэкономической деятельности, определение требований к системе обеспечивающих процессов – документооборота и IT-обеспечения.

На пятом этапе определяются требования к процессу управления изменениями и регламентация его процедур.

Таким образом, в результате реализации всех этапов алгоритма достигается устойчивое развитие внешнеэкономической деятельности предприятия. Достижение данной цели обеспечивается путем интеграции всех элементов алгоритма подсистемой управления изменениями, охватывающей и обеспечивающей согласованность деятельности всех блоков организации внешнеэкономической деятельности.

Научн. рук. Базалиева Л. В.

Литература: 1. Булатов А. С. Как основать компанию на Западе (практич. советы российскому предпринимателю): Справ. изд. – М.: Международные отношения, 2001. – 320 с. 2. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібн. – 3-є вид., перероб і доп. – К.: Знання-прес, 2002 – 384 с. 3. Горячев А. А. Изучение внешнеторговых рынков: цели, средства, эффективность. – М.: Международные отношения, 2004. – 183 с. 4. Данильченко Е. В. Исследование внешнего рынка как составная часть международного маркетингового исследования // Журнал международного права и международных отношений. – 2006. – №2. – С. 49 – 54. 5. Кратко И. Н. Управление процессом интернационализации фирмы / И. Н. Кратко, Е. Г. Пантелеева // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – №2. – С. 74 – 81. 6. Ралко К. Д. Элементы комплексного подхода к организации внешнеэкономической деятельности хозяйствующего // Научный журнал "Современные проблемы науки и образования". – Ч. 2. – 2007. – №6.

УДК 658.15

Сулейман Р. М.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Функціонування підприємства – це складний динамічний процес, що є результатом неперервного циклічного руху грошових коштів. Однією із проблем, що виникають перед підприємствами в сучасних умовах, є відновлення і збереження динаміки циклів операційної, інвестиційної і фінансової діяльності, що є запорукою необхідної ліквідної позиції підприємства і реалізації його попиту на кошти. Вирішення цієї проблеми неможливе без глибоких досліджень економічних механізмів, що визначають грошові потоки кожного окремого суб'єкта господарювання. Таким чином, існує нагальна потреба в управлінні, контролі й аналізі грошових потоків, підвищенні наукової обґрунтованості прийняття фінансових рішень в умовах нестабільності та ризику, розробці системи аналітичних і модельних засобів управління коштами. Необхідність в управлінні, контролі та економічному аналізі грошових потоків на підприємствах обумовлена існуванням практичних потреб фінансового управління, що стоять на рівні проблеми виживання окремих підприємств, галу-

© Сулейман Р. М., 2009



зей і виходу із кризового стану економічної системи в цілому. Найбільш актуального характеру ця проблема набуває за теперішніх часів під час світової фінансової кризи, коли зусилля підприємств мають бути спрямовані на оптимізацію і прискорення фінансових потоків.

Метою статті є аналіз управління та шляхів оптимізації фінансових потоків підприємства. Питання управління фінансовими потоками підприємства проаналізовані багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими. Так, серед них можна виділити роботи таких вчених, як А. В. Гутова [1], Л. О. Лігоненко, Г. В. Ситник [2], А. С. Паронян, Т. І. Іваченкова [3], Н. В. Парушина [4], Г. В. Митрофанов, Г. О. Кравченко, Н. С. Барабаш [5], Л. С. Яструбецька [6].

Очевидно, що брак досвіду функціонування підприємств України в ринкових умовах, недостатнє вирішення проблеми управління їх грошовими потоками як у методологічному, так і в прикладному аспектах призводять до того, що у вітчизняній практиці аналізу рух коштів практично не береться до уваги. Це зумовлює ігнорування найбільш важливої – динамічної частини бізнесу – і породжує низку серйозних проблем, пов'язаних з необґрунтованістю та хаотичністю управління і загостренням загальної проблеми неплатежів. Можливо приклад треба брати з практики функціонування у цьому аспекті зарубіжних підприємств найбільш розвинених країн світу, котрі використовують сучасні методи та принципи управління грошовими потоками, приймають цілком обґрунтовані рішення управління грошовими потоками на основі економіко-математичних розрахунків.

Вітчизняні аналітики почали широко оперувати терміном "грошовий (фінансовий) потік" лише з початком ринкового реформування української економіки. За ринкових умов поява терміна "грошовий потік" поряд з існуванням категорії коштів є цілком оправданою. Адже термін "грошовий потік" розкриває динамізм підприємницької діяльності, де грошові надходження і вибуття мають постійний характер, йдуть безперервними потоками. Лише в балансі підприємства його кошти показані на певну дату.

В Україні ж на сьогодні при означенні поняття грошових потоків слід керуватися П(С)БО 4, де під грошовими потоками розуміють надходження та вибуття грошових коштів та їх еквівалентів [7]. Цікавим є визначення, наведене в роботі Л. О. Лігоненко та Г. В. Ситник: "грошові потоки підприємства — це система розподілених у часі надходжень та видатків грошових коштів, що генеруються його господарською діяльністю і супроводжують рух вартості, виступаючи зовнішньою ознакою функціонування підприємства" [2].

Аналіз руху грошових коштів є необхідною умовою ефективного управління грошовими потоками, які забезпечують фінансово-господарську діяльність підприємства. Метою аналізу грошових потоків підприємства є прискорення руху грошових коштів і підвищення на цій основі оборотності активів і капіталу, а також забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства.

Аналіз джерел утворення і напрямів витрачання грошових коштів здійснюється на основі балансу підприємства, динаміка статей якого інтерпретується як формування джерел або як витрата коштів. Зменшення активів та зростання власного і позикового капіталу призводять до формування джерел коштів. Ефективність використання коштів оцінюється за його наслідками – збільшенням активів та зменшенням заборгованості підприємства. Аналіз фінансових потоків тісно взаємопов'язаний з такою функцією, як управління [5].

Система управління грошовими потоками на підприємстві — це сукупність методів, інструментів та специфічних прийомів ціленаправленого, безперервного впливу з боку фінансової служби підприємства на рух грошових коштів для досягнення поставленої мети [1].

Побудова системи управління грошовими потоками підприємства базується на наступних принципах [3]:

1. Принцип інформативної вірогідності. Як і кожна управлінська система, управління грошовими потоками підприємства повинне бути забезпечене необхідною інформаційною базою.

2. Принцип забезпечення збалансованості. Реалізація цього принципу пов'язана з оптимізацією грошових потоків підприємства в процесі управління ними.

3. Принцип забезпечення ефективності. Реалізація принципу ефективності в процесі управління грошовими потоками полягає у забезпеченні ефективного їхнього використання шляхом здійснення фінансових інвестицій підприємства.

4. Принцип забезпечення ліквідності. Реалізація цього принципу забезпечується шляхом відповідної синхронізації позитивного і негативного грошових потоків у розрізі кожного тимчасового інтервалу розглянутого періоду.

Ефективне управління грошовими потоками підвищує рівень фінансової і виробничої гнучкості компанії, оскільки приводить до:

поліпшення оперативного управління, особливо з точки зору збалансування надходжень та витрат грошових коштів;

збільшення об'ємів продаж та оптимізації витрат за рахунок великих можливостей маневрування ресурсами компанії;

підвищення ефективності управління борговими зобов'язаннями та вартістю їх обслуговування, поліпшення умов переговорів з кредиторами та постачальниками;

створення надійної бази для оцінки ефективності роботи кожного з відділень компанії, її фінансового стану в цілому;

підвищення ліквідності компанії.

При аналізі потоки грошових коштів розглядаються за трьома видами діяльності: операційна (основна), інвестиційна і фінансова.

Операційна діяльність – основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною чи фінансовою діяльністю. Інвестиційна діяльність – придбання та реалізація необоротних активів, а також тих фінансових інвестицій, які не є складовою частиною еквівалентів грошових коштів. Фінансова діяльність – діяльність, яка призводить до змін розміру і складу власного та позикового капіталу підприємства [4].

Розрізняють також надходження грошових коштів до підприємства – "припливи", і вибуття грошових коштів – "відтоки" по кожному з 3-х видів діяльності (табл. 1).

Таблиця 1

Потоки грошових коштів по операційній діяльності (Operating Cash Flow)

"припливи"	"відтоки"
Виручка від реалізації товарів, робіт, послуг	Оплата рахунків постачальників і підрядників
Аванси, отримані від покупців	Виплата заробітної плати
Погашення дебіторської заборгованості	Відрахування до бюджету та позабюджетних фондів
Надходження від погашення бартеру	Оплата процентів за кредит

Оскільки операційна діяльність підприємства є головним джерелом прибутку, то вона повинна бути і головним джерелом грошових коштів (табл. 2).

Таблиця 2

Потоки грошових коштів по інвестиційній діяльності (Investing Cash Flow)

"припливи"	"відтоки"
Виручка від реалізації основних засобів і нематеріальних активів	Придбання основних засобів і нематеріальних активів
Дивіденди, проценти від довгострокових капітальних вкладень	Капітальні вкладення
Повернення інших фінансових вкладень	Довгострокові фінансові вкладення

Оскільки при нормальному ході справи підприємство прагне до розширення і модернізації існуючих виробничих потужностей, то інвестиційна діяльність в цілому приводить до відтоку грошових коштів (табл. 3).

Таблиця 3

Потоки грошових коштів по фінансовій діяльності (Financing Cash Flow)

"припливи"	"відтоки"
Короткострокові кредити і позики	Повернення короткострокових кредитів і позик
Довгострокові кредити і позики	Повернення довгострокових кредитів і позик
Надходження від емісії акцій	Виплата дивідендів
	Погашення векселів

Фінансова діяльність покликана збільшувати грошові кошти в розпорядженні підприємства для фінансового забезпечення операційної та інвестиційної діяльності [4].

Двома головними методами розрахунку величини грошового потоку є прямий і непрямий.

Використання непрямого методу розрахунку руху коштів дозволяє визначити потенціал формування підприємством основного внутрішнього джерела фінансування свого розвитку – чистого грошового потоку по операційній і інвестиційній діяльності, а також виявити динаміку всіх факторів, що впливають на його формування. Крім того, слід відзначити відносно низьку трудомісткість формування звітності про рух коштів, тому що переважна більшість необхідних для розрахунку непрямим методом показників міститься в інших формах діючої фінансової звітності підприємства.

Прямий метод спрямований на одержання даних, що характеризують як валовий, так і чистий грошовий потік підприємства в звітному періоді. Він покликаний відбивати весь обсяг надходжень і витрат коштів у розрізі окремих видів господарської діяльності і по підприємству в цілому. Розходження отриманих результатів розрахунку грошових потоків прямим і непрямим методом відносяться тільки до операційної діяльності підприємства. При використанні прямого методу розрахунку грошових потоків використовуються безпосередні дані бухгалтерського обліку, що характеризують усі види надходжень і витрат коштів.

Принципова формула, за якою здійснюється розрахунок суми чистого грошового потоку підприємства, має наступний вигляд [6]:

$$ЧГП_n = ЧГП_o + ЧГП_i + ЧГП_ф ,$$

де ЧГП_n – загальна сума чистого грошового потоку підприємства в розглянутому періоді;

ЧГП_o – сума чистого грошового потоку підприємства по операційній діяльності;

ЧГП_i – сума чистого грошового потоку підприємства по інвестиційній діяльності;

ЧГП_ф – сума чистого грошового потоку підприємства по фінансовій діяльності.

Визначення ЧГП по кожній із видів діяльності розраховується шляхом віднімання від загальної суми припливів грошових коштів їх відтоків.

Оптимізацією грошових потоків є процес вибору найкращих форм їх організації на підприємстві з урахуванням умов і особливостей здійснення його господарської діяльності. Основними цілями оптимізації є забезпечення:

збалансованості обсягів грошових потоків;

синхронності формування грошових потоків;

зростання чистого грошового потоку підприємства.

Основним завданням оптимізації грошових потоків є збільшення чистого грошового потоку підприємства, що може бути досягнуто за рахунок наступних заходів (табл. 4):

Таблиця 4

Заходи зі збільшення припливу грошових коштів

	Збільшення припливу грошових коштів	Зменшення відтоку грошових коштів
Короткострокові заходи	продаж або здача в оренду необоротних активів; раціоналізація асортименту продукції; реструктуризація дебіторської заборгованості в фінансові інструменти; використання часткової передоплати; залучення зовнішніх джерел короткострокового фінансування; розробка системи скидок для покупців	скорочення витрат; відстрочка платежів; використання знижок поставальників; перегляд програми інвестицій; податкове планування; вексельні розрахунки
Довгострокові заходи	додаткова емісія акцій; реструктуризація компанії – ліквідація або виділення в бізнес-одиниці; пошук стратегічних партнерів; пошук стратегічного інвестора	довгострокові контракти, які передбачають знижки або відстрочки платежів; податкове планування

Таким чином, стійкість та міць фінансової системи підприємства набагато залежить від того, яким чином здійснюється у ній рух грошових коштів та чи є цей потік ефективним з точки зору поліпшення фінансово-господарського стану підприємства. Завданням не тільки фінансових органів, але й усього підприємства є знаходження таких заходів з оптимізації управління грошовими потоками, які б гарантували підвищення прибутковості від здійснення операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства.

Наук. керівн. Стахорська С. І.

Література: 1. Гутова А. В. Управление денежными потоками: теоретические аспекты // Финансовый менеджмент. – 2004. – №4. 2. Лігоненко Л. О. Управління грошовими потоками: Навч. посібн. / Л. О. Лігоненко, Г. В. Ситник. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2005. – 255 с. 3. Паронян А. С. Управление оборотными активами в организациях АПК / А. С. Паронян, Т. И. Иваченкова // Финансовый менеджмент. – 2004. – №5. 4. Парушина Н. В. Анализ движения денежных средств // Бухгалтерский учёт. – 2004. – №5. 5. Митрофанов Г. В. Фінансовий аналіз: Навч. посібн. / Г. В. Митрофанов, Г. О. Кравченко, Н. С. Барабаш; [За ред. проф. Г. В. Митрофанова. – К.: Київ нац. торг.-екон. ун-т. 2002. – 301 с. 6. Яструбецька Л. С. Деякі аспекти організації управління грошовими потоками підприємств // Менеджмент у XXI столітті: розвиток організацій та управління персоналом: Матеріали науково-практичної конференції. – Ч.2. – Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2004. – С. 303 – 304. 7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 4 "Звіт про рух грошових коштів", затверджено Наказом Міністерства фінансів України №87 від 31.03.99 р. // www.basa.tav.kharkov.ua.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ КОНТРОЛІНГУ В УПРАВЛІННІ ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Глобальна економіка висуває безліч вимог щодо постійного удосконалення системи управління організацією. Еволюція систем управління привела до того, що сьогодні визначальними стали наявність власних ресурсів та виявлення можливостей зовнішнього оточення.

Актуальність теми статті полягає у тому, що управління організацією ґрунтується на розумінні її як системи, що знаходиться в процесі постійного пристосування до різного роду змін. Згідно з синергетикою це приводить до підвищення самоорганізації системи управління через появу контролінгу, що забезпечує скоординоване та ефективне функціонування системи та її елементів.

Вагомий внесок у дослідження проблем інтеграції управлінських функцій у систему контролінгу внесли провідні вчені, серед яких Ю. Вебер, Х. Кюппер, Е. Майер [1], Р. Манн [2], Д. Хан [3], Д. Хекерт. Такі вчені-економісти, як Р. Коренченко [4], В. Палій [5], М. Ткач, А. Шеремет, Т. Шешуков розглядали в своїх роботах такі питання, як системи показників результативності та ефективності, ведення виробничого обліку, оперативне планування та ін. Незважаючи на достатню кількість публікацій з даної тематики, низка організаційних та методичних аспектів функціонування контролінгу залишається дотепер мало дослідженою, відсутній комплексний підхід до рішення організаційних проблем контролінгу окремих організацій.

Метою статті є вивчення та аналіз теоретичних й методичних основ контролінгу.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішено наступні основні завдання:

вивчено та проаналізовано сутність контролінгу як складової частини системи управління підприємством;

виявлено основні проблеми контролінгу, які виникають на підприємстві при його використанні;

визначено основні напрями реалізації функціонального забезпечення контролінгу.

Об'єктом дослідження є система контролінгу організації. Предметом дослідження – організаційно-економічні відносини, що формуються між учасниками контролінгу в процесі діяльності організації.

Незважаючи на те, що термін контролінг має англійські корені, історично найбільший вплив на його концепцію зробила німецька школа бізнес-адміністрування. Дана концепція постійно розвивається. Поки серед її прихильників немає єдності навіть у визначенні контролінгу:

Д. Хан: "Система інтегрованого інформаційного забезпечення, планування та контролю діяльності підприємства" [3, с. 138].

Р. Манн: "Орієнтована на результат функція підтримки посібника з координації всіх підсистем менеджменту" [2, с. 107].

Р. Коренченко: "Цілісна концепція економічного керування підприємством, спрямована на з'ясування всіх шансів та ризиків, пов'язаних з одержанням прибутку" [4, с. 211].

В. Палій: "Система, що забезпечує методичну й інструментальну базу для підтримки основних функцій керування: планування, контролю, обліку та аналізу" [5, с. 142].

Визначення демонструють ті обставини, що контролінг випробовує труднощі виділення й обґрунтування області власних досліджень, тому що використовує інструментарій, розроблений у рамках інших наукових дисциплін, зокрема управлінського обліку та керування інформаційними системами. З цим пов'язана множинність трактувань поняття "контролінг": одні фахівці ототожнюють його з внутрішнім контролем, другі – з аудитом, треті – з автоматизованими системами керування, четверті визначають контролінг як систему програмно-цільового планування, а п'яті – як управлінський облік керування витратами.

Загострює проблему підвищення ефективності системи управління організацією постійний конфлікт взаємозв'язків між зовнішнім і внутрішнім середовищем організації. При ускладненій системі суспільних відносин контролінг дозволяє вирішити проблеми організації [1, с. 14 – 16]:

зсув акценту з контролю минулого на аналіз майбутнього: підвищення ефективності облікової, аналітичної, планової та контрольної діяльності організації;

необхідність постійного моніторингу змін, що відбуваються в зовнішньому оточенні та внутрішньому середовищі організації;

підвищення гнучкості системи управління організації.



Реалізація функцій контролінгу знаходить висвітлення в наступних видах діяльності та компетенції [4, с. 209]:

1. Побудова системи планування:
сприяння при визначенні плану розвитку організації та її цілей;
керівництво та координація робіт з планування та складання бюджету, узгодження проміжних цілей і планів та їхнє зведення в єдиний загальний план організації;
розробка методів планування;
визначення необхідної для планування інформації.

2. Складання звітності:
введення системи інформаційного забезпечення та звітності;
облік специфічних потреб менеджерів в інформації та звітності;
своєчасне представлення методичної інформації про відхилення між фактичними та плановими значеннями показників, що характеризують товарообіг, витрати, прибуток та стан фінансових інвестицій;

аналіз відхилень та обговорення результатів аналізу з відповідальними керівниками підрозділів фірми, а також розробка альтернативних рішень та рекомендацій з виходу зі сформованої ситуації як контркерування.

Таким чином, контролінг розглядається як основна ланка в системі інтеграції управлінських рішень та аналітичного апарата компанії. Контролінг направляє діяльність усієї системи керування на досягнення поставлених цілей, є синтезом планування, обліку, економічного аналізу та організації інформаційних потоків, здійснює інформаційне забезпечення прийняття рішень на всіх рівнях управлінської ієрархії.

Наук. керієн. Базалієва Л. В.

Література: 1. Майер Э. Контроллинг как система мышления и управления: Пер. с нем. / Под ред. С. А. Николаевой. – М.: Финансы и статистика, 2006. – С. 13 – 16. 2. Манн Р. Контроллинг для начинающих / Пер. с нем. – М.: Финансы и статистика, 2007. – С. 105 – 108. 3. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга / Пер. с нем. – М.: Финансы и статистика, 1997. – С. 136 – 142. 4. Коренченко Р. Контролинг: Навч. посібн. – К.: Ника-Центр, Ельга, 2008. – С. 209 – 212. 5. Палий В. Контроллинг на предприятии: Научн. пособие. – М.: ПРИОР, 2008. – С. 141 – 143.

Сутуліна О. В.

УДК 658.62

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

КЛАСИФІКАЦІЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРУ

Успішність функціонування будь-якої фірми залежить від рівня конкурентоспроможності продукції, що пропонується нею споживачам. Оцінка конкурентоспроможності продукції – визначення її рівня, що дає відносну характеристику здатності продукції задовольняти вимоги конкретного ринку в даний період, порівняно з продукцією конкурентів.

Важливість такої оцінки обумовлена рядом факторів, серед яких слід назвати необхідність розробки заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції, вибір підприємством партнера для організації спільного випуску продукції, залучення капіталу інвестора для організації конкурентоспроможного виробництва, розробки маркетингових програм для виходу підприємства на нові ринки збуту, своєчасного прийняття рішення про оптимальні зміни товарного асортименту, розробки і виробництва нових і модернізованих виробів, розширення і створення виробничих потужностей [1, с. 59].

Метою даної роботи є визначення підходів до формування показників і аналіз класифікації існуючих методів оцінки конкурентоспроможності товарів.

Для оцінки реальної конкурентоспроможності слід визначити справжні значення показників за допомогою емпіричних й евристичних методів (органолептичних, вимірювальних, експертних тощо). Якщо в показнику конкурентоспроможності врахувати всі критерії споживачів конкретного ринку, то він відобразить лише очікувану, а не реальну конкурентоспроможність, бо для успішного продажу товару необхідно, щоб він з'явився на тому ринку, на якому дійсно потрібний, у потрібній

© Сутуліна О. В., 2009

кількості, у потрібний момент часу, щоб споживач був підготовлений до появи даного товару, а маркетингова програма була б краща, ніж у конкурентів. Усе це залежить від ефективного виконання маркетингових функцій: вивчення ринку, управління розробкою і виробництвом товару, управління збутом і просуванням. Таким чином, враховуючи концепцію маркетингу, можливо говорити про ширше розуміння реальної конкурентоспроможності товару, яке залежить не тільки від співвідношення "якість – ціна" і не тільки від відповідності критеріям споживачів, але і від конкурентоспроможності всієї маркетингової діяльності фірми, тобто:

$$K_T = f \text{ (критерії споживачів + конкурентоспроможність маркетингу фірми) [2, с. 212].}$$

Існують різні підходи до визначення показника конкурентоспроможності товару [3, с. 15].

Використання одного (інтегрального) показника або системи показників для визначення конкурентоспроможності передбачає порівняння їх переваг і недоліків, можливостей і обмежень згідно з цілями дослідження (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльна характеристика використання одного або декількох показників конкурентоспроможності товару

Показники конкурентоспроможності товару	Переваги та можливості	Недоліки й обмеження
Інтегральний показник конкурентоспроможності	1) демонструє ранг конкурентної позиції; 2) дозволяє проводити кількісний факторний аналіз, будучи результативним показником конкурентоспроможності	1) переважне використання експертних оцінок; 2) методологічні труднощі інтегрування показників у зведений; 3) ранжування конкурентної позиції тільки за одним значенням
Декілька показників, що відображають конкурентоспроможність	1) сприяють системному відображенню конкурентної позиції; 2) показують результати факторного аналізу	1) результат залежить від адекватності вибору системи показників; 2) не завжди існує відмінність між факторними і результативними показниками; 3) ускладнено проведення кількісного факторного аналізу

Описані вище підходи використовуються для визначення будь-яких показників конкурентоспроможності товару.

На сьогоднішній день існує безліч методів оцінки конкурентоспроможності різних видів товарів та галузей. Та найбільш відомі на сьогодні методи оцінки конкурентоспроможності продукції, які використовуються для всіх видів товарів, можна розділити на дві групи: аналітичні і графічні методи [4, с. 156].

Аналітичні методи оцінки конкурентоспроможності можуть використовувати як один, так і систему показників для визначення конкурентоспроможності продукції і поділяються на наступні види:

1. Розрахунково-аналітичний метод.
2. Модель Розенберга.
3. Модель з ідеальною точкою.
4. Оцінка на основі рівня продажів.

Розглянемо детальніше кожен вид методів та способи їх розрахунку:

1. Розрахунково-аналітичний метод.

Найчастіше розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності товару (K_{im}) здійснюють за формулою:

$$K_{im} = I_{TP} / I_{EP},$$

де I_{TP} – індекс технічних параметрів (індекс якості);

I_{EP} – індекс економічних параметрів (індекс цін).

Для розрахунку індексу технічних параметрів використовують формулу:

$$I_{TP} = \sum_{i=1}^n q_i \times v_i,$$

де q_i – одиничний показник i -го технічного параметра;

v_i – коефіцієнт вагомості i -го параметра.

Численні одиничні показники технічних параметрів визначаються таким чином:

$$q_i = P_{оцін} / P_{баз},$$

де $P_{оцін}$ – значення конкретного параметра оцінюваного виробу;

$P_{баз}$ – значення цього ж параметра базового виробу.

Для розрахунку індексу економічних параметрів використовують формулу:

$$I_{ВП} = \Pi_{спож}^{оцін} / \Pi_{спож}^{баз},$$

де $\Pi_{спож}^{оцін}, \Pi_{спож}^{баз}$ – ціна споживання відповідно оцінюваного та базового виробів, що розраховується наступним способом:

$$\Pi_{спож}^{оцін} = \Pi_{продажу} + M,$$

де $\Pi_{продажу}$ – продажна ціна товару;

M – сумарні витрати споживання, пов'язані з експлуатацією товару протягом усього періоду його служби.

Якщо $K_{ітт} > 1$, то оцінюваний товар вважається більш конкурентоспроможним, ніж товар-аналог, обраний за базу для порівняння;

якщо $K_{ітт} < 1$, то рівень конкурентоспроможності оцінюваного товару є нижчим, ніж у товар-суперника; якщо $K_{ітт} = 1$, то ця ситуація інтерпретується як тотожність рівнів конкурентоспроможності обох товарів.

Безумовно, мета виробника — отримати $K_{ітт} > 1$, цілеспрямовано збільшуючи $I_{ТП}$ та зменшуючи $I_{ЕП}$.

2. Модель Розенберга.

Модель виходить з того, що споживачі оцінюють товари з погляду їх придатності для задоволення своїх потреб. Вона виражається формулою:

$$A_j = \sum_{i=1}^n V_j I_{ij},$$

де A_j – суб'єктивна придатність товару (відношення до товару);

V_j – важливість мотиву для споживача;

I_{ij} – суб'єктивна оцінка придатності товару для задоволення мотиву i .

З точки зору товару використання моделі пов'язане з безліччю проблем (мотиви, важливі для товару, часто буває важко визначити, оцінка визначається суб'єктивними поглядами експертів; вислови опитуваних не дають вказівки на те, які характеристики про продукт повинні бути змінені; немає порівняння з ідеальними характеристиками).

Існує ще одна модель, схожа з моделлю Розенберга, але має більш практичний характер.

Значення окремих мотивів визначається опосередковано, через конкретні характеристики продукту:

$$Q_i = \sum_{k=1}^n X_k Y_{ik},$$

де Q_i – оцінка споживачами марки j ;

X_k – важливість характеристики ($k = 1, \dots, n$) k марки з погляду споживачів;

Y_{ik} – оцінка характеристики марки j з погляду споживачів.

Модель ґрунтується на передумові, що кожна характеристика бажана, і одночасно чим вища оцінка, тим краще.

3. Модель з ідеальною точкою.

Особливість методу – введення додаткової компоненти – ідеальної величини характеристики товару:

$$Q_j = \sum_{k=1}^n W_k |B_{jk} - I_k|^r,$$

де Q_j – оцінка споживачами марки j ;

W_k – важливість характеристики k ($k = 1, \dots, n$);

B_{jk} – оцінка характеристики марки j з погляду споживачів;

I_k – ідеальне значення характеристики марки j з погляду споживачів;

r – параметр, що означає при $r = 1$ – постійну, а при $r = 2$ – спадаючу граничну користь.

Сенс цієї формули: порівняно з іншими товарами, перевагу слід надати цьому товару, якщо його віддалення від ідеальної точки менше.

4. Оцінка на основі рівня продажів.

Критерій визначення рівня конкурентоспроможності – відносна частка продажу B_o оцінюваного товару, порівняного з товаром-конкурентом:

$$B_o = \frac{M_o}{M_o + M_i},$$

де M_o, M_i – обсяги продажу оцінюваного товару та i -го аналога.

Априорно рівень конкурентоспроможності товару можна оцінити як імовірність того, що на даному ринку довільний споживач, здійснивши купівлю, віддасть перевагу даному товару, вказаному i -му його конкуренту-аналогу. Імовірність B_o – це перевага одного товару (продукції, що оцінюється) перед іншим товаром (i -м його аналогом).

Таку априорну оцінку можна одержати за допомогою експертних методів.

Знайдені тим або іншим способом значення переваги B_o товарів дозволяють обчислити априорні оцінки очікуваної частки продажу на даному ринку продукції й її аналогів:

$$B_o = 1 / \left\{ 1 + \sum_{i=1}^n (1 - B_{oi}) / B_{oi} \right\},$$

$$B_i = 1 / \left\{ 1 + \sum_{j=1}^n (1 - B_{ji}) / B_{ji} \right\},$$

де B_o, B_i – очікувані частки продажу відповідно оцінюваної продукції й i -го аналога;

N – число аналогів-конкурентів;

B_{oi} – перевага оцінюваної продукції щодо i -го аналога;

B_{ji} – перевага j -го щодо i -го аналога.

У знаменнику формули до 1 додається сума відношення величин переваги $1 - B_{oi} = B_{io}$ аналогів перед оцінюваною продукцією до переваги B_{oi} продукції перед аналогами. Аналогічні суми відносин переваги пар товарів $1 - B_{ji} = B_{ij}$ фігурують у формулі. Усі вказані величини визначаються для даного ринку в даний період.

Для детальнішої оцінки методів наведемо порівняльну характеристику видів аналітичних методів (табл. 2) [5, с. 160].

Таблиця 2

Порівняльна характеристика аналітичних методів

Вид аналітичного методу	Переваги	Недоліки
Розрахунково-аналітичний метод	1) достатньо просте порівняння з товарами-конкурентами; 2) загальний аналіз робиться на основі аналізу окремих показників	1) застосування експертного методу; 2) складність у визначенні параметрів та їх значущості
Модель Розенберга	1) кожному товару може бути поставлено у відповідність будь-яке число, що значно полегшує порівняння їх конкурентоспроможності (чим більше число, тим більш конкурентоспроможний продукт)	1) складно визначити й оцінити найважливіші для продукту характеристики з погляду споживача; 2) немає порівняння з ідеальними характеристиками товару
Модель з ідеальною точкою	1) метод дає уявлення про ідеальний, з точки зору споживача, продукт; 2) дозволяє визначити ступінь відхилення даного продукту від ідеалу, що і визначає його конкурентоспроможність	1) складність у визначенні характеристик ідеального і даного товару; 2) використання експертних оцінок
Оцінка на основі рівня продажів	1) формули дозволяють визначити позицію товару на ринку, що у результаті відображає конкурентоспроможність товарів як здатність протистояти конкурентам, займаючи й утримуючи певну позицію на конкретному ринку; 2) метод враховує вплив різних чинників зовнішнього середовища	1) статичність моделі; 2) основу методу складають експертні оцінки

Графічний метод оцінки конкурентоспроможності товару базується на побудові багатокутника конкурентоспроможності. На рис. 1 співставлені багатокутники конкурентоспроможності двох фірм за восьми критеріями. Відповідно, на кожній з восьми осей з використанням певного масштабу виміру відмічаються точки, що відповідають значенням критеріїв. Лінія, що проходить через них, утворює багатокутник. Але описаний метод не дозволяє встановити значення узагальненого критерію конкурентоспроможності і відповідно її рівня [5, с. 231].

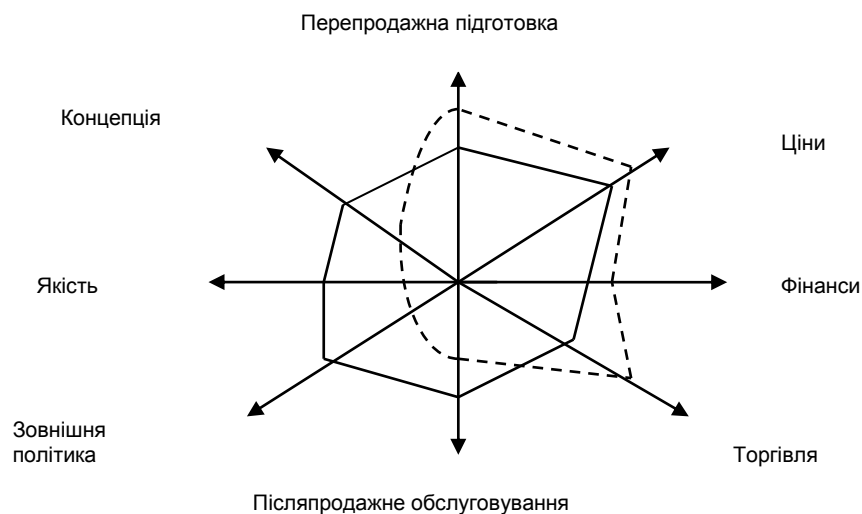


Рис. 1. Приклад багатокутників конкурентоспроможності

Більш досконалий графічний метод наведений на рис. 2, на якому представлено два багатокутники – радари, побудовані на 23 осях, що відповідають 23 одиничним критеріям. Радар конкурентоспроможності побудовано за наступними правилами:

- 1) коло ділиться радіальними оцінними шкалами на рівні сектори, число яких рівне числу критеріїв;
- 2) у міру віддалення від центру кола значення критерію покращується;
- 3) шкали на радіальних прямих градуюються так, щоб усі значення критеріїв лежали усередині оцінного кола;
- 4) естетичність і ергономічність визначається експертним методом за 10-бальною шкалою;
- 5) наявність будь-якого пристрою (антиблокувальної системи, подушок безпеки, електропідігрівачів дзеркал тощо) оцінюється одиницею, що лежить, його відсутність – нулем, що співпадає з центром кола;
- 6) для порівняння продуктів-конкурентів їх радари будуються на одному і тому ж колі.

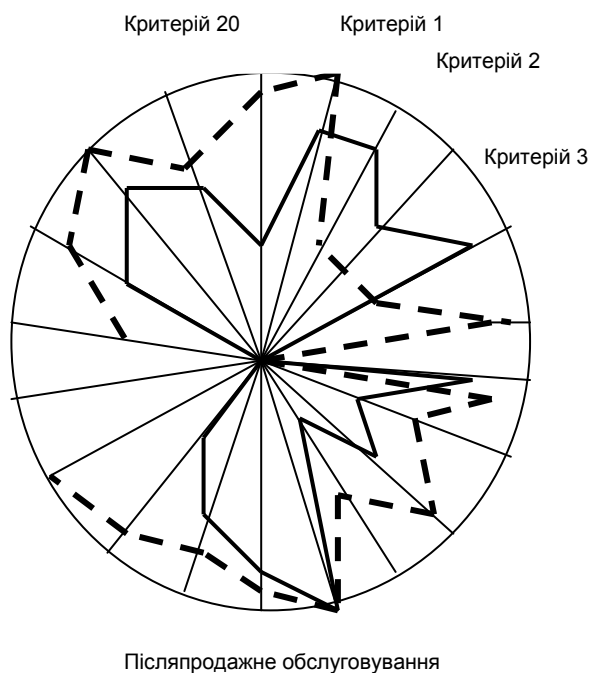


Рис. 2. Приклад багатокутників-радарів конкурентоспроможності

Отже, конкурентоспроможність товару є головною умовою конкурентоспроможності фірми на ринку і важливою основою прибутковості її діяльності. Для визначення рівня конкурентоспроможності продукції на практиці застосовуються різноманітні методи. Вибір конкретного методу визначення конкурентоспроможності залежить від специфіки продукту (споживчий товар чи продукція промислового призначення), обсягів доступної інформації, терміновості отримання результатів оцінки, аудиторії, на яку вони розраховані, ресурсних (у тому числі бюджетних) обмежень тощо.

У даній статті були розглянуті різні підходи до визначення показника конкурентоспроможності товару, тобто використання одного (інтегрального) показника або системи показників для визначення конкурентоспроможності, що передбачає порівняння їх переваг і недоліків, можливостей і обмежень згідно з цілями дослідження. Автором була розглянута і проаналізована класифікація методів оцінки конкурентоспроможності продукції, яка використовується абсолютно для всіх видів товарів (аналітичні і графічні), та проведена порівняльна характеристика зазначених методів, а саме: способи розрахунку, оцінка переваг і недоліків їх використання. Проведений аналіз дозволить підприємству (керівництву) раціонально здійснювати вибір методу оцінки конкурентоспроможності товару залежно від обставин, які склалися на ринку.

Наук. керівн. Юлеїна І. В.

Література: 1. Хамініч С. Методика інтегральної оцінки рівня конкурентоспроможності промислового підприємства // Економіст. – 2006. – №10. – С. 59 – 61. 2. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация: Монография. – Луганск: Изд. ВНУ, 2000. – 315 с. 3. Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1996. – 425 с. 4. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика. – 2-е изд. – М.: Пресс, 1998. – 345 с. 5. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 367 с.



Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ФАКТОРЫ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

При выходе на внешний рынок в основном предприятия стараются скорее занять определенную нишу рынка. Некоторые фирмы уделяют внимание факторам, формирующим их способность приобрести данное конкурентное преимущество. Остальные же оставляют этот сегмент управления бизнесом без внимания.

Вопросам выхода на внешние рынки посвящено много публикаций в специализированной литературе и исследований зарубежных ученых, таких, как Майкл Е. Портер, А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар, Дж. Робинсон и др. Среди отечественных исследователей данного вопроса можно выделить И. Казакова, который раскрывает силы и стратегии развития зарубежных рынков, Г. А. Морозову, которая рассматривает организацию работы предприятия региона на международном рынке, Г. В. Турбана, охарактеризовавшего формы работы компании на зарубежных рынках. В Украине этой проблематике уделили внимание д.э.н. О. И. Шевцова, С. Я. Касян, О. Терещенко и др.

Однако большинство отечественных предприятий недостаточно планируют свою деятельность, ориентируясь на прогнозы поведения рынка, и не учитывают тенденции развития предприятия по мере выполнения планов.

С. Джиллиган и М. Хирд следующим образом описывают процесс принятия решения выхода на рынок с учетом следующих факторов [1]:

- 1) цели фирмы и ожидаемый объем ее деловой деятельности на данном рынке;
- 2) размер фирмы и ее финансовые ресурсы;
- 3) способы участия на других зарубежных рынках;
- 4) управленческая культура, опыт персонала фирмы в области организации международного маркетинга;
- 5) характер и уровень конкурентной борьбы на рынке;
- 6) характер продукта, наличие у него конкурентных преимуществ в отношении технологии производства, патентной охраны, товарных знаков;
- 7) политическая "инфраструктура" рынка, таможенные и другие ограничения.

Важной чертой современного мирового хозяйства является деятельность его субъектов в условиях жесткой конкуренции. Поэтому одним из важнейших решений компании, желающей включиться в международные экономические отношения, является решение о выборе способа выхода на внешний рынок, как правило, уже заполненный товарами и услугами.

Г. В. Турбан выделяет следующие важнейшие факторы, влияющие на выбор варианта вхождения международной компании на зарубежный рынок [2]:

- скорость вхождения на рынок;
- прямые и косвенные издержки по выходу на конкретный рынок;
- уровень возможного риска;
- сроки окупаемости инвестиций;
- степень остроты конкуренции;
- покупательная способность населения.

Однако одни исследователи углубляются в изучение внешних факторов выхода на зарубежные рынки, другие анализируют лишь внутренние составляющие.

Целью статьи является определение взаимодействия внешних и внутренних факторов для описания организационной компоненты выхода предприятия на внешний рынок. Для этого необходимо рассмотреть факторы как этапы, которые необходимо преодолеть, то есть по их сути, и с точки зрения места их формирования и оказания влияния на деятельность предприятия, оценить сложности и риски при осуществлении ВЭД, осуществить организационную и кадровую перестройку предприятия и составить ряд сценариев возможного развития ситуации с целью ее мониторинга и своевременного внесения изменений.

Деятельность любого предприятия, планирующего выход на зарубежный рынок, связана с большим количеством рисков. Если предприятие выходит на мировой рынок впервые или собирается выводить ряд новых товаров, ему следует решить многочисленные организационные проблемы. При разделении факторов по месту их формирования и влияния на осуществление сделки выделим следующие.

Внешние – связанные с регистрацией продукции, лицензированием, решением таможенных вопросов, стандартизацией, сертификацией и рядом других государственных инстанций. Данные процедуры, помимо финансовых затрат, занимают от одного до двух месяцев при условии позитивного ответа. Организация внешнеэкономической деятельности в данном случае включает регистрацию физического/юридического лица как субъекта внешнеэкономической деятельности, при этом присваивается регистрационный номер, необходимый для лицензирования и регистрации контракта [3, ст. 5]. Лицензирование представляет собой разрешение на осуществление определенного вида деятельности по определенному товару согласно украинскому классификатору товаров ВЭД и осуществляется Центральными органами исполнительной власти по вопросам экономической политики. Также необходимо связаться с таможенными органами для составления предварительной грузовой таможенной декларации, решения организационных вопросов по кодировке товара и таможенного органа, страны производителя и отправителя, определения порядка проведения санитарной проверки груза, квотирования товара и т. д. Следует обратить особое внимание на наличие сертификатов: качества, происхождения и соответствия. К внешним факторам также относятся создание валютного счета и регистрация контракта. При отсутствии четкого плана действий и распределения времени и усилий, промедление может испортить авторитет предприятия на мировом рынке или даже привести к срыву сделки.

Внутренние факторы связаны с организационной структурой предприятия. К ним относятся наличие отдела ВЭД, укомплектованность и компетентность штата сотрудников, система распределения функциональных обязанностей и т. д. Так как оказываемое ими воздействие носит долгосрочный характер, то и проявляются они не сразу. Необходимо учесть интерес к собственной продукции, определить его уровень и динамику, чтобы суметь оперативно отреагировать на возросший спрос. Резкое колебание на рынке и отсутствие компетентного специалиста, который сможет вовремя предвидеть последствия и скорректировать направление действий, приведет к стремительному банкротству.

Деление факторов на внутренние и внешние для субъекта ВЭД можно рассмотреть по источнику оказания влияния: факторы, влияющие изнутри предприятия, обусловленные экономической и политической ситуацией в государстве и сложившиеся на мировом рынке.

К факторам, оказывающим влияние на предприятие изнутри, отнесется как наличие специализированного отдела (внутренний фактор), так и наличие/отсутствие юридического оформления деятельности предприятия. Уровень экономического развития и политическая обстановка влияет как на стремление контрагентов сотрудничать и величину контракта, так и на условия данного сотрудничества. Факторы мирового масштаба включают от традиции ведения бизнеса до условий формирования и подписания контракта, возможностей рынка распределить предложенную продукцию.

Подобное разделение факторов необходимо для тонкого управления хозяйственной деятельностью и возможности быстрой корректировки положения. А анализ взаимодействия факторов между собой посредством мониторинга ситуации, отслеживания операций и проверки прогнозных значений и результатов позволит предприятию быстрее закрепиться на "новом" для него рынке. Кроме того, при увеличении срока совершения сделки наряду с вышеупомянутыми мероприятиями целесообразно осуществить страхование рисков, что, в свою очередь, значительно увеличивает затратную часть сделки и приводит к резкому снижению её эффективности. Отсутствие тщательного планирования этапов осуществления ВЭД делает невозможным не только получение прибыли как основной цели деятельности любого предприятия на любом рынке, но и отягощает его финансовыми обязательствами перед рядом субъектов и возможностью банкротства.

А ведь именно выявление основных влияющих факторов и барьеров рынка позволит избежать дополнительных затрат, связанных со страхованием, валютных потерь, потерь из-за резкого роста цен на сырье и комплектующие, транспорт, рабочую силу и т. п. И чем мельче предприятие по своим оборотам, тем труднее ему будет пережить это.

Научн. рук. Бондаренко Л. Н.

Литература: 1. Морозова Г. А. Организация работы предприятия региона на международном рынке // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия "Экономика и финансы". – 2004. – №2. – С. 385 – 396. 2. Турбан Г. В. Международная экономика и внешнеэкономическая деятельность: Учебн. пособие. / Г. В. Турбан, М. И. Плотницкий, С. Ю. Кричевский. – М.: Изд. Современная школа, 2006. – 664 с. 3. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" від 16.04.91 р. // Збірник систематизованого законодавства. – Вип. 5. – 2007. 4. Казаков И. Зарубежный рынок: силы и стратегии // Журнал "Маркетинг". – 1998. – №6. 5. Академия рынка: маркетинг / Пер. с франц. А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар. – М.: Экономика, 1993. – 572 с.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

АНАЛІЗ ЕКСПОРТУ ТА ІМПОРТУ УКРАЇНИ

Інтернаціоналізація суспільно-економічного життя сприяє приєднанню України до світового господарства, її входженню в світовий економічний простір. Структурні зрушення, які відбуваються в економіці країн під впливом науково-технічної революції, спеціалізація і кооперування промислового виробництва підсилюють взаємодію національних господарств, збільшують міжнародні потоки товарів, послуг, капіталів. Усе це сприяє активізації міжнародної торгівлі. Виникає необхідність ведення обліку даних про переміщення товарів через митний кордон України; збирання, формування, опрацювання, узагальнення всебічного аналізу та зберігання статистичної інформації з питань митної справи та зовнішньої торгівлі товарами [1, с. 37].

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності ведуть бухгалтерський та оперативний облік зовнішньоекономічних операцій, а також статистичну звітність, яку надсилають органам Державної статистики України. Зведення фактичної інформації про зовнішньоекономічну діяльність здійснює Державний комітет по статистиці (Держкомстат) України на основі даних, що надсилаються в обов'язковому порядку органами, які регламентують зовнішньоекономічну діяльність.

За результатами кожного року Держкомстат України складає і видає статистичні відомості у внутрішніх та у світових (зовнішньоторговельних) цінах про стан і структуру зовнішньоекономічних зв'язків України [2, с. 10].

Статистика зовнішньоекономічних зв'язків є складовою економічної статистики і вивчає розміри, динаміку і структуру зовнішньої торгівлі (за видами товарів і напрямками), склад імпорту й експорту, науково-технічне співробітництво, стан і розвиток виробничої кооперації і діяльності спільних підприємств, кредитних і валютно-фінансових відносин, міжнародних перевезень і туризму, а також оцінює закордонне майно, золотовалютні запаси, курс валют, досліджує міжнародну конкурентоспроможність і розробляє платіжний баланс. Статистика зовнішньоекономічних зв'язків поділяється на митну статистику (митна статистика зовнішньої торгівлі та спеціальна митна статистика) та статистику послуг у зовнішньоекономічній діяльності [3, с. 147].

Одним із джерел отримання інформації про зовнішньоекономічні операції (їх обсяги та вартість) є митниця, яка виконує статистичну функцію.

Митна статистика зовнішньої торгівлі є складовою частиною загальнодержавної системи статистичного обліку і звітності і становить узагальнену та відповідним чином систематизовану інформацію про переміщення товарів через митний кордон України.

Митна статистика зовнішньої торгівлі формується, узагальнюється та аналізується Державною митною службою України на основі даних, які містяться у вантажних митних деклараціях. Отримана інформація використовується в інтересах зміцнення зовнішньоекономічних зв'язків, поліпшення тарифного та нетарифного регулювання, подальшої інтеграції України у загальносвітову систему економічних відносин [1, с. 7].

Усебічний аналіз статистичних даних дає можливість для:

- формування і реалізації науково обґрунтованої торговельно-економічної, транспортної політики держави;
- аналізу ринку попиту і пропозиції;
- планування інфраструктури;
- прогнозування макроекономічних показників у системі національних рахунків і платіжного балансу;
- упорядкування товарних балансів;
- розрахунків різних індексів показників.

Метою ведення митної статистики зовнішньої торгівлі є створення інформаційної бази для аналізу стану і розвитку зовнішньої торгівлі країни, її торговельних, платіжних балансів і економіки загалом. Без такої бази неможливе прийняття оптимальних управлінських рішень органами державної влади [3, с. 214].

В умовах економічної нестабільності та фінансової нестійкості національного та світового господарств усе більшого значення набуває планування та прогнозування різних показників зовнішньоекономічної діяльності. Саме це обумовлює актуальність та практичне значення даного дослідження.

Аналіз динаміки експорту-імпорту товарів протягом 2006 – 2007 рр. наведено в таблиці [4, с. 4].

Аналіз експорту та імпорту товарів

Країни СНД	Експорт товарів, млн дол. США				Імпорт товарів, млн дол. США			
	2006	2007	Абсолютний приріст експорту, млн дол. США	Темп приросту, %	2006	2007	Абсолютний приріст імпорту, млн дол. США	Темп приросту, %
	12663,5	18614,6	5951,1	47,0	20184,6	25569,5	5384,9	26,7
Інші країни світу	25704,5	30681,5	4977,0	19,4	24854,0	35048,5	10194,5	41,0
Разом	38368,0	49296,1	10928,1	28,5	45038,6	60618,0	15579,4	34,6

Таким чином, у 2007 році загальний обсяг експорту товарів зріс на 10 928,1 млн дол. США порівняно із 2006 роком, що складає 28,5%. У тому числі обсяг експорту товарів у країни СНД зріс на 5 951,1 млн дол. США та в інші країни світу на 4 977,0 млн дол. США. Темп зростання у країнах СНД та інших країнах у період 2006 – 2007 рр. склав 47% та 19,4% відповідно.

Виходячи з даних таблиці, імпорт з країн СНД у 2007 році зріс на 5 384,9 млн дол. США порівняно із 2006 роком, тобто темп зростання склав 26,7%. Темп зростання імпорту з інших країн світу склав 41,0% у період з 2006 – 2007 рр., що складає 10 194,5 млн дол. США. Таким чином, у 2007 році загальний обсяг імпорту товарів зріс на 15 579,4 млн дол. США порівняно із 2006 роком, що складає 34,6%.

У результаті проведеного аналізу статистичних даних щодо експорту та імпорту можна виявити основну тенденцію, що полягає у збільшенні як зовнішньоекономічного обороту України, так і його складових – експорту та імпорту.

Наук. керівн. Базалієва Л. В.

Література: 1. Митний кодекс України №1970-ХІІ від 12.12.1991 р. зі змінами та доповненнями // www.rada.gov.ua. 2. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" №959-ХІІ від 16 квітня 1991 р. зі змінами та доповненнями // www.rada.gov.ua. 3. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. Навч. посібн. / За заг. ред. А. І. Кредісова. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: ВІРА-Р, 2002. – 552 с. 4. Державний комітет статистики України // www.ukrstat.gov.ua

УДК 339.944

Куринських О. С.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РИЗИКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ризик зовнішньоекономічної діяльності – це категорія, що об'єднує велику кількість різнофакторних ризиків, які знаходяться на нижчому управлінському рівні, тобто рівні окремих зовнішньоторговельних угод.

Під ризиком зовнішньоторговельної угоди мається на увазі комплекс ризиків, що виникають при будь-яких видах зовнішньоекономічної діяльності на усіх стадіях її проведення. Об'єктивно оцінити ситуацію ринку та вибрати найбільш ефективну стратегію можна тільки під час аналізу всього комплексу ризиків. Ігнорування навіть одного з них призводить до несприятливих наслідків у діяльності підприємства. Своєчасний аналіз та врахування ризиків допоможе своєчасно відібрати оптимальний варіант дій з числа альтернативних в усіх сферах підприємництва: виробничій, комерційній, фінансовій як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках [1, с. 44 – 45].



За останні роки з'явилася низка робіт вітчизняних і зарубіжних економістів із теорії ризику. Найгрунтовніший доробок тут мають О. Альгін, І. Балабанов, І. Бланк, Б. Гардінер, П. Грабовий, А. Мазаракі, М. Рогов, В. Успенко. Практичні аспекти теорії ризику розглянуто у працях В. Альничева, М. Білухи, Г. Клейнера, Г. Шарової, О. Ширінської, О. Ястремського та ін. Проте однозначного визначення змісту економічного ризику немає, що призводить до різноманітних рекомендацій стосовно управління ризиками, попередження їх виникнення.

Метою статті є розкриття та висвітлення сутності поняття "ризик" у сфері зовнішньоторговельних операцій, здійснення його класифікації; проведення аналізу та узагальнення існуючих способів обмеження економічного ризику в діяльності підприємства.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства – це сфера виробничо-господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою і науково-технічною кооперацією, з експортом і імпортом товарів і послуг. Відповідно до Закону України від 16.04.91 р. "Про зовнішньоекономічну діяльність" як види зовнішньоекономічної діяльності варто назвати зовнішньоторговельну діяльність, виробничу кооперацію, інвестиційне співробітництво, валютні і фінансово-кредитні операції, а також спільне підприємництво.

В умовах переходу України до ринкової економіки велика кількість підприємств одержали право самостійного виходу на світовий ринок, успіх роботи на якому багато в чому залежить від уміння комерційних структур використовувати сприятливу ситуацію. Підприємствам потрібно не уникати ризику, а вміти прогнозувати події, оцінювати їх і не переходити за визначені межі [1, с. 47 – 48].

Щодо класифікації ризиків у сфері зовнішньої торгівлі, то найчастіше виділяють ризики, пов'язані зі змінами в економічному курсі країни (девальвація чи ревальвація валютних обмежень, введення мораторію на переказ валюти з країни) і обумовлені політичними мотивами (військові дії, націоналізація і конфіскація імпорту, введення ембарго). Однак при реалізації конкретного зовнішньоторговельного контракту ризик найчастіше пов'язаний з несумлінним відношенням одного з партнерів до виконання своїх контрактних зобов'язань. Для експортера такий ризик пов'язаний, у першу чергу, з появою дебіторської заборгованості через неплатоспроможність партнера в даний момент. Для імпортера можлива ситуація, коли при анулюванні контракту в експортера відсутнє бажання повертати авансовий платіж [2, с. 80 – 81].

Саме ця частина ризиків зовнішньоторговельної діяльності – несумлінність партнера – дуже важлива для українських підприємств. Дана група важлива тому, що основними партнерами є підприємства з держав, де існує нестабільна політична й економічна ситуація. Складність у даному випадку виникає через сутність повної інформації про партнера чи неможливості її перевірити.

Якщо відкинути фактор несумлінності партнера, то більшість ризиків ситуацій для українських виробників, що вийшли на зовнішній ринок криється усередині системи управління підприємством. До них відносяться: порушення персоналом технологічної дисципліни, аварії, позапланові зупинки устаткування, перебої енергопостачання, подовження термінів ремонту устаткування, збої в роботі служб, що забезпечують безперебійне функціонування основного і допоміжного виробництва. Знижуючи ж внутрішньофірмові ризики хоча б на 1%, підприємство знижує свої зовнішні ризики набагато більше [3, с. 197].

Наступна частина ризиків – ризики політичні, тобто нестабільність законодавства, як наслідок, нестабільність фінансового ринку країни, а отже і валютні втрати чи небажання підприємств продавати валютні цінності для забезпечення своїх обігових коштів. Таким чином, частина обігових коштів залишається фактично замороженою на валютних рахунках підприємства, що також негативно впливає на фінансову стійкість підприємства.

Водночас існують інші проблеми у зовнішньоекономічній діяльності вітчизняних товаровиробників, які зумовлені недосконалістю форм фінансових розрахунків, нерозвиненістю транспортної та ринкової інфраструктури, договірно-правової бази, практики регулювання митних процедур й оподаткування тощо. Сучасний стан зовнішньоекономічної діяльності України на світовому ринку свідчить про те, що вона супроводжується значною кількістю обмежень і труднощів, які зумовлюють торговельні ризики. Отже, щоб вітчизняні товаровиробники могли успішно управляти ризиками й мінімізувати їх вплив на кінцевий результат, їм треба періодично надавати достовірну інформацію про стан світового фінансового й товарного ринків, ринків окремих регіонів, країн. Конкретніше це має бути інформація про: ринки і ринкову кон'юнктуру; методи і форми міжнародної торгівлі; діяльність основних конкурентів; транспортні умови, комерційну практику, торгово-політичні умови.

Також необхідне проведення повномасштабних досліджень світового ринку за пріоритетними для України галузями, країнами, окремими іноземними товаровиробниками, споживачами і продавцями продукції. Проведений аналіз і структуризація ризиків, а також використання відповідних адекватних економіко-математичних моделей дозволять приймати правильні рішення в цій сфері діяльності.

Зупинимось на сутності ризику зовнішньоекономічної діяльності, причинах його виникнення і можливості обліку при веденні зовнішньоекономічної діяльності [4, с. 170].

Під ризиком зовнішньоекономічної діяльності варто розуміти імовірність одержання додаткового прибутку чи збитків у сфері специфічної, чітко регламентованої управлінської діяльності, пов'язаної з визначенням можливих відхилень від поставленої мети, які можна якісно і кількісно охарактеризувати. Такий підхід є універсальним і вимагає розробки і впровадження заходів для

мінімізації негативного впливу ризиків на результати усіх видів підприємництва у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Ризик зовнішньоторговельної діяльності виникає у зв'язку з тим, що різні рівні управління підприємств, організацій, бізнесменів знаходяться в імовірнісних відношеннях один з одним. Вони переслідують і реалізують не тільки загальні, іноді однакові, але і різні, а нерідко суперечливі цілі. Результати взаємного впливу частково носять невизначений характер. У цих умовах досягнення результату неоднозначне і не може бути передбачене зі стовідсотковою точністю. Тобто виникає об'єктивна потреба враховувати ризик, пов'язаний з можливою протидією господарського середовища, партнера чи суперника на ринку.

Нестабільність, мінливість середовища, в якому здійснюються операції на зовнішньому ринку, є однією з головних причин, що викликають у реальному житті ризик зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Крім цього, елементи ризику і невизначеності в зовнішньоекономічній діяльності вносять:

необхідність вибору нових інструментів впливу на економіку в умовах переходу від екстенсивних до інтенсивних методів розвитку;

процеси впровадження в суспільне виробництво винаходів, раціоналізаторських пропозицій. Ігнорування виникаючого при цьому ризику неминуче веде до збільшення імовірності появи додаткових втрат, витрат економічного, соціально-політичного, морального плану, зниження темпів економічного зростання на рівні підприємства, регіону, галузі і народного господарства в цілому;

стихийна зміна цін, попиту на ту чи іншу продукцію на світовому ринку;

розвиток економічної боротьби на ринку за право реалізації своєї продукції;

незбалансованість, особливо на перших етапах здійснення економічної реформи, основних компонентів господарського механізму планування, ціноутворення, матеріально-технічного постачання, фінансово-кредитних відносин.

Вирішення завдання з моделювання і прогнозування ризику зовнішньоторговельної діяльності ускладнюється багатьма обставинами, зокрема: мінливістю і невизначеністю економічного середовища, впливом безлічі випадкових зовнішніх і внутрішніх факторів на очікувані результати роботи, що можуть впливати як позитивно, так і негативно. І, проте, без визначеної частки ризику не можна перебороти існуючий кризовий стан економіки і його соціальні наслідки.

Аналіз сучасного стану економіки України дозволяє виділити причини, що збільшують ризик зовнішньоекономічної діяльності, одні з яких є зовнішніми стосовно підприємства, інші – внутрішніми. Під зовнішніми чинниками необхідно розуміти ті умови, що підприємець, як правило, не може змінити, але повинний враховувати, оскільки вони позначаються на стані його справ, а під внутрішніми – на які впливає менеджер.

Існує чотири групи внутрішніх чинників, що впливають на рівень підприємницького ризику: стратегія фірми, принципи діяльності фірми, ресурси і їхнє використання, якість і рівень використання маркетингу. Ці групи містять у собі десятки конкретних, діючих у кожній фірмі вибіркового чинників. Дуже великий вплив на ступінь ризику таких чинників, як: відсутність професійного досвіду керівника фірми, слабкі загальноекономічні знання персоналу фірми, фінансові прорахунки, погана організація праці співробітників, витік конфіденційної інформації з вини службовців, погана пристосованість фірми до змін у навколишньому ринковому середовищі, недолік знань в області маркетингу та ін.

У реальних обставинах підприємця мало цікавлять усі зовнішні і внутрішні чинники, що викликають ризик зовнішньоторговельної діяльності, його більше цікавлять конкретні ризики, властиві кожній його угоді окремо, тим більше, що ризики зовнішньоторговельних угод складають ризик зовнішньоторговельної діяльності підприємства. Таким чином, на перше місце виходить ризик зовнішньоторговельної угоди, а не ризик зовнішньоекономічної діяльності підприємства в цілому.

Національне законодавство України зобов'язує суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності формалізувати торговельні операції з іноземними партнерами шляхом укладення контрактів (договорів) виключно у письмовій формі, що є також підставою для здійснення митного, валютного та податкового видів контролю. Необхідно пам'ятати, що норми законодавства наголошують на виключному праві укладення будь-яких договорів (контрактів) на розсуд резидента України з іноземним партнером, а визнання зовнішньоекономічної угоди недійсною може бути здійснено тільки за рішенням суду. Водночас норми державного регулювання визначають більш жорсткі правила щодо змісту та умов виконання угод, чим і потрібно керуватися під час планування, узгодження та здійснення торговельних операцій [5, с. 41].

У бізнесових колах поширена думка, що відсутність прямої законодавчої чи урядової заборони на здійснення деяких видів зовнішньоторговельних операцій, дія та зміст яких не визначені нормативними актами держави, дає можливість їх планувати та здійснювати. Така впевненість, на жаль, є хибною, бо виконання умов контракту, зміст якого не визначено національними актами, практично неможливе й породжує ризики невиконання узгоджених з інопартнером умов угоди.

На сучасному етапі зовнішньоекономічна діяльність перестала бути монополією держави, і підприємство є основною ланкою зовнішньоекономічної діяльності. Вихід підприємства на міжнародний ринок призводить до позитивних зрушень як для самого підприємства, так і для економіки країни в цілому. По-перше, зовнішньоекономічна діяльність є істотним чинником додаткового стимулювання стабілізації національної економіки. Одним з напрямків подолання кризових



явищ у період переходу до ринку є використання зовнішньоекономічних зв'язків, механізм здійснення яких в Україні в даний час докорінно реформується. По-друге, підприємства можуть гнучко й оперативно реагувати на зміни зовнішньоекономічних факторів, оптимально мобілізувати визначені виробничі ресурси з метою раціонального використання переваг світогосподарських зв'язків. По-третє, існує і зворотний зв'язок: партнери з різних країн у рамках господарського співробітництва з Україною істотно впливають на розвиток підприємництва, підвищення його технічного і технологічного рівня, що в кінцевому рахунку призводить до економічного зростання. І, нарешті, по-четверте, підприємство, замкнуте лише на національно-господарський комплекс, позбавлене здорової конкуренції ззовні, розвивається менш ефективно.

Оскільки зовнішньоекономічна діяльність має велике значення в економіці країни, то вона є предметом пильної уваги з боку держави, яка регулює, регламентує, підтримує вихід національних підприємств на світовий ринок.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств регулюється державою в особі його органів, недержавними органами управління економікою (товарними, фондовими, валютними біржами, торговельними палатами й ін.), самими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності на підставі відповідних координаційних угод.

Необхідно відзначити, що вихід підприємств України на світовий ринок ускладнений унаслідок дії деяких факторів, що гальмують здійснення угод. До таких факторів відносяться:

зниження ролі спеціалізованих органів зовнішньої торгівлі і недостатність кваліфікованих експертів;

недостатня стабільність банківсько-фінансової системи;

затримка виплати платежів;

складність функціонування спільних підприємств;

відсутність чіткого правового законодавства.

При самостійному виході на зовнішній ринок підприємство повинне вирішувати широке коло питань, пов'язаних з експортно-імпортною діяльністю. Таким чином, основними функціями підприємства в зовнішньоторговельній діяльності є наступні:

виробничо-господарські (вибір експортної стратегії, виробництво експортної продукції, робіт, послуг, виробничі зв'язки з внутрішніми партнерами);

організаційно-економічні (вибір форм і методів роботи на зовнішньому ринку, процес виходу на зовнішній ринок, планування зовнішньоторговельної операції, організація реклами);

комерційні (зовнішньоторговельні операції – експортні й імпорتنі, а також допоміжні операції – транспортні, страхові, валютні і фінансово-кредитні).

Усі ці функції разом із вхідними в них операціями становлять сукупність елементів зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

У сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємець приймає на себе додаткову відповідальність, а відповідно і ризик за зовнішньоторговельною операцією, проводячи самостійно всі основні етапи угоди. Саме управління ризиком є кінцевим результатом оцінки і аналізу ризику зовнішньоекономічної угоди.

Загальний концептуальний підхід до управління ризиком зовнішньоторговельної угоди полягає в наступному: у виявленні можливих ризикових наслідків угоди, що укладається; у розробці заходів, що запобігають чи зменшують розмір збитку від впливу неврахованих ризикових факторів, непередбачених обставин; у реалізації такої системи адаптування підприємництва в сфері зовнішньої економіки до ризиків, яка дозволяє нейтралізувати чи компенсувати негативні ймовірні результати і максимально використовувати шанси на одержання високого підприємницького доходу. Визначення управління ризиком зовнішньоторговельної угоди повинне базуватися на економічному змісті ризику і управлінні як економічних категорій. Виходячи з цього, може бути прийняте наступне формулювання. Управління ризиком зовнішньоторговельної угоди – це процес виявлення рівня невизначеності (відхилень у прогнозованому результаті), прийняття і реалізації управлінських рішень, негативного впливу на процес і результати відтворення випадкових факторів, що одночасно забезпечує високий рівень підприємницького доходу.

Комплекс інструментів ризик-менеджменту необхідно використовувати в ході проведення всіх етапів і стадій зовнішньоекономічної угоди, що дозволить більш гнучко управляти, та опанувати ризики зовнішньоторговельної діяльності. Безумовно, підприємцю дуже важливо знати про ймовірне настання ризику, але ще важливіше установити його вплив на результати діяльності підприємства, оцінити ймовірність того, що деяка подія дійсно відбудеться і яким чином вона вплине на економічне становище фірми.

На кожному етапі використовуються свої методи управління ризиками. Результати кожного етапу стають вихідними даними для наступних етапів, створюючи систему прийняття рішень зі зворотним зв'язком. Така система забезпечує максимально ефективно досягнення цілей, оскільки знання, які отримуються на кожному з етапів, дозволяє коректувати не тільки методи впливу на ризик, але і самі цілі управління ризиками.

Управління ризиком включає розробку і реалізацію економічно обґрунтованих для даного підприємства рекомендацій і заходів, спрямованих на зниження вихідного рівня ризику до прийняттого фінального рівня. Управління ризиком спирається на результати оцінки ризику, техніко-технологічного і економічного аналізу потенціалу підприємства і середовища його функціонування,

на прогнозно-нормативну базу господарювання, економіко-математичні методи, маркетингові й інші дослідження.

Отже, ризик зовнішньоторговельної діяльності – це категорія, що об'єднує велику кількість різнофакторних ризиків, які знаходяться на нижчому управлінському рівні, тобто рівні окремих зовнішньоторговельних угод. Їх варто розглядати як початкову ланку виявлення окремих видів ризику й можливостей їх зменшення. Під ризиком зовнішньоторговельної угоди слід розуміти комплекс ризиків, що виникають при будь-яких видах зовнішньоекономічної діяльності на усіх стадіях її здійснення. Об'єктивно оцінити ситуацію на ринку та вибрати найбільш ефективну стратегію можливо тільки під час аналізу всього комплексу ризиків. Ігнорування навіть одного з них призводить до несприятливих наслідків у діяльності підприємства. Аналіз ризику допоможе своєчасно відібрати оптимальний варіант дій з числа альтернативних в усіх сферах підприємництва: виробничій, комерційній, фінансовій як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках [5, с. 43].

Усе вказане вище дозволяє зробити висновок про те, що для ефективного аналізу всієї множини ризиків у діяльності підприємства необхідно застосовувати цілий комплекс методів, що, в свою чергу, підтверджує актуальність розробки комплексного механізму управління ризиками.

У сучасних умовах господарювання, які характеризуються політичною, економічною та соціальною нестабільністю, існуюча на підприємстві система управління повинна включати механізм управління ризиками. Отже, виникає необхідність розробки методів управління ризиками зовнішньоторговельної діяльності для промислових підприємств з урахуванням їх цілей та специфіки їх виробничої діяльності, яка характеризується оборотністю активів та жорсткою залежністю від соціальних процесів у трудових колективах.

Наук. керівн. Хижняк Л. М.

Література: 1. Байда Н. В. Ризики Зовнішньоторговельної діяльності // *Фінанси України*. – 2002. – №11. – С. 44 – 48. 2. Грачов В. І. Класифікація ризиків та управління ними / В. І. Грачов, Т. П. Коюда // *Фінанси України*. – 2002. – №10. – С. 79 – 86. 3. Зыкин И. С. Договор во внешнеэкономической деятельности. – М.: Международные отношения, 1990. – 197 с. 4. Ковтун О. А. Умови прийняття управлінських рішень з урахуванням ризику // *Науковий вісник НАУ*. – 1999. – №14. – С. 168 – 175. 5. Романов В. С. Понятие рисков и их классификация как основной элемент теории рисков // *Инвестиции в России* – 2000. – №12. – С. 41 – 43. 6. <http://vestnik.mstu.edu.ru>.

УДК 005.21.009.12

Герец А. А.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ОБОСНОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Интенсивное развитие большинства сфер хозяйственной деятельности в Украине, усиление влияния прямых и косвенных конкурентных факторов предопределяет актуальность разработки системы научно-практических рекомендаций повышения конкурентоспособности отечественных предприятий на международном рынке. Основой формирования конкурентоспособности предприятия является обоснование выбора конкурентной стратегии развития предприятия в зависимости от сектора экономической деятельности, который требует внедрения в экономическую деятельность инновационных методических подходов, что позитивно влияет на позиционирование предприятия в сфере международного бизнеса.

Следует отметить, что конкурентоспособность предприятия и методы её оценки исследовались многими зарубежными и отечественными экономистами — И. Ансоффом, который стал родоначальником концепции стратегического менеджмента [1], М. Портером, который разработал теорию конкурентных преимуществ [2], Э. Рюли, исследовавший стратегические процессы в

© Герец А. А., 2009



организации [3], Р. Холлом, Л. П. Кураковым, А. Курно [4] и другими исследователями, изучившими общие теоретические основы развитие предприятия в условиях конкурентной среды.

Однако недостаточно исследованным является механизм выбора конкурентной стратегии развития предприятия в динамичных условиях функционирования внешней среды.

Целью данной научной работы является разработка комплексного механизма обоснования и выбора конкурентной стратегии предприятия, на основе систематизации основных этапов, методических подходов и результирующих показателей, характеризующих конечную стратегическую позицию предприятия на международном рынке.

Механизм выбора стратегии повышения конкурентоспособности состоит из трёх взаимосвязанных этапов (рисунок).

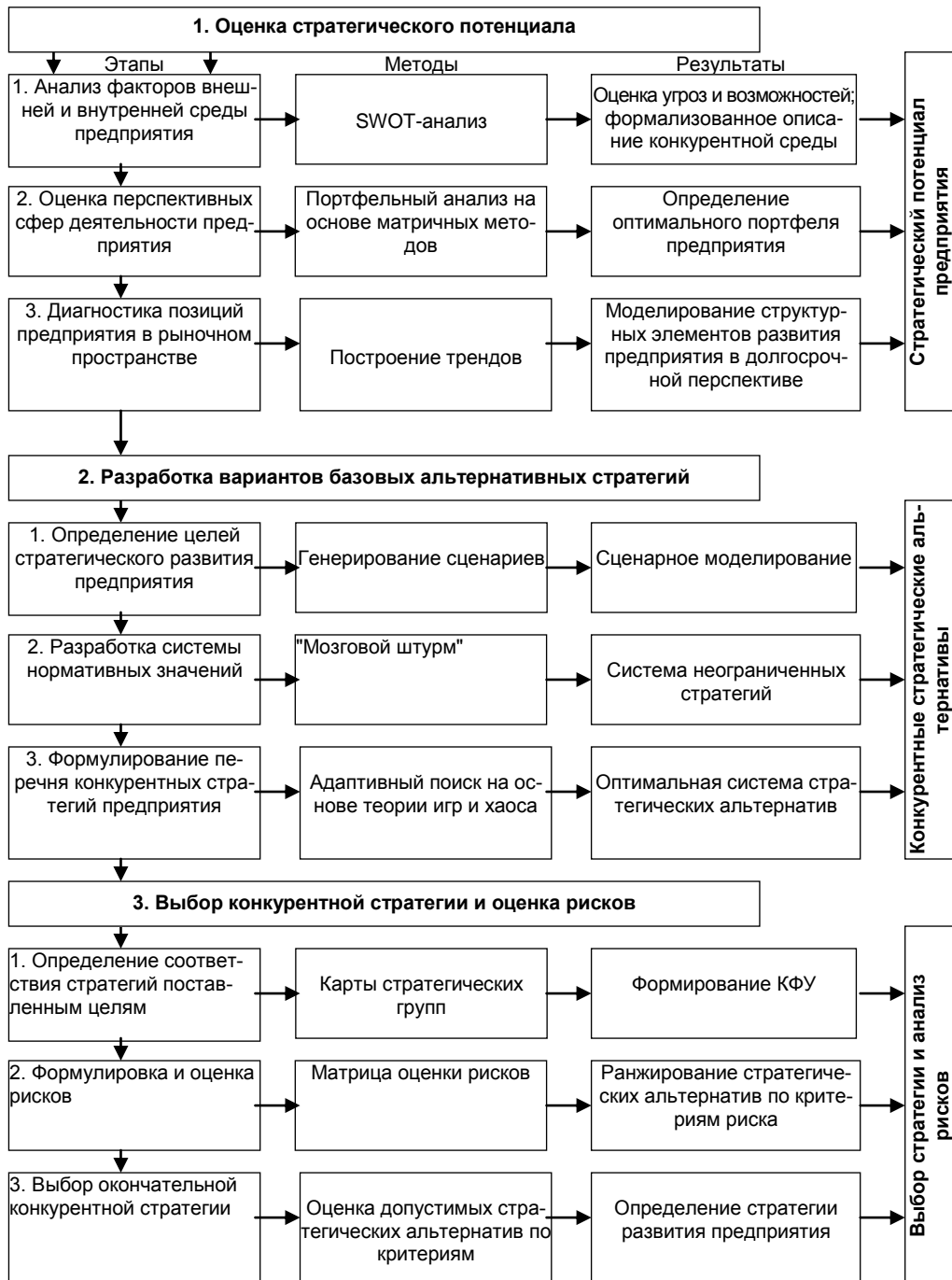


Рис. Механизм выбора конкурентной стратегии предприятия

На первом этапе осуществляется оценка стратегического потенциала предприятия. "Стратегический потенциал – это совокупность взаимосвязанных производственных и управленческих ресурсов, уровень развития которых обеспечивает достижение долгосрочных целей и реализацию стратегии предприятия" [5, с. 24]. Оценки стратегического потенциала охватывает три направления стратегического анализа: оценка факторов внутренней и внешней среды, оценка перспективных сфер деятельности предприятия и диагностика позиций предприятия в рыночном пространстве. На этом этапе целесообразно использовать следующие методы стратегического анализа: SWOT-анализ, портфельный анализ на основе матричных методов и построение трендов. SWOT-анализ позволяет оценить слабые и сильные стороны, угрозы и возможности внешней среды, а также оценить перспективные сферы деятельности предприятия и их привлекательность [6, с. 52]. С помощью портфельного анализа определяется оптимальный портфель предприятия, позволяющий наилучшим образом распределить внутренние резервы предприятия в системе существующий стратегических бизнес-единиц. С помощью построения трендов моделируются структурные элементы предприятия в долгосрочной перспективе.

На втором этапе разрабатываются варианты базовых альтернативных стратегий. Процесс разработки вариантов стратегии включает определение цели стратегического развития предприятия с помощью метода генерирования сценариев, в результате использования которого создаются несколько альтернативных картин стратегических альтернатив, что позволяет провести моделирование возможных стратегических направлений развития предприятия. Содержательная структура стратегической цели определяется на основе взаимодействия характеристик предприятия и релевантного рынка. В результате формулирования стратегической цели необходимо разработать систему нормативных значений используя "мозговой штурм", правила организации и проведения которого исключают существование ограничений относительно содержания и количества новых идей, что позволяет выработать систему неограниченных стратегий. На заключительной стадии этого этапа формулируется перечень конкурентных стратегий предприятия, который состоит из стратегий адекватных существующей системе нормативных значений и способствующих достижению стратегических целей предприятия. Оптимальная система стратегических альтернатив формируется с помощью адаптивного поиска на основе игр и хаоса, при котором менеджерами "дестабилизируется" ситуация до "границ хаоса", а потом выбирается альтернатива наиболее целесообразной адаптации предприятия и разрешения конфликта [7, с. 118].

Третьим этапом механизма выбора конкурентной стратегии является осуществление выбора стратегии и оценка рисков, связанных с её внедрением. На первой стадии данного этапа определяется соответствие стратегий поставленным целям предприятия на основе построения карт стратегических групп, а также формализуются конкурентные факторы успеха. На следующей стадии формируются и оцениваются риски внедрения стратегий на основе матрицы оценки рисков. Использование данного метода позволяет проранжировать стратегические альтернативы по критериям риска. Заключительной стадией данного этапа является выбор окончательной конкурентной стратегии, который осуществляется на основе оценки допустимых стратегических альтернатив по определённым критериям. На основе оценки определяется окончательная стратегия развития предприятия.

Таким образом, в данной статье усовершенствован механизм выбора конкурентной стратегии предприятия, который включает в себя систему инновационных методических подходов и позволяет оценить стратегический потенциал предприятия на основе выбранных стратегических альтернатив с учётом чувствительности проекта к факторам внешней среды, классифицируемых предприятием в качестве повышенного риска. Данный механизм способствует структурно-логическому обоснованию конкурентной позиции предприятия на международном рынке и повышению его конкурентоспособности.

Научн. рук. Полякова Я. О.

Литература: 1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Пер. с англ. – СПб.: Питер Ком., 1999. – 416 с. 2. Портер М. Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. – К.: Основи, 1998. – 390 с. 3. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 456 с. 4. Иванов Ю. В. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений. – Харьков: ХГЭУ, 1997. – 246 с. 5. Піддубний І. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посібн. / І. О. Піддубний, Л. І. Піддубна; [За ред. проф. І. О. Піддубного. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2004. – 264 с. 6. Полякова Я. А. Принятие стратегических решений в условиях переходной экономики с помощью матрицы SWOT-анализа // Материалы Международной науч.-практ. конф. "Развитие экономики в трансформационный период: глобальный и национальный аспекты", 20 апреля 2005 г. – Днепропетровск: Наука и образование, 2005. – С. 51 – 54. 7. Пономаренко В. С. Механизм управления предприятием: стратегический аспект / В. С. Пономаренко, Е. С. Ястремская, В. С. Луцковский. – Харьков: Изд. ХГЭУ, 2002. – 252 с.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ВПЛИВ ПОЛІТИЧНИХ ФАКТОРІВ НА ДИНАМІКУ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ

Як відомо, процес інвестування є однією з головних характеристик соціально-економічної ситуації в країні, засобом суспільного розвитку і моделлю завтрашнього дня. Від якості інвестицій і рівня прибутковості вкладень залежить динамічність розвитку країни і добробут її громадян. На жаль, у нас процес інвестування малопродуктивний, незначний і досить слабкий, порівняно з економічно розвиненими країнами. Це є, з одного боку, наслідком нерозвинутості економічних, соціальних, правових, гуманітарних і політичних відносин, а з іншого – фактором обмеженого суспільного розвитку в майбутньому. Такий стан процесу інвестування, безперечно, віддаляє, затягує відродження України та її інтеграцію в перспективні для неї міжнародні економічні структури. Тому актуальним є дослідження ситуації, що склалася на інвестиційному ринку України, зокрема під впливом політичної нестабільності.

Мета роботи полягає у визначенні ступеня впливу політичних факторів на динаміку інвестицій в Україні та наданні відповідних рекомендацій щодо зменшення негативного впливу.

Сьогодні Україна знаходиться можливо в одному з найцікавіших етапів свого економічного розвитку. Ефективність роботи політиків все далі продовжує знижуватися і негаразди у верхівці влади, зумовлені, перш за все, рейтинговим місцем, породжують поглиблення старих та виникнення нових економічних проблем, у тому числі, пов'язаних з інвестиційною привабливістю України. Проте цікавим є той факт, що попри скрутне становище нашої держави іноземні інвестори дивляться на майбутнє українців більш оптимістично, ніж самі українці. Стефано Каподаглі, старший кредитний менеджер ЄБРР, вважає, що Україна має унікальні можливості для успішного економічного розвитку, незважаючи на поточні труднощі [1, с. 10]. Проте наявні цифри свідчать про зовсім іншу тенденцію. Як повідомляє Державний комітет статистики України, у I півріччі 2008 року в економіку України іноземними інвесторами вкладено 6 707,9 млн дол. США прямих інвестицій, у той час як у 2007 році було вкладено 8 710,6 млн дол. Таким чином, розміри іноземного інвестування в Україну падають і однією з причин, на думку більшості експертів, все ж таки є загострення політичних проблем.

Доцільним було б звернути увагу саме на капітальні інвестиції, оскільки вони є наймісткішими серед інших видів інвестицій. Крім того, реальне інвестування є єдиним напрямком інвестування багатьох українських підприємств, що пов'язано із досить низьким рівнем розвитку фондового ринку в Україні, а з іншого боку рядом переваг, пов'язаних саме з прямим інвестуванням. Розглянемо динаміку капітальних інвестицій у період з 2002 року по сьогодні, оскільки, на думку автора, з політичної точки зору 2002 рік вважається досить стабільним.

Слід зауважити, що до капітальних інвестицій, згідно з даними Державного комітету статистики України, відносяться інвестиції в основний капітал (основні засоби), в інші необоротні матеріальні активи; витрати, пов'язані з поліпшенням об'єкта, що призводить до збільшення майбутніх економічних вигод, первинно очікуваних від використання об'єкта, і, на суму яких збільшується первісна вартість основних засобів; інвестиції у необоротні матеріальні активи.

Отож, динаміка капітальних інвестицій була наступною: кількість освоєних інвестицій у 2003 році збільшилася на 28,6% або ж на 13 336 млн грн (дані подано у фактичних цінах відповідних років, тобто без урахування інфляції). У 2004 році кількість інвестицій збільшилася на 49,1%, порівняно з 2003 роком. Варто звернути увагу на те, що 2004 та 2005 роки для України характеризувалися політичною нестабільністю: у 2004 році відбувалися події, що увійшли в історію нашої держави під назвою "помаранчева революція". При цьому реакція інвесторів була досить позитивною, оскільки зміна влади обіцяла зміни в законодавстві, зокрема удосконалення законів щодо прав власності. Однак вже 2005 рік характеризується спадом – 24,5% приросту інвестицій порівняно з 2004 роком. Як видно з наведених даних інвестиційний ринок значною мірою реагує на політичні зміни в державі. В наступні роки динаміка мала такий вигляд: приріст капітальних інвестицій у 2006 році становив 34% (відповідно до 2005 року), а у 2007 році – 49,5%. Слід також зазначити, що основна маса інвестицій направлена в основний капітал, друге місце займають вкладення в капітальний ремонт та модернізацію. На рисунку зображена динаміка капітальних інвестицій за 2002 – 2007 роки, проте слід зауважити, що динаміка побудована на фактичних цінах відповідних років, тобто без урахування інфляції.

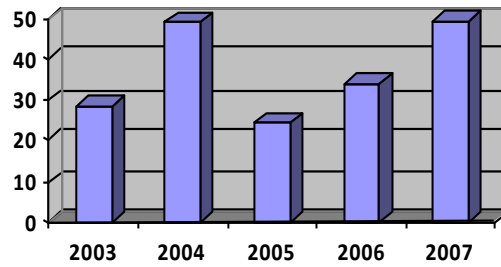


Рис. Приріст капітальних інвестицій в Україну за період 2002 – 2007 рр. (у %)

Щодо 2008 року, то за I півріччя всього було освоєно 92205,4 млн грн капітальних інвестицій, причому тільки 2 554,7 млн грн було освоєно за рахунок іноземних інвесторів. За відповідний період 2007 року було освоєно 67 819,4 млн грн капітальних інвестицій, тобто приріст становить 36%.

Проте цікаво, що ж з цього приводу кажуть експерти. Досить цікаву думку висловив експерт Східного комітету німецької економіки Мартін Хоффманн. Він вважає, що обсяг іноземних інвестицій в українську економіку наступними роками може скоротитися, але у довгостроковій перспективі Україна залишається привабливою. "Глобалізація змушує інвесторів порівнювати привабливість ведення бізнесу в усьому світі. Минулими роками рамкові умови в Україні суттєво не покращувались, виробничі витрати зростали швидше, ніж в інших регіонах. На інвестиційний клімат впливають також кризи (як економічна, так і політична) та не завжди вдалі політичні рішення. Нині умови для інвестування не такі привабливі, як ще три-чотири роки тому", – вважає експерт [2].

Дійсно, економічна криза, що охопила нашу державу підігривається значною мірою і політичною нестабільністю, оскільки для інвесторів головним критерієм є дотримання їх прав, що важко забезпечити в умовах політичних криз.

Крім того, ситуація ускладнена проблемами на фінансовому ринку України. Досить напружено українці спостерігають за швидким падінням гривні. Зрозуміло, що й інвестори не в захваті від таких темпів інфляції і навіть побоюються дефолту національної валюти України.

Протягом місяця індекс кредитних дефолтних свопів (CDS) на зобов'язання України за зовнішніми боргами зріс більш ніж на 100 базисних пунктів і переступив поріг у 5%. Слід зазначити, що в листопаді 2008 року цей індекс досяг свого максимального значення з 1 вересня 2004 року (з моменту його розрахунку) [2]. Таким чином, зростання індексу CDS вказує на негативне ставлення вкладників до України та можливе подорожчання зовнішніх позик для українських позичальників і пониження їхнього рейтингу.

Ще одним підтвердженням погіршення становища на інвестиційному ринку є те, що Україна втрачає свою інвестиційну привабливість не тільки для потенційних інвесторів, але й для тих, хто уже розпочав свою діяльність. Як приклад, найбільший в Європі девелопер і оператор торгових центрів – німецька ECE Projektmanagement – відклала плани щодо розвитку проектів в Україні і звільнила практично весь персонал свого підрозділу "ECE-Україна". Компанія, яка обіцяла інвестувати в Україну близько 300 – 400 млн євро, пояснює це побоюваннями вкладати кошти в країну з несприятливим інвестиційним кліматом. Варто звернути увагу, що ECE Projektmanagement є найбільшою девелоперською компанією повного циклу в Європі [2]. Слід зазначити, що раніше з тих самих причин проекти заморозила австрійська Sparkassen Immobilien, що входить в Erste Group (одну з найбільших девелоперських груп в Європі).

Проте, незважаючи на скрутне фінансове становище, Україна все ще цікавить потенційних інвесторів. Коментуючи думку старшого партнера юридичної компанії Arzinger&Partners Тимура Бондарєва про те, що, незважаючи на нестабільну ситуацію, Україна дуже цікавить інвесторів, глава Української будівельної асоціації (УБА) Лев Парцхаладзе погодився, що західні ринки перенасичені, у той час як ринок України заповнений лише на 20% і вимагає якісного подальшого розвитку. Він також вважає, що сьогодні найбільш оптимальним варіантом швидкого виходу на український ринок є партнерство з місцевими девелоперами. Такий варіант забезпечить більш ефективну і швидку реалізацію проектів нерухомості [2].

Проте одним з найоптимістичніших моментів, на думку автора, є оголошення директора Європейського банку реконструкції та розвитку в Україні Андре Куусвек про намір до 2012 року збільшити частку інвестування в капітал українських компаній до 20 – 25% від загального обсягу інвестицій. За даними ЄБРР, з 1991 по 2004 роки банк вклав в Україну 1,519 млрд євро, з них у капітал – 103,15 млн євро (6,8%). Зараз обсяг портфеля ЄБРР із урахуванням погашених кредитів становить \$5,5 млрд, а інвестиції в капітал можуть досягати \$500 млн.

Втім, як вважає президент Українського товариства фінансових аналітиків Юрій Прозоров масового вливання в капітал українських підприємств очікувати не варто, принаймні найближчим часом, оскільки для того, щоб одержати кредит від ЄБРР необхідно заздалегідь розкривати інформацію та упорядковувати структуру акціонерів. Для вітчизняних компаній зробити це одразу досить складно, тому пік вливань припаде найімовірніше на 2009 – 2010 роки.



На шляху інвестиційної діяльності іноземних інвесторів в Україні існує ряд перешкод, серед яких слід зазначити такі: нерегульованість щодо збереження прав власності; політична нестабільність; фінансовий характер чинної системи оподаткування; високий рівень корупції та бюрократія; низький платоспроможний попит споживання. Проте Україна має ряд конкурентних переваг, які дозволяють говорити про здатність України подолати кризу. Серед них важливе місце посідає незаповненість інвестиційного ринку, що дає можливість отримання високого прибутку, у зв'язку з ще досить низьким рівнем конкуренції та резервами ринку. Отже, можна говорити про високу інвестиційну привабливість України тільки в довгостроковій перспективі. Втім, ситуацію, яку ми маємо на даний момент, важко назвати втішною. А економічна криза, викликана певною мірою політичною нестабільністю, в якій Україна перебуває вже досить значний час, потребує негайних та адекватних рішень.

Таким чином, проаналізувавши статистичні дані та думки експертів щодо факторів, які впливають на динаміку інвестицій в Україні, слід зазначити, що однією з причин зниження інвестиційної привабливості є вплив політичних факторів. Можливість швидкого виходу України з економічної кризи багато в чому залежить від подолання політичної кризи на рівні держави та потребує негайних та адекватних рішень.

Наук. керівн. Юлія І. В.

Література: 1. Каподаглі С. Пряме інвестування в Україні очима іноземних інвесторів // *Топ-100*. – 2008. – №2. – С. 10 – 11. 2. Лев Парцхаладзе. Криза ще не злякала усіх інвесторів // <http://www.epravda.com.ua/press/>

Монастир'ова І. С.

УДК 339.562

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Сучасною особливістю розвитку світової економіки є глобалізація, яка проявляється у взаємозв'язку та взаємозалежності зовнішньоекономічних компонентів держав. Складовою зовнішньоекономічної компоненти будь-якої держави є імпорту. Організація імпортуї діяльності значною мірою впливає на результативність зовнішньоекономічних операцій як окремих суб'єктів господарювання, так і країни в цілому.

Питанням імпорту та організації імпортуї діяльності займалися такі вчені, як К. Р. Макконелла і С. Л. Брю, Д. Рікардо, А. Сміт, Ф. Котлер, В. Портер, В. В. Козик, та ін. Але в літературі недостатньо досліджено вплив маркетингу на ефективність імпортуї діяльності підприємства.

Метою даного дослідження є оцінка характеру та ступеня впливу маркетингу на управління імпортуї діяльністю.

З правової точки зору імпорту як категорія зовнішньоекономічної діяльності розглянутий у законі України "Про зовнішньоекономічну діяльність": "Імпорту (імпорту товарів) – купівля (зокрема з оплатою в негрошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності у іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів з ввезенням або без ввезення цих товарів на територію України включаючи покупку товарів, призначених для власного споживання установами і організаціями України, розташованими за її межами [1, с. 23]". Також можна розглянути дане визначення імпорту ЮНКТАД: "Імпорту (від лат. importare ввозити) – ввезення в країну товарів, робіт, послуг результатів інтелектуальної діяльності і т. п. на митну територію країни з-за кордону без зобов'язань про зворотний вивіз" [2, с. 328].

Імпорту є достатньо вивченою категорією зовнішньоекономічної діяльності, всі існуючі трактування цього поняття зводяться до наступного: імпорту – ввезення в країну іноземних товарів або капіталу у формі надання кредитів і позик, покупки іноземними компаніями підприємств (валютний імпорту), платне користування послугами іноземних осіб, фірм, організацій [3, с. 67].

Поняття імпортуї діяльності менш вивчене, ніж імпорту, у літературі не виділяється окремої категорії під назвою "імпортуна діяльність". Це дозволяє припустити, що імпортуна діяльність є процесом ввезення на територію України товарів, робіт, послуг, капіталів держави – контрагента як для власного споживання, так і з метою перепродажу. Імпортуна діяльність становить ширше поняття ніж імпорту, іншими словами імпортуна діяльність – процес імпорту.

© Монастир'ова І. С., 2009

Етапи проведення імпортої діяльності можна представити наступним чином (рисунок):

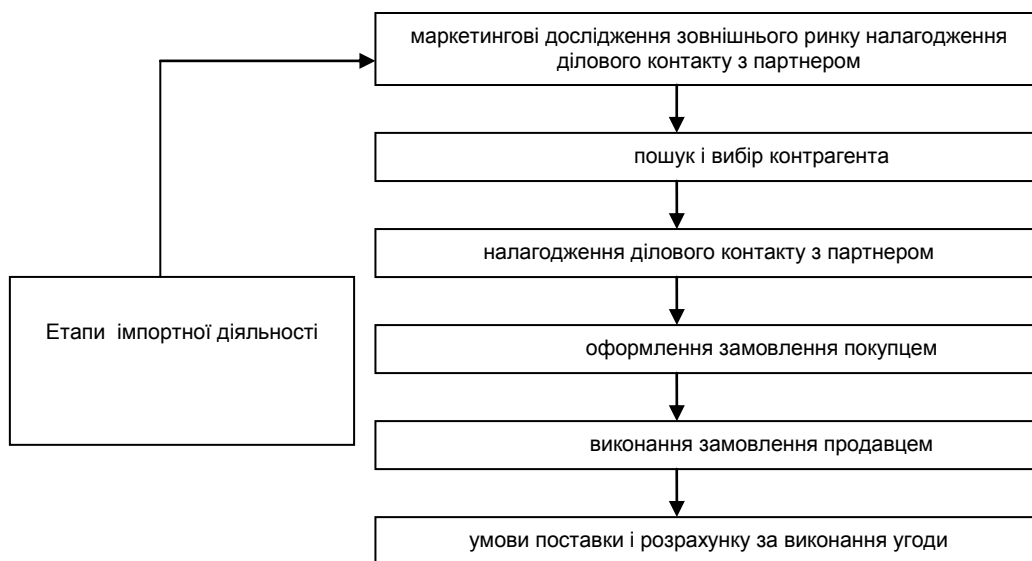


Рис. Етапи імпортої діяльності

Маркетингові дослідження зовнішнього ринку і вибір товару передбачають виявлення критеріїв і вимог, які пред'являються до його конкурентоспроможності.

Від правильності вибору іноземного партнера-контрагента залежить ефективність імпортої діяльності. На жаль, досить часто контрагентами вітчизняних підприємств виступають або випадкові партнери, або ті, з якими встановились тривалі зовнішньоторгові зв'язки. Для прийняття правильного рішення необхідно оцінити потенційного партнера на фоні інших фірм, тобто провести аналіз його діяльності – або самостійно, або із залученням спеціалістів у цій галузі.

Налагодження ділового контакту з партнером передбачає такі стадії, як запит покупцем відомостей про товар або виклик продавця на торги; комерційна пропозиція продавця – постачальника; перевірка продавцем платоспроможності покупця, а покупцем – надійності продавця.

Оформлення замовлення покупцем передбачає спрямування письмового повідомлення покупцеві про постачання йому товарів або надання послуг. Найчастіше це робиться за допомогою оформлення спеціального бланку замовлення з обґрунтуванням ціни. Після того як замовлення прийняте, сторони вважаються такими, що уклали контракт, і повинні перейти до його виконання.

Виконання замовлення продавцем передбачає забезпечення готовності товару згідно з правилами, нормами і стандартами, відправку і транспортування, страхування вантажу через оформлення страхового полісу, заповнення митної декларації.

Умови постачання і розрахунки за його виконання передбачають можливість надання покупцеві торговельної скидки, плати фрахту продавцем або покупцем, визначення контрактної ціни із посиланням на використовувані для цього документи – сертифікат походження, рахунок – проформу (попередній рахунок, на який покупець робить запит у продавця), преїскуранти, каталоги. На цьому етапі відбувається визначення умов постачання товару, складається імпортерний контракт і здійснюється оплата покупцем [2, с. 345 – 347].

Більшість економістів [2 – 7] схиляються до того, що маркетингова складова охоплює лише перший і частково другий етапи імпортої діяльності. Виходячи з визначення міжнародного маркетингу, як певного образу мислення, підходу до ухвалення комерційно-господарських рішень з позиції якнайповнішого задоволення як вітчизняних, так і іноземних споживачів, можна стверджувати, що маркетинг охоплює весь процес здійснення імпортої діяльності.

Надалі розглянемо маркетингове забезпечення кожного з етапів імпортої діяльності. На першому та другому етапах проводиться маркетингове дослідження зовнішнього ринку та здійснюється вибір контрагента. Ці етапи включають вивчення особливостей функціонування ринку – аналіз середовища здійснення зовнішньоекономічної діяльності, рівень ризиків у ньому, вивчення пропозиції на ринку, типу конкуренції, потенціалу ринку. Але ще на стадії вибору країни треба враховувати наявність торговельно-політичних відносини з цією країною.

Обираючи партнера, необхідно вивчити різноманітні аспекти його діяльності: технологічні, науково-технічні, організаційні, економічні, правові [3, с. 56 – 57]. Також необхідно вивчити кон'юнктуру ринку, яку частку займає потенційний партнер на ринку, дізнатися про його репутацію, чи є він достатньо надійним – усі ці дані дістаються за рахунок маркетингового дослідження, отже вплив маркетингу на перші два етапи є очевидним.

Третім етапом є налагодження ділового контакту з партнером, представники підприємства-ініціатора можуть налагодити контакт за рахунок відвідування та взяття участі у виставках, розміщення реклами в специфічних як печатних, так і електронних виданнях, проведення та організа-



ції зустрічей та переговорів, де знадобляться маркетингові стратегії проведення зазначених вище заходів.

Четвертий етап складається з оформлення замовлення, де ключовими моментами є обсяг заказу та ціна конкретних одиниць. Підприємство, оформлюючи замовлення, має враховувати безліч факторів, з яких першочерговим є маркетинговий – врахування потреб вітчизняного покупця, маючи цю інформацію можна розрахувати оптимальний розмір партії та ціни, за якими товар буде найбільш конкурентоспроможний на вітчизняному ринку. Міжнародний маркетинг пропонує досить широку класифікацію світових цін: ціни виробників, експортні ціни, контрактні ціни, де залежно від окремих умов можливі досить вагомі скидки, біржові котирування, ціни аукціонів, довідкові ціни, прейскуранти, ціни пропозиції.

На п'ятому етапі вплив маркетингу на імпорту діяльність не розглядається, через те що цей етап повністю залежить від експортера. Але якщо в процесі обговорення умов контракту була обрана ефективна стратегія проведення переговорів, то результатом будуть вигідні строки виконання замовлення. Так само і з умовами постачання та методами розрахунку, все залежить від грамотності проведених переговорів, де головною є маркетингова складова.

Отже, у висновку можна зауважити, що вплив маркетингу на здійснення імпорту діяльності є досить вагомий, але в сучасній літературі увага в більшому ступені акцентується на маркетингу в експорті, ніж на маркетингу в імпорті, що не є відображенням дійсності в Україні, де основною зовнішньоекономічною діяльністю вважається імпорту.

Наук. керівн. Бестужева С. В.

Література: 1. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" від 16.04.91 р. // Укр. митниця: Довідник. – К.: Лібра, 1993. – 134 с. 2. Бойчик І. М. Економіка підприємства: Навч. посібн. – 2-ге вид., доповн. і переробл. – К.: Атіка, 2006. – 528 с. 3. Международный менеджмент. Учебник для вузов / Под ред. С. Э. Пивоварова. – СПб.: Питер, 2000. – 520 с. 4. Лисиця Н. М. Міжнародний маркетинг: Навчальний посібник / Н. М. Лисиця, В. Д. Рогожин, В. В. Юрченко. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2004. – 168 с. 5. Макконнелл К. Р. Экономика: принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю; [Пер. с 14-ого англ. изд. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 929 с. 6. Рогожин В. Д. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. Навч. посібн. / В. Д. Рогожин, Л. В. Базалієва. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – 196 с. 7. Козик В. В. Міжнародна економіка та міжнародні економічні відносини: Практикум / В. В. Козик, Е. А. Панкова, О. Ю. Григор'єв, А. О. Босак. – К.: Вікар, 2003. – 368 с.

Андрющенко О. О.

УДК 336.774.5

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

МЕТОДИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ КРЕДИТНОГО РИЗИКУ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сучасні тенденції розвитку кредитного сектору економіки, а також економічна криза, яка останнім часом прогресує в багатьох країнах, змушує приділити більшу увагу банківським структурам, які функціонують на території нашої держави з метою впровадження найбільш вдалих методів, щодо контролю та регулювання ризиків їх діяльності.

Для ефективного управління ризиками розробляють та впроваджують процедури управління ризиками ліквідності, операційними, процентними, валютними, кредитними, а також ринковими ризиками. Дані процедури використовуються для забезпечення стійкості і надійності банків при досягненні запланованих результатів діяльності. Банки постійно вдосконалюють методології оцінки та управління ризиками, що дає їм можливість приймати найбільш ефективні рішення за різними напрямками їх діяльності в ринкових умовах [1].

Серед усіх існуючих банківських ризиків значне місце займає кредитний ризик.

Проблемами кредитного ризику займалися багато вчених, серед яких: І. А. Бланк, А. М. Мороз, С. В. Мочерний, Л. Гітман, Дж. Маршал, П. Роуз, Б. Едвард, У. Шарп.

Актуальність даної теми полягає у пошуці методів боротьби з головною проблемою банків, яка має назву "кредитний ризик".

© Андрющенко О. О., 2009

Метою даною статті є висвітлення методів та способів мінімізації наслідків грошових втрат у разі неповернення банку кредитної позики.

Кредитна діяльність банків є одним з головних джерел їх прибутків та збитків, а отже кредитні ризики – головна проблема банків.

Управління банківськими ризиками є одним із ключових елементів стратегій розвитку багатьох банків, воно спрямоване на забезпечення ефективності розміщення кредитних ресурсів з метою отримання прибутку та своєчасного повернення коштів банку [2].

З метою диверсифікації кредитних вкладень та недопущення їх надмірної концентрації, управління ризиками має здійснювати за наступними напрямками:

1. Концентрація кредитних вкладень на одного позичальника.
2. Концентрація кредитних вкладень по споріднених позичальниках.
3. Концентрація кредитних вкладень по інсайдерах.
4. Концентрація кредитних вкладень під гарантію (поруку) однієї особи.
5. Географічна концентрація.

Також важливе значення має проведення політики лімітування кредитних ризиків шляхом визначення максимальних обсягів надання кредитів на одного позичальника, в межах яких філії банків самостійно можуть приймати рішення щодо здійснення кредитних операцій.

Для підвищення надійності та стабільності банку, захисту кредиторів і вкладників банкам треба забезпечувати в повному обсязі формування резервів для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями.

Класифікацію виданих кредитів за ступенями ризику треба здійснювати з урахуванням оцінки фінансового стану позичальника, стану обслуговування позичальником кредитної заборгованості за основним боргом і процентів за ним, а також рівня забезпечення кредитів.

Для управління кредитним ризиком на рівні окремого кредиту слід приділити увагу застосуванню наступних методів:

1. Аналізу кредитоспроможності позичальника.
2. Аналізу та оцінці кредиту.
3. Визначенню умов кредитування.
4. Документуванню кредитних операцій.
5. Контролю за наданим кредитом та станом застави.

Регулювання кредитних ризиків на етапі прийняття рішення про кредитування доцільно здійснювати:

1. Кредитним працівником на підставі проведеного аналізу фінансового стану клієнта, його кредитної історії, експертизи кредитного проекту, перевірки достовірності інформації щодо заборгованості перед банками та іншими кредиторами, аналізу наявності реальних джерел погашення та можливості своєчасного погашення кредиту, проведення аналізу ліквідності застави та можливості контролю за її наявністю.

2. Юридичною службою банку шляхом перевірки установчих документів позичальника, повноважень відповідних представників позичальника на підписання договорів, наявності державної реєстрації та документів, що підтверджують право власності на заставлене майно, наявності обтяжень на предмет застави, нотаріального посвідчення договорів застави у встановлених законом випадках.

3. Працівниками підрозділу банківської безпеки шляхом перевірки наявності (відсутності) фактів порушень норм цивільного, кримінального та адміністративного законодавства позичальником (підприємством, його керівниками тощо), попередження позичальника про кримінальну відповідальність за надання банку відомостей та документів, що завідомо не відповідають дійсності.

Регулювання кредитних ризиків під час супроводу кредитів є сенс здійснювати через:

1. Забезпечення контролю за цільовим використанням кредиту позичальником.
2. Отримання та проведення аналізу звітності позичальника для відстеження його фінансового стану.

3. Проведення перевірок наявності, стану та вартості застави.

4. Здійснення контролю за своєчасністю сплати позичальником доходів, що підлягають погашенню згідно з умовами кредитного договору.

З усього наведеного вище випливає висновок, що для забезпечення якісного управління кредитними ризиками доцільно охоплювати усі етапи управління кредитною діяльністю, забезпечувати виконання правил кредитування, а також контролювати достовірність обліку кредитних операцій.

Дотримання цих заходів, на думку автора, зможе дозволити уникнути проблем в оцінці й управлінні кредитним ризиком, і тим самим зможе дозволити банкам отримувати значний прибуток від їх кредитної діяльності.

Наук. керівн. Рогожин В. Д.

Література: 1. Слобода Л. Я. Оцінка ефективності регулювання кредитних ризиків банків. – Суми: УАБС НБУ, 2007. – С. 114 – 115. 2. Ковальов А. Г. Банківська справа. – К.: 2007. – №8(92). – С. 28 –30. 3. Сліненчук О. П. Діяльність комерційних банків. – Львів: Б. в., 2007. – С. 100 – 105.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Протягом останніх двох десятиріч виставки знов набули розвитку в міжнародній економіці як інструмент маркетингових комунікацій, які надають можливість особистого контакту й отримання безпосереднього зворотного зв'язку зі споживачем. Ефективність традиційних інструментів маркетингових комунікацій, таких, як телебачення й масова преса, значною мірою знизилась, а на першому плані опинились інструменти, які забезпечують особистий підхід і діалог з клієнтом. Виставки займають особисте місце, завдяки контакту обличчя до обличчя, чого не може забезпечити, наприклад, Інтернет при всій його ефективності й економічності. Дослідження показують, що споживач цінує демонстрацію товарів в дії, можливість за короткий період часу провести вивчення ринку й порівняти пропозиції, психологічний комфорт.

Різні теоретичні та практичні аспекти проведення виставок та ярмарок знайшли відображення у працях зарубіжних та українських учених, таких, як Я. Критсотакіс, В. Пекар, С. Міллер, В. Петелін, Г. Савицька, С. Фрідман та ін.

У сучасних умовах розвиток виставково-ярмаркової діяльності є одним з ефективних методів забезпечення розвитку експортної діяльності, стимулювання інновацій та інвестицій. Тематика сучасних виставок віддзеркалює нинішній стан економіки України: найбільш масштабні виставки пов'язані з будівництвом, автомобільною, легкою промисловістю та сільським господарством.

Виставкова діяльність дає можливість швидко вивчити ринок і зібрати за незначний термін часу необхідну інформацію. Це найбільш вигідне місце для позиціювання підприємства, формування партнерських договірних відносин із посередниками, споживачами, іншими господарюючими суб'єктами ринку.

Тенденції розвитку міжнародної виставкової індустрії визначаються рядом факторів, які представлені на рисунку.

Стимулюючі фактори	Дестимулюючі фактори
1. Зниження ефективності традиційних інструментів маркетингу. 2. Зростаюча потреба в особистому спілкуванні. 3. Розвиток інноваційного процесу вимагає постійного виведення на ринок нових товарів і послуг	1. Конкуренція з боку інших інструментів маркетингових комунікацій, які мають такі ж властивості персоналізації, виміру результату. 2. Глобальні загрози (тероризм, епідемії). 3. Глобалізація (поглинання як на ринках продавців-учасників виставок, так і на ринках покупців-відвідувачів виставок зменшують попит на виставкові послуги)

Рис. Фактори, які впливають на розвиток виставкової індустрії в Україні

Головні стимулюючі й дестимулюючі фактори характерні для міжнародного виставкового бізнесу, які в повному обсязі працюють і в Україні. Виставковий бізнес і в Україні залишається дуже роздробленим: більша частина виставок, особливо в регіонах, невеликі та слабкі в професійному відношенні, тому спостерігається повільна консолідація ринку – відходять непрофесійні організатори, закріплюють свої позиції лідери, створюються альянси.

Не дивлячись на значно малий строк розвитку, галузь в цілому вже сформувалась і закріпила своє місце в структурі економіки.

Виставкова діяльність – це складний, багатоплановий процес ринкової інфраструктури [1, с. 78]. Важливим аспектом її розвитку в Україні є дослідження досягнень ринкових перетворень у економічно розвинених країнах, вивчення світового досвіду проведення виставок та ярмарок, науковий аналіз і дослідження ефективно діючого у світі законодавства і правил ведення виставкового бізнесу.

У сфері виставково-ярмаркової діяльності України є певні досягнення, проте існує й ряд проблем, серед яких такі [1, с. 81]:

- відсутність виставкових приміщень, виставкових конструкцій;
- відсутність ефективної державної підтримки;
- погана підготовка кадрів для виставкової індустрії;
- низький рівень якості виставкових послуг;

невідповідність міжнародним стандартам в області сервісів для іноземних учасників і відвідувачів (двомовні каталоги, послуги інформації й реєстрації).

Не дивлячись на всі проблеми, український виставковий бізнес довів свою високу ефективність в якості інструмента маркетингових комунікацій, наслідком чого є висока лояльність клієнтів і постійний притік нових. У технологічному відношенні українська виставкова індустрія практично не відстає від країн зі Східної Європи та СНД, а в чомусь значно їх випереджає (можливо, за рахунок більш швидкого освоєння європейського досвіду, а можливо, завдяки звичці до високої конкуренції).

Державне регулювання виставково-ярмаркової діяльності в Україні здійснюється на основі чинного законодавства і методик, розроблених відповідно до Концепції виставково-ярмаркової діяльності.

Суб'єктами виставкової діяльності в Україні є держава, яку представляють уповноважені органи, що здійснюють державну політику в цій галузі; рада з питань виставково-ярмаркової діяльності; методико-аналітична служба ради з питань виставково-ярмаркової діяльності.

Виставкова діяльність в Україні є невід'ємною складовою частиною розвитку ринкових процесів, стимулює закріплення позитивних структурних змін в економіці, сприяє науково-технічному та технологічному оновленню вітчизняного виробництва. Виставковий бізнес сприяє зростанню індустрії гостинності, яка створює нові робочі місця й поповнення місцевих бюджетів.

Розпорядження Президента України "Про вдосконалення проведення виставково-ярмаркових заходів в Україні" [2] забезпечило підвищення рівня виставкової діяльності в Україні, створило умови для ефективної участі вітчизняних підприємств в Україні та за її межами, розширило зовнішньоекономічні зв'язки та реалізацію експортного потенціалу.

Державна підтримка забезпечується на підставі створення умов відкритої конкуренції і може бути надана такими способами: наданням пільгових кредитів, інвестуванням, кредитами на певний період. Крім того, за статусом виставки та ярмарки поділяються на всесвітні, міжнародні, національні, міжрегіональні та регіональні.

Виставковий бізнес в Україні є пріоритетною галуззю, тому необхідно активно спрямувати роботу на підвищення ефективності цього бізнесу як важливого важеля нарощування експортного потенціалу, просування вітчизняної продукції на міжнародні ринки, а також підвищенні ефективності функціонування економіки України.

Наук. керівн. Базалієва Л. В.

Література: 1. Фролов О. І. Торгові виставки. – М.: Ось-98, 2005. – 167 с. 2. Про вдосконалення проведення виставково-ярмаркових заходів в Україні: Розпорядження Президента України від 2.11.2000 року №342/2000-рп (16.10.2005) // www.rada.gov.ua 3. Александрова Н. Выставочный менеджмент / Н. Александрова, Е. Сорокина; [Под ред. И. Филоненко. – Ростов-на-Дону: Экспертное бюро, 2004. 4. Гусев Э. Б. Выставочная деятельность за рубежом: Учебно-методическое пособие / Под ред. акад. РАН Н. П. Лаверова. – М.: Дашков, 2006. 5. Захарченко Г. П. Выставка: техника и технология успеха. – М.: Вершина, 2006. 6. Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом / Пер. с англ. – М.: Довгань, 2004. 7. Сичов М. С. Виставки та презентації: Навч. посібн. – М.: КОНСЕСКО, 2005.

УДК 339.56

Рена О. М.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ ПОСЕРЕДНИКІВ

Зовнішньоекономічна діяльність завжди була і залишається важливою складовою суспільного розвитку України, незважаючи на зміни в політичній ситуації, економічній кон'юктурі та правовому середовищі країни.

У міжнародній економічній діяльності дуже велика кількість угод здійснюється не прямо, а за допомогою посередників, представників. Більше половини світової торгівлі здійснюється за допомогою представників або посередників, без яких неможливо було б вирішити багато питань у підприємстві.

© Рена О. М., 2009



Допомога посередників може використовуватися для пошуку закордонних контрагентів, підготовки і укладання угоди, транспортно-експедиційних послуг, страхування товарів при транспортуванні, виконання митних формальностей, проведення рекламних і інших заходів для просування товару на ринки інших країн, технічного обслуговування.

Будь-яка посередницька діяльність здійснюється в основному з метою отримання прибутку і, таким чином, вона носить комерційний характер. Ефективність посередницької діяльності на комерційних засадах може бути забезпечена лише у випадку, коли доходи посередників від закупівлі продукції у постачальників (виробників, продавців) і наступного її продажу (перепродажу) будуть вищі за власні витрати посередників.

Закордонні та вітчизняні вчені розглядають багато різноманітних методів оцінки діяльності посередників. В. Д. Шкардун, С. А. Стерхова [1], Л. Горчельс, Е. Марієн й Ч. Уест [2], Н. Кумар, Л. В. Штерн, Р. С. Акрол [3], Н. А. Гранкіна, Е. В. Попов [4] запропонували різні варіанти реалізації експертних оцінок. І. А. Биков [5], Ю. Н. Ігнашин [6] та А. А. Янівець [7] розробили свої авторські методики, основані на поєднанні аналізу кількісних та якісних даних. Окрім того, запропоновані аналітичні методи, такі, як SPM, EVA та ABC, адаптовані М. Леві [8] та М. Штерном [9] до цілей оцінки каналу розподілу.

Метою статті є систематизування існуючих методик оцінки господарської діяльності посередників та визначення переваг та недоліків окремих методів.

Виробник, що вступає в економічні відносини з певною множиною комерційних посередників, зіштовхується із ситуацією, коли в дилерів відрізняються збутові можливості, обсяги закупівель і реалізації, принесений постачальникові прибуток, лояльність і рівень співробітництва. Ігнорування подібних розходжень може негативно позначитися на стабільності й ефективності роботи каналу. Для того щоб визначити раціональні умови співробітництва, виробнику необхідно оцінити результати та ринкові можливості окремих посередників. Як відомо, господарська діяльність останніх характеризується кількісними і якісними показниками. У літературі зазначено багато методів оцінки посередників, заснованих на різних комбінаціях складових показників, які було систематизовано в таблиці.

Таблиця

Методи оцінки діяльності комерційних посередників

Метод	Автор та методика	Основні принципи	Переваги	Недоліки
1	2	3	4	5
1. Метод експертних оцінок	В. Д. Шкардун, С. А. Стерхова [1, с. 17 – 18]. Оцінка торговельного посередника	Кожен експерт заповнює опитувальний лист, ввівши відповідні оцінки стану параметра від 0 (не відповідає оптимальному стану) до 9 (повністю відповідає оптимальному стану). Оцінка усереднюється за всією групою параметрів та всіма думками експертів	Різнобічна характеристики діяльності посередника; проста процедура оцінки; наведена характеристика можливих значень	Виникають питання щодо достовірності оцінки; відсутнє визначення вагомості критеріїв; сумнівний спосіб усереднення оцінок експертів
	Л. Горчельс, Ч. Уест, Е. Марієн [2, с. 43 – 46]. Модель "ідеального кандидата"	Методика спрямована на виявлення максимально сумісного, с точки зору бізнес-профіля, партнера зі збуту. Опис ідеального партнера припускає детальні характеристики при створенні шаблону	Детально описується бізнес-профіль посередника	Суттєва суб'єктивність оцінки у зв'язку з відсутністю оцінки кількісних даних
	Н. Кумар, Л. В. Штерн, Р. С. Акрол [3, с. 238 – 253]. Характеристика діяльності учасників каналу	Оцінку учасника каналу розподілу обумовлюють 7 факторів: характеристика збуту; фінансова характеристика; компетенція торговельного посередника; зговірливість торговельного посередника; пристосовність торговельного посередника; зростання можливостей торговельного посередника; задоволеність споживачів	Оцінка проводиться за структурно-логічними категоріями; глибоке дослідження кожної категорії; чітко сформульовані критерії, що оцінюються за шкалою Лайкерта	Суб'єктивність оцінки у зв'язку з відсутністю оцінки кількісних даних. Виникають питання щодо різної вагомості зазначених аспектів

1	2	3	4	5
	Є. В. Попов, Н. А. Гранкіна [4]. Контрольна перевірка посередника	Система оцінок включає питання, відповідь на кожне з яких припускає певну кількість балів, у результаті визначається сумарна кількість балів кожного з посередників	Різномічна характеристики діяльності посередника; проста процедура оцінки	Суб'єктивність оцінки у зв'язку з відсутністю оцінки кількісних даних
	Є. В. Попов, Н. А. Гранкіна [4]. Оцінка діяльності експортного посередника	Оцінка виконання посередником зобов'язань. Оцінка залежності підприємства виробника від посередника при виконанні експортних операцій. Оцінка важливості визначених експортних операцій для ефективного експорту в цілому	Обмежена кількість критеріїв оцінки; глибоке дослідження кожного критерію; зручність проведення оцінки	Суб'єктивність оцінки у зв'язку з відсутністю оцінки кількісних даних
2. Аналітичний метод	SPM – стратегічна модель прибутку	Оцінка загальної ефективності на основі аналізу: коефіцієнта прибутковості, оборотності активів, доходу на активи, співвідношення власних та позикових коштів, прибутку на власний капітал	Визначено три способи підвищення прибутку; зручний механізм оцінки фінансових стратегій	Складність отримання даних; аналізуються виключно показники фінансового обліку
	EVA – аналіз економічної цінності	Аналіз альтернативних витрат існуючої дилерської мережі	Аналіз фактичних засобів, що використовуються при взаємодії з дилером	Оцінюється виключно макrorівень системи збуту
	ABC-аналіз	Диференціація виконання збутових функцій дилерської мережі	Урахування витрат на логістику та маркетинг	Відсутність оцінки якості дилерського сервісу
3. Комбіновані методи	І. А. Биков [5, с. 86 – 92]. Оцінка функціонального потенціалу дилера	Виділення двох груп параметрів, за якими дається оцінка дилера: параметри привабливості, що відображають стратегічний потенціал дилера; параметри організаційних можливостей	Велика кількість показників, що оцінюються; використання кількісних індикаторів	Невиправдана складність процедури
	Ю. Н. Ігнашин [6, с.14]. Оцінка сумірних дилерських структур	Аналіз проводиться на основі трьох груп показників, що характеризують дилерську мережу: фінансові показники, показники рівня взаємодії, якість дилерського сервісу	Використання кількісних індикаторів; оцінка якості дилерського сервісу	Групи показників споріднені за природою, але не всі однорівневі
	А. А. Янівець [7, с.105 – 116]. Порівняльний аналіз економічної діяльності фірм-дилерів	Оцінка конкурентоспроможності, яка визначається: рівнем економічного потенціалу; рівнем економічної динаміки; рівнем ринкового потенціалу; рівнем продуктивності	Використання кількісних індикаторів; використання різних методів економічного аналізу	Суттєва складність процедури оцінювання



Експертний метод є достатньо розповсюдженим при оцінці учасників каналу розподілу. Діяльність посередників є достатньо складною, так що не всі її аспекти можуть бути оцінені кількісними даними. Головною перевагою експертного методу є можливість оцінки якісних даних. Розбіжності у використанні експертного методу різними науковцями пов'язані зі складовими характеристиками, що аналізуються.

Аналітичні методи оцінки діяльності комерційних посередників пов'язані з використанням математичних моделей різної складності на основі кількісних даних. При огляді аналітичних методів оцінювання комерційних посередників необхідно зазначити наступне:

- кожен з методів характеризує вузький економічний аспект в оцінці посередників;
- зазначені методи доповнюють один одного таким чином, що при комплексному їх використанні уявлення про учасників каналу значно поглиблюється;
- відсутність врахування якості виконання функцій посередниками та задоволеності споживачів суттєво обмежують оцінку;
- доповнення аналітичних методів оцінки аналізом якісних даних, шляхом експертної оцінки, здатне забезпечити достатнє підґрунтя для прийняття стратегічних рішень щодо розподілу.

Комбіновані методи більш повно характеризують оцінку діяльності посередників, оскільки враховують недоліки попередніх груп методів. Наприклад, І. А. Биков в своєму дисертаційному дослідженні пропонує оцінку функціонального потенціалу дилера; Ю. Н. Ігнашин пропонує проводити оцінку сумірних дилерських структур. Однак дані методи дуже часто є не виправдано складними.

З аналізу існуючих методів оцінки комерційних посередників можна зробити наступні висновки.

У наведених методиках оцінки існує тенденція до намагання використовувати саме інтегральний критерій, або шляхом експертної оцінки, чи аналітичними методами. Окрім того, в методах помітна спрямованість до групування показників за однорідними групами, що є зрозумілим та виправданим принципом. Однак, усі з зазначених методів зупиняються на виваженні груп показників для виведення інтегрального критерію. Але, як справедливо відзначають Е. В. Попов і Н. А. Гранкіна, посилаючись на роботу П. Р. Катеора, важливо уникати використання якого-небудь одного інтегрального коефіцієнта оцінки діяльності каналу [4]. Виведення інтегрального показника є процедурою зниження розмірності простору вимірювання. Однак при подібній процедурі існує суттєва загроза втрати важливої інформації. Можливим шляхом уникнення цієї загрози може бути послідовне використання відібраної кількості критеріїв замість адитивної функції зважених показників.

Отже, в даній статті було вперше запропоновано систематизацію існуючих методик оцінки господарської діяльності посередників на експертні, аналітичні та комбіновані. Було визначено, що використання комбінованого методу здатне подолати основні недоліки експертних та аналітичних методів. У свою чергу, недоліком зазначених комбінованих методів є використання адитивної функції зважених показників. Можливим удосконаленням такого методу може стати послідовне використання критеріїв.

Наук. керівн. Стахорська С. І.

Література: 1. Шкардун В. Д. Формирование и оптимизация сбытовой сети – основа сбытовой политики предприятия / В. Д. Шкардун, С. А. Стерхова // Управление продажами. – 2001. – №4. 2. Горгельс Л. Некоторые вопросы управления каналами распределения (дистрибуции) / Л. Горгельс, Э. Мариен, Ч. Уэст // Управление продажами. – 2004 г. – №4 – С. 42 – 54. 3. Kumar N. Assessing Reseller Performance From the Perspective of the Supplier // N. Kumar, L. W. Stern, R. S. Achrol. Journal of Marketing Research. – May. – 1992. – Pp. 238 – 253. 4. Гранкіна Н. А. Оценка деятельности посредника при экспорте продукции предприятия / Н. А. Гранкіна, Н. А. Гранкіна, Е. В. Попов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – №6. 5. Биков І. А. Формування дилерської мережі в багатоярусній системі збуту: Дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. – М.: РГБ, 2003. 6. Ігнашин Ю. Н. Формування дилерської мережі виробничо-підприємницької структури: Автореферат дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. – М.: РГБ, 2005. 7. Янивец А. А. Анализ и моделирование в системе управления дилерской сетью: на примере предприятия оптовой торговли: Дис. ... канд. екон. наук: 08.00.13. – М.: РГБ, 2003. 8. Levy M. Residual Income Analysis: A Method of Inventory Investment Allocation and Evaluation / M. Levy, C. A. Ingence // Journal of Marketing, Summer. – 1984. – Pp. 93 – 104. 9. Штерн Л. В. Маркетинговые каналы / Пер. с англ. под ред. О. И. Медведь. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2002. – 624 с. 10. Cooper R. Measure Cost Right: Make the Right Decisions / R. Cooper, R. S. Kaplan // Harvard Business Review. – No. 5. – September-October 1988. – Pp. 96 – 103.

ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕСУРСОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

Современный этап развития национального производства связан с выбором приоритетного направления внешнеэкономической политики Украины на сотрудничество со странами Западной Европы. В то же время, фактическое устранение государства от контроля за ценообразованием, и за использованием ресурсов в приватизированной сфере, дефицит государственных инвестиций для освоения современных технологий и технического перевооружения не позволяет обеспечить планомерное и полноценное развитие предприятий на основе государственного регулирования.

В связи с этим обостряются проблемы рационального использования ресурсов производства, что снижает уровень конкурентоспособности национальных предприятий как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Цель статьи: определить возможности и пути повышения эффективности использования ресурсов посредством использования инновационного ресурсосберегающего пути развития как фактора повышения конкурентоспособности предприятия.

Как с практической, так и с научной точки зрения актуальной является разработка механизмов управления предприятиями с учётом принципов ресурсосбережения, что позволит повысить уровень их конкурентоспособности. Сказанное особенно верно для отечественных предприятий – субъектов внешнеэкономической деятельности, поскольку конкуренция на внешнем рынке намного жестче, чем на внутреннем.

Среди современных учёных-экономистов, известных в области исследований повышения эффективности управления ресурсами на различных уровнях экономики, можно выделить таких, как: А. Акмаев, А. Амоша, Л. Гаузнер, Б. Данилишин, Б. Клиняненко, Н. Конищева, Л. Кочурова, Ю. Лукашин, В. Парсяк, Л. Родина, А. В. Гринев, Л. Соколова, А. Шеремет, С. Яблоновский, Б. Якимович и др.

Анализ экономической литературы позволяет охарактеризовать само понятие "ресурсы" (фр. *ressource* – вспомогательное средство) как "основные элементы производственного потенциала, которые имеет в распоряжении система и которые используются для достижения конкретных целей экономического развития" [1].

Рассматривая ресурсосбережение как комплексное использование всех экономических ресурсов на каждом этапе производства (от разработки до реализации продукции) следует учитывать, что их экономия может быть обеспечена лишь при условии совершенствования техники, технологий, организации труда и производства, что возможно лишь при достижении соответствующего уровня моральной и материальной заинтересованности работников, повышения их ответственности за результаты своего труда.

В последовательной и комплексной реализации организационных, экономических и технических мероприятий, направленных на экономию и рациональное использование экономических ресурсов достигается экономический эффект, позволяющий устанавливать конкурентоспособную цену и достигать на этой основе конкурентные преимущества.

Фактическое устранение государства от процесса регулирования ресурсов на всех уровнях национальной экономики позволяет утверждать, что формирование инновационного ресурсосберегающего пути развития промышленности является первостепенной задачей для отечественных предприятий. Лишь на этой основе возможно повысить эффективность деятельности предприятия, его производительность, прибыльность, уровень их конкурентоспособности как на внешнем, так и на внутреннем рынках.

Использование эффективного инновационного ресурсосберегающего пути развития на предприятии возможно только при формировании инновационного потенциала предприятия на до-



статочном уровне. Основными составляющими инновационного потенциала являются научно-исследовательский, технико-технологический, производственный, интеллектуальный, кадровый, информационный, рыночный, финансовый потенциал. При обдуманном просчитанном формировании и управлении составляющими инновационного потенциала возможно получение максимального эффекта от ведения бизнеса, что дает возможность предприятию как системе быть более гибкой и адаптивной к изменениям на рынках.

Так, эффективное использование технико-технологического потенциала предприятия дает ему возможность оперативно переориентировать свои производственные мощности и наладить экономически эффективное производство новых продуктов, которые отвечают рыночным потребностям в данный период. Эта составляющая характеризует соответствие материально-технического и технологического состояния предприятия, существование резервов и возможности их быстрого получения, гибкость оборудования и технологий, оперативность работы конструкторских и технологических служб.

Финансовый потенциал отражает соответствие финансового состояния, инвестиционной привлекательности, кредитоспособности и системы эффективного управления финансами предприятия. Информационный потенциал отображает информационное обеспечение деятельности предприятия, полноту и точность информации, необходимой для принятия эффективных управленческих решений. Наиболее важной внешней информацией является информация о потребностях на рынке, об уровне конкурентной борьбы, перспективных направлениях развития НТП, а также о политической, экономической, правовой, технологической, социальной среде конкурентов в сравнении с состоянием развития, потенциала и привлекательности собственного предприятия.

Интеллектуальный потенциал определяет наличие высококвалифицированных кадров на предприятии и способность генерирования новых идей производства продукта, который отвечает потребностям рынка. Научно-исследовательский потенциал – резервы результатов научно-исследовательских работ, достаточных для использования в производстве новой продукции.

Рыночный потенциал определяет соответствие возможностей предприятия создать новый продукт внешним потребностям в инновациях.

Кадровый потенциал характеризует возможности персонала и работников использовать новые знания и технологии для создания инновационного продукта. Он определяет систему менеджмента на предприятии, ее гибкость и адаптивность, возможность формирования и внедрения методов мотивации и стимулирования персонала и работников. Производственный потенциал предприятия дает возможность увеличить объем производства продукции путем интенсификации производства.

Однако, при этом следует учитывать следующие проблемы, характерные для развития украинских предприятий:

во-первых, по результатам исследований, проведенных НИИ статистики Госкомстата Украины по Европейской гармонизированной методике на 634 предприятиях производственной среды во всех регионах Украины на протяжении 2007 – 2008 гг., 42,0% предприятий испытывают нехватку финансовых ресурсов для расширения производства [2; 3]. При этом, 26,0% руководителей предприятий указало на нехватку финансовых ресурсов для приобретения сырья, материалов и энергоносителей, а 31,0% — для модернизации оборудования;

во-вторых, в результате дефицитности финансовых ресурсов степень удовлетворения предприятий в технико-технологическом развитии находится на низком уровне: замена устаревшего оборудования среди тех предприятий, которые определили эту необходимость, было проведено лишь на 11,4% предприятий путем полного обновления, на 9,6% — путем ремонта сторонними организациями, на 3,4% — путем увеличения парка действующего оборудования, на 3,4% — путем автоматизации производственных процессов; таким образом, степень удовлетворения за счет дополнительных капиталовложений составила всего 27,8%;

в-третьих, уровень внедрения новых технологий для повышения спроса на продукцию, минимизации дефицитности сырья и материалов за счет дополнительного инвестирования позволило удовлетворить потребности предприятий лишь на 15,8% (в том числе – приобретение и внедрение ресурсосберегающих технологий – лишь на 11,6%).

Необходимость мобилизации внутренних ресурсов предприятий производственной сферы в реализации технико-технологических направлений связано с недостаточным уровнем поддержки инновационного развития со стороны государства и отсутствия благоприятного инвестиционного климата для привлечения дополнительных финансовых ресурсов. Так, индустриально развитые страны с рыночной экономикой расходуют на инновационные разработки ежегодно в среднем 2,5% ВВП (Великобритания — 2,2%, Германия и Франция — 2,5%, США — 2,7%, Япония — 2,9%, Швеция — 3,3%) [4]. Подавляющее большинство этих расходов берут на себя сами предприятия (около 58,0%). В Российской Федерации расходы государства составили с 1995 по 2002 год от 0,72 до 1,23%. В Украине инвестиционный потенциал государства сведен к минимуму: удельный вес на инвестирование инновационной деятельности ежегодно уменьшается, и составил в ВВП:

4,4% в 1990 году, 1,05% в 1999 году и 0,54% в 2008 году [4; 5]. В то же время, в общем количестве расходов на инновации постоянно увеличивается удельный вес средств самих предприятий (с 69,9% в 1997 году до 99,08% в 2008 году). То есть по степени участия государства в инновационном развитии предприятий (показатель "расходы ВВП в процентах"), Украина находится на уровне индустриально развитых стран, а по объёмам этих расходов и финансовыми возможностями самих отечественных предприятий Украина находится "в лагере" тех стран, которые развиваются [6].

Таким образом, отечественные предприятия должны собственными усилиями решать все вопросы, связанные с повышением продуктивности производства и конкурентоспособности предприятия. Реализация инновационно-технологического направления должна стать для них неотъемлемой составляющей в достижении целей как развития самого производства, так и достижения конкурентных преимуществ на внутреннем и внешнем рынках. На современном этапе в основе развития управления предприятием лежит управление его конкурентоспособным потенциалом, которого можно достигнуть за счет эффективного управления инновационным потенциалом.

В условиях дефицитности финансовых ресурсов и неэффективного использования материальных и сырьевых, именно за счёт управления и организации человеческими ресурсами на принципах развития мотивации к повышению совокупной производительности производства (продуктивности) возможно достигнуть сбалансированность между затратами и полученными доходами от реализации продукции (работ, услуг). Развитие мотивации работников на таких принципах позволит минимизировать обострение тех проблем, которые имеют сегодня место в Украине и связаны со структурной перестройкой экономики.

С учётом определенных принципов ресурсосбережения можно трактовать стратегию ресурсосбережения в условиях ВЭД как совокупность мероприятий, обеспечивающих баланс между конечными результатами труда, характеризующимися ростом продуктивности, рациональным использованием ресурсов, потенциала – с одной стороны, и увеличением объёма реализации продукции (работ, услуг), повышением уровня конкурентоспособности на внешнем и внутреннем рынке – с другой.

Стратегия базируется на использовании инновационного потенциала как возможности эффективного управления деятельностью предприятия и включает основные меры, направленные на повышение материальной заинтересованности работников в повышении эффективности и производительности труда, снижении себестоимости единицы продукции (работ, услуг) за счёт рационального использования ресурсов, повышении продуктивности. Позволяет вести четкий учет трудовых и материальных затрат в процессе производства, проводить мероприятия технического, организационного и экономического характера (применение новой техники и технологий, автоматизация производства, организация труда и производства, повышение квалификации кадров и их мотивации и др.), обеспечивающих рост продуктивности и экономический эффект в виде дохода (прибыли).

Научн. рук. Броницкий А. Н.

Литература: 1. Осыка А. П. Экономические и организационно-правовые проблемы инновационной деятельности. Монография. – Донецк: ИЭПИНАН Украины, 1999. – 368 с. 2. Додонов О. В. Продуктивність та оплата праці в Україні: аналіз та оцінка в динаміці: Монографія / Під заг. ред. д. е. н., проф. В. М. Гончарова. – Донецьк: СПД Купріянов В. С., 2008. – 200 с. 3. Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал / Пер. с англ.; [Общ. ред Энтова. – М.: Прогресс, 1993. – 488 с. 4. Данилишин В. Научно-инновационное обеспечение устойчивого экономического развития Украины / Б. Данилишин, В. Чижова // Экономика Украины. – 2007. – №3. – С. 4 – 10. 5. Гальчинский А. Становление инвестиционной модели экономического роста Украины / А. Гальчинский, С. Левочкин // Экономика Украины. – 2007. – №6. – С. 4 – 6. 6. Осыка А. НОТ: экономические реформы на предприятиях / А. Осыка, О. Додонов // Збірник наукових праць СНУ ім. В. Даля: Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції з проблем вищої школи "Університет і регіон". Ч. 2. – Луганськ: Вид. СНУ ім. В. Даля, 2004. — С. 96 – 97. 7. Проект Міжнародної фінансової корпорації "Бізнес-середовище в Україні". – К.: ІФС, 2007. – 110 с. 8. Инновации в промышленности (по материалам Госкомстата Украины) // Справочник экономиста. – 2007. – №2. – С. 94. 9. Клияненко Б. Сущность, роль и место инновационной деятельности в системе общественного производства: концептуальные положения / Б. Клияненко, А. Осыка // Вісник Академії економічних наук України. – 2006. – №2. – С. 24 – 31.



Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

МІСЦЕ КОНФЛІКТУ В КОРПОРАТИВНІЙ КУЛЬТУРІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Якщо організація розраховує вижити під час кардинальних змін і бурхливих подій, то їй необхідно пристосувати свою діяльність до змін і конфліктів у навколишньому середовищі – у політиці, економіці, суспільстві, технології. А для цього необхідно, як це не парадоксально, прогнозувати конфлікти, формуючи корпоративну культуру в організації.

Під корпоративною культурою будемо розуміти стратегічний ресурс у житті організації й управлінської команди. Уявлення керівників і управлінської команди про стратегічний ресурс не однозначні, а частіше навіть суперечливі. Тому при формуванні корпоративної культури в організації зіткнення, а отже, і конфлікти є неминучим процесом. І необхідно розвіяти ілюзії деяких фахівців, що формування корпоративної культури можливо в тиші кабінетів чи фахівцями-консультантами, а більш повно розкрити зміст поняття "корпоративна культура", виходячи з реальної ситуації, в якій знаходиться суспільство і як частина цього суспільства – організація [1, с. 87].

Право і можливість людини чи соціальної групи відкрито боротися за владу чи вплив на неї, здорова конкуренція та боротьба за ринок є основними характеристиками демократичних процесів. Ринок і демократію поєднує одне поняття "конфлікт". Тому розглядати корпоративну культуру організації необхідно з погляду розвитку демократичних процесів і конкуренції в організації й суспільстві. А оскільки вони супроводжуються конфліктами, то конфлікт і ставлення до нього в організації можна розглядати як основний процес формування корпоративної культури.

Багато фахівців і керівників вважають, що основне їх завдання – це вирішувати протиріччя і проблеми виживання організації. Однак конфлікти також повинні бути в полі зору будь-якого керівника, тому що 50% конфліктів мають мало відношення до проблем і протиріч, але саме вони збільшують, "навантажують" та протидіють позитивному вирішенню протиріч та проблем.

Роль керівника у конфлікті повинна бути визначена заздалегіть. Відзначимо конфліктогенний парадокс, у ситуації якого знаходиться керівник. Він полягає в тих основних завданнях, що йому необхідно вирішувати. З одного боку, це збереження стабільності і стійкості організації як цілісної системи; з іншого – постановка нових завдань та порушення сформованих функцій з метою розвитку організації. Можна сказати, що який би не був "хороший" керівник, він є могутнім конфліктогенним фактором [1, с. 94].

Необхідно розглядати організацію як деяке цілісне утворення, функції якої знаходяться в узгодженні зв'язків і відносин, спрямованих на досягнення цілей та вирішення стратегічних і тактичних завдань. Розвиток відносин між співробітниками повинен бути органічно пов'язаний з розвитком організації. І в цьому плані будь-який керівник має відслідковувати відповідність між розвитком функції і розвитком організації. І якщо функція починає бурхливо розвиватися, що часто дестабілізує роботу інших функцій, то її обмеження є завданням керівника. Це протистояння повинне бути забезпечене функціональною позицією керівника. У випадку відсутності такого протистояння будь-яка функція може підсилити свій вплив і підкорити собі інші функції, діяльність яких буде вже спрямована не на розвиток організації, а на розвиток функції. Цю ситуацію можна назвати патологією організації, що показує слабкість управлінської функції. Конфлікт тут неминучий. Для функції, що розвивається, він буде дисфункціональним, для управлінської функції – функціональним [3, с. 52].

Здатність організації нейтралізувати соціально-негативні конфлікти є показником сильної корпоративної культури. При формуванні сильної корпоративної культури в організації члени колективу не бояться обговорювати виникаючі конфлікти і виявляти предмет протиріччя та проблеми, виробляючи при цьому нові культурні зразки взаємодії один з одним у ситуації конфлікту. Більш того, саме конфлікти дозволяють перевірити на міцність управлінську команду і принципи корпоративної культури в організації, цінності колективу та керівника, показують "шире обличчя" кожної людини чи соціальної групи. Стратегічно виграє та організація, де до конфліктів відносяться спокійно і професійно, можна сказати з чеканням. Більш того, якщо організація реалізує інноваційні програми, то управлінський персонал, у першу чергу, повинен професійно володіти, насамперед, технологіями управління і вирішення конфліктів. Це пов'язано з тим, що будь-які соціальні та техніко-технологічні інновації супроводжуються загостренням і жорсткістю конфліктів, ризиком, високим ступенем невизначеності, наявністю важко прогнозованого побічного продукту (чи результату) і гнучкістю форм. Колективи, що не здатні й не готові до конфліктів, не мають змоги здійснювати інноваційні програми, вони їх зруйнують. Слабка корпоративна культура не здатна протистояти соціально-негативним конфліктам. Таким чином, у сильній корпоративній культурі має бути місце інноваціям і соціально-позитивним конфліктам. Тому, можна сформулювати наступну тезу: "Будь-яка

особа, що знаходиться на позиції керівника, якщо вона не має змоги управляти конфліктною ситуацією, виводити організацію на новий рівень розвитку за допомогою управління конфліктами й інноваціями, керує організацією не професійно" [2, с. 35].

Такий керівник сприяє формуванню слабкої корпоративної культури в організації і послабляє її стратегічний ресурс, негативно діючи на управлінську команду й організацію в цілому.

Конфліктні ситуації, насамперед, важливі для розвитку організації. І одну з ключових ролей у вирішенні конфліктів займає керівник. Отже, якщо на чолі організації буде знаходитись людина, яка володіє технікою управління конфліктами, то це дасть їй змогу залишити своїх конкурентів десь далеко позаду. Тому в сучасному діловому світі людям просто необхідно навчатися керувати конфліктами.

Наук. керівн. Ермоленко О. А.

Література: 1. Томашевський А. К. Соціальний конфлікт на підприємстві. – К.: Либідь, 2003. – 254 с. 2. Хасан Б. И. Психотехника конфликта и конфликтная компетентность // <http://www.konfliktmanagement.ru>. 3. Гришина Н. В. Психология конфликта. – К.: Либідь, 2000. – 258 с.

УДК 159.964.21

Дейнега С. В.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ

Конфлікти, що виникли всередині організації, раніше розглядалися як досить негативні явища. Сьогоднішня теоретика управління визнає, що повна відсутність конфлікту всередині організації не тільки неможлива, але й не бажана. Стаття присвячена розгляду наступних завдань: вивчення причини виникнення конфліктів у трудовому колективі; пошук оптимальних шляхів дозволу конфліктних ситуацій; пошук можливості запобігання негативним наслідкам конфлікту; вибір правильної лінії поведінки в конфлікті.

Ця тема є особливо актуальною зараз, коли стратегіям організації трудового колективу й підвищенню мотиваційної діяльності на підприємстві приділяється особлива увага. Сприятливий соціально-психологічний клімат у трудовому колективі на підприємстві позначається не тільки на взаєминах співробітників, але й добре впливає на процес виробництва [1, с. 56].

Отже, у виникненні конфліктів можна виділити дві сторони – об'єктивну й суб'єктивну. Об'єктивний початок у виникненні конфліктів пов'язаний зі складною, суперечливою ситуацією, в якій виявляються люди. Погані умови праці, нечіткий поділ функцій і відповідальності такого роду проблеми відносяться до числа потенційно конфліктогенних, тобто об'єктивно є тим можливим ґрунтом, на якому легко виникають напружені ситуації. Якщо люди поставлені в такі умови, то незалежно від їх настрою, характерів, що склалися в колективі, відносин і закликів до взаєморозуміння і стриманості, ймовірність виникнення конфліктів досить велика. Незалежно від конкретних особливостей людей, у нього утягнених, суть конфлікту цілком визначалася тією суперечливою ситуацією, в якій виявилися його учасники. Варто сказати, що ситуації, де чітко проступає об'єктивне походження конфліктів, у реальній виробничій практиці виникає дуже багато. Нерідко конкретні ситуації створюють свого роду перешкоди на шляху задоволення наших прагнень, бажань, інтересів. З багатьма з них ми спокійно миримось, вважаючи їх природними й немінучими. Варто підкреслити, що в більшості випадків людина спочатку вирішує виниклу ситуацію "мирним шляхом". Уміння вирішити складну ситуацію, не доводячи її до конфлікту, ознака соціально-психологічної культури людини. У той же час особистісні несприятливі прояви у складній ситуації можуть різко загострити її, викликавши конфлікт [2, с. 14].

Серед цих особистісних особливостей, що ускладнюють урегулювання складних ситуацій сприяють переходу взаємодії в конфліктну, можна виділити: схильність наполягати на своєму, не зважати на докази інших, категоричність і безапеляційність суджень, імпульсивність, необдуманість слів і вчинків, схильність до обвинувачення партнера, приписування йому зловмисних і корисливих мотивів. Навички аналізу складних ситуацій і вироблення рішення припускають певний рівень соціально-психологічної культури керівника. Дослідження показують, що орієнтація керівника винятково на виробничі аспекти, нехтування сферою міжособистісної взаємодії призведуть до незадоволеності й напруженості у відносинах з підлеглими. Це не тільки ускладнює процес керівництва колективом, але й може стати причиною серйозних психологічних проблем для самого керівника. Невисо-

© Дейнега С. В., 2009



кий рівень психологічної компетентності нерідко стає причиною неадекватного поведіння, виступає причиною підвищення керівників до стресу [3, с. 344].

Що значить психологічна підготовленість до керування конфліктними явищами в колективі? Це, насамперед, готовність до конструктивного вирішення конфліктів. Це навички аналізу ситуації, керування її розвитком, прогнозування наслідків, ухвалення оптимального рішення, усунення негативних її наслідків, витягу по можливості позитивного її ефекту. Проголошення перспективної функції організаційного конфлікту в якість провідної й визнання можливості керування з боку надорганізації конфліктними взаємодіями за допомогою організаційних засобів дасть основу для виявлення й інших функцій організаційного конфлікту, пов'язаних з цією головною. По-перше, конфлікт дозволяє побачити не тільки можливе майбутнє організації, але й шляхи руху до нього як у свідомості людей, так і в об'єктивно існуючому середовищі фізичної та організаційної. По-друге, організаційний конфлікт сам виявляється безпосереднім творцем майбутнього і, в першу чергу, організаційних норм. По-третє, оскільки перспективна функція відокремлює майбутнє від сьогодення, вона робить організаційний конфлікт і руйнівником існуючої організаційної дійсності, тобто існуючих організаційних відносин, норм, цінностей. У цій своїй якості незалежно від тих вигід, які обіцяє конфлікт у майбутньому, він викликає негативне відношення переважної більшості людей, які опинилися під загрозою його деструктивних впливів [4, с. 78].

Саме деструктивні властивості, руйнівні здатності конфлікту роблять безглуздою спробу визначення універсальної ефективності конфлікту безвідносно до опонентів і надорганізації. Перемога в конфлікті одного з опонентів завжди робить взаємодію неефективною для іншого. Загалом кажучи, надорганізації байдуже, які саме з підлеглих їй організацій або підрозділів вийдуть переможцями з конфлікту. З організаційної точки зору для неї вигідний той результат, що приводить до досягнення її цілей, до підвищення ефективності її діяльності. Тому визначення ефективності конфлікту ситуативне за своїм характером і має сенс тільки стосовно конкретної взаємодії.

Таким чином, переконання багатьох керівників у тому, що конфлікти у виробничому колективі необхідно знищувати, що робота йде тим краще, чим менше конфліктів в організації, має під собою лише емоційні підстави, характерні для будь-якої наляканої конфліктами людини.

Наук. керівн. Єрмоленко О. А.

Література: 1. Гришина І. В. Я та інші: спілкування в трудовому колективі. – К.: 1990. – 272 с. 2. Шаленко В. Н. Конфликты в трудовых коллективах. – М.: МГУ, 1992. – 180 с. 3. Гансова З. А. Соціально-економічне керування. – К.: Вища школа, 1988. – 502 с. 4. Заренок Н. Н. Культура керування. – Мн.: Вища школа, 1990. – 321 с. 5. Поляків В. Г. Человек в мире управления. – Новосибирск: Наука, 1992. – 213 с.

Куліш Ю. О.

УДК 316.48

Сердюк Ю. О.

Студенти 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

КОНФЛІКТ У СУЧАСНОМУ СВІТОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Сьогодні вже ні для кого не секрет, що конфлікт – постійний супутник людини. Він супроводжує її буквально з першого до останнього дня життя. Російський дослідник Д. М. Фельдман дуже дотепно відзначив з цього приводу: "Відпочити від конфлікту можна хіба що опинившись, подібно Робінзону Крузо, на безлюдному острові, але й то лише до П'ятниці" [1, с. 8]. І дійсно, ми вже не звертаємо уваги на конфлікти, що виникають у побутовій сфері. Більшу частину життя ми проводимо на роботі – виробництві, навчанні, у сфері культури, в політиці, тобто живемо серед людей. Тому життя – це "вічні" проблеми між начальником і підлеглим, це спільне мешкання людей різних національностей та віросповідань, а в міжнародних відносинах – це взаємоіснування держав.

Щодо конфліктів ХХ – ХХІ ст., то слід зазначити, що події у світі почали розвиватися так, що конфлікти в крайній формі свого прояву (озброєні) охопили фактично всю нашу планету, використовуючи при цьому всі наявні ресурси, що кількість локальних і регіональних конфліктів із застосування насильства у світі збільшилася.

© Куліш Ю. О., Сердюк Ю. О., 2009

Мета даної статті – дати визначення конфліктам, подати їх типологію і класифікацію, розкрити динаміку конфліктів.

Об'єкт дослідження – суспільні конфлікти, що відбувалися й відбуваються зараз.

Міжнародний конфлікт також невід'ємний від міжнародних відносин, як міжнародні відносини від людської історії. Проте відтворений на різній цивілізованій, соціальній, геополітичній основі міжнародно-політичний конфлікт вивчений ще далеко не повно.

Не випадково саме поняття "конфлікт" дотепер не має точно зафіксованого змісту. Н. І. Вороніна в книзі "Міжнародний конфлікт" пише: "Найхарактернішим для сучасних теоретичних досліджень конфлікту є те, що кожен учений створює свою термінологію і пропонує складні визначення, явно обмежені рамками кожного даного дослідження. Окремі автори, явно стурбовані перспективами подальшого розвитку науки міжнародних відносин, ставлять питання про уніфікацію "мови" досліджень конфлікту. Для вирішення цієї проблеми висувують найрізноманітніші припущення: від обмеження окремого терміна одним з його декількох значень до заміни невизначених багатозначних термінів новими – яснішими і чіткішими" [2, с. 21].

Серед визначень поняття "міжнародний конфлікт" широке визнання і розповсюдження одержало формування К. Райта. Не проводячи чіткої межі між міжнародним та державним конфліктами, він в широкому значенні визначає його як відносини між державами, які можуть існувати на всіх рівнях і в різних ступенях.

В. В. Журкіним у книзі "США і міжнародно-політичні кризи" було дано чітке визначення міжнародного конфлікту: "Міжнародний конфлікт – це пряме, безпосереднє політичне зіткнення між державами, що має тенденцію перерости (іноді досить швидко) у військове зіткнення, він є результатом різкого загострення суперечностей на міжнародній арені. Цим конфліктам нерідко передують локальні кризові ситуації, які створюють агресивні і реакційні сили. При цьому міжнародні конфлікти виникають не стихійно, а в результаті свідомих акцій агресорів" [3, с. 13 – 14].

Існує велика кількість класифікацій конфлікту. В основі кожної з них лежать критерії: природа та характер конфлікту, політичні та стратегічні цілі, масштаби, вживані засоби, особливості доктрин учасників. Виходячи з вищеперерахованих чинників, пропонується наступна класифікація конфліктів:

конфлікти між державами (їх коаліціями) різних соціально-політичних систем, що мають за мету ослабити і знищити протилежну систему, нав'язати свій спосіб життя;

конфлікти між державами з метою політичного та економічного панування у світі, в тому або іншому регіоні;

міжнаціональні міжнародні конфлікти, що мають за свою мету національне поневолення або національне звільнення;

конфлікти, засновані на територіальних суперечностях, з метою захоплення чужих територій;

конфлікти релігійних розбіжностей. Ці конфлікти великою мірою властиві внутрішньополітичним відносинам, проте історія знає немало міжнародних конфліктів на цій основі [4, с. 137 – 138].

У теорії міжнародних відносин 70 – 80-х років ХХ сторіччя запропоновано розділити конфлікти на п'ять фаз розвитку.

Перша фаза конфлікту – на основі певних об'єктивних суперечностей, економічних і політичних інтересів сторін, що стикаються на міжнародній арені, формуються принципово політичне ставлення і відповідні йому економічні, ідеологічні, міжнародно-правові, військово-стратегічні, дипломатичні відносини з приводу даних суперечностей.

Друга фаза – суб'єктивне визнання безпосередніми сторонами в конфлікті своїх інтересів, цілей, стратегій і форм боротьби для вирішення об'єктивних або суб'єктивних протиріч з урахуванням свого потенціалу та можливостей застосування мирних і немирних засобів, використання зовнішніх союзів і зобов'язань, оцінки загальної внутрішньої та міжнародної ситуації

Третя фаза – використання сторонами в конфлікті досить широкого діапазону економічних, політичних, ідеологічних, психологічних, моральних, міжнародно-правових, дипломатичних і навіть військових засобів (не застосовуючи їх, проте, у формі прямої озброєної боротьби), залучення в тій або іншій формі в боротьбу безпосередньо конфліктуючих сторін інших держав – індивідуальне, через блоки і договори, через ООН – з подальшим ускладненням системи політичних відносин і дій всіх прямих та непрямих сторін у даному конфлікті.

Четверта фаза – наростання боротьби до найгострішого політичного рівня – міжнародної політичної кризи, яка може охопити відносини безпосередніх учасників, держав даного регіону, держав різних регіонів, світових держав, залучати ООН, а в ряді випадків ставати, нарешті, світовою кризою, що додає конфлікту небачену раніше гостроту, містить пряму загрозу військовою силою однією або декількома сторонами.

П'ята фаза – міжнародний озброєний конфлікт, що починається з обмеженого конфлікту (обмеження цілей охоплюваної території, масштабу і рівня військових дій, вживаних військових засобів, кількості та якості союзників), здатного при відомих обставинах розвиватися до вищого рівня озброєної боротьби із застосуванням сучасної зброї і можливим залученням союзників однією або обома сторонами, найбільших світових держав [5, с. 55 – 56].

У тій або іншій фазі практично може бути відсутнім один або навіть декілька звично властивих їй ознак. Деякі фази – початкові, середні або завершальні – можуть повністю випасти, створити "пролом" у стандартному розвитку того або іншого конкретного конфлікту. Фази конфлікту здатні зливатися одна з одною або, навпаки, розпадатися на ще менші частини [3, с. 51].



Можна зробити висновок, що інтерес до дослідження природи конфліктів, причини їх виникнення не слабшає. Підтвердженням цьому є розробка проблеми конфлікту багатьма вченими. Конфлікти супроводжують людину впродовж всього її життя, буквально з моменту народження. Роль і місце конфліктів в історії розвитку людства більш ніж істотна. Сучасні міжнародні конфлікти створюють серйозну загрозу людству. Різноманітність конфліктів, що виникають на нашій планеті у різний час і в різних частинах світу, які відрізняються походженням, масштабами, тривалістю, типологією і класифікацією вимагають подальшого аналізу.

Наук. керівн. Ермоленко О. А.

Література: 1. Фельдман Д. М. Политология конфликта. – М.: Изд. дом. "Стратегия", 1998. – 200 с. 2. Доронина Н. И. Международный конфликт. О буржуазных теориях конфликта. Практический анализ методологии исследования. – М.: Международные отношения, 1981. – 184 с. 3. Журкин В. В. США и международно-политические кризисы. – М.: Наука, 1975. – 326 с. 4. Коваленко Б. В. Политическая конфликтология. / Б. В. Коваленко, А. И. Пригов, О. А. Рыжов. – М.: Ижица, 2002. – 400 с. 5. Цыганков П. А. Теория международных отношений. – М.: Гардарики, 2002. – 590 с.

Прокоп'єва М. В.

УДК 159.964.21

Іваночко І. М.

Студенти 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

СПЕЦИФІКА ПРОЯВУ ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКОГО КОНФЛІКТУ

У життєдіяльності організації як колективу постійно виникають і переборюються численні хвилинні колізії у спілкуванні людей. Зрозуміло, не всі з них підпадають під визначення "конфлікт" і вимагають відповідної реакції з боку керівництва. Без переборювання цих "конфліктів" у колективі робота людей буде не кваліфікована, тому це питання є актуальним.

К. У. Томасом і Р. Х. Кілменном були розроблені основні найбільш прийнятні стратегії поведінки в конфліктній ситуації. Вони вказують, що існують п'ять основних стилів поведінки при конфлікті: пристосування, компроміс, співробітництво, ігнорування, суперництво та конкуренція. Стиль поведінки в конкретному конфлікті визначається тією мірою, в якій ви хочете задовольнити власні інтереси, діючи при цьому пасивно або активно, та інтереси іншої сторони, діючи спільно або індивідуально [1].

Про наявність конфлікту судять за властивими для конфліктної ситуації проявами, характерними для неї ознаками. Для управлінської організації вони є специфічними.

На розглянуті конфлікти впливає особливість їхньої природи. Загальною формою прояву переважно об'єктивних за природою конфліктів можна вважати дезорганізацію даної цільової групи як зворотний бік необхідних змін. Починається пошук нових процедур дій і відновлення окремих елементів функцій. Звичайно для цього стану характерні протиріччя з приводу способів діяльності в умовах, що змінюються. Справа доходить до злісних осудів тих, хто захищає старі зразки поведінки й реалізації управлінських обов'язків.

Таким чином, дезорганізація на суб'єктивному рівні проявляється у вигляді порушення погоджених дій членів групи, тобто незгоди. Якщо згода характеризує здатність індивідів координувати один з одним свої дії на основі визнаних в організації норм і загальних подань про функції системи, то незгода означає порушення підстав спільних дій окремими групами організації (секторами), що складаються у фракції (відособлені угруповання). Поводження членів організації залежить від розуміння ситуації, від реакції на що відбувається або чекає зміну, співвіднесення з нею своїх приватних інтересів і позицій. При наявності згоди співробітники розуміють ситуацію досить подібно, їхні інтереси в основі збігаються з інтересами організації та її лінією поведінки в умовах, що змінюються. У такому випадку кожен індивід уявляє собі діяльність організації в цілому й пред'являє іншим передбачувані та подібні чекання-вимоги [2].

© Прокоп'єва М. В., Іваночко І. М., 2009

Організована поведінка за допомогою загальних подань і групових інституціоналізованих норм проявляється в домінуванні певних подібних умонастроїв, що створюють сприятливу для колективної скоординованої дії атмосферу [3].

Незгода як форма прояву конфлікту – це щось більше, ніж розбіжність уявлень між окремими індивідами з окремих приватних питань, що не мають значення для організації. Незгода – це відмова первинної групи, яка утворилася всередині організації, від запропонованих шаблонів, норм поведінки, це невиконання тією чи іншою мірою своїх обов'язків, оскільки оскаржується їхня легітимність (обґрунтованість) у ситуації, що змінюється. При наявності незгоди як прояву конфлікту підтримується домінування загального умонастрою в організації, відсутня єдність (хоча б в основі) формальної й неформальної структур відносин. Втрачається ідентифікація приватних груп, що утворюються, із цінностями всієї цільової групи-організації.

В умовах напруженості й конфронтації позитивні форми конфліктної поведінки можуть переходити в негативні. На перший план виходить практика застосування негативних санкцій; наростає протилежність формальних і неформальних відносин, у нормальні ділові, службові відносини проникає підозрілість, взаємне нерозуміння; порушується ділове спілкування. Більшою мірою подібні явища множаться в конфліктних ситуаціях, що виникають із причин винятково суб'єктивного порядку. Мова йде, в першу чергу, про культуру колективу даної організації, що в даному контексті позначає сукупність специфічних уявлень і норм, що становлять основу його поведінки й дії. Правова культура, повага влади, закону, професійний кодекс, службова етика – гаранті успішного функціонування організації й попередження конфліктів деструктивного характеру, їхніх небажаних наслідків.

Усі ці фактори в остаточному підсумку зводяться до забезпечення виконання кожним членом організації своїх обов'язків, які накладаються запропонованими ролями, і здійснення своїх прав стосовно інших.

Наук. керівн. Єрмоленко О. А.

Література: 1. Дебольский М. Психология делового общения. – М., 1998. – 34 с. 2. Скотт Г. Джинни. Способы разрешения конфликтов / Пер. с англ. – К.: Изд. Общ. "Верзилин и К° ЛТД", 2000. – 72 с. 3. Скотт Г. Джинни. Способы разрешения конфликтов / Пер. с англ. – К.: Изд. Общ. "Верзилин и К° ЛТД", 2000. – 146 с.

УДК 316. 48

Кравцова А. А.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

КОНФЛИКТ И ОБЩЕСТВО

Сложность социально-экономических, политических и духовных процессов в украинском обществе, а также их динамичное развитие, к сожалению, привели к заметному увеличению количества конфликтов в обществе. Поэтому каждому человеку необходимо понимать их суть, причины возникновения и знать способы их разрешения.

Конфликт, как считают психологи, – это столкновение несовместимых, противоположно направленных тенденций в межличностных или межгрупповых отношениях.

Источником обострения конфликтов между большими группами является накопление неудовлетворенности существующим положением дел, возрастанием притязаний, радикальное изменение самосознания и социального самочувствия. Как правило, сначала процесс накопления неудовлетворенности идет медленно и подспудно, пока не происходит некоторое событие, которое играет роль своего рода спускового механизма, выводящего наружу это чувство неудовлетворенности. Неудовлетворенность, приобретающая открытую форму, стимулирует возникновение социального движения, в ходе которого выдвигаются лидеры, отрабатываются программы и лозунги, формируется идеология защиты интересов. На этом этапе конфликт становится открытым и необратимым. Он либо превращается в самостоятельный и постоянный компонент общественной жизни, либо завершается победой иницирующей стороны, либо решается на основе взаимных уступок сторон.

Анализ конфликтной ситуации включает в себя следующие этапы: получение информации о конфликте; сбор данных о нем; анализ полученной информации; проверка ее достоверности; оценка конфликтной ситуации [1].

© Кравцова А. А., 2009



Процесс урегулирования состоит из выбора способа урегулирования конфликта; реализации выбранного способа; уточнения информации и принимаемых решений; снятия послеконфликтных эмоций в отношениях недавних оппонентов; анализа достигнутого и недостатков в урегулировании конфликта.

Выделяют пять основных стратегий выхода из конфликта. Это соперничество, компромисс, сотрудничество, избегание и приспособление. Выбор той или иной стратегии зависит от следующих факторов: личностные особенности конфликтующих; уровень нанесенного им ущерба; наличие ресурсов; статус конфликтующих; возможные последствия; значимость решаемой проблемы; длительность конфликта и др.

Соперничество на завершающем этапе конфликта заключается в навязывании другой стороне предпочтительного для себя решения. Оно считается эффективным в следующих случаях: правомерности выдвигаемого решения; необходимости результата для всего подразделения; важности исхода для проводящего данную стратегию; отсутствия времени на уговоры; обладания властью.

Компромисс состоит в желании завершить конфликт путем уступки по некоторым вопросам своей позиции. Это, как правило, отказ от части ранее выдвигавшихся требований, готовность признать претензии другой стороны частично обоснованными, желание извиниться за содеянное и готовность простить.

Приспособление – это вынужденный отказ от борьбы и сдача своих позиций. Принять такую стратегию вынуждают различные обстоятельства. Это может быть осознание своей неправоты, необходимость сохранения хороших отношений с оппонентом, сильная зависимость от него по служебным или личным интересам, незначительность проблемы. К такому выходу из конфликта приводит значительный ущерб, полученный в ходе его, угроза еще более значительных негативных последствий, отсутствие любых шансов на другой исход, давление третьей стороны.

Уход от решения проблемы или избегание ее обсуждения является попыткой избежать конфликта при минимуме затрат, сохранив статус-кво отношений. Уход применяется в случаях отсутствия времени для решения противоречия, стремления выиграть время в противоборстве, наличия у другой стороны больших шансов реализовать свои интересы путем диалога, нежелания решать проблему вообще.

Сотрудничество считается наиболее эффективной стратегией поведения в конфликте и в его разрешении. Оно способствует взаимовыгодному обсуждению проблемы, помогает увидеть конфликтующего не как противника, а как помощника в поиске альтернативного решения. Сотрудничество эффективно в ситуациях: сильной взаимозависимости; склонности игнорировать различие во власти; исключительной важности решения для обеих сторон; непредубежденности участников.

Рассмотренные способы разрешения конфликта на практике реализуются посредством двух путей: либо силового подавления одной из сторон (уступка), либо путем переговоров (компромисс, сотрудничество, а иногда и уступка).

Для достижения компромиссного решения может быть рекомендован открытый разговор. Он строится приблизительно так:

1. Следует заявить, что конфликт невыгоден обоим.
2. Предложить конфликт прекратить.
3. Признать свои ошибки.
4. Сделать уступки, где это возможно.
5. Высказать свои пожелания об уступках противоположной стороны.
6. Спокойно, без негативных эмоций обсудить взаимные уступки, при необходимости и возможности скорректировать их.
7. Если удалось договориться, то как-то зафиксировать, что конфликт исчерпан [2].

Вместе с тем проблематика конфликта носит сугубо прикладной характер. Она пользуется широким спросом при решении вполне конкретных ситуаций, в которых наблюдается столкновение интересов двух или большего числа сторон. Но надо помнить одно, что конфликты в обществе не проходят бесследно. Последствия конфликта исключительно многообразны и могут иметь как позитивное, так и негативное значение. Особенно важно это учитывать в наше время. Современный мир очень хрупок. Человечеством накоплен небывалый арсенал средств разрушения и уничтожения всего живого на планете. Нужно быть очень внимательным к возникающим конфликтам, чтобы не допустить их чрезмерного разрастания, обострения и превращения в существенное препятствие на пути общественного прогресса [1].

Научн. рук. Ермоленко А. А.

Литература: 1. Конфликты в российском обществе // <http://revolution.allbest.ru>. 2. Конфликт и общество // <http://www.33333.ru/teoriya>.

КОНФЛІКТ: ПОЗИТИВНЕ ЧИ НЕГАТИВНЕ ЯВИЩЕ У СУСПІЛЬСТВІ?

Кожен з нас принаймні один раз на день стикається з тим, що його думка не співпадає з думками оточуючих його людей. Проте всі ми різні люди, і з огляду на притаманні особливості характеру по-різному реагуємо на розбіжності, які виникають при спілкуванні, що в результаті можуть призвести до конфлікту. При цьому виникає запитання: "конфлікт є позитивним чи негативним явищем для суспільства?"

Мета даної статті – спробувати відповісти на це запитання, роз'яснити, до чого найчастіше призводить конфлікт, який характер носить і т. д.

Термін "конфлікт" походить з лат. "conflictus", що означає зіткнення сторін, думок, сил, а також розбіжність, суперечка, яка загрожує ускладненнями [1, с. 10].

Існують й інші визначення конфлікту, наприклад, конфлікт – це процес, у якому два (або більше) індивіда або група активно шукають можливість перешкодити один одному досягти певної мети, а також запобігти задоволенню інтересів суперника [2, с. 8].

Соціальний конфлікт – найгостріший спосіб розвитку й завершення значущих суперечностей, що виникають у процесі соціальної взаємодії, який полягає у протидії суб'єктів конфлікту та супроводжується їх негативними емоціями відносно один одного [3, с. 12].

З усіх цих визначень можна побачити, що саме поняття конфлікту первісно носить негативний характер. Проте конфлікт і конфліктні ситуації – безпосередня реальність. Упродовж усього свого життя, хочемо ми цього чи ні, але кожний з нас стикається з різними видами конфлікту [4, с. 32].

Що ж стосується історії, то Г. Зімел, наприклад, вважав, що конфлікт сприяє соціальній інтеграції, визначає характер конкретних соціальних утворень, укріплює принципи і норми їх організації [4, с. 16].

У теорії французького соціолога і філософа Жоржа Сореля центральне місце займає політична боротьба й насильство, ним розроблені ключові в його соціально-політичних побудовах поняття міфу і насильства. До числа міфів Сорель відносив ідеї таких значних соціальних конфліктів, як революція і загальний страйк. Соціальні та політичні конфлікти в його теорії є ознакою ірраціонального характеру суспільства та історії, вони заперечують ідею соціального прогресу й затверджують стихійний рух мас [4, с. 17].

Арту Бентті розглядав політичне життя як процес політичної діяльності в суспільстві. Ключовим поняттям його концепції є поняття групи, в тому числі й політичної. У галузі політики такими групами є як політичні партії, так і інші політичні інститути. Із зіткнення різних інтересів, власне, і складається політичне життя суспільства [4, с. 18].

Американський соціолог-теоретик Толкотт Ларсонс надавав аналізу конфліктних явищ велику увагу, але здійснював їх дослідження з позицій інтеграційного процесу з метою досягнення суспільної згоди. З цих позицій конфлікт трактується ним як соціальна аномалія, свого роду хвороба, яку необхідно подолати [4, с. 20].

На рубежі XIX – XX століть сформувались такі основні ідеї відносно конфлікту:

конфлікт є нормальним соціальним явищем;

конфлікти виконують ряд позитивних функцій у процесі суспільного розвитку. Вони забезпечують загальний прогресивний рух суспільного життя, сприяють збереженню єдності соціальних утворень, затвердженню загальнозначущих норм і соціальних цінностей;

формується теза, що протилежність між правлячою меншістю і керованою більшістю є не порушним та вічним явищем, що викликає всілякі тертя, конфлікти;

усвідомлюється зв'язок і залежність між змінами економічної, політичної, духовної сторін життя суспільства та конфліктними ситуаціями, що виникають у результаті цих змін [4, с. 19].

Усвідомлення ситуації як конфліктної має емоційне забарвлення. Конфліктні дії різко загострюють емоційний фон перебігу конфлікту, а негативні емоції, які виникають у цей час, у свою чергу, стимулюють конфліктну поведінку. Взаємні конфліктні дії здатні змінювати, ускладнювати первинну конфліктну структуру, що породжує нові чинники конфліктних дій. З іншого боку, під час конфліктних дій учасники стикаються з реальністю, яка коригує первинні образи ситуації, що може привести до адекватного розуміння конфліктної ситуації і сприяти її адекватному розв'язанню [5, с. 497].



Тривалість і наслідки післяконфліктних ситуацій можуть бути більш значними, ніж сам конфлікт. Незважаючи на це, конфлікти допомагають вирішити багато "наболілих" питань, проблем виробництва й інколи допомагають оздоровленню загальної атмосфери в колективі [6, с. 135].

Отже, ретельно аналізуючі конфлікт як соціальне явище, можна помітити, що в різних ситуаціях конфлікт призводить як до позитивних, так і до негативних наслідків, але найгірші настають у випадку, якщо конфлікт набуває й емоційного забарвлення.

Наук. керівн. Ермоленко О. А.

Література: 1. Большой энциклопедический словарь. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Большая российская энциклопедия, 1997. – 1456 с. 2. Ващенко И. В. Общая конфликтология: Учебное пособие / Под общей ред. И. В. Ващенко, С. П. Гиренко. – 2-е изд., доп. – Харьков: Оригинал, 2001. – 384 с. 3. Емельянов С. М. Практикум по конфликтологии. – СПб.: Питер, 2001. – 360 с. 4. Конфліктологія. Навчальний посібник / Л. О. Кіржнер, М. В. Мартиненко, О. В. Мангольд. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. – 144 с. 5. Психологія: Підручник / За ред. Ю. Л. Трофімова. – 2-ге вид., стереотип. – К.: Либідь, 200. – 558 с. 6. Шемаєва Л. Г. Психологія управління. Конспект лекцій для слухачів магістратури державної служби / Л. Г. Шемаєва, А. М. Григоренко, В. В. Ушкальов. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – 188 с.

Грищенко М. А.

УДК 159.964.21

Копилова О. В.

Студенти 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ВПЛИВ САМООЦІНКИ НА ПОВЕДІНКУ В КОНФЛІКТІ

Самооцінка – оцінка особистістю самої себе, своїх можливостей, якостей та місця серед інших людей. Належачи до ядра особистості, вона – важливий регулятор поведінки. Від неї залежать взаємовідносини з оточуючими, критичність поведінки, вимогливість до себе, ставлення до успіхів і невдач [1, с. 578]. Тим самим вона впливає на ефективність діяльності та подальший розвиток особистості, що є дуже важливим для нас як майбутніх економістів.

Самооцінка значною мірою впливає на стиль конфліктної поведінки. Вона тісно пов'язана з рівнем прагнень людини, ступенем складності цілей, які вона собі ставить.

Розбіжність між прагненнями та реальними можливостями веде до того, що людина починає неправильно себе оцінювати, внаслідок чого її поведінка стає неадекватною – виникають емоційні зриви, підвищена тривожність тощо [2, с. 203].

Сторонню думку про себе люди дізнаються у процесі спілкування. Вона може співпадати з власною точкою зору, що сприяє укріпленню довіри у відносинах, або може розбігатися з нею, створюючи передумови до появи конфліктів.

Кожна людина у конфлікті веде себе згідно із ситуацією та необхідною стратегією розв'язання конфліктної ситуації. Самооцінка зовні виражається в тому, як людина оцінює свої можливості та результати діяльності інших. Наприклад, адекватна самооцінка допомагає створити доброзичливу атмосферу для спілкування та зближення людей. Суб'єкт правильно співвідносить свої можливості і здібності, достатньо критично ставиться до себе, прагне реально дивитися на свої невдачі та успіхи, ставити перед собою досяжні цілі, до оцінки досягнутого підходить не тільки зі своєї точки зору, але й прагне передбачити, як до цього поставляться інші люди: товариші по роботі і близькі. Іншими словами, адекватна самооцінка є підсумком постійного пошуку реальної міри, тобто без дуже великої переоцінки, але й без зайвої критичності до свого спілкування, поведінки, діяльності, переживань. Така самооцінка є якнайкращою для конкретних умов і ситуацій. У конфлікті людина з адекватною самооцінкою та рефлексією використовує ті шляхи розв'язання конфлікту, які необхідні в конкретному випадку, реально оцінюючи свої можливості і потреби та можливості і потреби свого опонента. Зависока або занижена самооцінка порушують процес управління собою, спотворюють самоконтроль [3, с. 84].

© Грищенко М. А., Копилова О. В., 2009



За завищеної самооцінки конфлікти виникають через зневажливе ставлення до інших людей і неповажну поведінку з ними, дуже різкі і необґрунтовані вислови в їх адресу, нетерпимість до чужої думки. Така людина принижує результати діяльності інших людей, недооцінюючи їх, і в той же час переоцінює свої можливості; низька критичність до себе заважає їй помічати, як вона ображає інших проявами своєї зарозумілості. У конфлікті вона буде звинувачувати інших, відкидаючи свою провину та відстоюючи свою, можливо помилкову, думку.

Людина із завищеною неадекватною самооцінкою не бажає визнавати, що все це є наслідком власних помилок, лінощів, недоліку знань, здібностей або неправильної поведінки. Виникає важкий емоційний стан – афект неадекватності, головною причиною якого є стійкість складеного стереотипу завищеної оцінки своєї особи. Якщо ж висока самооцінка пластична, змінюється відповідно до реального стану речей – збільшується при успіху і знижується при поразці, то це може сприяти розвитку особистості, оскільки їй доводиться прикладати максимум зусиль для досягнення поставлених цілей, розвивати свої здібності та волю [4, с. 42].

Самооцінка може бути і заниженою, тобто нижче за реальні можливості особи. Зазвичай це призводить до невпевненості в собі, страху і відсутності прагнень, неможливості реалізувати свої здібності. Такі люди не ставлять перед собою цілей, яких важко досягти, обмежуються вирішенням буденних завдань.

За заниженої самооцінки конфлікти можуть виникати через надмірну критичність таких людей. Вони дуже вимогливі до себе і ще вимогливіші до інших, не вибачають жодного промаху або помилки, схильні постійно підкреслювати чужі недоліки. І хоча це робиться з найкращих міркувань, проте все ж таки стає причиною конфліктів внаслідок того, що не так багато людей зможуть терпіти систематичну критику. Коли в тобі вбачають тільки погане і постійно вказують на це, то виникає неприязнь до джерела таких оцінок, думок і дій. Людина, невпевнена в собі, може бути упертою, злою, агресивною, демонструвати лицемірство, догоджання і пристосовництво; перебуваючи у поганому настрої, може навмисно уникати спілкування з колегами, що веде до проблем у взаємовідносинах. У розв'язанні конфлікту поведінка її є неконструктивною, що реалізується через стратегію ухиляння [5, с. 248].

Самооцінка пов'язана з однією з центральних потреб людини – потребою в самоствердженні, з прагненням людини знайти своє місце в житті, затвердити себе як члена суспільства в очах оточуючих і своїх власних. Під впливом оцінки оточуючих у людини поступово складається самооцінка, власне відношення до себе, а також до окремих форм своєї активності: спілкування, поведінки, діяльності, переживань. Таким чином, можна зробити висновок, що самооцінці у структурі відносин особистості належить особливо важливе місце. Рівень самооцінки впливає на якість міжособистісних взаємовідносин та стиль конфліктної поведінки.

Наук. керівн. Єрмоленко О. А.

Література: 1. Словарь практического психолога / Сост. С. Ю. Головин. – Минск, 1997. – 800 с. 2. Мерлин В. С. Структура личности. Характер, способности, самосознание. – Пермь, 1990. – 456 с. 3. Ворожейкин И. Е. Конфликтология / И. Е. Ворожейкин, А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 240 с. 4. Вересов Н. Н. Формула противостояния, или Как устранить конфликт в коллективе. – М.: Московский психолого-социальный институт, 1998. – 112 с. 5. Реан А. А. Формирование личности // Психология / Под ред. А. А. Крылова. – М., 2001. – 372 с.

УДК 331.109

Сатиренко А. О.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ВНУТРІШНІЙ КОНФЛІКТ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ ЛЮДИНИ

Сьогодні, в епоху глобального розвитку науки й техніки, люди все більше й більше спілкуються з новинками світу електроніки. При цьому забуваючи, що навколо безліч живих людей, які мають потребу в спілкуванні й допомозі. Здається, що в найближчому майбутньому конфліктних ситуацій і зовсім не буде, тому що люди просто перестануть спілкуватися між собою та звертати увагу на духовний стан оточуючих людей.

© Сатиренко А. О., 2009



Для нас як майбутніх фахівців уміння вирішувати різного роду конфлікти є одним із важливих складових кар'єрного зростання. Адже вміння вирішувати конфлікти є критерієм комунікабельності, що, у свою чергу, характеризує професійний рівень фахівця. Тому не дивно, що багато компаній почали активно розвивати системи корпоративного навчання керівників з орієнтацією на поліпшення комунікативних здібностей, за допомогою яких можливе вирішення конфліктів [1, с. 127].

Сьогодні, коли будь-яка середньостатистична людина щодня зіштовхується з прогресивними новинками й технологіями, в цьому вирі інформації не завжди легко володіти собою та своїми емоціями, що приводить до внутрішніх конфліктів.

Внутрішні конфлікти становлять зіткнення всередині особистості рівних по силі, але протилежно спрямованих мотивів, потреб, інтересів. Це конфлікти вибору "із двох лих меншого". Наприклад, працівникові доручили термінову роботу, а в його будинку проходить капітальний ремонт, і потрібно постійно залишати робоче місце. Або це вибір однієї з альтернатив, кожна з яких має свої "плюси" та "мінуси": залишитися після роботи й доопрацювати те, що не встиг, або відпочити після робочого дня вдома з родиною. На вибір правильного рішення при внутрішньому конфлікті людина може затратити багато сил і часу, різко зростає емоційна напруга, а перед ухваленням рішення поведінка особистості може стати неконтрольованою.

У загальному плані можна виділити наступні негативні наслідки внутрішнього конфлікту, що стосуються стану самої особистості:

- припинення розвитку особистості, початок деградації;
- психічна й фізіологічна дезорганізація особистості;
- зниження активності й ефективності діяльності;
- стан сумніву, психічної пригніченості, тривожності та залежності людини від інших людей й обставин, загальна депресія;
- поява агресії або, навпаки, покірності в поведженні людини як захисні реакції на внутрішній конфлікт;
- поява непевності у своїх силах, почуття неповноцінності й нікчемності;
- руйнування змістоутворюючих життєвих цінностей і втрата самого сенсу життя.

Негативні наслідки внутрішнього конфлікту стосуються не тільки стану самої особистості, її внутрішньої структури, але й її взаємодії з іншими людьми в групі, родині, школі, ВНЗ, організації. Такими негативними наслідками можуть бути:

- деструкція існуючих міжособистісних відносин;
- несподіване відокремлення особистості в групі, мовчання, відсутність захопленості – взагалі все те, що в психології одержало назву "відступом";
- підвищена чутливість до критики;
- лякаюча інформація – критиканство, лайки, демонстрація своєї переваги;
- девіантне поведження й неадекватна реакція на поведження інших;
- несподівані, нелогічні питання, а також неочікувані відповіді, що бентежать співрозмовника;
- твердий формалізм – буквоїдство, формальна ввічливість, спостереження за іншими;
- пошук винних – обвинувачення інших у всіх гріхах або, навпаки, самобичування [2, с. 146 –

149].

Якщо внутрішній конфлікт вчасно не вирішити, то він може призвести до більш важких наслідків, найбільш сильні з яких стрес, фрустрація й невроз.

В економічному аспекті одним із наслідків внутрішнього конфлікту є зниження продуктивності праці людини. Для запобігання цього необхідно, в першу чергу, використати саморозвиток – намагатися уважно слухати своє "внутрішнє Я", аналізувати різні життєві ситуації та свою реакцію на них. Інший спосіб – це участь у тренінгах, спрямованих на навчання людини правильно вирішувати внутрішні протиріччя. Це є дуже важливим моментом професійного зростання, бо якщо внутрішній конфлікт впливає на продуктивність праці, людина втрачає можливість побудувати успішну кар'єру, про яку мріяла раніше.

Сьогодні дуже популярна теорія, розроблена австрійським психологом Франклом, – логотерапія. Вона займається сенсом людського існування й пошуком цього сенсу. Відсутність останнього породжує в людині почуття безцільності і порожнечі, через що й виникає внутрішній конфлікт [3, с. 67].

Таким чином, кожна людина в сучасному світі повинна замислитися над тим, чи схильна вона до внутрішніх конфліктів і до чого може призвести ця схильність. Тому що сьогодні стабільний психологічний стан і відсутність внутрішнього конфлікту – це основа успішного навчання, кар'єри, дружби, високого добробуту та просто щасливого життя.

Наук. керівн. Єрмоленко О. А.

Література: 1. Барроу К. Бізнес-план: Практ. посібн.: Пер. з 3-го англ. вид. / К. Барроу, Р. Браун. – К.: Знання, 2001. – 288 с. 2. Хорт К. Невротическая личность нашего времени. – М., 1993. – 220 с. 3. Джелалі В. О. Психологія вирішення конфліктів: Навч. посібник для студентів вищих навч. закладів / В. О. Джелалі, А. В. Кудін. – К., 2006. – 320 с.

Студенти 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

КОНФЛІКТИ У ДЕРЖАВНО- АДМІНІСТРАТИВНІЙ СФЕРІ

У державно-адміністративній сфері, як і в будь-якій соціальній сфері, конфлікти становлять природну форму взаємодії інститутів, організацій і індивідів.

Конфлікт – це специфічна форма конкурентних інтеракцій сторін (двох або більше), що намагаються захистити й реалізувати свої інтереси шляхом заперечення інтересів і статусів контрагентів. Ієрархічність структур державно-адміністративної системи, диференціація управлінських ролей, розбіжності статусів та інтересів службовців, а також цінності, соціокультурні й інші розбіжності останніх неминуче провокують конфлікти, перетворюючи їх в органічну форму людського поведіння [1, с. 87].

Надаючи управлінським процесам певну динаміку, вони сигналізують суспільству про виниклі диспропорції, допомагаючи, таким чином, запобігати небажаному розвитку подій і, в остаточному підсумку, дезінтеграцію механізмів регулювання макросоціальних відносин. Крім того, конфронтація одних суб'єктів керування неминуче припускає їхнє паралельне співробітництво й кооперацію з іншими учасниками управлінських відносин, що благотворно впливає на структуризацію й раціоналізацію таких відносин.

В окремі періоди конфліктні ситуації (наприклад, з питань формування бюджету, реорганізації державного апарату, пов'язаної з переміщенням значної кількості персоналу, призначення осіб на ключові пости в уряді і т. д.) можуть створювати значну напруженість, загострюючи відносини суб'єктів державного управління. Але і в цих випадках відкритий прояв існуючих розбіжностей, виявлене суперництво різноманітних чинностей значно корисніше для оцінки стану і перспектив розвитку держави, чим латентне нагромадження невдоволення та непорозуміння. Більш того, можна погодитися з точкою зору М. Фоллет, що висунула ідею "конструктивного конфлікту" як якоїсь соціальної цінності, що збагачує людей, які беруть участь у ньому [2, с. 101].

У цілому найбільш істотними умовами, що визначають виникнення й протікання конфліктів у даній сфері, є властивий їй тип соціальної організації та домінуючі типи ментальності суб'єктів і носіїв її відносин. У державно-адміністративній сфері конфлікт рідко домінує у свідомості людей як установка, що визначає не тільки розуміння ними свого місця в системі керування, але й зумовлює виконання службових обов'язків. Державно-адміністративна сфера – це той тип організації, для підтримки ефективного функціонування й стабільності якої, як правило, не потрібно ініціювати конфлікти [3, с. 113].

Системі державного керування властива і серйозна функціональна роздробленість. Це виражається, приміром, у прагненні окремих міністерств, відомств, урядових комісій, регіональних центрів й інших державних структур до присвоєння функцій інших.

Таким чином, адміністративно-державна сфера становить досить неврівноважену біполярну систему. З одного боку, у площині структурно закріплених і нормативно визначених відносин між інститутами й структурами керування вона відводить конфлікту роль вторинного, що слабо впливає на виконання службовцями своїх функцій джерела саморуху й розвитку. З іншого боку – будучи структурно й функціонально роздробленою системою, що зберігає свою цілісність не тільки на підставі внутрішніх норм, процедур і законів, але й з урахуванням хаотичного зіткнення воль, інтересів і впливів, як власних елементів, так і взаємодіючих з ними зовнішніх структур. У державно-адміністративній сфері присутні всі три ідеальних типи конфліктного поведіння (виділених у моделі А. Раппопорта): боротьба, гра і суперечка. Більшість виникаючих у цій сфері конфліктів обумовлені, насамперед, розбіжностями статусів та інтересів різноманітних структур, груп і окремих особистостей, тобто "природними" причинами, що базуються на розподілі службових ролей і певних норм, які регулюються. Домінування в системі державного керування подібних форм конфліктного поведіння означає, що головне завдання держави полягає тут не в остаточному дозволі або ліквідації конфліктів, а в їхньому зм'якшенні й виключенні гострих форм їхнього протікання [3, с. 94].

Механізмами улагоджування конфліктів можуть виступати різного роду погоджувальні комісії й процедури, що стимулюють консенсуальні методи дозволу протиріч, професійні кодекси й норми



організаційної культури, а також строгі обмеження або навіть прямі заборони на певні форми протесту держслужбовців (наприклад, на страйк). Що ж стосується врегулювання й дозволу конфліктів, які виникають у державно-адміністративній сфері в зоні, де відсутні чітко позначені норми й правила поведінки сторін, то тут можна говорити про застосування більш широкого арсеналу засобів і методів впливу на конфліктуючі сторони, а не лише прямого примуса й навіть видалення окремих контрагентів за межі конфлікту [4, с. 77].

Запропонована нижче типологія відштовхується від запропонованих К. Боулдингом критеріїв, згідно з якими головними суб'єктами конфліктів виступають особистість, група й організація. У той же час рольова специфіка діяльності розглянутих суб'єктів і їхніх відносин дозволяє говорити про наступні види їхньої взаємної конкуренції:

конфлікти між політичними й державно-адміністративними (груповими й індивідуальними) суб'єктами (структурами);

конфлікти між державно-адміністративними структурами й організаціями державного і приватного секторів;

конфлікти між відомствами, міністерствами й іншими організаційно оформленими ланками керування;

конфлікти між центральними, регіональними й місцевими органами державного регулювання;

функціонально-рольові (вертикальні й горизонтальні) конфлікти всередині державних організацій та установ;

неформальні конфлікти всередині й між окремими державними установами [5, с. 295].

Кращий спосіб урегулювання конфліктів розглянутого типу – впорядкування двосторонніх зв'язків, постійне уточнення взаємних повноважень відповідно до специфіки умов у кожний конкретний момент налагодження безперебійної інформації, забезпечення сторін всіма необхідними для прийняття рішень відомостями.

Наук. керівн. Ермоленко О. А.

Література: 1. Лоутон. А. Организация и управление в государственных учреждениях / А. Лоутон., Э. Роуз. – М., 1993. – 112 с. 2. Здравомислов А. Г. Социология конфликта. – М., 1995. – 154 с. 3. Соловйов А. І. Три вигляди держави – три стратегії цивільного суспільства // Поліс – 1996. – №6. – 122 с. 4. Чумиков А. І. Керування конфліктами й конфліктне керування як нові парадигми мислення й дії // Соц. – 1995. – №5. – 96 с. 5. Швальбе Б. Личность, карьера, успех / Б. Швальбе, Х. Швальбе. – М., 1993. – 316 с.

Яцун Я. С.

УДК 159.964.21

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

СТРЕСС КАК НЕГАТИВНОЕ ПОСЛЕДСТВИЕ КОНФЛИКТА

На сегодняшний день стресс как последствие конфликта является одной из самых актуальных проблем человечества. Люди не могут разрешить этот вопрос уже множество лет. Каждый человек, живущий на земле, неоднократно сталкивается с какими-то препятствиями, которые приводят к разногласиям, переживаниям и возникновению стрессового состояния.

Целью данной работы является исследование стресса как одного из наиболее опасных последствий конфликта.

Конфликт определяется как взаимодействие, которое протекает в форме противостояния, столкновения, противоборства личностей или общественных сил, интересов, взглядов, позиций, как минимум, двух сторон [1, с. 89]. Из данного понятия можно сделать выводы, что социально напряжённые обстоятельства зачастую сопровождаются дисбалансом эмоционального состояния человека и возникновением стресса.

Стресс – это тяжёлое психофизическое состояние, возникающее у человека при нервных или физических перегрузках и характеризующееся серьёзными нарушениями его психики, поведения, а также работы организма [2, с. 301].

© Яцун Я. С., 2009

Чтобы определить динамику стресса, было проведено исследование среди студентов 1 группы 2 курса факультета экономики и права (20 человек). Им предлагался тест, который называется "Подвержены ли Вы стрессу?" Из полученных результатов выяснилось, что фактически 55% всех опрошиваемых в высшей степени подвержены стрессу, с ними очень трудно "ужиться", главное для них сейчас — научиться успокаиваться. Имеются так же 45% людей спокойных, не подверженных эмоциональным переживаниям.

Стрессогенами являются недоброжелательный морально-психологический климат в коллективе, неразрешённые конфликты, отсутствие социальной поддержки и прочее [3, с. 135].

Стрессовым ситуациям способствуют не только какие-то разногласия, но и сложившиеся жизненные трудности, которые постоянно преследуют каждого человека. Не бывает всегда всё хорошо. Жизнь — это постоянные переживания, которые укрепляют наш характер. Снижение работоспособности и эффективности функционирования систем и органов, истощение энергетических ресурсов является следствием состояния нервно-эмоциональной напряжённости [4, с. 175].

Что же необходимо сделать для того, чтобы защитить себя?

Существуют советы, которые помогут справиться со стрессом и научат управлять своим эмоциональным состоянием [5, с. 328]:

1. Найдите свои сильные стороны. Это значит, что следует помнить о своих преимуществах и действовать относительно им.

2. Уравновешивайте ваши желания. Необходимо найти баланс между собственными установками и терпимым отношением к другим установкам.

3. Принимайте конфликт как неизбежное, конфликт — это факт жизни, и мы не способны изменить реальность.

Таким образом, конфликт зачастую сопровождается стрессовым состоянием, которое оказывает негативное влияние на психическое и физическое здоровье человека. Но существуют специальные методы, которые помогают урегулировать нервно-эмоциональную напряжённость и преодолеть стрессовое состояние.

Научн. рук. Ермоленко А. А.

Литература: 1. Джелалі В. О. Психологія вирішення конфліктів: Навч. посібник для студентів навч. закладів / В. О. Джелалі, А. В. Кудін. — Харків; К., 2006. — 320 с. 2. Немов Р. С. Общая психология: Краткий курс. — СПб.: Питер, 2006. — 304 с. 3. Кіржнер Л. О. Конфліктологія: Навчальний посібник / Л. О. Кіржнер, М. В. Мартиненко, О. В. Мангольд. — Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. — 144 с. 4. Маклаков А. Г. Общая психология: ответы на экзаменационные билеты. — СПб.: Питер, 2007. — 224 с. 5. Ратников В. П. Конфликтология: Учебник для вузов / В. П. Ратников, В. Ф. Голубь, Р. С. Лукашова; [Под ред. проф. В. П. Ратникова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. — 512 с.

УДК 327.5

Пархоменко О. О.

Шаполова О. С.

Студенти 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ПОЛІТИЧНИЙ КОНФЛІКТ ЯК ФАКТОР ВНУТРІШНЬОЇ ЗАГРОЗИ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕЦІ

Докорінні реформи в Україні, як і в кожній молодій державі, супроводжувалися значними протиріччями у суспільно-політичному апараті. В умовах одночасної зміни форми власності, державного устрою та формування незалежності вони характеризуються підвищеною напруженістю, загостренням, перманентною загрозою переростання в гострий конфлікт.

Історичний досвід свідчить, що у період докорінних змін суспільних систем загострення соціальних конфліктів є об'єктивною реальністю. Дуже часто конфлікти набували небезпечного розмаху, виходили з-під контролю, з'являлася загроза національній безпеці країни і суспільство опинялося на межі катастрофи. До того ж у процесі політичних конфліктів виявлялися й специфічні внутрішні протиріччя, що додатково впливали на розвиток усіх політичних процесів.

Вивчення проблем конфліктології у суспільно-економічному житті держави набуло наукового визнання й розвитку ще наприкінці ХІХ ст., а вагомими науковими концепціями сформувалися протягом ХХ ст.

© Пархоменко О. О., Шаполова О. С., 2009



Реалії розвитку України протягом останніх років переконали в необхідності глибокого наукового вивчення всіх аспектів внутрішньополітичної кризи, розробки механізмів і рекомендацій для її запобігання та своєчасного розв'язання.

Політичні конфлікти, як і інші соціальні конфлікти, – це особливий різновид суспільних відносин, здійснюваних стосовно політичної влади та її функціонування [1, с. 112].

Політичний конфлікт як форма політичних відносин характеризується відкритим зіставленням політичних інтересів та зіткненням протидіючих соціально-політичних сил, дії яких спрямовані на досягнення несумісних цілей, насамперед, у сфері влади і власності [2, с. 75 – 87]. До політичних також можна віднести будь-який конфлікт за участю політичних учасників. Тобто політичний конфлікт – це зіткнення, протидія політичних суб'єктів, зумовлене протилежністю їхніх політичних інтересів, цінностей, цілей та поглядів [1, с. 112].

Англійський вчений Л. Козер розглядав конфлікт як "боротьбу за цінності і право на певний статус, володіння ресурсами, в якій мета опонентів – нейтралізація завданої шкоди або усунення суперника" [3, с. 41 – 42].

У Політичному енциклопедичному словнику конфлікт визначається як крайнє загострення суперечностей сторін, пов'язане з відмінностями їхнього становища у суспільстві й реальною чи надуманою суперечністю інтересів, цілей і цінностей, зіткнення та протидія (протидія) певних систем [4, с. 173].

Також під конфліктом розуміється дія протилежних, несумісних у даній ситуації тенденцій, мотивів, інтересів, типів поведінки [5, с. 40]. Цим поняттям описується будь-яка конкурентна взаємодія двох чи більше сторін у процесі обстоювання власних інтересів, прав чи повноважень.

Політичні відносини в будь-якому суспільстві мають суперечності, тому що в них беруть участь різні соціальні групи, владні інститути, індивіди. Фактично дія влади задовольняє інтереси одних і обмежує інтереси інших індивідів та груп; політичні суперечності переходять у форму відкритих зіткнень, які мають особливості, що виокремлюють їх поміж інших суспільних конфліктів.

Поняття політичного конфлікту визначає боротьбу за вплив у системі політичних відносин, за доступ до прийняття загальнозначущих рішень, за монополію своїх інтересів і визнання їх суспільно необхідними, тобто за все те, що становить зміст влади і політичного панування. Найістотношою відмінністю політичного конфлікту є те, що діючі суб'єкти цього конфлікту (особи, групи, еліти, держави) протистоять чи протидіють один одному з глибокого, базового приводу – влади, її поділу чи володіння нею. Об'єктом політичного конфлікту є державна влада, предметом – боротьба за оволодіння нею та владними інститутами [1, с. 112].

Наукові дослідження вчених різних країн підтверджують, що значна кількість конфліктів у різних сферах життя певною мірою мають прикмети політичного конфлікту. Це не випадково, адже у політиці втілюються та реалізуються найважливіші суспільні відносини. Політика завжди є результатом діяльності соціальних груп та індивідів щодо забезпечення й обстоювання інтересів та їх реалізації за допомогою державної влади. Усі конфлікти, які спостерігаються у політиці, відображають суперечливі інтереси та потреби, об'єктивно представлені у суспільстві. З цієї точки зору політика стає одночасно місцем і способом вирішення суспільних конфліктів. Скажімо, якщо певні сегменти суспільства мають взаємовиключні інтереси, які не можуть бути врегульовані між ними самими, то це протистояння переноситься на політичний рівень, бо в політиці у загальному вигляді відображені інтереси та цінності всієї соціальної системи, суспільства, основних груп населення. Політичний конфлікт взаємозв'язаний з економічними і соціальними явищами, бо політична боротьба завжди відображає стан соціально-економічних суперечностей. Будь-який соціальний конфлікт, набуваючи значних масштабів, об'єктивно стає соціально-політичним, тобто зачіпає діяльність владних інститутів.

Більшість сучасних фахівців вважають, що політичні конфлікти відіграють позитивну роль у суспільному житті, бо вони сигналізують владі про існуючі суперечності, розбіжності позицій громадян і стимулюють дії, здатні поставити ситуацію під контроль. Дестабілізація влади і дезінтеграція суспільства виникають у суспільстві не тому, що існують конфлікти, а через невміння врегулювати політичні суперечності та їх елементарне ігнорування.

У стабільних політичних системах соціальні конфлікти завжди вирішуються у спосіб консенсусу чи пошуку такого прийнятного рішення, яке відповідало б інтересам сторін – учасниць конфлікту, у спосіб взаємних поступок або поступок слабшій стороні чи тій стороні, яка зуміла довести обґрунтованість своїх вимог. Хоча у процесі докорінних реформ в Україні роз'єднана національна еліта і неконсолідоване суспільство в умовах наростання економічних проблем не змогло призупинити поглиблення кризових тенденцій, що призвели до досить різкого політичного загострення у суспільстві у період президентських 2004 р. і парламентських 2006 р. виборів, політичну ситуацію в Україні можна вважати здатною до цивілізованого розвитку.

Однією з умов стабільного і поступового розвитку суспільства може вважатися безперервне виявлення причин напруги та конфліктів, їх вчасне врегулювання. Необхідним є зниження гостроти конфліктів шляхом поглиблення співробітництва між гілками влади, вирішення соціальних, матеріальних і національних проблем, забезпечення своєчасних реформ та правопорядку, підвищення ефективності рівня управління та виконавчої дисципліни, зростання її авторитету серед населення.

Наук. керівн. Єрмоленко О. А.

Література: 1. Конфліктологія / За ред. Л. М. Герасіної та М. І. Панова. – Харків: Право, 2002. – 112 с. 2. Котшоренко В. Сучасні концепції конфлікту як суспільного явища // Людина і політика. – 2002. – №3(21). – С. 75 – 87. 3. Козер Льюїс. Функции социального конфликта / Пер. с англ. О. Назаровой; [Под общ. ред. Л. Г. Юнина. – М.: Идея-Пресс, 2000. – С. 41 – 42. 4. Політичний енциклопедичний словник / За ред. Ю. С. Шемшученка, В. Д. Бабкіна. – К., 1997. – С. 173. 5. Ершов А. А. Личность и коллектив. – Л.: Знание, 1976. – 40 с.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК КОНФЛІКТОЛОГІЇ З ІНШИМИ ДИСЦИПЛІНАМИ

Провідна ідея конфліктологічної науки – думка про об'єктивну необхідність конфлікту в суспільному житті: "Конфлікт – не випадковий епізод, а постійний стан соціальних процесів" [1, с. 10]. З цього випливає життєво важлива потреба в науковому вивченні цього соціального феномена та виробленні ґрунтових механізмів управління ним.

Предметом конфліктології можна вважати загальні закономірності виникнення, динаміки і закінчення конфліктів [1, с. 7].

Якщо визнати конфлікти майже невичерпним об'єктом пізнання, то межа предмета конфліктології буде досить важко визначити. Нині вчені-конфліктологи обмежуються аналізом принципів конфліктної взаємодії, характеристик і сторін, суб'єктів конфлікту та законів його розвитку, які наука здатна дослідити на певному етапі. Розуміння та поширене тлумачення предмета науки розвивається разом з конфліктологією.

Проблемна структура предмета конфліктології найбільш чітко сформульована А. Анцуповим та А. Шипіловим [2, с. 12], які вважають за можливе виокремити ті проблеми і питання, постановка й вирішення яких уже певною мірою стали традицією у конфліктологів і започаткували так звані парадигми сучасної конфліктології: сутність соціального конфлікту; типології та класифікації конфліктів; еволюція конфліктів; генеза конфлікту; структура (анатомія) конфлікту; функції конфліктів; інформація у конфлікті; динаміка конфлікту; діагностика конфлікту; закінчення конфлікту; управління конфліктом, механізми та засоби його регулювання (розв'язання, попередження конфліктів) [2, с. 9].

Конфліктологія пов'язана з такими дисциплінами: психологія, соціологія, менеджмент, управління, філософія, педагогіка, економіка, право, література, математика тощо.

Цей зв'язок здійснюється в найрізноманітніших формах, починаючи від сумісного дослідження загальних проблем або використання конфліктологією даних і фактів інших наук та закінчуючи застосуванням методів цих наук у конфліктологічних дослідженнях.

Кажучи про зв'язок конфліктології з іншими науками, не можна не відзначити й її зворотного впливу на ці науки. Наприклад, конфліктологічні проблеми у сфері міжособистісних відносин допомагають вирішенню багатьох психологічних, соціологічних і етичних проблем, зокрема, проблем спілкування, взаємостосунків, соціально-психологічного клімату й багатьох інших. Взаємне зближення і проникнення різних наук робить істотний вплив на майбутнє науки.

Конфліктологія, маючи свій предмет і область дослідження, дуже тісно пов'язана з рядом інших наук, що вивчають людину, закономірності її психічного розвитку, поведінки та діяльності в суспільстві.

Наук. керівн. Єрмоленко О. А.

Література: 1. Зибцев Н. О. Конфліктологія для студентів / Н. О. Зибцев, Є. В. Попова. – Харків: Вид. "Оригінал", 2006 – 300 с. 2. Кіржнер Л. О. Конфліктологія. Навчальний посібник / Л. О. Кіржнер, М. В. Мартиненко, О. В. Мангольд. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. – 144 с.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕДУРИ ДОКУМЕНТУВАННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

Зростання конкурентоспроможності підприємств передбачає ефективне використання природних, матеріальних, трудових та фінансових ресурсів. Водночас дедалі більше відіграють нематеріальні активи, частка яких у структурі суб'єктів підприємницької діяльності постійно зростає. Наявність нематеріальних активів у складі ресурсів підприємства збільшує ринкову вартість підприємств, підвищує інвестиційну привабливість.

Основною метою даної статті є розробка рекомендацій щодо вдосконалення документального оформлення операцій з нематеріальними активами.

Розвитку теорії і практики питань документального оформлення операцій з нематеріальними активами присвятили свої роботи такі учені-економісти: І. Бігдан, А. Грінко, Л. Котенко, І. Лазарішина, Т. Польова, В. Рудницький, С. Сажинець, М. Сова, Л. Янчева [1; 2].

Обов'язковою ознакою нематеріального активу є відсутність матеріальної форми відносно будь-якого об'єкта, що приймається на облік, проте, повинні бути документи, що його ідентифікують, тобто підтверджують існування самого об'єкта та права підприємства на його використання в тій чи іншій формі.

До таких документів відносяться, насамперед, документи, що описують нематеріальний актив або порядок його використання, а також документи, що підтверджують ті чи інші майнові права підприємства.

У "Порядку застосування типових форм первинного обліку об'єктів права інтелектуальної власності" вказано на необхідність застосування акта оцінки для підтвердження вартості об'єктів [3], але форма цього документа не розроблена. На думку деяких авторів, доцільно використовувати "Комплексний документ оцінки та переоцінки нематеріальних активів", який призначений для обробки даних щодо визначення первісної та ліквідаційної вартості об'єктів, обґрунтування їх справедливої вартості, встановлення терміну використання, оформлення переоцінок первісної, залишкової вартості та суми накопиченої амортизації нематеріальних активів.

Для обліку нематеріальних активів на основі практики аналітичного обліку основних засобів економісти пропонують запровадити реєстраційну картку. У цій картці мають бути такі графи: підрозділ, реєстраційний номер об'єкта нематеріальних активів, початкова вартість, нормативний строк використання для обліку, переоцінка, знос за документами, визнання або переоцінки, відновна вартість, норма амортизації, шифр витрат з амортизації, акт про приймання об'єкта, акт про переміщення, акт про вибуття. Такі реєстраційні картки виписує бухгалтерія на основі актів приймання нематеріальних активів та інших документів (свідоцтв, ліцензій). Кожна картка повинна мати свій індивідуальний номер, який надається бухгалтерією. Для забезпечення контролю необхідно ввести спеціальний журнал, який матиме такі графи: номер картки, назва об'єктів нематеріальних активів, рік, місяць, примітки [2, с. 26].

З метою підвищення інформативності та аналітичності первинних документів з обліку нематеріальних активів пропонується використовувати форму "Комплексний документ обліку надходження, наявності та вибуття нематеріальних активів". Цей документ містить оптимальну кількість показників та є універсальним джерелом інформації про окремі об'єкти нематеріальних активів, тому що охоплює операції з першої – оприбуткування, до останньої – вибуття з підприємства.

Комплексний документ обліку надходження, наявності та вибуття нематеріальних активів заміняє типові форми НА-1, НА-2, НА-3, акт здачі нематеріальних активів та опис з місцем їхнього використання. Перший примірник передається до бухгалтерії, другий – залишається в підрозділі, який відповідає за використання коштів на капітальні інвестиції, а третій передається особі, що відповідає за збереження об'єкта.

Упровадження запропонованих документів дозволить значно полегшити труд працівників, зайнятих складанням документів, та економити на друкарських витратах, зберігати всю необхідну інформацію, носіями якої є запропоновані документи.

Наук. керівн. Писарчук О. В.

Література: 1. Котенко Л. М. Удосконалення документування операцій з обліку нематеріальних активів / Л. М. Котенко, Т. В. Польова // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №5. – С. 109 – 115. 2. Сажинец С. Организация аналитического учёта нематериальных активов на предприятии // Бухгалтерский учёт и аудит. – 2005. – №7. – С. 8 – 17. 3. П(С)БО 8 "Нематеріальні активи", затверджений наказом Міністерства фінансів України від 18.10.1999 р. №242 // <http://audit.w.3.kiev.ua>. 4. Порядок застосування типових форм первинного обліку права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів: Наказ Мінфіну України від 22.11.2004 р. №732 // Бухгалтерський облік та аудит. – 2004. – №12. – С. 5 – 14.

УДК 657:004

Бондур Я. І.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

УПРОВАДЖЕННЯ КОМП'ЮТЕРИЗАЦІЇ ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЯК ОСНОВА ВДОСКОНАЛЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Трансформація економіки України, розвиток конкуренції та входження в світове економічне співтовариство зумовили необхідність удосконалення господарського управління та його складової – бухгалтерського обліку. В опрацювання теоретичних, методологічних і методичних аспектів удосконалення обліку та його організацію ґрунтовний внесок зробили вітчизняні й зарубіжні вчені: Ф. Ф. Бутинець, С. Ф. Голова, Г. Г. Кірейцев, Дж. Фостер, Ч. Т. Хорнгрен, А. Д. Шеремет та ін.

На сьогоднішній день, організація бухгалтерського обліку підпорядкована головному завданню, а саме – забезпеченню системного перетворення обліково-економічної інформації про господарські явища та процеси з метою активного впливу на них через систему управління.

Саме тому, організацію бухгалтерського обліку слід розглядати в двох аспектах: по-перше, як сукупність дій зі створення цілого – системи бухгалтерського обліку, підтримання та підвищення рівня її організованості і, по-друге, як специфічну структуру – бухгалтерію, що є результатом організаційної діяльності.

В умовах структурно-інноваційного розвитку національної економіки розглядають, насамперед, прикладну діяльність, спрямовану на те, щоб бухгалтерський облік виконував свої функції, і тому під організацією бухгалтерського обліку розуміють цілеспрямовану діяльність керівників підприємств зі створення, постійного впорядкування і вдосконалення системи бухгалтерського обліку для забезпечення інформацією внутрішніх та зовнішніх користувачів.

Застосування процесного підходу до системи бухгалтерського обліку на її організаційному рівні дозволяє виділити суб'єкт і об'єкт організації бухгалтерського обліку, які є відмінними від суб'єкта й об'єкта бухгалтерського обліку. Якщо в бухгалтерському обліку суб'єктом є всі працівники, котрі виконують функції обліку, то в організації бухгалтерського обліку суб'єктом виступають керівники підприємства – директор і головний бухгалтер. Якщо в бухгалтерському обліку об'єктом є господарські факти, то в організації бухгалтерського обліку – обліковий процес, праця виконавців, організаційне, інформаційне та технічне забезпечення обліку, тобто власне система бухгалтерського обліку.

Організація управління й обліку на підприємстві сьогодні неможлива без застосування інформаційних технологій. Поширення інформаційних технологій в економіці та, зокрема, у бухгалтерському обліку, принесло з собою масштабні революційні зміни. Інформаційні системи почали змінювати звичну структуру управління [1]. В інформаційному середовищі кожний працівник має специфічні, лише йому притаманні функції і знання. Крім того, використання споріднених інформаційних систем в управлінні різними виробничими системами приводить до єдиних методів ведення бізнесу, фінансів, обліку, діловодства й управління.

© Бондур Я. І., 2009



Процесно-орієнтований підхід до управління підприємством надає можливість отримати структуру, діяльність якої спрямована на постійне покращення якості кінцевого продукту та задоволення клієнта. Такий підхід базується на розумінні бізнес-процесу. Останній складається з набору операцій. Порядок їх виконання в рамках бізнес-процесу, як правило, чітко сформульовано технологією або відповідними правилами та інструкціями, тому такі поняття, як маршрути та правила, які визначають бізнес-логіку процесу, є необхідними його характеристиками.

Внутрішні бізнес-процеси підприємства поділяють на основні та допоміжні. Основні (процеси виробництва, розробки нового продукту та виводу його на ринок і т. п.) створюють додаткову вартість, а допоміжні процеси (управління фінансами, управління персоналом і т. п.) формують інфраструктуру підприємства.

Кожне підприємство прагне придбати таку інформаційну систему, яка б дозволила вдосконалити багато внутрішніх процесів, зменшити собівартість продукції, виробляти її швидше та більш високої якості, ніж раніше, а крім того, розкрити нові резерви, якісно покращити бізнес підприємства та забезпечити йому стійку позицію в ринковій конкуренції [2]. Однак, сама по собі система такого роду не може бути панацеєю абсолютно від усіх негараздів та проблем, вона лише повинна забезпечувати виконання цілковито визначених функцій.

Приклад таких систем – корпоративні інформаційні системи, які використовують методологію ERP (Enterprise Resource Planning — планування ресурсів підприємства), головним завданням якої є допомога менеджерам керувати підприємством як системою.

Узагалі, системи класу ERP можна поділити на дві групи: група "Управління виробництвом" та група "Управління бізнесом" [3]. Для ефективної роботи підприємства необхідно не тільки грамотно поставити процес виробництва, але й керувати усіма допоміжними процесами. На практиці за умови спрощення систем та зниження витрат на впровадження ERP-систем слід застосовувати галузеві типові рішення, які виходять із системи шляхом вирізання непотрібних модулів для конкретної галузі та наявності типових галузевих установлень. Таку систему інформаційного забезпечення класу ERP запропоновано відображати на рахунках бухгалтерського обліку з метою забезпечення обліковою інформацією відповідних користувачів з процесів, що відбуваються і досить вдало та гнучко реагувати на зміни.

Поширення інформаційних технологій в економіці та, зокрема, у бухгалтерському обліку, принесло із собою масштабні революційні зміни. Інформаційні системи почали змінювати звичну структуру управління. В інформаційному середовищі кожний працівник має специфічні, лише йому притаманні функції і знання. Крім того, використання споріднених інформаційних систем в управлінні різними виробничими системами приводить до єдиних методів ведення бізнесу, фінансів, обліку, діловодства й управління.

Завдання, які підприємства ставлять перед системами класу ERP, потребують їх надійності та стійкості.

Інформація таких систем дозволяє керівництву приймати управлінські рішення. Крім того, на практиці діє достатньо жваво електронний обмін даними підприємства з постачальниками та споживачами.

Прийняття управлінських рішень за впливом на виробничо-господарську діяльність ґрунтується на результатній інформації та є продовженням інформаційного процесу на вищому логічному рівні.

Отже, комп'ютеризація управління підприємством як технологічна основа управлінської діяльності є головним фактором, що визначає організацію роботи підприємства та бухгалтерії. Інформаційний процес аналогічно виробництву продукції, з одного боку, є процесом здобуття певного цілісного за змістом набору даних для вироблення і прийняття управлінських рішень; а з іншого – може носити характер невизначеності – здобуття неповної та неточної інформації про різні альтернативи, наявність ризикових ситуацій на перспективу – для виробітки стратегії підприємства [1].

Наук. керівн. Писарчук О. В.

Література: 1. Івахненко С. В. Особливості організації бухгалтерського обліку в умовах застосування комп'ютерної техніки // Вісник Житомирського ІТУ. – 1999. – №9. – С. 98 – 106. 2. Бутинець Ф. Ф. Інформаційні системи бухгалтерського обліку: Підручник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 "Облік і аудит" / Ф. Ф. Бутинець, С. В. Івахненко, Т. В. Давидюк, Т. В. Шахрайчук; [За ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. – 2-е вид., перероб. і доп. – Житомир: ПП "Рута", 2002. – 544 с. 3. <http://erpforum.com>. 4. Вороніна М. С. Нові можливості росту ефективності інформаційного забезпечення підприємства // Вісник. – 2001. – №3(19). С. 104 – 107. 5. Мильнер Б. З. Теория организаций. – М.: Инфра-М, 1998. – 336 с.

СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Актуальність теми статті обумовлена важливим значенням автомобільного транспорту, на який припадає значний обсяг вантажоперевезень та пасажирських перевезень в Україні. Автотранспорт широко використовується як на великих промислових підприємствах, так і в повсякденному житті суспільства. Транспорт відіграє важливу роль у забезпеченні ефективного функціонування логістичної системи підприємства. Протягом виробничого циклу всі вантажі зазнають переміщень, які супроводжуються численними логістичними операціями, що значно збільшує обсяги транспортних робіт. Для того, щоб оцінити діяльність будь-якого транспортного підприємства, необхідно визначити умови перевезення вантажів або пасажирів: напрямки, за якими здійснюються перевезення, комфортабельність транспортних засобів для пасажирів; зробити аналіз динаміки кількості наявних транспортних засобів та виявити фактори, які можуть впливати на діяльність підприємства.

Дана тема досліджувалась такими науковцями, як А. Кальченко, Є. Крикавський, Ю. Пономарьова, А. Гаджинський, В. Тейлор, Л. Миротін, І. Ташбаєв та ін. Оскільки питання удосконалення діяльності транспортних підприємств є досить актуальними і на сьогодні, воно потребує більш глибокого та детального вивчення.

Метою статті є аналіз особливостей діяльності автотранспортного підприємства та виявлення шляхів підвищення його ефективності. Для досягнення вказаної мети, у статті вирішуються такі завдання: вивчення особливостей організації перевезень, що включає вибір виду транспорту, методу організації перевезень, типу транспортних засобів та ін. Усе це відноситься до проблем підвищення ефективності транспортної діяльності підприємства.

Транспортна діяльність – це переміщення товарів та людей з одного місця на інше, при якому не відбувається ніяких фізичних перетворень переміщуваних об'єктів [1]. З точки зору логістики, транспортування не прив'язане до якого-небудь географічного пункту. Сфера транспорту становить велику кількість видів послуг, таких, як пасажирські перевезення, здійснювані авто-, авіа-, морським та залізничним транспортом, також пов'язаних із розподілом товарів між виробником та споживачами, із взаємодією між різними рівнями виробництва в розподілі продукції та ін. [1].

Основні завдання транспортної діяльності:

вибір виду та типу транспортного засобу;

оптимізація транспортного процесу під час змішаних перевезень;

визначення раціональних маршрутів перевезень;

координація транспортного процесу та ін. [2; 3].

Зміст транспортної діяльності визначає певні умови:

розмір транспортних витрат безпосередньо залежить від місця розташування організації [4];

вид використовуваного транспортного засобу впливає на комфортабельність перевезення пасажирів;

висуваються вимоги до технічного огляду транспорту та потреб людей, які бажають отрима-

ти максимальне задоволення від послуг даного підприємства під час перевезень;

перевізники мають дбати про гідні умови перевезення пасажирів, про конкурентоспроможність своїх транспортних засобів, що збільшить пасажирський потік та ін. [1].

На території м. Охтирка Сумської обл. діє автомобільний парк ВАТ "Охтавтопас 15910", який займається пасажирськими перевезеннями протягом тривалого періоду (результати досліджень автора). Для міста автомобільний транспорт має дуже важливе значення, оскільки пасажирі можуть за досить короткий час потрапити з одного місця в інше за доступні ціни. Для визначення схеми руху пасажирського потоку і побудови логістичної системи підприємства, насамперед, необхідно знати характеристики транспортних систем. При цьому враховувати техніко-економічні особливості різних видів транспорту, їх переваги та недоліки, що визначають сферу їх раціонального використання з урахуванням витрат та інших показників.

За кількістю видів транспорту, що беруть участь у перевезенні пасажирів, розрізняють одновидову (юнімодальну) і багатовидову (мультимодальну чи інтермодальну) системи [5]. Підприємство ВАТ "Охтавтопас 15910" здійснює юнімодальні перевезення. Юнімодальні перевезення – прями перевезення лише одним видом транспорту.

З погляду на загальну оцінку ефективності роботи окремих видів транспорту на підприємстві необхідно виходити з ефективності перевезень пасажирів. Стосовно організації перевезень доцільно аналізувати весь процес перевезення в цілому. Техніко-експлуатаційні особливості автомобільного транспорту забезпечують його успішне існування в умовах підвищеного попиту на перевезення частими відправленнями [1].

Підприємство надає послуги за такими маршрутами, як: приміські, міжміські внутрішньообласні, міжміські міжобласні рейси. Розглянемо динаміку перевезень пасажирів автопарком протягом 2003 – 2008 рр. за вищезазначеними рейсами. Дані представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка перевезень пасажирів за маршрутами протягом 2003 – 2008 рр.

№ з/п	Найменування маршруту	Кількість рейсів		Абсолютне відхилення
		2003 – 2007 рр.	2008 р.	
Приміські маршрути				
1	Охтирка – В'язове	2	—	-2
2	Охтирка – Карпилівка	2	—	-2
3	Охтирка – Журавне	3	—	-3
4	Охтирка – Горяйстівка	2	—	-2
5	Охтирка – Будне	2	—	-2
6	Охтирка – Жили	3	2	1
7	Охтирка – Грінченкове	2	2	0
8	Охтирка – Рубани	2	—	-2
9	Охтирка – Куземен	2	—	-2
10	Охтирка – Бакирівка	2	—	-2
Міжміські внутрішньообласні маршрути				
11	Охтирка – Суми	3	3	0
Міжміські міжобласні маршрути				
12	Охтирка – Полтава	2	—	-2
13	Охтирка – Харків	3	3	0
14	Охтирка – Київ	1	—	-1
Σ	—	31	10	-21

Отже, кількість маршрутів протягом 2003 – 2008 рр. було зменшено на 21 рейс.

Динаміку кількості транспортних засобів, які здійснюють перевезення пасажирів протягом 2003 – 2008 рр., розглянемо в табл. 2.

Таблиця 2

Динаміка транспортних засобів протягом 2003 – 2008 рр.

№ з/п	Марки автобусів	Кількість		Абсолютне відхилення
		2003 – 2007 рр.	2008 р.	
1	ІКАРУС	4	4	0
2	ПАЗ	5	3	-2
3	КАВЗ	1	—	-1
4	ЛАЗ (тверді, м'які)	4 та 4 (відповідно)	—	-8
Σ	—	18	7	-11

Отже, протягом 2003 – 2008 рр. кількість транспортних засобів було зменшено на 11 одиниць.

Ці всі зміни відбувалися не "за один день", а протягом тривалого періоду часу під впливом певних факторів, а саме:

збільшення ціни на паливо, що призводить до постійного підвищення ціни на квитки;

зменшення пасажирського потоку, внаслідок незадовільних умов перевезення пасажирів некомфортабельним автотранспортом даного парку, а також високі ціни на квитки та наявність приватних перевізників, які можуть повною мірою задовольнити потреби пасажирів. Ці умови негативно впливають на прибутковість автобусного парку, що робить його неплатоспроможним;

зменшення субвенції за перевезення пільгових пасажирів;

збільшення податків, які має платити ВАТ "Охтавтопас 15910";

автомобільний транспорт не відповідає техніко-експлуататорським вимогам; автотранспорт парку протягом довгого часу використовується, що призводить до постійних ремонтів, на які витрачається значна частина коштів, внаслідок чого відбуваються "зриви" рейсу, які негативно впливають на роботу підприємства;

мала заробітна плата водіїв призводить до відтоку робочого класу з підприємства;

немає надходжень нових транспортних засобів.

Автомобільний транспорт для будь-якого міста є надзвичайно важливим. Адже саме ним ми користуємося кожного дня, як водії або пасажирі. Розвиток цього виду транспорту полегшує роботу як великих, так і малих або приватних підприємств та ін.

Наук. керівн. Колодізева Т. О.

Література: 1. Таньков К. М. Виробнича логістика: Навчальний посібник / К. М. Таньков, О. М. Тридід, Т. О. Колодізева. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2004. – 352 с. 2. Гаджинський А. М. Логистика: Учебник для высших и средних специальных заведений. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд.-торг. корпорация "Дашков и К", 2003. – 408 с. 3. Бухгалтерский учет в Украине / Под ред. А. Н. Коваленко. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003. – 528 с. 4. Даненбург В. Основы оптовой торговли: Практический курс / В. Даненбург, Р. Монкриф, В. Тейлор. – СПб.: "Нева – Ладога – Онега", 2003. – 212 с. 5. Транспортная логистика: Учебн. для транспортных вузов / Под общ. ред. Л. Б. Миротина. – М.: Экзамен, 2003. – 512 с.

ВИКОРИСТАННЯ АУТСОРСИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ВАТ "ВБД – УКРАЇНА – "ХАРКІВСЬКИЙ МОЛОЧНИЙ КОМБІНАТ"

У сучасному світі підприємства функціонують в умовах суворої конкуренції. Виживають і досягають успіху лише ті підприємства, які ведуть бізнес найбільш ефективним способом, досягаючи зниження операційних витрат за умови збереження високої якості товарів і послуг. Однією з найбільш актуальних на сьогоднішній день бізнес-моделей, що дозволяють отримати реальні конкурентні переваги, є аутсорсинг.

Мета статті – визначити, які переваги відкритому акціонерному товариству "ВБД – Україна – "Харківський молочний комбінат" надає використання принципів аутсорсингу в його діяльності.

Вивченню аутсорсингу присвячені праці таких вчених: Б. А. Анікіна [1], Д. В. Михайлова [2], Дж. Брайана Хейвуда [3], А. Н. Шеянова [4], Д. Дж. Бауерсокса [5], С. В. Домніної [6].

Термін "аутсорсинг" походить від англійських слів "out" – зовнішній і "source" – джерело [2, с. 254]. Виходячи з цього, можна дати таке визначення: аутсорсинг – це передача частини функцій щодо обслуговування діяльності підприємства іншій організації-виконавцю [5, с. 32]. Принцип аутсорсингу можна відобразити так: "залишаю собі тільки те, що можу робити краще за інших, і передаю зовнішньому виконавцю те, що він робить краще за інших" [1, с. 34].

Останні десять років спостерігається тенденція перегляду рішень щодо власного виробництва або придбання продукції у зв'язку з наявністю гострої конкуренції на ринках. Така тенденція поряд зі значними можливостями ринку спонукала багатьох керівників підприємств приділяти більше уваги цьому питанню [4, с. 12]. У більшості випадків підприємства, які використовують у своїй діяльності аутсорсинг, передають зовнішнім виконавцям такі функції, як транспортування сировини, матеріалів і готової продукції, її збут, охорону об'єктів підприємства, прибирання території тощо [3, с. 54 – 55].

Підприємство ВАТ "ВБД – Україна – "Харківський молочний комбінат", оцінивши переваги використання аутсорсингу, широко застосовує його у своїй діяльності.

Отже, функцію охорони було передано ТОВ "Спецохоронсервіс", тобто весь персонал, що займається охороною об'єктів підприємства, не входить до штату працівників ВАТ "ВБД – Україна – "Харківський молочний комбінат".

Працівники адміністративно-господарського відділу (прибиральниці, двірники та технічний персонал), були запрошені з ТОВ "Смарагд". Це було здійснено для зменшення витрат на постійне утримання цього персоналу. Тепер, у разі виникнення необхідності у послугах технічного персоналу, фахівців запрошують безпосередньо для усунення технічної несправності. Двірники та прибиральниці працюють за графіком. Оплата праці запрошеного персоналу здійснюється безпосередньо за візит.

Транспортуванням продукції на даний момент займається ПП "Акваком". Це зумовлено бажанням керівництва підприємства не витрачати кошти на утримання та обслуговування власного парку вантажних автомобілів. Крім того, відбувається значна економія площі, відведеної під автопарк.

Для підвищення ефективності збутової діяльності підприємства задіяно дистриб'юторів. На таке рішення значно вплинуло бажання керівництва зосередитись на основних видах діяльності, тобто на виробництві молочної продукції. Достатньо було обрати надійних, перевірених партнерів та перекласти на них частину функцій відділу збуту.

Конкурентними перевагами, які отримує підприємство у разі використання у своїй діяльності аутсорсингу, є:

- а) підвищення якості продукції у разі залучення до процесу виробництва інших виробників, що спеціалізуються на випуску тих чи інших складових основного прибутку;
- б) зниження собівартості продукції, тим самим впливаючи на зниження ціни продукту;
- в) підвищення швидкості поставок за рахунок користування послугами транспортних компаній;
- г) завоювання нових ринків, користуючись послугами маркетингових та дистриб'юторських компаній.

Таким чином, було визначено, які переваги ВАТ "ВБД – Україна – "Харківський молочний комбінат" надає використання принципів аутсорсингу в його діяльності. Слід врахувати й те, що



застосування таких принципів на підприємстві дозволяє досягти істотних конкурентних переваг. Керівництво підприємства має можливість більше приділяти увагу саме виробництву, а не займатись питаннями щодо обслуговування діяльності підприємства. Подальшому дослідженню підлягає використання принципів аутсорсингу на інших підприємствах.

Наук. керівн. Руденко Г. Р.

Література: 1. Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций: Учебн. пособие. / Под ред. Б. А. Аникина. – М.: Инфра-М, 2003. – 188 с. 2. Михайлов Д. В. Аутсорсинг. Новая система организации бизнеса. Учебное пособие. – М.: КноРус, 2006. – 326 с. 3. Хейвуд Дж. Брайан. Аутсорсинг. В поисках конкурентных преимуществ: Пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2002. – 458 с. 4. Шеянова А. Н. Алгоритм принятия решения о применении аутсорсинга на предприятии // Вопросы экономических наук. – 2006. – №4 (20). – С. 174 – 184. 5. Бауерсокс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепочка поставок. – М.: Инфра-М, 2001. – 290 с. 6. Домніна С. В. Досвід роботи транспортно-експедиційних фірм за кордоном, їх роль в організації логістичних систем. – К.: Вища школа, 2000. – 336 с.

Максімова М. В.

УДК 658.8

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ З ДИРЕКТ-МАРКЕТИНГОМ – ЗАПОРУКА УСПІХУ ФІРМИ

Формування ринкової економіки в Україні відбувається під впливом багатьох чинників. Цей процес супроводжується посиленням нестабільності макро- та мікросередовища. Ринкове середовище, де функціонують суб'єкти господарювання різних форм власності, протягом останніх років зазнає значних змін, а саме:

- постійно зростає ступінь невизначеності середовища;
- з'являються нові суб'єкти з удосконаленими або новими товарами та послугами;
- з'являються невраховані чинники ризику.

У таких умовах необхідним стає використання концепції стратегічного маркетингу, а також нового інструменту, який має назву "директ-маркетинг". Він допомагає суб'єктам господарювання у певному сегменті ринку, де загострилася конкурентна боротьба, або у разі перенасиченості рекламного простору, знаходить методи швидкого введення нового продукту на ринок. Тому принципи взаємозв'язку цих двох різних понять є досить актуальними на сучасному етапі становлення незалежної України.

Проблемою цієї теми є потреба більш досконалого висвітлення теоретичних і практичних питань відносно стратегічного маркетингу, директ-маркетингу та їх взаємозв'язку.

Вивченню теоретичних, методологічних і практичних питань, пов'язаних з такими поняттями, як "стратегічний маркетинг" та "директ-маркетинг", присвячені праці вітчизняних та закордонних науковців. Вони розглянуті у публікаціях І. Білоткач [1], М. Багорка [1], М. Дмитрука [2], Н. Рохманюк [3], О. Клабукової та багатьох інших.

Метою даної статті є визначення взаємозв'язку стратегічного маркетингу з директ-маркетингом.

Стратегічний маркетинг є складовою маркетингового менеджменту та стратегічного менеджменту фірми. Його основна мета полягає в розробленні маркетингової стратегії для досягнення маркетингових цілей фірми з урахуванням ринкових вимог та можливостей фірми.

У процесі вивчення таких понять, як "стратегічний маркетинг" та "директ-маркетинг", автор вважає за необхідне визначити їх місце у процесі управління фірмою (рисунок).

© Максимова М. В., 2009

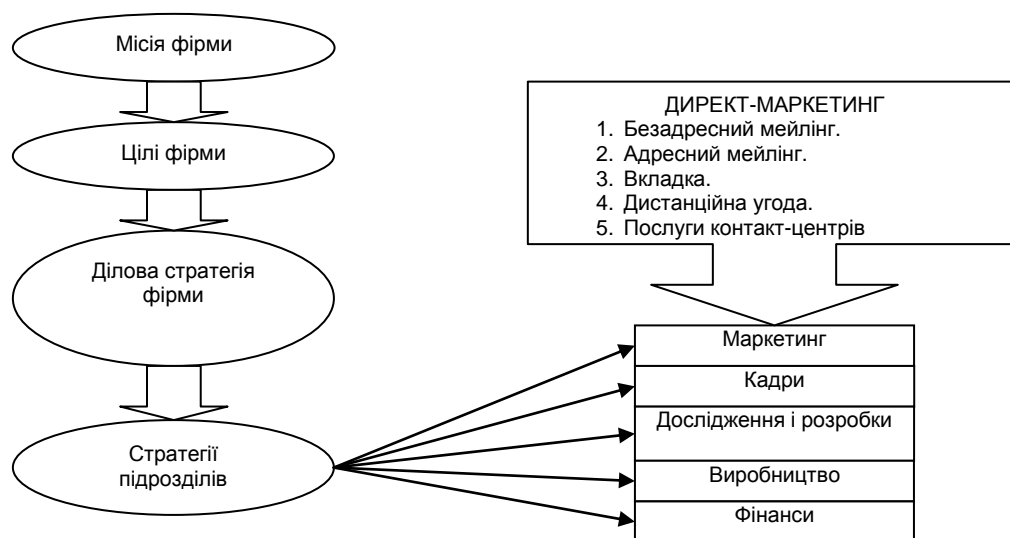


Рис. Місце стратегічного та директ-маркетингу в управлінні фірмою

Розглядаючи поняття "стратегічного маркетингу", автор вважає за необхідне визначити основні елементи, а саме: об'єкт; суб'єкт; предмет; мета.

Основною метою стратегічного маркетингу є досягнення господарським суб'єктом сталої конкурентної переваги.

Об'єктом стратегічного маркетингу є теоретичні положення та практичний досвід маркетингової діяльності у процесі управління фірмою.

Предметом стратегічного маркетингу є процес участі маркетингу в системі стратегічного управління підприємством.

Суб'єктами стратегічного маркетингу є спеціалісти в галузі маркетингу, менеджери, топ-менеджери та інші спеціалісти, які беруть участь в управлінні фірмою.

Директ-маркетинг дає споживачеві (розглядається як зовнішній фактор впливу на стан підприємства) почуття важливості його думки, уваги до його особи й відчуття особистісного контакту [4].

Директ-маркетинг як поняття містить у собі такі складові елементи [4]:

безадресний мейлінг, тобто це не персоналізовані листівки, буклети, каталоги, які допомагають підприємству визначити напрямок діяльності у майбутньому;

адресний мейлінг – доправлення персоналізованих листівок окремим адресатам за допомогою кур'єрських служб – за допомогою цього елемента, підприємство має змогу дізнатися, наприклад, про переваги та недоліки товарів чи послуг, які випускає ця фірма;

вкладка – це доправлення рекламних матеріалів разом з пресою;

дистанційна торгівля;

послуги контакт-центрів, тобто обслуговування "гарячих ліній", обслуговування СМС-акцій

та ін.

Підсумовуючи вищесказане, все ж таки автор вважає за необхідне акцентувати увагу на певних перевагах та недоліках цього процесу.

Так, наприклад, до позитивної динаміки розвитку цього процесу в Україні можна віднести те, що темпи розвитку ДМ-ринку в Україні перевищили прогнозовані показники: очікувалося зростання близько 60%, а насправді – відбулося збільшення вдвічі [4]. Також до переваг можна віднести такі моменти, як:

розвиток платіжних систем – достатній;

якість роботи пошти є достатньою для функціонування системи директ-маркетингу;

купівельна спроможність населення – достатня;

ефективність директ-маркетингових програм дуже висока в Україні.

Але існують проблеми, які необхідно вирішувати для ефективного розвитку ДМ-системи.

Можна віднести такі недоліки:

мала кількість операторів у всіх сегментах ринку директ-маркетингу – колл-центри, директ-мейлінг, комплексні рішення;

більш помітна конкуренція між проектами, виконаними власними силами й аутсорсинговими проектами;

малорозвинена технологічна база, мало надійних баз даних.



Таким чином, створивши ефективну систему директ-маркетингу, кожне підприємство матиме можливість враховувати вплив зовнішніх факторів на успішну та ефективну стратегію розвитку кожного суб'єкта господарювання.

Підсумовуючи викладений матеріал, можна зазначити, що розвиток ринкової економіки України супроводжується посиленням впливу як внутрішніх, так і зовнішніх факторів на середовище, в якому функціонує підприємство. У таких умовах необхідно застосовувати як концепцію стратегічного маркетингу, так і директ-маркетинг. Утілення цих концепцій дасть змогу підприємствам своєчасно адаптуватися до змін середовища, пом'якшити його негативний вплив, а також допоможе використовувати нові можливості й враховувати недоліки функціонування й організації діяльності для досягнення поставленої мети.

Узагальнюючи вищевикладене, можна зробити висновок, що стратегічний маркетинг – це інтелектуальний вид діяльності з вивчення, маркетингового аналізу та прогнозування стану зовнішнього або внутрішнього середовища з метою визначення місії та цілей підприємства, розробки стратегії його розвитку та формування сприятливих умов ефективної її реалізації, що забезпечило б підприємству та його товару, послугам чи ідеям досягнення конкурентних переваг [2].

Таким чином, за допомогою стратегічного маркетингу фірма має можливість чітко спрогнозувати вплив внутрішніх факторів на досягнення поставленої мети. Але при цьому є дуже важливим прослідити вплив зовнішніх факторів, вивчити наслідки їх впливу і це можливо зробити за допомогою директ-маркетингу.

Наук. керівн. Ов'яненко С. О.

Література: 1. Багорка М. О. Сутність і сфери застосування стратегічного маркетингу у розвитку ринкових взаємовідносин / М. О. Багорка, І. А. Білоткач // *Агросвіт*, 2008. – №2. – С. 9 – 15. 2. Дмитрук М. Стратегічний маркетинг: данина моді високих понять чи інструмент конкурентної боротьби? // *Маркетинг і Реклама*. – 2003. – №5 – 6. – С. 32 – 37. 3. Рохманюк Н. Десять основных и проверенных правил директ-маркетинга // *Маркетолог*. – 2007. – №5. – С. 57 – 61. 4. Калачник В. Директ-маркетинг: інструмент для обраних // *Маркетинг в Україні*. – 2007. – №4. – С. 4 – 8. 5. Петруня Ю. Є. *Маркетинг: Навч. посібн.* – К.: Знання, 2007. – 326 с. 6. Садовский Д. Двойной DM: как мы продвигали издание о директ-маркетинге с помощью директ-маркетинга // *Маркетолог*. – 2005 – №2. – С. 38 – 42.

Сухорукова О. Ю.

УДК 659.111

Студент 5 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ

У рамках глобальної стратегії розвитку компанії спрямованої на досягнення довгострокових завдань і цілей, особливе значення набувають зусилля компанії з використання реклами як основного засобу маркетингових комунікацій.

З метою найбільш ефективного рішення стратегічних завдань в області реклами необхідно мати чітке уявлення про бізнес і особливості товару, знати сильні й слабкі сторони компанії, мати інформацію про ринок – знати можливості, які він пропонує, і уявляти собі проблеми діяльності на цьому ринку. Необхідно чітко спланувати рекламну кампанію відносно строків і засобів реклами, задіяних у кампанії, рекламного бюджету і т. д.

Реклама не тільки дозволяє інформувати споживачів про товар, на який є попит на ринку, але й створювати цей попит, особливо на ринках, що розвиваються (Україна, Росія) [1].

Таким чином, ефективне використання засобів маркетингових комунікацій (реклами й промоушена) дозволяє вирішувати стратегічні й тактичні завдання фірми, пов'язані із глобальною місією компанії на ринку.

Особливості реклами вивчали такі вчені, як: П. Мартіно, Ф. Котлер, М. Портер, А. Юданов та багато інших відомих вчених.

Реклама визначається як процес знеособленої передачі різними засобами, як правило, платної й такої, що носить характер переконання інформації про товар, послуги й ідеї, пропонувані рекламодавцями, що представляють себе як інструмент організації збуту.

© Сухорукова О. Ю., 2009

Реклама виконує такі функції:
подання найменувань товарів і диференціація між ними;
повідомлення інформації про товар;
стимулювання зацікавленості потенційних покупців новими товарами й підтримка вторинно-го попиту у вже існуючих;
оптимізація збуту товару;
розширення області застосування товару;
забезпечення кращого відношення до товару й прихильності йому.

Крім маркетингових, реклама може виконувати цілий ряд інших функцій: комунікативну, освітню, економічну, суспільну.

Цілі ринкової діяльності компанії повинні логічно випливати з її аналізу існуючої ситуації, прогнозів щодо майбутніх тенденцій і розуміння корпоративних цілей. Вони повинні співвідноситися з потребами конкретних цільових ринків і з цілями продажу товарів, мети продажу товарів повинні бути конкретними, якісно певними й реалістичними.

Цілі реклами можна виразити як переміщення потенційних покупців з одного рівня рекламної піраміди на інший (поінформованість, розуміння, переконаність, бажання, дія). Вони можуть бути також виражені як створення потреби в конкретній марці, бажання відправити купон або як зміна відношення до товару.

Рекламна стратегія визначається способом використання рекламодавцем творчого комплексу. Творчий комплекс включає:

- цільову аудиторію;
- концепцію продукту;
- засіб поширення інформації;
- рекламне повідомлення.

Цільова аудиторія становить конкретну групу людей, яким адресується реклама. Вона може збігатися або не збігатися із цільовим ринком. Концепція продукту є сукупністю властивостей товарів, що представляються покупцям. Засоби поширення інформації – це спосіб передачі рекламного повідомлення. Рекламне повідомлення – це те, що компанія планує сказати у своїх оголошеннях, і те, як вона планує про це сказати.

До основних засобів поширення реклами належать: оголошення в пресі, у газетах, або журналах, по радіо, телебаченню або рекламні щити.

Кожний із засобів масової інформації має властиві тільки йому можливості й характеристики щодо певних суспільних груп. Рекламодавець і агентство повинні планувати, який засіб масової інформації потрібно використовувати для залучення покупців, намічених як об'єкт реклами. Після цього завданням особи, яка планує роботу із засобами масової інформації є вибір з наявних засобів масової інформації таких радіостанцій, телепрограм, газет і так далі, які могли б досягти бажаного результату найбільш ефективним способом [2].

Невід'ємною частиною будь-якої рекламної кампанії є її бюджет. Ефективність рекламних зусиль вимірюється в основному рекламним бюджетом. Чим більше вкладено в рекламу грошей, тим реклама ефективніше, але не завжди. Недоліки реклами полягають в тому, що підвищуються витрати на одиницю продукції, але в той же час, більша виробнича ефективність, обумовлена ефектом масштабу, більш ніж компенсує збільшення через рекламу витрат на одиницю продукції. Тому споживачі можуть одержувати продукт по більш низькій ціні при наявності реклами, ніж при її відсутності.

Реклама підтримує конкуренцію. Надаючи інформацію про широкую різноманітність продуктів, що є заміниками, реклама схильна послабляти монопольну владу. Інтенсивна реклама часто пов'язана із впровадженням нової продукції, призначеної для конкуренції з існуючими торгівельними марками [3]. Виробник в умовах монополістичної конкуренції може, маніпулюючи продуктом, домогтися тимчасової переваги над конкурентами.

Такий же результат може бути досягнутий виробниками за допомогою реклами й інших прийомів стимулювання збуту. У той час, як диференціація продукту пристосовує продукт до споживчого попиту, реклама пристосовує споживчий попит до продукту.

Недолік реклами полягає в тому, що більша частина реклами має тенденцію до самонейтралізації. Кожна фірма після проведення багатомільйонної рекламної кампанії має майже ту ж саму частку ринку, яку вона мала спочатку. А витрати й ціна продуктів стає вище.

Таким чином, реклама має дві сторони: одна – принесе велику винагороду, а інша – величезні збитки.

Наук. керівн. Мельникова К. В.

Література: 1. Ассель Генри. Маркетинг: принципы и стратегии: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА, 1999. – 147 с. 2. Близнюк С. В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку. – К.: ІВЦ "Видавництво "Політехніка", 2003. – 384 с. 3. Маслова Т. Д. Маркетинг / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Г. Ковалик. – СПб.: Питер, 2001. – 220 с.

Студент 4 курсу
 фінансового факультету ХНЕУ

КОНЦЕПЦІЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

Особливості маркетингу в банківській сфері обумовлені, насамперед, специфікою банківської діяльності. Вона проявляється в кредитно-фінансовій орієнтації всієї системи керування банку.

Банківський маркетинг можна визначити як пошук найбільш вигідних ринків для банківських продуктів. Цей процес включає в себе чітку постановку цілей банку, формування способів їх досягнення, розробку конкретних заходів для реалізації планів. Однак, зважаючи на сучасні тенденції розвитку економіки України, вступу до ВТО, посилення конкуренції як між вітчизняними, так і між іноземними банківськими й небанківськими фінансово-кредитними організаціями, особливої актуальності набувають питання, пов'язані із задоволенням реальних потреб клієнтів, а також підвищенням конкурентоспроможності й прибутковості банку.

Проблеми застосування принципів маркетингу в банківській сфері відображено в закордонній та вітчизняній економічній літературі в роботах авторів: А. Трайндла, Д. В. Трегуба, М. Портера, П. Роуза, С. А. Гур'янова, С. М. Бойко, Т. А. Гайданенко, Ф. Котлера та ін. Однак дотепер не акцентовано достатньо уваги щодо використання банками сучасної концепції нейромаркетингу як одного з найбільш ефективних інструментів досягнення головної мети маркетингу – задоволення людських потреб. Метою даної роботи є розгляд сучасних тенденцій маркетингу, визначення поняття "нейромаркетинг", а також можливостей його застосування в банківській сфері.

Ф. Котлер у ході майстер-класу в Києво-Могилянській бізнес-школі (2007 рік, м. Київ) визначив маркетинг як "мистецтво й науку правильно обрати цільовий ринок, залучати, зберігати й нарощувати кількість клієнтів за допомогою створення в покупця впевненості, що він є найвищою цінністю для компанії" [1].

Котлер назвав три напрямки, у яких маркетинг розвиватиметься надалі (рисунок):



Рис. Сучасний розвиток концепції маркетингу

"Я щиро вірю, що найкраще маркетинг працює тоді, коли він сприяє підвищенню рівня життя, допомагає людям зробити його кращим" – Філіп Котлер [1].

Фахівець в галузі брендингу Мартін Ліндстром: "Усі старі методи маркетингу й створення брендів уже неефективні, оскільки не враховують підсвідомих бажань споживачів". У своєму дослідженні він довів, що на бажання клієнтів впливають емоції, забобони, марновірства, і саме вони, а не здоровий раціоналізм, визначають переваги товару чи послуги. Ліндстром прийшов до висновку, що споживач ніколи свідомо не скаже правди, бо людина не може керувати своїми емоціями і, як соціальна істота, прагне дати соціально-доброзичливу відповідь або взагалі може не визначитися з вибором і тим більше – з його поясненням [2].

Нейромаркетинг – це нова галузь знання, що становить комбінацію неврології, а також традиційного маркетингу [3].

Ніколас Коро, директор Capital Research Group (NEIMS): "У нейромаркетингу враховуються такі показники, як тиск, частота пульсу, вологість шкіри, нарешті, кут повороту зіниці ока людини при ухваленні рішення. Нас у подібних дослідженнях (за умови, що вони проводяться з урахуванням законодавства країни респондентів) цікавить тільки та реакція, яка ще не усвідомлена людиною, що не пройшла

через фільтри його ego й super-ego. Нейромаркетинг – це лише інструментарій, набір методів, створений завдяки статистичній обробці даних, отриманих у ході психофізіологічних досліджень” [4].

Концепція нейромаркетингу може бути застосована й у банківській сфері, при цьому необхідно враховувати ряд особливостей, що зумовлює певна специфіка банківської послуги, як сукупності операцій, спрямованих на задоволення потреб клієнта. Так, банківський маркетинг-мікс включає не 4, а 7 складових [5].

Просуваючи банківську послугу на ринок, необхідно враховувати, що "бренд із високим рівнем упізнання, але низьким рівнем симпатії – це є зіпсований бренд. Бренд із високим рівнем симпатії й низьким рівнем упізнання має великий рекламний потенціал. Якщо диференціація бренду і його доцільність починають буксувати, руйнується репутація, а потім зменшується впізнання". Таким чином, основним банківським активом можна назвати його репутацію – її неможливо підрахувати, однак те, наскільки правильно вона сформована, визначає можливість конкурувати на ринку банківських послуг [6].

Банківська послуга завжди пов'язана з різноманітними ризиками, тому величезне значення для формування в клієнта впевненості у надійності банку має той факт, що він дійсно повинен бути таким. Застосування принципів нейромаркетингу в банківській практиці виявиться абсолютно неефективним, якщо буде використане як засіб для введення клієнта в оману. У сучасних умовах твердої конкуренції й високої інформативності спроба працювати нечесно не приносить прибутків, а означає втрату ринку.

У результаті проведеного аналізу можна зробити висновок, що філософія маркетингу якісно змінює відносини банку й клієнта. Якщо раніше банк пропонував вкладникам і позичальникам стандартний набір продуктів, то сьогодні він повинен розробляти нові види послуг, які спеціально адресовані конкретним групам клієнтів – великим корпоративним фірмам, дрібним підприємствам, окремим категоріям фізичних осіб. У центрі уваги банку повинні завжди перебувати реальні потреби клієнтів. Якщо на даний продукт немає попиту, то його не слід пропонувати, а тим більше нав'язувати споживачам. Діяльність банку базується на повторюваних операціях. Тому його зусилля повинні бути спрямовані на те, щоб зберегти й розширити клієнтуру, стати центром фінансового обслуговування людей на довгострокову перспективу. Саме тому банк повинен орієнтуватися на задоволення дійсних, а не уявних потреб, дати клієнтові те, чого він дійсно бажає. Нейромаркетинг становить ефективний інструмент формування відносин банку із клієнтською базою.

Наук. керівн. Овєнко С. О.

Література: 1. Мантры и смертные грехи маркетинга // Украинский бизнес. – 2007. – №23(73). – С. 28. 2. Мозг потребителя, думающего о бренде, должен быть так же активен, как мозг монашки, думающей о Боге // Бизнес. – 2008. – №12(791). – С. 114. 3. Арндт Трайндл. Нейромаркетинг. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 114 с. 4. Нейромаркетинг: сеанс магии с разоблачением // http://www.badshops.ru/art/art_neiro.shtml. 5. "Миксер" для банковских услуг // Банковский менеджмент. – 2005. – №3 – С. 12 – 14. 6. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 2000. – 944 с.

УДК 656.02

Балашова О. С.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РІЗНИХ ВИДІВ ТРАНСПОРТУ

Транспорт є ключовою ланкою соціально-економічної системи держави і належить до стратегічно важливих галузей національної економіки, без ефективної роботи якої неможливе подальше підвищення добробуту суспільства.

Актуальність теми полягає в тому, що на сучасному етапі виникла нова сукупність взаємопов'язаних проблем забезпечення комплексного розвитку та раціонального функціонування різних видів транспорту України.

Для всіх видів пасажирського транспорту актуальною залишається проблема пільгових перевезень, відшкодування витрат підприємствам. Фактично скрізь, навіть з виділених для цієї мети коштів, затримується погашення боргів за пільгові перевезення пасажирів. Значне підвищення цін на пальне завдало шкоди, насамперед, автомобілістам, які зараз працюють на межі рентабельно-

© Балашова О. С., 2009



сті. Сьогодні йдеться про можливість підвищення тарифів за проїзд в автотранспорті. Але не слід забувати і про те, що підвищення тарифів негативно відобразиться на бюджеті найменш захищених верств населення.

Усі ці проблеми стосуються, насамперед, галузі економіки і управління транспортом, які повинні виконувати інтегруючу роль у створенні і функціонуванні ефективної транспортної системи країни.

Проблемами розвитку транспортного сектору займалися такі вчені, як В. Гончаренко [1], О. Єдін [2], М. Макаренко, М. Цвєтов [3].

Метою статті є визначення основних тенденцій функціонування транспортного сектору, виявлення головних проблем його розвитку та запропонування основних шляхів підвищення конкурентоспроможності.

Характерною рисою розвитку України після проголошення її незалежності є високий рівень зовнішньої орієнтації, що робить економіку держави залежною від кон'юнктури світового ринку, звужує національні можливості щодо сталого економічного зростання.

Високий рівень зовнішньої орієнтації економіки України корінним чином змінив характер транспортно-економічних зв'язків, перетворивши їх основну частину в категорію міжнародних: експортних, імпорتنих і транзитних.

Установлено, що основні напрямки зовнішньоторговельних зв'язків та транзитних перевезень безпосередньо впливають на особливості їх транспортного забезпечення.

Україна з країнами СНД формує близько 50% зовнішньоторговельного обороту (експорт – імпорт) України та близько 90% транзитних вантажопотоків, реалізація яких виконується в основному двома видами транспорту – залізничним та трубопровідним, які за економічними та техніко-технологічними умовам не є конкурентними між собою. Близько 30% зовнішньоторговельного обороту України припадає на європейські країни, транспортне забезпечення яких здійснюється в основному залізничним транспортом, частково – річковим та автомобільним. На решту країн припадає близько 20% зовнішньоторговельного обороту України [3].

У цих умовах основним системоутворюючим компонентом у структурі економіки України, фактором реалізації її геостратегічного потенціалу та збільшення її ролі у міжнародному розподілі праці є залізничний транспорт. Він фактично єдиний вид транспорту, що забезпечує міжгалузеві, міжрегіональні та міжнародні транспортно-економічні зв'язки, а також транзитні потоки вантажів і пасажирів без наявності конкуренції з боку водного (морського та річкового) і автомобільного транспорту. Останній поза конкуренцією із залізничним транспортом: зайнятий переважно на технологічних (виробничих) та міських перевезеннях. Особливе місце в структурі міжнародних перевезень (імпорт і транзит) займає трубопровідний транспорт, який разом з іншими видами транспорту значною мірою позитивно впливає на підсумки платіжного балансу України.

Вирішення питань структурної перебудови транспортного сектору економіки України навіть в умовах зниження обсягів перевезень, потребує значних капітальних вкладень для підтримання його працездатності та підвищення якості транспортного обслуговування, які оцінюються в сумі близько 20 млрд дол. США на період 2005 – 2015 років. Саме тому особливо актуальною є проблема інвестування транспортного сектору економіки, вартість основних виробничих фондів якого становить близько 13% від загальної вартості виробничого потенціалу країни. Сучасний рівень інвестування розвитку транспорту не перевищує 20% від потрібного обсягу, що веде до прискорення кризи основних фондів, рівень зносу яких вже перевищує критичну величину та досягає 70 – 85% [2].

Вирішення широкого кола наукових проблем та здійснення практичних заходів щодо підвищення конкурентоспроможності транспортної системи України в цілому і залізничного транспорту в першу чергу потребує усунення основної причини недостатньої конкурентоспроможності, а саме: низького рівня і незадовільного стану його виробничо-технічної бази. Різке зниження темпів поповнення та оновлення парку рухомого складу, іншої транспортної техніки, незадовільне її експлуатаційне утримання, несвоєчасне і неповне виконання ремонтних робіт призвели в останні роки до суттєвого погіршення їх технічного стану і працездатності, внаслідок чого знижується ефективність, не гарантується безпека перевезень.

Особливо необхідно наголосити на тому, що на рівні конкурентоспроможності транспорту України позначається відставання в розвитку бази інформатики та впровадженні інформаційних технологій, сучасних логістичних систем організації перевезень, транспортного сервісу.

На основі аналізу функціонування та головних проблем транспортного сектору можна запропонувати подальші напрями розвитку і підвищення ефективності роботи транспорту України, зокрема:

- інтеграція транспортної системи України в європейську та світову транспортні системи, розвиток міжнародних транспортних коридорів;
- оновлення основних виробничих фондів, насамперед рухомого складу, на всіх видах транспорту;
- технічне переоснащення, підвищення технічного рівня та якості будівництва і ремонту залізниць, приведення їх у відповідність до міжнародних стандартів;
- організація швидкісного руху пасажирських поїздів на головних магістралях України;
- упровадження нових технологій, які забезпечують конкурентоспроможність на ринку транспортних послуг (створення логістичних центрів, розвиток комбінованих перевезень);
- розвиток телекомунікацій і розробка сучасних технологій;

широке впровадження енерго- і ресурсозберігаючих технологій, заходів, що забезпечують підвищення рівня безпеки руху, охорони праці і поліпшення екології на всіх видах транспорту.

Таким чином, для усунення головної причини критичного стану транспортної системи України та її подальшого розвитку на інноваційній основі необхідно сформулювати державну політику, орієнтовану на забезпечення транспортного сектору інвестиційними ресурсами з метою його комплексного розвитку. Ці питання необхідно вирішити для транспортного сектору економіки України як базового системоутворюючого компонента життєво важливих сфер держави, а саме: економічної, бюджетної, територіальної та зовнішньоекономічної.

Наук. керівн. Мельникова К. В.

Література: 1. Гончаренко В. Проблеми і шляхи реформування транспортного сектору економіки // Голос України. – 2006. – №231. 2. Єдін О. Економіко-технологічні підйоми підвищення ефективності роботи транспортного комплексу держави // Економіка України. – 2005. – №4. 3. Макаренко М. Транспортний сектор економіки України: тенденції та проблеми розвитку / М. Макаренко, М. Цветов // Економіст. – 2007. – №6.

УДК 658.7

Лисенко А. О.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ПЕРЕВАГИ Й НЕДОЛІКИ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУВАННЯ ВАНТАЖІВ

Завдяки вдалому територіальному розташуванню контейнерні вантажоперевезення для України є найважливішим сегментом експортно-імпоротної діяльності. Ця тема є актуальною в сучасних умовах, тому що є необхідність розвитку таких контейнерних вантажоперевезень.

Метою статті є дослідження особливостей контейнерних вантажоперевезень та з'ясування переваг і недоліків таких перевезень.

Дослідженню транспортної логістики присвячені роботи таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як А. В. Вельможин, В. В. Гудков, Л. Б. Міротін, А. В. Куликов [1], Р. О. Беспалов [2], А. Е. Горев [3], Д. С. Новіков [4], С. В. Саркісов [5].

Зручні виходи до Чорного й Азовського морів дають Україні можливість претендувати на роль регіонального судноплавного транзитного вузла. Однак зараз відсоток перевезення в контейнерах у сумарному вантажообігу України не перевищує 9, 6%, у той час як такі ж світові показники перевищують 55% [5].

Морські контейнерні перевезення – це сучасний економічний вид транспортування вантажів, який використовується як у внутрішніх, так і в міжнародних сполученнях. Особливістю є те, що це найбільш зручний спосіб перевезти вантаж саме в такому вигляді й упакуванні, як цього вимагає постачальник товарів. Морські контейнерні перевезення дозволяють значно скорочувати транспортні витрати відповідно до ставок фрахту й строків доставки вантажу з урахуванням транзитного часу, а також є сьогодні одним із найзручніших способів перевезення вантажів. Морські вантажоперевезення в контейнерах зручні також для тих підприємств, які транспортують великі партії товару.

Особливістю використання саме контейнерів є:

1) те, що сам контейнер є вантажем, який зручніше переміщати, наприклад, із залізничного транспорту на борт вантажного судна, ніж вантаж навалом. При цьому забезпечується максимальне збереження продукції й істотно скорочуються витрати часу і коштів на навантаження й розвантаження;

2) те, що стандартні розміри контейнера роблять його в певному розумінні вантажною одиницею.

У цьому зв'язку визначимо переваги морських контейнерних вантажоперевезень:

невелика вартість вантажоперевезення;

можливість вантажоперевезення великих партій вантажів;

висока безпека відправлення вантажів;

сучасність та економічність при міжнародному транспортуванні;

індивідуальна робота з клієнтом: розрахунок вартості морських перевезень та вибір оптимальної схеми доставки;

дотримання термінів розкладу, відносно стабільні ціни, експлуатація спеціалізованого тоннажу, наявність широкої мережі агентів;

© Лисенко А. О., 2009



можливість відправляти вантаж "контейнерним потягом" – контейнер за контейнером на попутних суднах. Це дозволяє вантажовласнику не чекати прибуття судна великої вантажопідйомності й не накопичувати вантаж у порту, а, отже, не платити за його зберігання;

географія контейнерних перевезень істотно розширюється;

для вантажовідправника основна перевага полягає в зменшенні ризику втрат, крадіжок або псування вантажу завдяки безпечнішій системі перевезень.

Недоліки таких вантажоперевезень:

швидкість вантажоперевезення обмежена, є необхідність дотримуватися графіка виходу кораблів з порту;

обмеженість типів контейнерів для перевезення вантажів;

залежність від погоди, пропускної здатності портів;

надання послуг щодо здійснення контейнерних перевезень вимагає спеціального оснащення і спеціального устаткування портів підйомними та розвантажувальними установками.

У 2007 році 36 міжнародних контейнерних компаній організували роботу своїх ліній з входженням до портів Одеса (36 ліній), Іллічевськ (9 ліній) та Маріуполь (Med Azov Line) [1]. При цьому 14 ліній мають власні судноплавні щотижневі рейси, які включають океанські. За підсумками 2007 року на цих судноплавних лініях через порти України було перевезено 729 278 Twenty-foot Equivalent Unit (TEU) (одиниця виміру), що на 23,7% більше, ніж в 2006 році [6]. Причому 96,5% усього обсягу контейнерів, що проходять через українські порти, перевозяться п'ятнадцятьма провідними лініями [3].

Найбільші світові перевізники контролювали в 2007 році 60% ринку морських контейнерних перевезень, збільшивши свою частку на 21,7% порівняно з 2006 роком, коли їх сукупна частка становила 49,3% [2].

У цілому питома вага флоту трьох провідних світових вантажоперевізників – Maersk Line, MSC і CMA CGM – зросла протягом 2007 року з 32,4% до 33,1% [6]. Для порівняння: у 2005 році питома вага об'єднаного флоту трьох, на той момент найбільших, перевізників – Maersk Sealand, Evergreen і P&O Nedlloyd – складала 23,7% [5].

Таким чином, було досліджено особливості контейнерних вантажоперевезень і з'ясовано їх переваги й недоліки. Підвищується важливість використання такого виду транспортування вантажів для підприємств не тільки по Україні, а й за кордоном. Це дозволяє підприємству скоротити транспортні витрати і перевозити великі партії свого товару. Подальшому дослідженню підлягає аналіз морського транспортування вантажів українських підприємств за кордон.

Наук. керівн. Руденко Г. Р.

Література: 1. Вельможин А. В. Грузовые автомобильные перевозки. Учебник / А. В. Вельможин, В. В. Гудков, Л. Б. Миротин, А. В. Куликов. – М.: Горячая Линия–Телеком, 2006. – 560 с. 2. Беспалов Р. Транспортная логистика. Новейшие технологии построения эффективной системы доставки. – М.: Вершина, 2007. – 384 с. 3. Горев А. Э. Грузовые автомобильные перевозки. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: АСАДЕМІА, 2008. – 466 с. 4. Новиков Д. С. Транспорт в международных экономических отношениях. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 624 с. 5. Саркисов С. В. Организация и управление доставкой товаров во внешнеэкономических связях (основы логистики): Учебн. пособ. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 270 с. 6. www.china2russia.com.

Снурніков О. А.

УДК 658.78

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ЛОГІСТИКИ У СКЛАДСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ "МІРАПЛАН"

Актуальність теми виявляється в тому, що складська діяльність є невіддільною складовою частиною господарської діяльності кожного підприємства, а використання елементів логістики сприяє підвищенню її ефективності. Процес виробництва і споживання у більшості товарів не спадає у часі та просторі, що призводить до порушення рівномірності матеріального потоку. Тому дуже важливим є питання підвищення ефективності складської діяльності.

© Снурніков О. А., 2009

Мета – виявити проблеми, які існують у складській діяльності ТОВ "МІРАПЛАН", та визначити переваги використання елементів логістики в такій діяльності.

Дослідженню складської діяльності присвячені праці таких вчених: Г. П. Манжосова [1], В. В. Волгіна [2], А. М. Гаджинського [3], В. І. Савіна [4], С. А. Тарана [5], В. А. Шишка [6].

ТОВ "МІРАПЛАН" займається виготовленням дерев'яних будинків. За допомогою анкетного опитування завідувача складу цього підприємства було виявлено деякі проблеми в організації його складської діяльності.

Однією з проблем на даному підприємстві є неефективне розташування деяких складів один до одного, що впливає на витрачання палива та часу. Ця проблема буде вирішуватися на підприємстві найближчим часом шляхом розташування всіх складів один за одним за ступенем обробки деревини, що сприятиме підвищенню ефективності складської діяльності підприємства.

Наступною проблемою є використання на складах зайвої кількості працівників. Це зумовлено нещодавнім переходом підприємства на використання механізованого обладнання. З часом підприємство планує збільшити свої складські площі і направити туди вивільнених працівників. Таким чином буде усунуто існуючу проблему "зайвого" персоналу.

Першою ж перевагою використання елементів логістики у складській діяльності ТОВ "МІРАПЛАН" є організація п'яти типів складів:

- 1) складу сирової деревини (на цьому складі зберігається деревина, яка не пройшла ще жодного виду обробки (кругляк));
- 2) складу напівфабрикатів;
- 3) закритого складу (зберігаються вікна, двері, сходи, кривля, дошка для підлоги);
- 4) метизного складу (зберігаються шурупи, цвяхи, кріплення, нагелі, вуголки тощо);
- 5) складу готової продукції (упакована готова продукція зберігається на відкритому просторі строком до тижня, протягом якого її забирають на місце будівництва).

Це дозволяє забезпечити оптимальні умови для приймання, обробки, зберігання та відвантаження продукції, але дотримуючись певних вимог до її кількості та якості.

Другою перевагою є поділ складу напівфабрикатів на два типи:

- 1) склад для зберігання обрізної деревини. Деревина на ньому зберігається протягом короткого часу, але умови зберігання ретельно підібрані. Деревину захищають від прямих променів сонця та дощу. Тут зберігається обрізна деревина, підготовлена до склеювання;
- 2) склад для зберігання деревини, яка пройшла процес склеювання, також захищений від променів сонця та дощу, але, на відміну від першого типу, на цьому складі використовується сучасна вентиляційна система, яка сприяє циркуляції повітря, що забезпечує оптимальні умови збереження деревини.

Для навантажувально-розвантажувальних робіт на складах підприємства використовуються сучасні автокари "Volvo". Ними може керувати один робітник, без сторонньої допомоги, що надає можливість оптимізувати кількість працівників складу.

Ще однією перевагою використання логістики в складській діяльності на підприємстві є застосування принципу "гарячих" та "холодних" зон [3]. Товари, які часто відвантажуються, складають лише невелику частину асортименту, тому їх розміщують в "гарячій" зоні. Товари, які відвантажуються нечасто, розміщують в "холодній". Використання такого принципу сприяє ефективному та зручному розташуванню продукції на складі.

Отже, були виявлені проблеми, які існують в складській діяльності ТОВ "МІРАПЛАН", та визначені переваги використання елементів логістики в такій діяльності. Цей приклад використання логістики можуть застосовувати інші підприємства, що підлягає подальшому дослідженню.

Наук. керієн. Руденко Г. Р.

Література: 1. Манжосов Г. П. Современный склад. – М.: КИА-центр, 2002. – 256 с. 2. Волгин В. В. Склад. Организация, управление, логистика. – М.: ИТК "Дашков и К", 2006. – 278 с. 3. Гаджинский А. М. Современный склад. Организация, технологии, управление и логистика. – М.: Проспект, 2005. – 356 с. 4. Савин В. И. Склады. – М.: Дело и сервис, 2001. – 230 с. 5. Таран С. А. Как организовать склад. – М.: Альфа-Пресс, 2005. – 290 с. 6. Шишко В. А. Как организовать евро-склад // Сборник тезисов выступлений II международного логистического форума. – М.: Координационный совет по логистике, 2000. – С. 46 – 53.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СКЛАДСКИХ ПЛОЩАДЕЙ ПРОМЫШЛЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Вопрос эффективного использования складских помещений является достаточно актуальным в Украине, так как темпы развития экономики растут, а, следовательно, растет объем грузоперевозок и потребность в складировании товаров. Поднятие уровня экономики на новую ступень связано с новыми проблемами, которые также коснутся складирования и грузоперевозок.

Цель – выявить направления повышения эффективности использования промышленными предприятиями складских площадей.

Исследованию складской логистики посвящены работы таких ученых: В. В. Волгина [1], И. П. Луценко [2], В. В. Дыбской [3], О. Б. Маликова [4], С. А. Таран [5].

При развитии (создании) какого-либо промышленного предприятия руководство задается рядом вопросов, одним из которых является необходимость наличия склада. Также необходимо определить, будет ли склад являться собственностью промышленного предприятия или использоваться на условиях аренды.

Основными задачами эффективной организации складирования являются:

- а) определение необходимого количества складов;
- б) рациональное использование помещения и разбивка его на зоны;
- в) уменьшение общих затрат [1].

Для повышения эффективности использования складских площадей достаточно важным является его планировка и рациональное использование складских зон. Если часто используемый товар хранится на большом расстоянии от мест погрузки и отгрузки, то постоянно расходуется лишнее время на его доставку.

Таким образом, необходимо рациональное разделение помещения склада на зоны. Для последовательного осуществления операций выделяются следующие основные складские зоны:

- 1) зона разгрузки;
- 2) зона приемки;
- 3) зона основного хранения;
- 4) зона комплектации заказа;
- 5) зона отгрузки [1].

Помимо разделения на зоны, необходимо также учесть расстояние между стеллажами, чтобы обеспечить максимально комфортный доступ к ним работника склада либо машины-погрузчика (перемещение, маневрирование).

С помощью такого разделения создаются так называемые "горячие" и "холодные" линии [3]. На территории "горячих" линий размещают товары наиболее частого потребления, к ним необходим максимально удобный и быстрый доступ работника или грузовых машин; на "холодных" же линиях можно размещать долго неиспользуемые и не настолько востребованные товары.

Для повышения эффективности складской деятельности немаловажное значение имеет частичная автоматизация складских операций, но часть операций должна осуществляться ручным способом (в зависимости от товара). Ручные операции должны осуществляться в зоне комплектации товаров, а зоны должны быть оборудованы по всем требованиям для улучшения условий труда работников склада. Но такую работу может заменить и автомат, что является, несмотря на усовершенствование и развитие технологий складирования, достаточно дорогим. Автоматизированные операции в основном применяют там, где необходим тяжелый физический труд [4].

Целесообразное использование складского помещения может повлиять на снижение общих затрат промышленного предприятия.

Для Харьковской области можно отметить следующие тенденции увеличения складских площадей: проектирование и строительство складов на прилегающих к городу территориях, а также повышение инвестиционной привлекательности Харьковской области в целом и сферы строительства складских помещений в частности.

Таким образом, были выявлены основные направления повышения эффективности использования промышленными предприятиями складских площадей. Складская деятельность промыш-

ленного підприємства буде ефективною в разі раціонального використання складського приміщення і цілесобразного розміщення товарів в ньому. Даліше дослідження може бути направлено на аналіз ефективності використання складських площадок конкретними промисловими підприємствами Харківської області.

Научн. рук. Руденко А. Р.

Література: 1. Волгин В. В. Склад. Логістика, управління, аналіз. – 9-е изд., перераб. і доп. – М.: Дашков і К^о, 2008. – 768 с. 2. Луценко І. Роль та функції логістики у складуванні // Підприємство, господарство і право. – 2004. – №7. – С. 133 – 136. 3. Дыбская В. В. Логістика для практиків: Эффективные решения в складировании и грузопереработке. – М.: Издательство ВИНТИ РАН, 2002. – 264 с. 4. Маликов О. Б. Склады и грузовые терминалы: Справочник. – СПб.: Изд. дом "Бизнес-пресса", 2005. – 560 с. 5. Таран С. А. Как организовать склад: Практические рекомендации профессионала. – М.: Изд. "Альфа-Пресс", 2006. – 160 с.

УДК 658.78

Семенюк О. В.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ПЕРЕВАГИ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ СКЛАДУВАННЯ

На багатьох підприємствах склад готової продукції традиційно є джерелом істотних втрат. Якісні й тимчасові показники організації робочих процесів на складі значною мірою впливають на загальний успіх бізнесу. Прозора і добре керована організація складського господарства дозволяє знижувати втрати, ефективно виявляти невикористані резерви. Автоматизація складської логістики є єдиноможливим способом забезпечення ефективного управління складом.

Дослідження складської логістики присвятили свої роботи такі вітчизняні й зарубіжні вчені, як А. А. Сметов [1], А. Н. Родников [2], Джеймс С. Джонсон [3] та ін.

За оцінкою незалежних експертів, частка витрат підприємства на логістику може перевищувати третину від загальної вартості готової продукції. Оптимізація витрат на транспортування і зберігання є первинними резервами, на які слід звертати увагу підприємцям при пошуку шляхів зниження втрат і зменшення собівартості готової продукції. Часто асортимент великих складів готової продукції і, особливо, розподільних центрів настільки великий, що вимагає особливої уваги до точності і швидкості виконання складських операцій, як з розміщення товарів на складських площах, так і при формуванні замовлень. Багато труднощів при організації складської логістики харчових виробництв викликано наявністю різних вимог відносно термінів і умов зберігання асортиментних груп. До всього цього додаються систематичні помилки в комплектуванні замовлень, неврегульоване розміщення партій готової продукції, не говорячи вже про можливі розкрадання на складі [4].

Усі ці чинники неминуче призводять до втрати і псування товару на складі, неправильно зібраним замовленням і пересортировці готової продукції, що впливає не тільки в прямі матеріальні втрати, але і завдає істотної шкоди іміджу виробника. Адже чітка організація логістики, коли клієнтові доставляють товар у строк і в точній відповідності з розміщенням замовленням, часто переважають такі конкурентні переваги, як ціна і споживчі властивості продукту. У нинішніх умовах бурхливого розвитку передових технологій організація ефективно складської логістики стає все більш дієвим інструментом конкурентної боротьби.

Тому останнім часом власники великих і малих харчових виробництв приходять до ясного усвідомлення необхідності автоматизації складської логістики. Ніякими адміністративними діями неможливо вести боротьбу з людським чинником. Власники ряду підприємств вже перейшли до практичних кроків та ініціювали роботу з поетапного впровадження систем автоматизованого управління. Уже з'явилися українські підприємства, де сучасні програмно-апаратні комплекси успішно впроваджені і працюють [4].

Єдиним способом налагодити ефективну роботу складу є введення адресного зберігання продукції, оптимізація товаропотока і жорстка формалізація процесів складської логістики з чітко працюючим зворотним зв'язком, що, природно, досягне тільки при впровадженні автоматизованої системи управління складу, метою чого стає:

1. Збільшення пропускної спроможності складу. Це завдання частково вирішується оптимізацією використання складських площ. Проте автоматизація роботи складу також дозволяє оптимізувати маршрути переміщення і адреси зберігання з метою скорочення тривалості виконання складських операцій.

2. Мінімізація впливу людського чинника за рахунок максимальної формалізації виконання складських операцій. При цьому автоматизоване управління складом дозволяє зменшити кількість зайнятого персоналу й експлуатованих підйомно-транспортних засобів, що знову ж таки позитивно позначиться на витратній складовій.

3. Підвищення рівня оперативного управління складом за рахунок надання поточної інформації щодо ситуації на складі в режимі реального часу [5].

© Семенюк О. В., 2009



Сьогодні головним у складському господарстві стає питання раціонального використання складської площі і забезпечення найбільшої пропускної спроможності складу без збитку для якості виконуваних операцій. Збільшення пропускної спроможності складу вдається досягти завдяки оптимізації використання складських приміщень, коли на тій же площі вдається розмістити значно більшу кількість готової продукції. Відповідно, щодня через склад проходить більша кількість товару. Зокрема, наявність системи автоматизованого управління побічно або безпосередньо сприяє прискоренню виконання складських операцій шляхом оптимізації маршрутів вантажопотоків, що особливо помітно виявляється на обширних складських площах великих розподільних центрів. Оптимізація маршрутів дозволяє скоротити сумарні переміщення готової продукції за рахунок більш раціонального позиціонування товару на зберіганні щодо плану здійснюваних відвантажень. Скорочення операційних переміщень товару дозволяє заощадити на експлуатаційних витратах складської техніки.

Проте головний внесок у прискорення руху вантажопотоків на складі забезпечується за рахунок автоматизованої системи обліку даних. Якщо раніше приймальникові доводилося вручну переписувати облікові дані по продукції, яка надходить на склад, звіряючи фактичний склад партії, що надійшла, з даними накладних, то при автоматизованій реєстрації оператор, використовуючи засоби автоматизованого збору даних, реєструє контейнери або коробки, надаючи автоматизованій системі самотійно звіряти дані.

Очевидно, що швидкість збору даних сучасними засобами автоматизованого обліку складської інформації на порядок перевищує будь-які ручні методи збору і обробки даних вантажопотоків. Скорочення часу на обробку даних від партії до партії дозволяє отримувати вельми відчутний вигаш у загальній пропускній спроможності складу і збільшувати продуктивність складських операцій.

Крім того, автоматизований облік даних дає можливість скоротити або повністю виключити простій у роботі складу при проведенні інвентаризації. Одночасно знижується і внутрішній документообіг. Прозорість системи управління складом дозволяє керівництву підприємства завжди мати правильну інформацію про стан складської логістики і оперативно реагувати при виникненні проблемних ситуацій. Раніше власники підприємства дізнавалися про проблеми на складі часто лише після проведення чергової інвентаризації, що неприпустимо в сучасних умовах конкуренції, яка посилюється [5].

Традиційно, найуразливішою ланкою є людський чинник, що впливає навіть на прості операції. У відсутність ясного і формалізуючого інструментарію у працівника може виникнути спокуса зробити як простіше, а не як наказано, або не доробити поставлене завдання і взятися за наступне доручення.

Автоматизована ж система управління складом спрощує деякі операції і формалізує процеси. Працівник отримує певні завдання, які генеруються системою на підставі оперативних даних, що поступають (вони, у свою чергу, вводяться вручну або поступають з системи управління підприємством більш високого рівня). У цьому випадку робочий складу може отримувати не тільки маршрутну установку, але й набір наказаних дій, виконання яких він повинен підтвердити системі. При невиконанні всіх наказаних дій і без отримання відповідного підтвердження, система автоматизованого управління складом вважатиме завдання невиконаним, про що відразу ж стане відомо диспетчерові системи. Очевидно, що коли працівник діє на підставі не усного повчання, а чіткого електронного розпорядження, вірогідність виникнення помилки зменшується. Навіть якщо помилка і буде допущена, то при хорошому рівні реалізації системи її вдається оперативно виявити і виправити.

Автоматизація роботи складу дозволяє зменшити внутрішній документообіг і тим самим знову ж таки запобігти вірогідності виникнення помилок в обліковій інформації. Виключаються помилки і в супровідних документах для партій товарів [5].

У системі логістики, що оперує з продовольчими продуктами, важливу роль відіграють і такі чинники, як режим і термін зберігання асортиментних груп продуктів харчування. У цьому випадку ще більше збільшується ризик допущення критичних помилок в організації товаропотоків, які часто призводять до псування готової продукції при складуванні або транспортуванні. Відсутність жорсткої формалізації складських процесів призводить до частоті пересортиці продукції, помилок у комплектуванні замовлень і псуванні частини товару.

Наявність чітких методів відстежування правильності і завершеності виконуваних складських операцій дозволяє якщо не виключити повністю проблеми, то, принаймні, звести їх до прийнятної мінімуму. Саме наявність адресної системи зберігання продуктів дає можливість усунути проблеми пересортиці і неправильного комплектування замовлень. За допомогою сучасних засобів реєстрації даних (сканери штрихкодів, радіомітки тощо) можна безпомилково відстежувати виконувани працівниками операції, а при виявленні помилок інформувати про це диспетчера системи автоматизованого управління складом.

Отже, якісні зміни в системі логістики стимулюють керівництво підприємства до нових кроків автоматизації та інших виробничих ділянок. Упровадження автоматизованої системи управління складом забезпечує збільшення пропускної спроможності складу, дозволяє заощадити на експлуатаційних витратах складської техніки, за рахунок атоматизованої системи обліку даних прискорюється рух вантажопотоків на складі, повністю виключається простій у роботі, зменшує вплив людського чинника, тобто запобігає виникненню помилок.

Як показує світовий досвід, автоматизація складської логістики стає першим кроком на шляху формування розвинутого управління ланцюгами постачань, що охоплює безліч суміжних підприємств – від постачальника сировини до переробника, від переробника до дистрибутора і т. д. Така чітка система кооперації дозволяє досягти значних результатів у підвищенні якісних складових окремих брендів продуктів харчування і всієї виробничої компанії в цілому.

Наук. керівн. Мельникова К. В.

Література: 1. Смехова А. А. Введение в логистику. – М.: Транспорт, 1993. – 112 с. 2. Родников А. Н. Логистика: Терминологический словарь. – М.: Экономика, 1995. – 216 с. 3. Джеймс С. Джонсон. Современная логистика. Пер. с англ. – 7-е изд. – М.: "Вильямс", 2002. – 624 с. 4. Неруш Ю. М. Коммерческая логистика: Учебник. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 271 с. 5. Колобов А. А. Основы промышленной логистики: Учебная помощь / А. А. Колобов, И. Н. Омельченко. – М.: МГТУ, 1998. – 116 с.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ЛОГИСТИКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ УКРАИНСКИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Актуальной проблемой современной теоретической и практической логистики является внедрение элементов логистики в деятельность предприятий. Международная конкуренция, глобализация рынков, масштабное проникновение иностранных товаров на украинский рынок переводят проблему внедрения логистики в практическую деятельность предприятий до числа приоритетных управленческих заданий, успешное решение которых обеспечит развитие предприятия в новой среде.

Цель статьи – обоснование целесообразности внедрения элементов логистики в деятельность украинских промышленных предприятий.

Данной проблемой занимались такие ученые, как А. Гаджинский, М. Залманова, Ю. Понамарева [1], В. Сергеева, И. Божин [2], Б. Аникин, Л. Миротин, А. Куликов, О. Ткаченко, Е. Соловьёва и др.

Необходимость применения логистики в деятельности предприятий обусловлена такими характеристиками:

появляются фундаментальные изменения в организации и управлении рыночными процессами во всей мировой экономике;

современные коммуникационные технологии, обеспечивающие быстрое прохождение материальных и информационных потоков, позволяют осуществлять мониторинг всех фаз движения продукта: от первичного источника сырья вплоть до конечного потребителя;

развиваются отрасли, занятые оказанием услуг в сфере логистики;

концепция логистики, ключевым положением которой является необходимость интеграции, начинает признаваться большинством участников цепей снабжения, производства и распределения; совокупность материалопроводящих субъектов приобретает целостный характер.

Логистика – наука об организации совместной деятельности сотрудников функциональных ключевых подразделений предприятия, а также группы предприятий по продвижению продукции по цепи поставок на основе интеграции и координации функций по обслуживанию потребителей в целях минимизации общих затрат ресурсов предприятия [2].

Логистика – наука о планировании, контроле и управлении транспортированием, складированием и другими материальными и нематериальными операциями, совершаемыми в процессе доведения сырья и материалов до производственного предприятия, внутризаводской переработки сырья, материалов и полуфабрикатов; доведение готовой продукции до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также передача, хранение и обработка соответствующей информации [3].

Логистика – организация и управление производством, транспортировкой, хранением и перевалкой товаров, а также относящимися к ним вспомогательными процессами и принятием решений на месте для того, чтобы предоставить в распоряжение клиентов нужные товары в желаемый срок и в нужном количестве.

Главная идея логистики – это организация производства в рамках единого потокового процесса перемещения материалов и информации вдоль всей цепочки от производителя к потребителю, то есть цель логистики – это оптимизация цикла производства путём ориентированного на потребность, формирование потока материалов и информации в производстве и распределении продукции [1].

Обобщив научные исследования экономистов можно выделить следующие преимущества от внедрения логистики на предприятиях, которые позволяют:

снизить запасы на всем пути движения материального потока;

сократить время прохождения товаров по логистической цепи;

снизить транспортные расходы;

сократить затраты ручного труда и соответствующие расходы на операции с грузом;

происходит более сильная ориентация на эффективность межотраслевых производственных связей, которые существенно влияют на структуру промышленного комплекса;

обеспечивается единство сырьевых ресурсов и их комплексное применение, за счёт чего в границах комплекса может быть наиболее удачно спланировано структурные сдвиги в производстве и потреблении готовой продукции, обеспечено лучшее согласование отраслей за мощностями, гарантированная обеспеченность материально-технического снабжения;

единство целей развития производства, то есть отрасли будут объединяться в промышленный комплекс на основе единства таких целей, как полное удовлетворение тех или иных потребностей потребителей, обеспечение всей системы отраслей материальными ресурсами;

чёткое разграничение функций планирования и управления за уровнями иерархии, устранение дублирования этих функций;

органичное объединение отраслевого и территориального аспектов планирования и управления логистикой;



возможность наиболее правильного применения (в соответствии с существующими потребностями) современных экономико-математических методов и компьютерной техники при планировании и управлении логистическими системами.

Производство требует интенсивного внедрения элементов логистики, поскольку её необходимость здесь рассматривается не только из технической или экономично-организаторской точек зрения, но и с учётом социальной сферы.

Таким образом, внедрение элементов логистики позволит более эффективно и рационально вести производственный процесс и решить множество проблем, которые возникают в процессе производства.

Получить больший экономический эффект от применения логистики можно за счёт:

сокращения запасов на всём пути движения материального потока;

повышения надёжности поставок;

рациональности распределения запасов;

за счёт сокращения времени прохождения товаров по логистической цепи, а также от снижения транспортных расходов (оптимизируются маршруты движения транспорта, согласуются графики, сокращаются холостые пробеги, улучшаются другие показатели использования транспорта) и другие факторы.

Научн. рук. Мельникова Е. В.

Литература: 1. Понамарёва Ю. В. Логистика: Учебн. пособ. – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Центр учебной литературы, 2005. – 328 с. 2. Божин И. И. Логистика: Учебник для студентов высших экономических учебных заведений. – Харьков: Консум, 2004. – 204 с. 3. Логистика: учебник / Под. ред. Б. А. Аникина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 368 с.

Мисік О. О.

УДК 330.322.1(477.54)

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ВПЛИВ РЕГІОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ ТА РОЗВИТОК ХАРКІВЩИНИ

Після вступу України до СОТ постає необхідність суттєвого підвищення конкурентоспроможності галузей промисловості країни, головними напрямками чого повинні стати ефективність використання наявних ресурсів та виготовлення якісної та недорогої продукції.

Конкурентоспроможність економіки – це інтегрований показник, який враховує розвиток як регіонів держави, так і окремих підприємств.

Останнім часом все більше уваги з боку науковців приділяється розвитку мезорівня економіки України. Розв'язанню гострих соціально-економічних проблем присвячено багато публікацій, однак у більшості з них увага приділяється аналізу привабливості регіону для розміщення підприємств певних галузей [1; 2]. У той же час ігноруються можливості використання засобів маркетингу для вирішення зазначеної проблеми, що підкреслює актуальність обраної теми.

В економічній літературі існує кілька трактувань регіонального маркетингу. Так, А. Лавров трактує регіональний маркетинг як систему економічних відносин щодо виявлення потреб населення та суб'єктів господарювання певних територій. І. Арженовський зазначає, що регіональний маркетинг слід розуміти як "ідею зі створення кращих, конкурентних переваг на користь клієнтів" [3]. Але у роботах згаданих авторів основна увага сконцентрована на вирішенні внутрішньої спрямованості регіонального маркетингу – виявлення потреб населення. У той же час, проблеми зовнішньої орієнтації територій, як то зростання їх інвестиційної привабливості та формування позитивного іміджу, залишаються відкритими.

Тому метою даної роботи є дослідження впливу маркетингових заходів на інвестиційну привабливість окремих галузей та розвиток Харківського регіону.

У прикладному розумінні регіональний маркетинг – це теорія і практика прийняття управлінських рішень стосовно формування ринково-продуктової стратегії регіону на основі дослідження факторів маркетингового середовища з метою реалізації економічних інтересів території та її споживачів.

Закордонний досвід свідчить про необхідність використання регіонального маркетингу для позиціонування галузей промисловості як сприятливих місць для капіталовкладень [4]. Позитивний ефект від таких заходів наголошує на потребі їх використання в перехідній економіці України.

© Мисік О. О., 2009

Регіональний маркетинг як комплекс дій має свої завдання. По-перше – це позиціонування перед інвесторами сильних сторін регіону. По-друге – позиціонування галузей за географічним принципом, тобто тих, виробництво продукції якими тяжіє до місць її споживання [5].

Харківська область відноситься до економічно розвинутих та посідає 5 місце в Україні за обсягами випуску продукції. До сильних сторін регіону можна віднести такі галузі: машинобудування, паливно-енергетичний комплекс, харчову та легку промисловість. Ці галузі називають традиційними, тобто їх продукція вже тривалий час виробляється для зовнішнього ринку.

При цьому слід наголошувати не тільки на привабливості провідних для регіону галузей, але й тих, що знаходяться в занепаді або є нетрадиційними. Нетрадиційними вважають такі галузі, які раніше виробляли продукцію тільки для внутрішнього ринку або не виробляли взагалі, незважаючи на наявні сприятливі умови для виробництва. На Харківщині суттєвої фінансової допомоги потребують такі сфери діяльності, як переробка сільськогосподарської продукції та захист екологічного середовища. До нетрадиційних галузей регіону можна віднести утилізацію твердих відходів, розвиток фондового ринку, будівництво санаторно-курортних закладів тощо.

Виготовлення продукції такими галузями, як хлібопекарною та м'ясо-молочною, а також виробництво сірчаної кислоти та енергії ТЕЦ, ефективне у місцях її споживання. Привабливість цих сфер перед потенційними інвесторами на Харківщині зумовлена великим ринком збуту, а також низькою вартістю сировини, що дозволяє проводити вдалу цінову політику та отримувати значні прибутки.

Результати моніторингу галузей промисловості дозволяють поділити їх залежно від ступеня зацікавленості інвесторів на зони з високою, середньою та низькою привабливістю [6]. З вищеокреслених завдань регіонального маркетингу випливає, що для Харківської області до пріоритетних сфер розвитку слід віднести харчову промисловість та машинобудування (висока привабливість); виробництво та розподіл електроенергії, газу, води та видавничу справу (привабливість середня); легку промисловість (низька привабливість).

Таким чином, регіональний маркетинг більшою мірою буде ефективним у використанні для зон середньої та низької інвестиційної привабливості, оскільки позиції розвинутих галузей є сталими.

Ще одним методом оцінки привабливості галузей промисловості є використання системи компанії Boston Consulting Group, що класифікує стратегічні елементи бізнесу згідно з матрицею "інвестиційна позиція – інвестиційний потенціал". Цей підхід дозволяє виділити цільовий сегмент регіонального маркетингу – галузі з нереалізованим потенціалом та слабкою інвестиційною позицією, тобто "темні конячки" [4]. До таких сфер народного господарства Харківського регіону слід віднести легку промисловість, видавничу справу, виробництво електроенергії, туризм, комунальні послуги.

Особливої уваги заслуговує розвиток туристичної сфери, що може стати вирішальним фактором з огляду на перспективи прийняття Харковом матчів Євро-2012.

Отже, ефективність заходів регіонального маркетингу для Харківської області можна оцінити таким чином (рисунок).

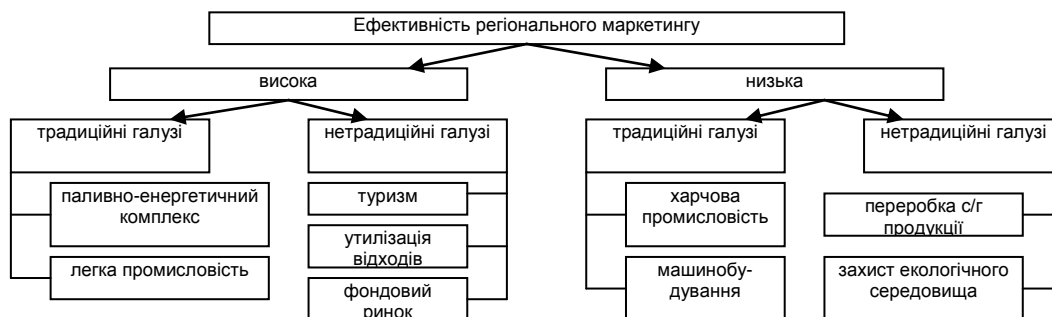


Рис. Ефективність регіонального маркетингу в Харківській області

Таким чином, регіональний маркетинг повинен розробити комплекс заходів, що формують позитивний імідж території та надають інформацію потенційним інвесторам про привабливість регіону для розміщення виробничих потужностей. Здобутки регіонального маркетингу можуть бути застосовані для комплексного вирішення проблем регіону, а також при визначенні пріоритетних сфер народного господарства та напрямків міждержавної інтеграції окремих територій.

Регіональний маркетинг має бути орієнтований на тих інвесторів, для яких умови відповідного регіону не гірші за умови інших, конкурентних регіонів. Подальші розробки у сфері регіонального маркетингу можуть забезпечити розвиток як окремих регіонів, так і країни в цілому.

Наук. керівн. Огієнко С. О.

Література: 1. Грицайчук В. Ф. Інвестиційна привабливість регіону в умовах трансформації економіки України // Вісник ДонДУЕТ. – 2005. – №4 (28). – С. 11 – 15. 2. Чайковська О. В. Інвестиційна привабливість регіонів як чинник євроінтеграції України // Фінансові ринки та інститути: Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції 7 – 8 грудня 2007 р. У 2-х томах. Т. 1. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2007. – С. 220 – 223. 3. www.marketing.spb.ru. 4. Котлер Филипп. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.: Вильямс, 2006. – 944 с. 5. Стадницький Ю. Перспективи використання маркетингу для поліпшення соціально-економічної ситуації в регіоні // Регіональна економіка, 2005. – №2. – С. 151 – 159. 6. Харламова Г. О. Інвестиційний маркетинг і моніторинг галузей промисловості України // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №3. – С. 68 – 75.

Зміст

Храмцова А. Ю. Сутність поняття податкової пільги.....	3
Кулага І. В. Методи планування доходів бюджету на державному рівні та оцінка ризику їх виконання.....	4
Пілівська М. В. Теоретичні аспекти податкового контролю.....	6
Номеровська В. С. Теоретичні аспекти мотивації як функція управління в органах ДПС України.....	8
Шпільова С. Л. Проблемні аспекти справляння єдиного податку фізичних осіб – підприємців.....	9
Зволінська М. Г. Спрощена система оподаткування як чинник розвитку національної економіки.....	12
Турик О. С. Аналіз законодавчого визначення податкового боргу та його складових.....	13
Ходєєва В. В. Проблеми та шляхи вдосконалення фіскальної політики в Україні.....	15
Чумакова О. О. Передумови становлення і розвитку податкової системи України.....	19
Голякова К. В. Оцінка можливостей та небезпек переходу держави від існуючої системи надання пільг населенню до адресних.....	22
Тараненко К. В. Методичні та практичні аспекти відображення кредитних операцій банку в обліку та фінансовій звітності.....	25
Твердохліб О. Е. Земля в системі бухгалтерського обліку: визнання, оцінка, методика відображення.....	26
Болобан М. І. Проблеми бухгалтерського обліку торгової націнки та шляхи їх вирішення.....	28
Хворостенко Е. Ю. Значение анализа отчета о финансовых результатах в деятельности предприятия.....	29
Мороз С. А. Удосконалення обліку доходів шляхом упровадження управлінського обліку у банку.....	30
Канавенко Н. В. Формування показника чистого прибутку у звіті про фінансові результати.....	32
Акименко Д. В. Визначення платіжності банкноти – головне завдання касира.....	33
Дехтяренко Ю. О. Відображення кредитних операцій у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності банку.....	34
Слабунова В. В., Яковишина О. О. Стабільність доходів в умовах кризи.....	36
Дробілко Е. К. Особливості процесу інвестування у цінні папери на фондовому ринку.....	37
Жижиль А. О. Банківське інвестиційне кредитування в умовах фінансової кризи.....	39
Ковальова О. М. Перспективи впровадження сек'юритизації активів як методу зниження кредитного ризику в Україні.....	40
Лисий М. В. Основні напрямки удосконалення кредитування малого та середнього бізнесу комерційними банками України.....	41
Максімова М. В. Світовий досвід управління кредитним ризиком і можливість його застосування в Україні.....	43
Мишаста О. А. Види ризиків при здійсненні міжбанківських розрахунків.....	44
Ніколаєва Ю. Ю. Удосконалення регулювання лізингових операцій комерційних банків України.....	45

Петрук І. Ю. Удосконалення валютного режиму в Україні шляхом встановлення вільноплаваючого валютного курсу	47
Половко І. С. Основні напрямки розвитку системи страхового захисту від ризиків іпотечного кредитування	48
Савчук О. О. Інноваційне інвестування як один із перспективних напрямів активізації інвестиційної діяльності банків	49
Ус М. І. Інформаційна складова системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства	51
Кулинча А. С. Цілі ціноутворення у міжнародній торгівлі	52
Захарова О. В. Надання інженерно-технічних послуг як засіб просування основної продукції на зовнішні ринки	54
Фенько О. В. Аналіз методів оцінки міжнародної конкурентоспособности предприятия	57
Карнаушенко А. Ю. Управління переговорним процесом у зовнішньоекономічній діяльності підприємства	58
В'юнкі М. В. Державні заходи стимулювання експорту в Україні	60
Міхайлова А. І. Міжнародний лізинг в умовах ринкової трансформації економіки України	62
Зубенко Д. А. Преимущества документарных форм расчета во внешнеэкономической деятельности	64
Высочина Ю. В. Определение особенностей рекламы автозапчастей	66
Степаненко А. А. Оптимизация системы мотивации труда в условиях глобализации	68
Сидорова А. В. Напрями розвитку регіональних інноваційних процесів	70
Криклий Д. Ю. Основные пути повышения конкурентоспособности промышленных предприятий	72
Черепенина Е. О. Особенности выбора и обоснования цены предприятием на международном рынке	74
Борисенко С. В. Основные подходы к управлению внешнеэкономической деятельностью	76
Сулейман Р. М. Управління фінансовими потоками підприємства	77
Яворська І. В. Використання інструментів контролінгу в управлінні господарською діяльністю підприємства	81
Сутуліна О. В. Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності товару	82
Эборовская Ю. С. Факторы выхода предприятия на внешний рынок	88
Мельник К. В. Аналіз експорту та імпорту України	90
Куринських О. С. Теоретичні аспекти ризику зовнішньоекономічної діяльності підприємства	91
Герец А. А. Усовершенствование механизма обоснования конкурентной стратегии предприятия	95
Очкусь О. П. Вплив політичних факторів на динаміку інвестицій в Україні	98
Монастирська І. С. Маркетингові аспекти управління імпортною діяльністю	100
Андрющенко О. О. Методи вирішення проблеми кредитного ризику банківських установ у сучасних умовах	102
Глущенко О. В. Теоретичні та практичні аспекти розвитку виставкової діяльності в Україні	104
Рева О. М. Порівняльна характеристика основних методів оцінки діяльності комерційних посередників	105
Воцаная А. К. Эффективное использование ресурсов как фактор повышения конкурентоспособности отечественных предприятий на внешних рынках	109
Коломицев Р. М. Місце конфлікту в корпоративній культурі організації	112
Дейнега С. В. Процес управління конфліктами	113
Куліш Ю. О., Сердюк Ю. О. Конфлікт у сучасному світовому суспільстві	114



Прокоп'єва М. В., Іваночко І. М. Специфіка прояву організаційно-управлінського конфлікту.....	116
Кравцова А. А. Конфликт и общество.....	117
Кузнецова Ю. М. Конфлікт: позитивне чи негативне явище у суспільстві?.....	119
Грищенко М. А., Копилова О. В. Вплив самооцінки на поведінку в конфлікті.....	120
Сатиренко А. О. Внутрішній конфлікт та його вплив на продуктивність праці людини.....	121
Соколович Р. Я., Осипова Т. В. Конфлікти у державно-адміністративній сфері.....	123
Яцун Я. С. Стресс как негативное последствие конфликта.....	124
Пархоменко О. О., Шаполова О. С. Політичний конфлікт як фактор внутрішньої загрози національній безпеці.....	125
Малихіна Н. О., Бадуліна В. Д. Взаємозв'язок конфліктології з іншими дисциплінами.....	127
Череднікова Г. М. Удосконалення процедури документування нематеріальних активів.....	128
Бондур Я. І. Упровадження комп'ютеризації до управління підприємством як основа вдосконалення бухгалтерського обліку.....	129
Шимко І. А. Сучасні особливості діяльності автотранспортних підприємств в Україні (на прикладі Сумської області).....	131
Льоля А. В. Використання аутсорсингу в діяльності ВАТ "ВБД – Україна – "Харківський молочний комбінат".....	133
Максімова М. В. Взаємозв'язок стратегічного маркетингу з директ-маркетингом – запорука успіху фірми.....	134
Сухорукова О. Ю. Деякі особливості реклами.....	136
Жижиль А. О. Концепція нейромаркетингу в банківській сфері.....	138
Балашова О. С. Напрямки підвищення ефективності та конкурентоспроможності різних видів транспорту.....	139
Лисенко А. О. Переваги й недоліки морського транспортування вантажів.....	141
Снурніков О. А. Використання елементів логістики у складській діяльності ТОВ "МІРАПЛАН".....	142
Масляк Т. А. Повышение эффективности использования складских площадей промышленными предприятиями.....	144
Семенюк О. В. Переваги сучасних методів оптимізації процесу складування.....	145
Юношева М. Л. Целесообразность внедрения логистики в деятельность украинских промышленных предприятий.....	147
Мисік О. О. Вплив регіонального маркетингу на інвестиційну привабливість та розвиток Харківщини.....	148