

Харківський національний
економічний університет

**Управління
розвитком**

Збірник наукових робіт

№ **3** (124) 2012

видається щомісячно

Харків • ХНЕУ • 2012

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

*Затверджено на засіданні
вченої ради університету,
протокол № 6 від 07.02.2012 р.*

Редакційна колегія

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

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

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

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

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

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

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

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

Науково-дослідного центру індустріальних
проблем розвитку НАН України

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

Науково-дослідного центру індустріальних
проблем розвитку НАН України

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

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

Української академії банківської справи

Національного банку України

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

Уральського федерального університету

імені першого Президента Росії Б. Н. Ельцина

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

Харківського національного університету

радіоелектроніки

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

Донецького національного університету економіки

і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

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

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

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

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

(заступник головного редактора)

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

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

Сєдова Л. М. — відповідальний секретар

Чухрай Н. І. — докт. екон. наук, професор

Національного університету "Львівська політехніка"

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

Chauchat Jean-Hugues — professeur (HdR)

de l'Université Lumière Lyon2

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

finansów, Warszawa

Wackowski Kazimierz — prof. nzw. dr hab.

Politechnika Warszawska

Zehetner Andreas — mag. Uppu Austria University

of Applied Sciences

Поштова адреса

засновника і видавця:

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

Головний редактор **Пономаренко В. С.**

Конт. телефон: (057)702-03-04

Поштова адреса редакції:

61166, Україна, м. Харків,
пров. Інженерний, 1а, 1 під'їзд

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

Редакція (057)758-77-04

Редактори: **Семенова І. М., Бутенко В. О.,**

Замазій О. Є., Лященко Т. О.,

Новицька Л. М., Пушкар І. П.,

Шаповал Г. В., Шейнова Т. Ю.

Комп'ютерна верстка — **Самойленко Т. О.**

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 01.03.2012 р.

Формат 84×108 1/16. Папір MultiCopy.

Ум.-друк. арк. 21,5. Обл.-вуг. арк. 27,09. Зам. № 135.

Ціна договірна.

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

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

© Харківський національний економічний університет, 2012.

© Видавництво ХНЕУ,
дизайн, оформлення обкладинки, 2012.

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ КЕРІВНИКА ЯК ЗДАТНІСТЬ ДО ПЕРЕДАЧІ ТА СТВОРЕННЯ СМИСЛІВ

Анотація. Розглянуто підходи до визначення поняття комунікативної компетентності. Запропоновано авторське трактування даного поняття з використанням когнітивної карти.

Аннотация. Рассмотрены подходы к определению понятия коммуникативной компетентности. Предложена авторская трактовка данного понятия с использованием когнитивной карты.

Annotation. The approaches to the definition of communicative competence are considered. The author's interpretation of this concept by using cognitive map is proposed.

Ключові слова: компетентність, комунікативна компетентність, смисл.

Головне завдання сучасного менеджера полягає в тому, щоб в умовах безупинних і непередбачених змін економічних процесів приймати ефективні управлінські рішення. При цьому в умовах невизначеності відбувається перехід від тривалих зв'язків до короткочасних, які потребують певної ситуативної адаптивності, розвиток способів та інструментів обміну інформацією. За таких обставин сучасний менеджер повинен бути універсальною та унікальною ланкою в ланцюзі соціальних систем. Це обумовлює актуальність визначення такого поняття комунікативної компетентності керівника, яке б забезпечувало не тільки обмін інформацією між персоналом та менеджером, а й безпосередньо підсилювало якість інтелектуального капіталу організації.

Окремими аспектами проблеми визначення комунікативної компетентності займалися: М. Мескон, А. Карпов (розглядали в інформаційному контексті); А. Бодолаєв (розглядав як здатність встановлювати й підтримувати ефективні контакти); М. Кабардов і Є. Арцишевський (як досвід взаємодії з оточуючими). Проте, незважаючи на всебічне вивчення цієї проблеми, залишається багато аспектів, які потребують додаткового дослідження.

Метою цього дослідження є уточнення поняття комунікативної компетентності керівника, яке б враховувало процес обміну та створення нового смислу в процесі комунікацій.

Сьогодні терміном "комунікативна компетентність" вільно користуються і вчені, які працюють у галузі соціальної психології та менеджменту, і керівники-практики. До цього поняття звертаються при поясненні численних сучасних проблем персоналу підприємства в цілому та окремих керівників зокрема. Але, незважаючи на широке вживання терміна "комунікативна компетентність", не тільки непрофесіонали і менеджери, але навіть і вчені не дають однозначне тлумачення його змісту, вкладають у нього неоднакове значення. Причини цього криються в тому, що це поняття є багатозначним, і при цьому досліджується багатьма науками. Поняття "комунікативна компетентність" одним з перших було використано А. Бодолаєвим і трактувалося, як здатність встановлювати і підтримувати ефективні контакти з іншими людьми за наявності внутрішніх ресурсів (знань і вмінь) [1].

Інший учений, Ю. Ємельянов, вважає, що "комунікативна компетентність" – це ситуативна адаптивність і вільне володіння вербальними і невербальними (мовними та немовними) засобами соціальної поведінки" [2]. М. Кабардов і Є. Арцишевський трактують комунікативну компетентність як певний рівень сформованості особистісного та професійного досвіду взаємодії з оточуючими. Цей досвід потрібен індивіду, щоб у рамках своїх здібностей і соціального статусу успішно функціонувати у професійному середовищі та суспільстві [3]. Однак, незважаючи на широке коло вивчення цієї проблеми, жодне із запропонованих визначень не відображає ту його структуру, яка б забезпечувала успішний менеджмент. Важливою умовою для ефективної комунікації є створення на її основі спільності партнерів, яка формується значною мірою передачею партнерами один одному значення певних повідомлень і формуванням на його основі загального компетентного значення. Високий рівень розвитку комунікативної компетентності створює передумови для ефективного обговорення та вирішення певних проблем, які характеризуються невизначеністю і багатозначністю, що вимагає уточнення значення повідомлень.

Проблема створення смислів у процесі комунікації є ключовою для теоретиків цього напрямку. Комунікація – не просто процес обміну інформацією, це процес створення певної спільності, в якій ми осмислюємо інформацію і співвідносимо наші смисли зі смислами наших комунікативних партнерів, створюючи таким чином певний ступінь взаєморозуміння. При цьому відбувається не стільки самовираження і передача-прийом уже сформованих смислів, скільки спільне створення нових смислів. Дослідники комунікацій зауважують, що скільки б ми, наприклад, не намагалися, часом, спланувати,



"програти" в голові майбутню розмову, реальна розмова ніколи не розгортається точно так, як ми її собі уявляли. Реальний розвиток розмови конструється висловлюваннями, реакціями на висловлювання і осмислення цих реакцій одночасно кожним з учасників. Реальний розвиток розмови завжди динамічний і діалогічний, тому динамічний і діалогічний смисл, який ми створюємо в процесі розмови [4]. Якщо висловлювання, яке прозвучало на початку розмови, може спочатку сприйматися нами в одному значенні, то у світлі кожного нового висловлювання попереднє значення, як правило, змінюється, уточнюється, доповнюється. З урахуванням даного уточнення автором було введено нове поняття комунікативної компетентності, яке визначається як сукупність знань, умінь і навичок, що сприяють реалізації вербальних і невербальних засобів спілкування, використання яких дозволяє в результаті формування власного смислу і розуміння смислу партнера по комунікації створювати загальний компетентний смисл, який обумовлює ефективну ситуативну адаптивність.

Для ефективної передачі смислів необхідно працювати з терміносистемами, використовувати когнітивну карту поняття для окреслення координат, в яких відбувається процес комунікації та візуалізації складного поняття. У зв'язку з цим автором була здійснена спроба представлення визначення комунікативної компетентності на рисунку.

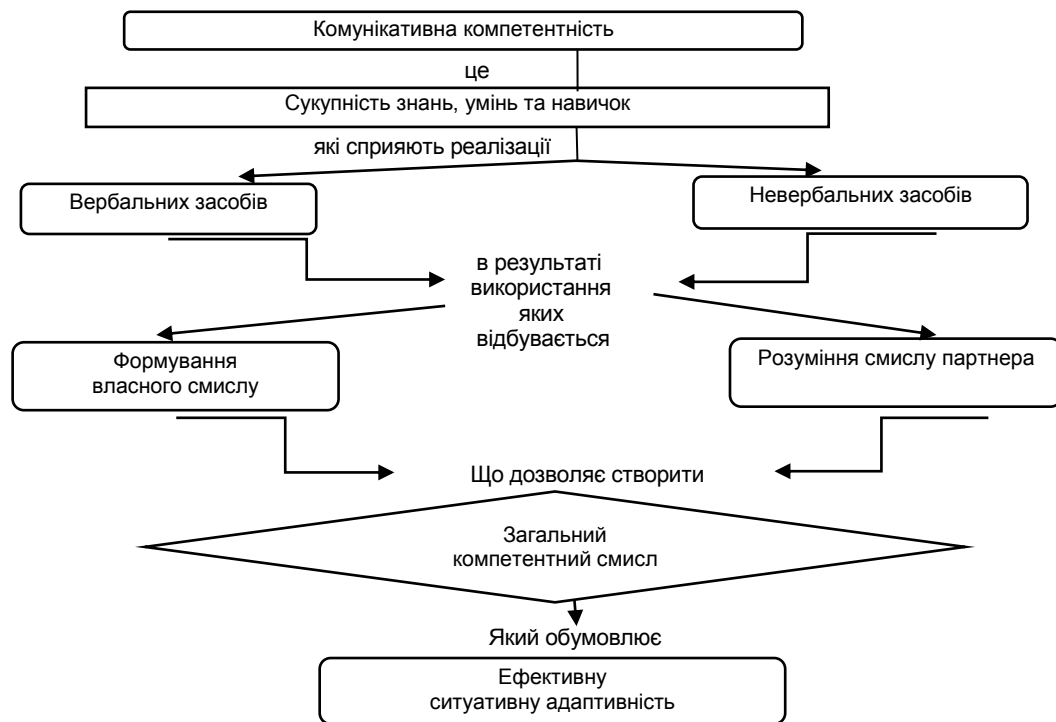


Рис. Когнітивна карта поняття "комунікативна компетентність керівника"

У такому визначенні на перший план виходить не інформація і не акцентування інформаційних процесів, а смисли, розуміння переданої інформації, можливість двостороннього або навіть багатостороннього обміну смислами. Обмін смислами базується на інформаційних процесах, але не зводиться до них. Він ніби знаходиться "на другому поверсі" цих процесів. Тобто інформаційний процес є умовою необхідною, але недостатньою для комунікації. Таким чином, у дослідженнях визначення комунікації як смислової взаємодії переноситься акцент з вивчення процесу простої передачі інформації на таке коло понять, як "смисл", "розуміння смислу", "виникнення смислу", "формування смислу", "передача смислу", "інтерпретація отриманої інформації" та ін. Подальші дослідження в цій області повинні зосередитись на факторах та критеріях, засобах діагностики та розвитку комунікативної компетентності керівника.

Наук. керівн. Ковальова В. І.

Література: 1. Бодалев А. А. Психология общения / А. А. Бодалев. – М. : Просвещение, 1996. – 356 с. 2. Емельянов Ю. Н. Активное социально-психологическое обучение / Ю. Н. Емельянов. – Л. : Изд. ЛГУ, 1985. – 168 с. 3. Кабардов М. К. Языковые и коммуникативные способности и компетенции / М. К. Кабардов, Е. В. Арцишевская // Вопросы психологии. – 1996. – № 1. – С. 23. 4. Cronen V. E. Practical theory and the tasks ahead for social approaches to communication / V. E. Cronen // Social Approaches to Communication / ed. by W. Leeds-Hurwitz. – NY: Guilford, 1995. – P. 217–242. 5. Виханский О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 3-е изд. – М. : Гардарика, 1998. – 528 с. 6. Дафт Р. Менеджмент / Р. Дафт ; пер. с англ. – 6-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 864 с. 7. Матяш О. И. Плюрализм и междисциплинарность как состояние и принцип развития современного коммуникативного знания. Коммуникация и конструирование социальных реальностей : сборник научных статей Международной научно-практической конференции "Коммуникация – 2006". Ч. 1 / О. И. Матяш. – СПб., 2006. – С. 5–15.

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ В КОРПОРАТИВНІЙ КУЛЬТУРІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто сучасні умови діяльності підприємств, що придатні для практичного використання в управлінні змінами корпоративної культури.

Аннотация. Рассмотрены современные условия деятельности предприятий, которые пригодны для практического использования в управлении изменениями корпоративной культуры.

Annotation. The modern terms of activity of enterprises, that are suitable for practical use in the changes of corporate culture management are considered.

Ключові слова: корпоративна культура, зміни, організація, управління, бізнес, адаптація, рівень культури.

Сьогоднішній світ – світ динаміки і швидкості. Всі сфери нашого суспільства реформуються, хоча це винятково важкий, багато в чому суперечливий, але історично неминучий і необхідний процес. В економічній сфері це призводить до того, що фірми та організації вимушені постійно еволюціонувати, щоб не залишитися "за бортом" прогресу і бізнесу. Щоб в ньому вижити та зробити себе лідером, необхідно постійно змінюватися разом з ним, навчитися управляти змінами. Постійно піддаючись впливу з боку зовнішнього середовища, пристосовуючись до змін, сучасна організація повинна мати здатність формувати і накопичувати потенціал, який може забезпечити не тільки своєчасну й адекватну реакцію на дії зовнішнього середовища, але і дасть можливість активно змінювати навколишню дійсність, ефективно управляти функціонуванням і розвитком численних елементів і підсистем організації. Цей потенціал діяльності організації багато в чому забезпечується завдяки корпоративній культурі.

Методологічні, теоретичні і практичні аспекти управління змінами досліджували такі учені, як: Х. Алдріч, Дж. Пфеффер, М. Ханнан, Дж. Фрімен, Р. Керролл, І. Адісеса, Л. Грейнера та ін. В їх роботах запропоновано різні підходи до визначення сутності ключових понять управління змінами, класифікації різновидів, типів змін та зміст інших проблем. Питання змін в організаційній культурі піднімали Т. Діл, Е. Шейн, Ф. Лютенс та ін. Однак сучасні умови діяльності підприємств вимагають додаткового аналізу і подальшого синтезу висновків, наведених в їх роботах, розробки рекомендацій, придатних для практичного використання в управлінні змінами корпоративної культури.

Зовнішнє середовище значно впливає на організацію, що, природно, позначається на її культурі. Однак, як свідчить практика, дві організації, що функціонують в одному і тому ж оточенні, можуть мати дуже різні культури. Це відбувається тому, що через свій спільний досвід члени організації по-різному вирішують дві дуже важливі проблеми. Перша – це зовнішня адаптація: що повинно бути зроблено організацією для того, щоб вижити в умовах жорсткої зовнішньої конкуренції. Друга – це внутрішня інтеграція: як внутрішні організаційні процеси і відносини сприяють її зовнішній адаптації. Управління змінами – це один із важливих факторів, які впливають на корпоративну культуру. Неможливо змінити стратегію організації без коригування корпоративної культури, так само, як і неможливо змінити корпоративну культуру без зміни стратегії організації. Ефективність зміни залежить від сили культури: наскільки тісно вона пов'язана з груповими та індивідуальними цінностями та поведінкою людей. При цьому, якщо цінності поділяють всі працівники організації, то сама організація стає більш згуртованою і мобільною для змін. Ранжування цінностей у подальшому відповідно до їх значущості для працівників організації задає напрям проведенню змін [1].

Культура підприємства може виявитися прийнятною на певний період часу й за певних умов. Зміна умов конкуренції, державного регулювання, стрімкі економічні зміни та нові технології вимагають змін корпоративної культури підприємства, що гальмує підвищення її ефективності. Для створення нової культури підприємства потрібно багато часу, оскільки стара корпоративна культура укорінюється у свідомості людей, що зберігають прихильність до неї [2]. Ця робота містить у собі формування нової місії, цілей підприємства та її ідеології, моделі ефективного управління, використання досвіду попередньої діяльності, традицій і процедур, що укорінилися, оцінку ефективності підприємства, його формальної структури, проектування приміщень і будинків тощо. На можливість зміни культури впливає таке:

організаційна криза – ставить під сумнів практику та відкриває можливості для прийняття нових цінностей. Прикладами кризи можуть бути погіршення фінансового стану підприємства, його поглинання будь-яким іншим підприємством, втрата головних клієнтів, різке входження конкурентів на ринок підприємства;



зміна керівництва. Оскільки вище керівництво є головним фактором у формуванні культури підприємства, заміна її головних керівників сприяє введенню нових цінностей. Але нове керівництво не є гарантією того, що працівники приймуть нові цінності. Нові лідери повинні мати чітке альтернативне бачення того, яким має бути підприємство та його авторитет;

етап розвитку підприємства. Змінити культуру підприємства легше в перехідні періоди від його створення до зростання та від зрілості до ліквідації або банкрутства. Коли організація вступає в стадію зростання, основні зміни організаційної культури будуть необхідні. Культура підприємства ще не усталена, і працівники приймуть її зміни, якщо: попередній успіх підприємства не відповідає сучасним умовам; працівники незадоволені загальним станом справ у підприємстві; репутація засновника підприємства під сумнівом;

розмір підприємства. Змінити культуру легше в невеликому підприємстві, тому що у ньому спілкування керівників із працівниками більш тісне, що збільшує можливості поширення нових цінностей; рівень культури. Чим ширше поширена культура у підприємстві і вище згуртованість колективу, що розділяє загальні цінності, тим складніше змінити культуру. Слабка культура більш піддається змінам, ніж сильна. Інша можливість зміни культури з'являється, коли підприємство переходить на стадію спаду. На цій стадії зазвичай необхідне скорочення персоналу, зниження витрат і життя інших заходів, що свідчать про кризову ситуацію підприємства [3].

Будь-яка зміна – це дуже складний процес. Універсальної інструкції щодо управління організаційними змінами і готових розв'язань цієї проблеми немає і не може бути. Здійснення змін – це спільна робота директора, менеджерів і співробітників організації. Запорукою успіху проведення перетворень є дотримання принципів управління процесом змін.

Основні принципи управління процесом змін у корпоративній культурі:

по-перше, необхідно узгоджувати методи і процеси змін у корпоративній культурі із звичайною діяльністю й управлінськими процесами в організації. В організаціях можлива боротьба за обмежені ресурси, наприклад, деякий персонал використовується як для планування або розробки змін, так і для виконання поточних справ;

по-друге, директору слід визначити, в яких конкретних заходах, якою мірою, і в якій формі керівництву організації необхідно брати участь. Основний критерій – складність виконуваних дій, їхня важливість для організації;

по-третє, управління змінами в культурі включає різні аспекти – технологічні, структурні, методичні, людські, психологічні, політичні, фінансові тощо. Це, мабуть, більш за все утруднює обов'язки керівництва, оскільки в процесі змін беруть участь фахівці, які часто намагаються нав'язати свій обмежений погляд на складну і багатобічну проблему;

по-четверте, управління змінами в корпоративній культурі включає рішення про застосування різних підходів і способів втручання, які допомагають правильно почати, систематично вести роботу, справлятися із опором, добиватися підтримки і здійснювати необхідні зміни [4].

Розраховувати на серйозні зміни культури в організації можна лише тоді, коли систематично і послідовно використовуються "культурні інструменти", спрямовані на формування (або зміну) ціннісних орієнтацій, поведінкових норм та ефективності роботи працівників. Коли керівництво організації буде активно цим займатися і його ідеї відповідатимуть цілям бізнесу та лежатимуть в основі програми перетворення, тоді ці ідеї підтримає більшість працівників організації. Все це свідчить про те, що корпоративна культура дійсно є інструментом управління змінами в організації.

Наук. керівн. Лугова В. М.

Література: 1. Маллинз Л. Менеджмент и организационное поведение : учебн.-практ. пособ. / Л. Маллинз ; пер. с англ. Т. Цеханович и др. – Мн. : Новое знание, 2003. – 1039 с. 2. Латфуллин Г. Р. Теория организации : учебник для вузов / Г. Р. Латфуллин, А. В. Райченко. – СПб. : Питер, 2004. – 395 с. 3. Грейнер Л. Е. Эволюция и революция в процессе роста организаций / Л. Е. Грейнер // Вести. С.-Петербург. ун-та. Серия : Менеджмент. – 2002. – Вып. 4. – С. 76–94. 4. Рюттингер Р. Культура предпринимательства / Р. Рюттингер. – М. : Эком, 1992. – 237 с.

Сайфуліна А. В.

УДК 005.963:159.954

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

РОЗВИТОК КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ УПРАВЛІННЯ ТВОРЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПЕРСОНАЛУ

Анотація. Подано визначення поняття "творчий потенціал" працівника, виділено його основні складові, визначено взаємозв'язок між поняттями "творчість" і "креативність".

© Сайфуліна А. В., 2012

Аннотация. Дано определение понятия "творческий потенциал" работника, выделены его основные составляющие, определена взаимосвязь между понятиями "творчество" и "креативность".

Annotation. In this paper we have given the definition of creativity of the employee, identified its major components, defined the relationship between the concepts of creativity and creativity.

Ключові слова: творчий потенціал, творчість, креативність.

За останні роки принципово змінився характер виробничої діяльності людини. Складність бізнес-процесів, що реалізуються на основі інноваційних перспективних технологій, постійно зростає. Це підвищує вимоги до їх безпосередніх реалізаторів. Найбільша частина населення здійснює свою роботу не безпосередньо з керованим матеріальним об'єктом, а з його інформаційним образом в інформаційному середовищі, що підвищує вимоги до персоналу. Актуальним стає здатність персоналу адаптуватися до швидко змінюваних умов зовнішнього середовища, приймати нестандартні рішення.

Багато сучасних вчених займаються вивченням творчого потенціалу. Зокрема, значний внесок зробили Матюшкін А. М. [1], що займався вивченням проблем творчості, Моляко В. О. [2], що вивчав проблеми творчості та обдарованості, визначив структуру творчого потенціалу людини, Пономарьов Я. О., що дослідив проблеми психології творчості, Рубінштейн С. Л. [3], що виділив особливості творчої діяльності, Степанов С. Ю., що розглянув проблему творчості через рефлексійний розвиток.

Проблема управління та розвитку творчого потенціалу робітника на сьогоднішній день є достатньо актуальною, тому що здатність персоналу приймати нестандартні рішення і швидко адаптуватися до змін є важливим критерієм конкурентоспроможності організації.

Метою дослідження є уточнення сутності та змісту категорії "творчий потенціал" робітника, а також визначення термінів "творчість" та "креативність".

Обдаровані та талановиті працівники складають трудовий потенціал організації. Щодо трудового потенціалу окремого індивіда, то загальноприйнятим визначенням цього терміна є сукупність характеристик співробітника організації, що визначають можливості і межі його участі у трудовій діяльності, фактично і перспективно реалізуються у рамках існуючого організаційного середовища. У складі трудового потенціалу робітника важливе місце посідає творчий потенціал особистості.

Представники розбіжних наукових підходів трактували термін "творчий потенціал" по-різному. Для визначення цього поняття у контексті теми даної роботи необхідно зробити порівняльний аналіз термінів (табл. 1).

Таблиця 1

Поняття "творчий потенціал людини"

№	Наукові підходи	Поняття	Визначення	Коментарі
1	Альтшуллер Г. С., Валеев Г. Х., Моляко В. О., Чаплигін О. К. та інші представники діяльнісного підходу	Творчий потенціал людини	Властивість, що характеризує міру можливостей особистості здійснювати трудову діяльність. При дослідженні ТП людини необхідно розглядати не лише сукупність властивостей, що становлять його структуру, а й характер та інтенсивність їх взаємодії	Незрозуміло, що мається на увазі під властивістю. То є психологічна властивість, чи професійна?
2	Кузьміна Н. В., Столопович М. Н., Степанов С. Ю. та інші представники енергетичного підходу	Творчий потенціал людини	Психоенергетичні ресурси особистості, що мають властивість "розряджатися" в творчих видах діяльності	Що таке психоенергетичні ресурси?
3	Матюшкін О. М., Пономарьов Я. О. та інші представники інтегративного підходу	Творчий потенціал людини	Інтегративна властивість організму	Дуже широке та неконкретне визначення
4	Хорощун А. А. в рамках інтегративного підходу вивів більш детальне визначення	Творчий потенціал людини	Інтегративна властивість особистості, що характеризує ступінь можливостей людини здійснювати творчу діяльність, визначає потребу, готовність і здатність до творчої самореалізації і саморозвитку, а також забезпечує ефективну взаємодію особистості з іншими людьми та високу продуктивність діяльності	Що мається на увазі під творчою діяльністю?

Також деякі вчені виокремили власне розуміння поняття "творчий потенціал особистості" (табл. 2).

Поняття "творчий потенціал особистості"

№	Науковці	Поняття	Визначення	Коментарі
1	Шаталова Н. І.	Творчий потенціал особистості	адаптаційний рівень трудового потенціалу працівника, що пов'язаний з активністю і саморозвитком його ресурсів і можливостей у трудовій діяльності	Незрозуміло з приводу адаптаційного рівня
2	Титаренко Т. М.	Творчий потенціал особистості	можливість людини реалізувати, розкрити свої сутнісні сили, виконати життєве призначення	Дуже широке поняття
3	Лихвар В. Д.	Творчий потенціал особистості	сукупність творчих здібностей, необхідних для творчої діяльності	Які саме творчі здібності?

З огляду понять можна зробити висновок, що творчий потенціал людини – це сукупність здібностей, психоенергетичних ресурсів та психологічних властивостей особистості, що дають змогу ставити перед собою та вирішувати творчі завдання. Зауважимо, що психоенергетичний ресурс – це здатність людини жити, діяти, розвиватися, необхідний для пізнання і творчості.

Виділяють такі основні складові творчого потенціалу людини:

здатки, схильності, які виявляються у підвищеній чутливості, певній вибірковості, наданні переваг, а також в динаміці психічних процесів;

інтереси, їх спрямованість, частота і систематичність прояву, домінування пізнавальних або інших інтересів;

допитливість, прагнення до створення нового, пошук і вирішення проблем;

швидкість у засвоєнні нової інформації, створення асоціативних масивів;

схильність до постійних порівнянь, зіставлень, вироблення еталонів для подальшого відбору структур і функцій шуканого продукту;

прояви загального інтелекту, тобто творчого мислення, схоплювання, розуміння, швидке оцінювання і вибір шляхів розв'язання, адекватність дій;

емоційна насиченість процесів, емоційне відношення, вплив відчуттів на суб'єктивне оцінювання, вибір, переваги та ін.;

інтуїтивізм – здатність до надшвидких оцінок, рішень, прогнозів;

порівняно швидке оволодіння вміннями, навичками, прийомами, технікою праці, ремеслом, майстерністю;

здатність до вироблення стратегій і тактик при вирішенні нових загальних і спеціальних завдань, проблем, пошуках рішень у складних умовах, нестандартних, екстремальних ситуаціях тощо.

Люди з високорозвиненим творчим потенціалом мають потужне абстрактне мислення; здатні приймати протилежності, невизначеність, двозначність суджень; володіють високою емоційною стійкістю в складних ситуаціях; прагнуть отримати результат своєї роботи, впевнені в собі і своїх діях.

Творча діяльність – це високоефективний процес створення, розвитку, збагачення та реалізації трудових, соціальних, політичних і всіх інших форм та видів потреб і здібностей людей, націлених на суспільний процес.

Творчий акт – це процес вирішення поставленого завдання. Він характеризується проявом оригінальності, що досягається на основі інтуїтивного використання побічних продуктів діяльності і латеральних форм мислення. Акт творчості є найбільш концентрованим виразом максимально ефективної роботи всіх компонентів системи мислення індивіда, оскільки розуміння його природи вимагає аналізу та обліку безлічі різних факторів:

закономірностей організації та функціонування системи особистісних смислів, до яких індивід звертається в процесі творчості;

способів оперування ними (з урахуванням специфіки символічної та образної репрезентації інформації);

наявності певної генетичної обумовленості компонентів розумової активності;

впливу мови на характер сприйняття та оцінки інформації, деяких особливостей особистості вченого та ін.

Творча діяльність людини неможлива без творчої активності. Поняття "активність" є більш ширшим, ніж поняття "діяльність" (за визначенням Небиліцина В. Д.). Активність визначається як група особистісних якостей, що зумовлює внутрішню потребу, тенденцію індивіда до ефективного освоєння зовнішньої дійсності, до самовираження щодо зовнішнього світу. Активність може бути розумовою, руховою та соціальною. Творча активність є різновидом розумової.

Багато хто помилково ототожнює терміни "творчість" та "креативність". Тому необхідно дати чіткі визначення цим поняттям.

Творчість – це діяльність людини, продукт якої визнається соціумом як якісно новий і унікальний. Альтшуллер Г. С. виділив три рівні творчості:

1. Застосування відомого вирішення до відомої проблеми. Тут або застосовуються засоби, що призначені саме для цієї мети, або вибирається один з небагатьох альтернативних варіантів вирішення завдання.

2. Нове застосування відомого рішення або нове вирішення старого завдання незвичними в цій сфері засобами.

3. Для принципово нової проблеми знаходиться принципово нове рішення. Така творчість працює на віддалене майбутнє.

Креативність (за визначенням Торенса Є. П.) – це процес прояву чутливості до проблем, дефіциту знань, їх дисгармонії, невідповідності; визначення цих проблем; пошуку їх рішень і висування гіпотез; перевірок, змін і повторних перевірок гіпотез; формулювання та повідомлення результату рішення. Тобто поняття креативність є основною складовою творчості.

Спираючись на наведені визначення термінів, можна зробити схему їх взаємодії (рисунок).

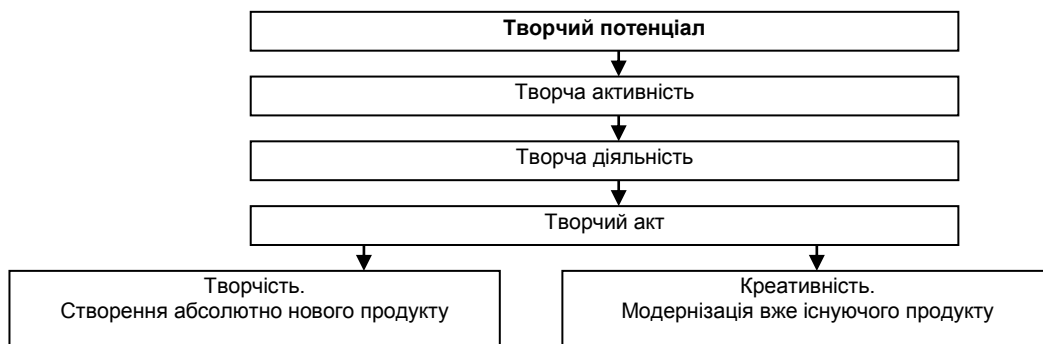


Рис. Взаємодія визначень

З рисунка видно, що розвиток творчого потенціалу стимулює творчу активність людини, що веде до творчого акту, результатом якого є продукт діяльності.

За наведеним матеріалом можна зробити такі узагальнюючі висновки, що творчий потенціал – найбільш унікальна здатність людини, яка веде до всіх форм самовираження. Розвиток творчого потенціалу людини є невід'ємною частиною розвитку особистості в цілому. Необхідно навчати працівників бути креативними, щоб вони готові були прийняти нове, вміли імпровізувати та приймати нестандартні рішення.

Наук. керівн. Тютлікова В. В.

Література: 1. Мышление, обучение, творчество / А. М. Матюшин ; Рос. акад. образования ; Московський психолого-соціологічний інститут. – М. : МПСИ ; Воронеж : МОДЭК, 2003. – 719 с. 2. Актуальні проблеми психології творчості : збірник наукових праць / за ред. В. О. Моляко. – Житомир : Вид. ЖДУ ім. І. Франка, 2007. – Т. 12. – Вип. 3. – 318 с. 3. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – СПб. : Питер, 2000. – 705 с. 4. Большой психологический словарь / сост. и общ. ред. Б. Мещеряков, В. Зинченко. – СПб. : Прайм – ЕВРОЗНАК, 2003. – 632 с. 5. Исследование проблем психологии творчества / Я. О. Пономарев. – М. : Наука, 1983. – 336 с. 6. Поиск новых идей: от озарения к технологии / Г. С. Альтшуллер, Б. Л. Злотин, А. В. Зусман. – Кишинев : КартяМолдовеняскэ, 1989. – 318 с. 7. Психологічна енциклопедія / автор-упорядник О. М. Степанов. – К. : "Академвидав", 2006. – 424 с. 8. Хорошун А. А. Психологічні особливості розвитку творчого потенціалу старшокласників спеціалізованих шкіл : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук / А. А. Хорошун. – Х. : ХНУ ім. Карабіна, 2009. 9. Психологічне дослідження творчого потенціалу особистості : монографія / авт. кол. наук. керівник В. О. Моляко. – К. : Педагогічна думка, 2008. – 208 с.

УДК 005.32:005.91

Бережна О. М.

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ СТВОРЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ КОМАНДИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Проведено діагностику соціально-психологічних чинників формування управлінської команди: морально-психологічного клімату в колективі, соціотипів та ділових ролей його членів, а також обґрунтовано відповідні рекомендації.

© Бережна О. М., 2012

Аннотация. Проведена диагностика социально-психологических факторов формирования управленческой команды: морально-психологического климата в коллективе, социотипов и деловых ролей его членов, а также обоснованы соответствующие рекомендации.

Annotation. Diagnostics of social-psychological factors of forming administrative command is conducted: moral-psychological climate in a collective, sociotypes and business roles of it's members, and also the proper recommendations are grounded.

Ключові слова: управлінська команда, морально-психологічний клімат, соціотип, ділові ролі.

На сьогоднішній день очевидно є необхідність переходу від командно-адміністративної форми управління підприємством до створення управлінських команд. Це пов'язано з ускладненням і збільшенням структурного і функціонального складу менеджерів, що вимагає застосування більш ефективних організаційних форм і методів колективного управління, які дозволяють мінімізувати час ухвалення управлінських рішень й підвищити їх продуктивність, доцільність і оперативність. Вирішити таку проблему зазвичай здатна грамотно сформована управлінська команда.

На жаль, на вітчизняних підприємствах створенню управлінських команд приділяють мало уваги, тому метою дослідження була оцінка існуючого стану управлінського персоналу підприємства ВАТ "ХСТВ" з точки зору вираженості соціально-психологічних чинників і виявлення можливостей створення управлінської команди. Для цього був розроблений пакет тестів для діагностики морально-психологічного клімату, визначення соціотипів членів персоналу та ділових ролей у ньому [1, с. 99; 2, с.11; 3, с. 34].

Об'єктом дослідження є управлінський персонал на підприємстві (відділ бухгалтерії).

Предметом дослідження є стан вираженості соціально-психологічних чинників, що характеризують можливості створення управлінської команди.

Вагомий внесок у вивчення сутності команд зробили такі вітчизняні і зарубіжні вчені, як: Авдеев В. В., Агеев В. Є., Андреев Г. М., М. Армстронг, Р. Берд, Галкіна Т. П., Гуленко В. В., Лапигін О. Н., М. Бронштейн, Т. Бьюзен, М. Геллерт, Г. Гертер, Дж. Каммероу, Карамушка Л. М., Б. Карлоф, С. Керд, О. Крегер, В. Крюгер, І. Салас, С. Таненбаум, Шарпай С. В., Д. Шустерман та ін.

Під управлінською командою слід розуміти грамотно організовану групу співробітників, у якій між учасниками, окрім гармонійних особистих стосунків, підтримується високий рівень співпраці для досягнення конкретних цілей підприємства, а також існує спільна відповідальність за кінцеві результати перед ним.

На рис. 1 зображена когнітивна схема даного поняття.

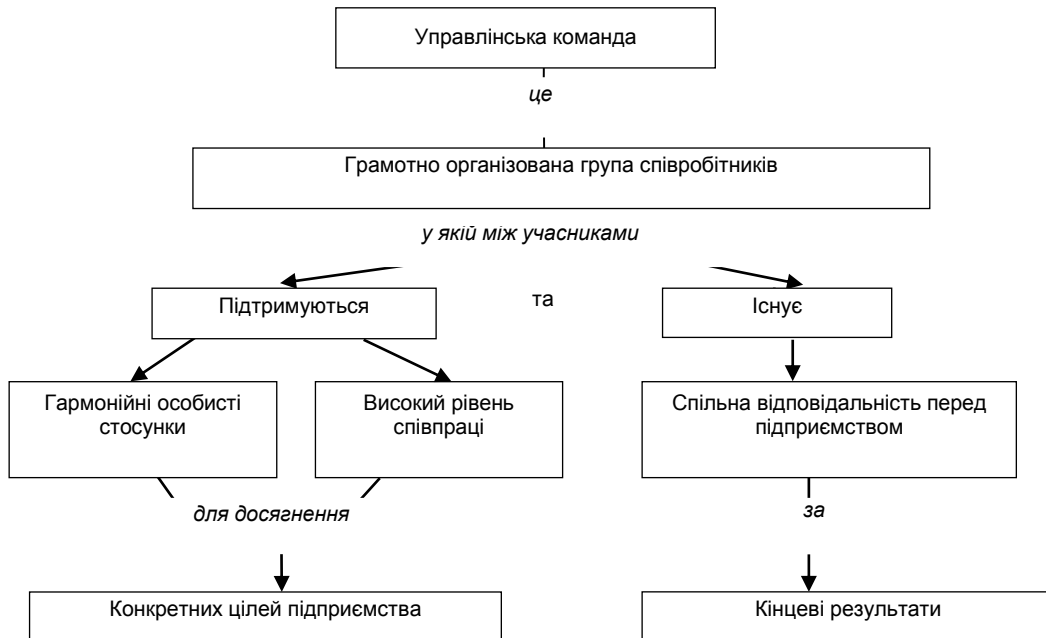


Рис. 1. Когнітивна схема поняття "управлінська команда"

Оцінка морально-психологічного клімату здійснювалась шляхом опитування 8 осіб. Його результати свідчать, що морально-психологічний клімат у колективі є нестійким сприятливим.

На рис. 2 показано, що таким його визнали близько 62,5 % опитуваних. Це означає, що попри добре ставлення один до одного, серед членів колективу існує недовіра.



Рис. 2. Оцінка морально-психологічного клімату

Головним чинником, що створює морально-психологічний клімат, виступають стосунки між членами колективу. Тому для виявлення характеру таких стосунків, їх специфіки та впливу на психологічний клімат, було проведено опитування на визначення соціотипів.

Аналіз даних дослідження показав, що в колективі є такі соціотипи: Наполеон, Дюма, Жуков, Робесп'єр, Драйзер, Гекслі, Єсенін та Дж. Лондон.

У табл. 1 вказано, які саме відносини виникають між соціотипами.

Таблиця 1

Можливі відносини серед соціотипів

	1. Наполеон	2. Дюма	3. Жуков	4. Робесп'єр	5. Драйзер	6. Гекслі	7. Єсенін	8. Дж. Лондон
1. Наполеон		ПП	РО	КФ	ЗЕ	ДЕ	ПД	АК
2. Дюма	ПП		МИ	АК	КТ	ПД	ДЕ	КФ
3. Жуков	РО	МИ		СР	ПР	СЄ	ДО	ПЗ
4. Робесп'єр	КФ	АК	ПР		СЄ	СР	ПЗ	ПП
5. Драйзер	ЗЕ	КТ	СР	СЄ		ПР	СЗ	ДО
6. Гекслі	ДЕ	ПД	СЄ	ПР	СР		ПП	СЗ
7. Єсенін	ПД	ДЕ	ДО	СЗ	ПЗ	ПП		ПР
8. Дж. Лондон	АК	КФ	СЗ	ПП	ДО	ПЗ	СР	

Умовні позначення: ДО – відношення доповнення (дуальні); АК – активації; ЗЕ – дзеркальні; ПП – повної протилежності; МИ – примарні; КТ – квазітотожні; СЗ – соціального замовлення; ТО – то-тожні; ПД – напівдоповнення; ДЕ – ділові; СР – соціальної ревізії; РО – споріднені; СЄ – суперого; КФ – конфліктні; ПР – підревізійні; ПЗ – підзамовні [2, с. 18–19].

Серед соціотипів є дві дуальні пари: "Драйзер" – "Джек Лондон" (етико-сенсорний інтроверт – логіко-інтуїтивний екстраверт) та "Жуков" – "Єсенін" (сенсорно-логічний екстраверт – інтуїтивно-етичний інтроверт). Такі пари здатні існувати досить довгий час, не дратуючи один одного та не провокуючи проблем зі спілкуванням. Тому рекомендовано залучати такі пари до виконання важливих завдань та вирішення управлінських питань.

У колективі також існує дві пари соціотипів, відносини між якими конфліктні, що означає найменший рівень психологічної сумісності, це "Робесп'єр" – "Наполеон" та "Дюма – Джек Лондон". Не слід доручати їм виконувати одне завдання, бо це може спричинити низку непорозумінь і незадовільний результат.

Необхідно також звернути увагу на пари, де виникають примарні відносини ("Жуков" – "Дюма"), адже специфікою таких відносин є виникнення непорозуміння при діловому спілкуванні, хоча при неформальному – спостерігається спокійне співіснування досить довгий час. Тож рекомендовано давати роботу кожному з партнерів, відокремлену від завдання іншого.

Пари, між якими виникають дзеркальні відносини ("Драйзер" – "Наполеон"), доцільно залучати до пошуку нестандартних шляхів вирішення питань, адже партнери здатні підсилювати творчий потенціал один одного.

Ефективність роботи команди, окрім створення гармонійних стосунків, залежить також від раціонального розподілення ділових ролей серед її членів, що забезпечує високий рівень співпраці. При цьому необхідно враховувати схильність та здатність кожного члена до виконання найбільш характерної для нього ролі.

Результати тестування з метою визначення ділових ролей членів колективу наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Результати тестування на визначення ділових ролей членів колективу

№ п/п	Роль	Соціотип
1	"Лідер"	"Дж. Лондон"
2	"Реалізатор"	–
3	"Генератор ідей"	"Гекслі"
4	"Об'єктивний критик"	"Робесп'єр"
5	"Організатор"	"Драйзер", "Єсенін"
6	"Постачальник"	"Наполеон"
7	"Душа колективу"	"Дюма"
8	"Контролер"	"Жуков"

Після обробки даних було виявлено, що майже кожен член колективу спроможний виконувати декілька ролей, що є позитивним фактором при формуванні команди і в подальшому дозволить найбільш ефективно розподіляти функціональні обов'язки для вирішення конкретного управлінського завдання. Проте в таблиці наведені ті ролі, які найбільш виражені у кожного члена колективу, що гарантує високий рівень їх виконання.

Спираючись на положення соціоніки та результати аналізу вираженості соціально-психологічних чинників, автор зробив висновок, що на базі відділу бухгалтерії ВАТ "ХСТВ" може бути створена управлінська команда.

Практичне втілення в життя цього висновку потребує розробки рекомендацій щодо розподілу ролей згідно з особливостями соціотипів (табл. 3) [2, с. 26] і формування команди (табл. 4).

Таблиця 3

Рекомендації щодо розподілу ролей згідно з особливостями соціотипів

№ п/п	Компонент спільної діяльності	Роль	Підходящий соціотип
1	Пізнавальний	"Генератор ідей"	"Дон Кіхот", "Дж. Лондон"
2		"Критик"	"Бальзак", "Робесп'єр"
3	Практичний	"Лідер"	"Жуков", "Штірліц",
4		"Реалізатор"	"Гюго", "Наполеон"
5		"Практик-організатор"	"Горький", "Габен"
6	Емоційно-комунікативний	"Розвідник ресурсів (постачальник)"	"Гекслі", "Гамлет"
7		"Душа групи"	"Дюма", "Єсенін",
8		"Контролер"	"Достоевський", "Драйзер"

Виходячи з табл. 2 та 3, можна дати такі рекомендації щодо формування команди на базі даного управлінського персоналу (табл. 4).

Таблиця 4

Рекомендації щодо формування команди на базі даного управлінського персоналу

№ п/п	Роль	Підходящий соціотип
1	"Лідер"	"Жуков"
2	"Реалізатор"	"Наполеон"
3	"Генератор ідей"	"Дж. Лондон"
4	"Об'єктивний критик"	"Робесп'єр"
5	"Організатор"	"Єсенін"
6	"Постачальник"	"Гекслі"
7	"Душа колективу"	"Дюма"
8	"Контролер"	"Драйзер"

Таким чином, після ґрунтовного аналізу вираженості соціально-психологічних чинників, автором були надані рекомендації щодо створення ефективної управлінської команди на базі конкретного відділу підприємства.

Запропонована методика виконання аналізу можливостей створення управлінської команди може бути застосована в будь-якому колективі.

Наук. керівн. Сасіна Л. О.

Література: 1. Галкина Т. П. Социология управления: от группы к команде : учебн. пособ. / Т. П. Галкина. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 224 с.: ил. 2. Доронин А. В. Практикум по соционике для менеджера : учебно-метод. изд. Ч.1 / А. В. Доронин. – Х. : РИО ХГЭУ, 2002.– 53 с. 3. Психодиагностика персонала. Методика и тесты : учебн. пособ. для факультетов: психологических, экономических и менеджмента : в 2 т. Т. 2. – Самара : ИД "Бахрах-М", 2007. – 560 с.

УДК 331.101.3

Серіков Д. О.

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ВИКОРИСТАННЯ ПОЛОЖЕНЬ ТЕОРІЙ МОТИВАЦІЇ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Запропоновано застосування теоретичних досліджень і методичних підходів до формування системи мотивації персоналу на підприємствах.

Аннотация. Предложено применение теоретических исследований и методических подходов к формированию системы мотивации персонала на предприятиях.

Annotation. This article proposes the application of theoretical studies and methodological approaches to the formation of motivation of staff at enterprises.

Ключові слова: система мотивації, теорії мотивації, змістовні теорії мотивації, процесні теорії мотивації, теорії "поля".

В умовах соціально орієнтованої ринкової економіки зростає роль і значення перебудови системи мотивації та соціально-трудова відносин як основного джерела підвищення ефективності виробництва та добробуту населення. За таких умов важливим є системний підхід до визначення сутності мотивації персоналу підприємства, її регулювання й оптимізації на рівні взаємодії інтересів підприємства та працівника. Тільки знаючи, що спонукає людину до діяльності, які мотиви лежать в основі її праці, можна розробити ефективну систему форм і методів управління її поведінкою.

Проблема мотивації праці персоналу знайшла своє відображення у працях мислителів минулого і сучасності [1 – 26]. Об'єктивна необхідність застосування теоретичних досліджень і методичних підходів до розробки та удосконалення системи мотивації персоналу на промислових підприємствах обумовили вибір теми, визначили предмет і об'єкт дослідження, його мету й завдання.

Об'єктом дослідження виступає система мотивації персоналу підприємства.

Предметом дослідження виступає сукупність теоретичних положень, методів і підходів до удосконалення системи мотивації персоналу підприємства.

Підвищення ефективності діяльності працівників можливе за рахунок побудови ефективної системи мотивації персоналу. Останнє, в свою чергу, вимагає дослідження теоретичних та практичних доробок мотивації з точки зору визначення найбільш дієвих способів впливу на трудову поведінку персоналу.

Вивчення мотивації є необхідним для прогнозування й управління трудовою поведінкою шляхом формування ефективної системи мотивації персоналу підприємства.

Огляд та аналіз праць вітчизняних і зарубіжних теоретиків менеджменту показали, що більшість авторів досліджують мотивацію персоналу через призму мотиваційних теорій. Теорії мотивації – сукупність положень, принципів, законів, закономірностей, що відображають зміст та аналіз потреб людини, процес стимулювання, умови забезпечення ефективного мотивування та встановлення обґрунтованих винагород з метою досягнення очікуваних результатів [6, с. 412].

В. Пономаренко, С. Довбня, І. Клименко [21] виділяють такі підходи до мотивації праці: владний примус, метод "батого і пряника", змістовний, процесуальний, комплексний. А. Колот [11] на-



водить такі підходи: школа наукового управління, доктрина людських відносин, змістовні і процесуальні теорії, менеджмент "людських ресурсів". Т. Лепейко виділяє три основні школи [22]: західну (матеріалістичну), вітчизняну (діалектико-матеріалістичну) та неоматеріалістичну. Згідно з В. Чирковим [23], теорії поділяються на концепції "раннього наукового управління", теорії людських відносин та моделі мотивації, створені в руслі теорії самоактуалізації. С. Фролов виділяє психологічні теорії та соціально-економічні теорії [24]. За Й. Завадським [25], усі теорії мотивації можна поділити на ранні теорії (економічні підходи до мотивації, мотиваційні теорії З. Фрейда і неофрейдистів) та сучасні теорії (теорії потреб, пізнавальні теорії, теорії підкріплення, теорії мотивації соціального вивчення). У роботі [26] автори пропонують класифікувати всі теорії трудової мотивації таким чином: змістовні теорії, процесуальні теорії, пізнавальні теорії, новітні теорії.

Сьогодні для України особливий інтерес становлять теорії, що знайшли широке застосування в країнах з розвиненими ринковими відносинами [27, с. 191].

У таблиці наведено сучасні теорії мотивації, які розглядаються у роботах, присвячених мотивації персоналу [16, с. 42–47]. Велика їх кількість свідчить про те, що це надзвичайно складний і багатоаспектний процес.

Таблиця

Узагальнення закономірностей регулювання поведінки людини, які представлено в сучасних теоріях мотивації

Теорія / автор	Закономірності поведінки
1	2
Змістовні теорії	
Теорія ієрархії потреб А. Маслоу	Людина діє під впливом незадоволених потреб п'ятих рівнів. Потреби задовольняються послідовно: вищі не будуть задоволені, якщо не задоволені потреби нижчих рівнів
Теорія існування, відносин і зростання К. Алдерфера	Поведінка людини детермінується незадоволеними потребами трьох груп: існування, відносин, зростання. При цьому рух може бути як вгору по ієрархії, так і вниз за неможливості задоволення потреб вищого рівня
Двофакторна теорія Ф. Герцберга	Поведінка людини залежить від факторів гігієни, які пов'язані з оточуючим середовищем, і мотиваційних факторів, які пов'язані з характером і сутністю роботи
Теорія зустрічних потреб Д. МакКлелланда	Оскільки потреби нижчих рівнів в основному задоволені, на поведінку людини впливають потреби успіху, влади, співучасті
Концепція мотивів трудової діяльності Здравомислова О. Г.	Є декілька рівнів мотивів трудової діяльності: матеріальна зацікавленість у результатах праці, зміст праці, відносини у колективі, сенс праці
Модель паралельної мотивації Виготського Л. С.	Вищі і нижчі потреби існують паралельно, тому і механізми їх задоволення також повинні існувати паралельно і незалежно
R-теорія Подольчака Н. Ю.	Поведінка і мотиви людей пояснюються схильністю до ризику
Процесні теорії	
Комплексна процесна теорія Л. Портера, Е. Лоулера	Трудове зусилля і прагнення виконати роботу залежать від привабливості, цінності винагороди, очікуваної за досягнення трудової мети, оцінює вірогідність її реалізації і отримання винагороди
Теорія очікування В. Врума	Сила мотивації до праці залежить від оцінки людиною співвідношення результатів праці і витрачених зусиль, скоригованих на справедливість і значимість винагороди, а також на рівень задоволеності від роботи
Теорія неупередженості (справедливості) Дж. С. Адамса	Люди суб'єктивно порівнюють отриману винагороду із витраченими зусиллями, а також із винагородою інших на такій посаді і відповідно корегують свою поведінку
Теорія соціальних порівнянь Л. Фестінгера	Люди, в першу чергу, прагнуть оцінювати свої досягнення шляхом порівняння себе з іншими людьми, а не за абсолютними показниками, на основі чого змінюють свою поведінку
Теорія виклику Суркова С. А.	На мотивацію працівників з високим рівнем самовпевненості значний вплив здійснюють складні завдання, які є своєрідним "викликом"
Теорія підкріплення Скіннера Б. Ф.	Мотивація залежить від минулого досвіду людини, від наслідків її дій у минулому. Головною є оцінка результатів діяльності працівника і правильне співвідношення моральних і матеріальних стимулів
Теорія постановки цілей Е. Локка	Поведінка людини детермінується цілями, які вона ставить перед собою і заради яких діє
Теорія балансу між спонуканням і вкладом Барнарда С. І., Саймона Х. А.	Рівновага між спонуканням членів організації до активної діяльності та їх реальним вкладом у досягнення цілей організації забезпечується за допомогою дозованої видачі винагороди

1	2
Теорія "типових перемінних" та індивідуального вибору Т. Парсонса	Індивід обирає поведінку, виходячи з конкретних ситуацій в організації. Цей вибір залежить від того, як працівник оцінює ситуацію, що він бажає в даній ситуації, і як може впливати на ситуацію
Теорія мотивації соціального вивчення А. Бандури	Поведінка людини пояснюється символічними процесами, замінюючим вивченням і самоконтролем
Теорія характеристик роботи Р. Хакмана, Г. Олдхема	На мотивацію впливають такі характеристики, як різноманітність роботи, її значимість, результативність, самостійність при виконанні, зворотний зв'язок
Теорії "поля" (відносин)	
Теорія Х і У Д. Мак-Грегора	Згідно з теорією Х працівники ледачі, безініціативні, працюють лише під примусом, для них підходить жорстке керівництво. Інші (теорія У) здатні до самомотивації, отримують задоволення від самої праці
Теорія Z В. Оучі	Головним у забезпеченні ефективної діяльності є дотримання принципу співучасті, тобто забезпечення демократичного стилю керівництва, залучення підлеглих до прийняття рішень, довіра, такт, близькість
Теорія орієнтації на роботу Голдторпа Д. Х., Д. Локвуда	Поведінка людини залежить від пріоритетних орієнтацій членів організації: інструментальної, бюрократичної орієнтації, орієнтації на основі співучасті чи професійної орієнтації
Системи управління людськими ресурсами Р. Лайкерта	На продуктивність праці значний вплив здійснює стиль керівництва
Концепції людини Е. Шейна	Згідно з концепцією раціональної економічної людини, соціальної людини і складної людини, працівники мотивуються відповідними чинниками (економічними, соціальними тощо)
Крос-культурна мотивація Ф. Тромпенаарса, С. Хемпден-Тернера	На мотивацію значний вплив здійснюють міжнаціональні культурні відмінності
Теорія поля К. Левіна	Поведінка людини є функцією особистісних факторів та факторів оточення
Концепція організаційного зростання Г. Літвіна, Р. Стрінгера	Ставлення до виробництва, людей, творчості тощо формується під впливом організаційної культури, соціального середовища

Як видно, чисельні теорії мотивації, незважаючи на їх ґрунтовність, не дозволяють розробити чітку та дієву систему мотивації персоналу підприємства. Кожна з них розкриває і моделює окрему, обмежену сторону діяльності людини. Для того щоб перебороти таку однобічність і обмеженість, доцільно поєднати ключові ідеї різних теорій, оскільки вони доповнюють одна одну.

Таким чином, для побудови ефективної системи мотивації персоналу підприємства необхідно визначити ключові потреби працівників, пов'язувати їх із цілями підприємства за рахунок різних видів винагород та враховувати індивідуальні особливості персоналу та стан середовища в процесі створення ефективної системи мотивації персоналу підприємства.

Подальші дослідження будуть спрямовані на розроблення конкретної методики формування системи мотивації персоналу підприємства Харківського регіону.

Наук. керієн. Лугова В. М.

Література: 1. Богиня Д. П. Ментальний чинник у сфері праці: Проблеми теорії та практики : [монографія] / Д. П. Богиня, М. В. Семикіна. – К. : "Шторм", 2003. – 382 с. 2. Оплата праці у виробничій сфері: проблеми та методологія збільшення заробітної плати в умовах ресурсозбереження : [монографія] / [Гончаров В. М., Додонов О. В., Припотень В. Ю. та ін.] ; під заг. ред. д.е.н., проф. В. М. Гончарова. – Донецьк : ТОВ "Альматео", 2006. – 246 с. 3. Савіна Г. Г. Методологія і практика формування соціально-економічної політики на підприємствах легкої промисловості : [монографія] / Г. Г. Савіна. – Херсон : ХДТУ, 2004. – 300 с. 4. Сладкевич В. П. Мотивационный менеджмент : [курс лекцій] / В. П. Сладкевич. – К. : МАУП, 2001. – 165 с. 5. Механізми реалізації основних принципів гуманізації труда и трудовой мотивации : [монографія] / [Гончаров В. Н., Радомский С. И., Радомская М. С. и др.]. — Донецк : СПД Куприянов В. С., 2006. – 200 с. 6. Головченко Г. Т. Социальная психология менеджмента : [учебн. пособ.] / Г. Т. Головченко, В. В. Шпалинський. – Х. : "ИВМО ХК", 1998. – 315 с. 7. Экономическая социология : [учебн. пособ.] / [под ред. В. Е. Пилипенко]. – К. : МАУП, 2002. – 296 с. 8. Ромашов О. В. Социология труда : [учебн. пособ.] / О. В. Ромашов. – М. : Гардарики, 2003. – 320 с. 9. Кочеткова А. И. Введение в организационное поведение и организационное моделирование / А. И. Кочеткова. – М. : Дело, 2003. – 942 с. 10. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; [общ. ред. и вступ. ст. Л. И. Евенко] ; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. – М. : Дело, 1992. – 702 с. 11. Колот А. М. Мотивація персоналу : [підручник] / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с. 12. Занюк С. С. Психологія мотивації : [навч. посібн.]



/ С. С. Занюк. – К. : Либідь, 2002. – 304 с. 13. Петюх В. М. Управління персоналом : [навч. посібн.] / В. М. Петюх. – К. : КНЕУ, 2000. – 124 с. 14. Організаційна поведінка : [навч-метод. посібн.] / [Л. М. Савчук, Н. Ю. Бутенко, А. М. Власова та ін.]. – К. : КНЕУ, 2001. – 249 с. 15. Економічна енциклопедія / [під ред. С. В. Мочерного]. – К. : Академія, 2000. – Т. 2. – 848 с. 16. Механізм мотивації управлінського персоналу : [наук. вид.] / [М. С. Дороніна, Л. О. Сасіна, В. М. Лугова та ін.]. – Х. : АдвАтм, 2010. – 240 с. 17. Пономаренко В. С. Стратегічне управління підприємством : [монографія] / В. С. Пономаренко. – Х. : Основа, 1999. – 620 с. 18. Дмитренко Г. А. Мотивация и оценка персонала : [учебн. пособ.] / Г. А. Дмитренко, Е. А. Шарাপатова, Т. М. Максименко. – К. : МАУП, 2002. – 248 с. 19. Зинченко Г. П. Социология для менеджеров / Г. П. Зинченко. – Ростов н/Д : Феникс, 2001. – 252 с. 20. Доронина М. С. Управление мотивацией: [научное издание] / М. С. Доронина, Е. Г. Наумик, О. В. Соловьев. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2006. – 240 с. 21. Пономаренко В. Мотивация труда на предприятиях рыночной экономики / В. Пономаренко, С. Довбня, И. Клименко // Бизнес-Информ. – 1998. – № 13–14. – С. 118–121. 22. Лепейко Т. И. Проблемы мотивации творческой работы персонала / Т. И. Лепейко // Наукові праці ДонНТУ. – 2003. – № 59. – С. 169–177. 23. Чирков В. И. Мотивация трудовой деятельности. Критический анализ зарубежных теорий трудовой мотивации / В. И. Чирков. – Ярославль : ЯГУ, 1985. – 90 с. 24. Фролов С. С. Социология организаций / С. С. Фролов. – М. : Гардарики, 2001. – 384 с. 25. Завадський Й. С. Менеджмент : [підручник у 3 т.] / Й. С. Завадський. – К. : Вид. Європ. Ун-ту, 2002. – Т. 1. – 537 с. 26. Назарова Г. В. Методика формування трудового потенціалу акціонерного товариства / Г. В. Назарова, Н. О. Панасюк // Економіка розвитку. – 2005. – № 2 (34). – С. 21–25.

Касьмін Д. С.

УДК 005.963:005.336.2

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ОРГАНІЗАЦІЙНА МОДЕЛЬ ПІДВИЩЕННЯ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦЯ

Анотація. Розглянуто актуальність моделі підвищення компетентності фахівця, обґрунтовано теоретико-методологічну модель підвищення компетентності фахівця в організації.

Анотация. Рассмотрена актуальность модели повышения компетентности специалиста, обоснована теоретико-методологическая модель повышения компетентности специалиста в организации.

Annotation. The relevant model of specialist's competence improvement been considered, theoretical and methodological model of specialist competence within the organization is improvement has been substantiated.

Ключові слова: компетенції, компетентність, компетентнісний підхід, модель підвищення компетентності, професійна підготовка персоналу.

Сьогодні дуже швидко змінюються як зовнішні умови (економічна політика держави, законодавство та система оподаткування, поява нових конкурентів), так і внутрішні умови функціонування підприємства (реструктуризація підприємства, стратегія й організаційна структура компанії-конкурентів, технологічні зміни, створення нових робочих місць), що ставить більшість компаній перед необхідністю підготовки персоналу до роботи в нових умовах [1, с. 6]. У таких умовах важливим чинником, що забезпечує стабільність і підвищення конкурентоспроможності підприємства, є професійна підготовка персоналу відповідно до поточних і довгострокових вимог. Компетентність персоналу є важливішою складовою розвитку організації, оскільки створює умови для самореалізації особистості, збереження і раціонального використання людських ресурсів у процесі досягнення стратегічної мети [2, с. 31]. Проблеми компетентності пов'язані з якістю освіти, яка стає перманентним процесом, не закінчується періодом навчання в освітніх закладах, продовжується на робочих місцях, потребує не тільки уваги керівників колективів, а й певної моделі реалізації.

Метою дослідження є обґрунтування організаційної моделі підвищення компетентності спеціаліста.

Перетворення індустріального суспільства в інформаційне, засноване не тільки на знаннях, а й на компетентності фахівців, значно актуалізувало проблему інноваційних підходів до організації освітніх процесів у рамках людиноцентристської освітньої парадигми. Нова освітня парадигма змушує по-новому осмислити ті соціально-економічні умови, які об'єктивно змінюють систему освіти та її компоненти [3, с. 15].

© Касьмін Д. С., 2012

Організація професійної підготовки фахівців як однієї з форм безперервної освіти повинна орієнтуватися на соціально-економічні зміни в суспільстві. Фахівці, що працюють у різних областях, повинні адаптуватися до цих умов, невпинно вдосконалювати свої навички та фахові знання з урахуванням запитів суспільства і робочого місця [4, с. 1]. Вирішення цієї проблеми можливе за умови створення в організаціях ефективного системи підвищення кваліфікації на основі компетентнісно-орієнтованого підходу.

Питанням компетентнісного підходу приділяли увагу такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Дж. Равен, В. Болотов, І. Зимня, В. Байденко, В. Пономаренко, О. Овчарук, Н. Бібік та ін. І теоретичні дослідження, і практика управління персоналом показали, що даний підхід є способом вирішення суперечностей між ринком праці, який висуває до сучасного фахівця вимоги, недостатньо враховані або зовсім не враховані в програмах підготовки фахівців і посадових інструкціях. У зв'язку з цим актуалізується проблема створення на основі компетентнісного підходу організаційної моделі підвищення компетентності фахівця, що враховує динаміку запитів підприємств, адаптацію фахівців до потреб ринку праці [4, с. 13].

Ефективність професійної підготовки забезпечується:

максимальним наближенням професійної підготовки до діяльності працівників організації;

цілеспрямованим характером професійної підготовки;

наявністю інформаційно-технічної бази професійної підготовки персоналу;

моніторингом відповідності професійно-кваліфікаційного рівня працівників вимогам організації

[2, с. 31].

Аналіз та узагальнення відповідної літератури [4 – 6] дозволив запропонувати теоретико-методологічну модель підвищення компетентності спеціаліста в організації (рисунок). Її конструктивною перевагою є врахування запитів до професійного рівня і компетентності спеціаліста як суспільства, так і особистості. Внутрішньофірмова система підвищення кваліфікації складається з трьох компонентів: теоретико-методологічного блоку, діагностичного блоку, організаційно-дидактичних засобів, які забезпечують якість підвищення кваліфікації.

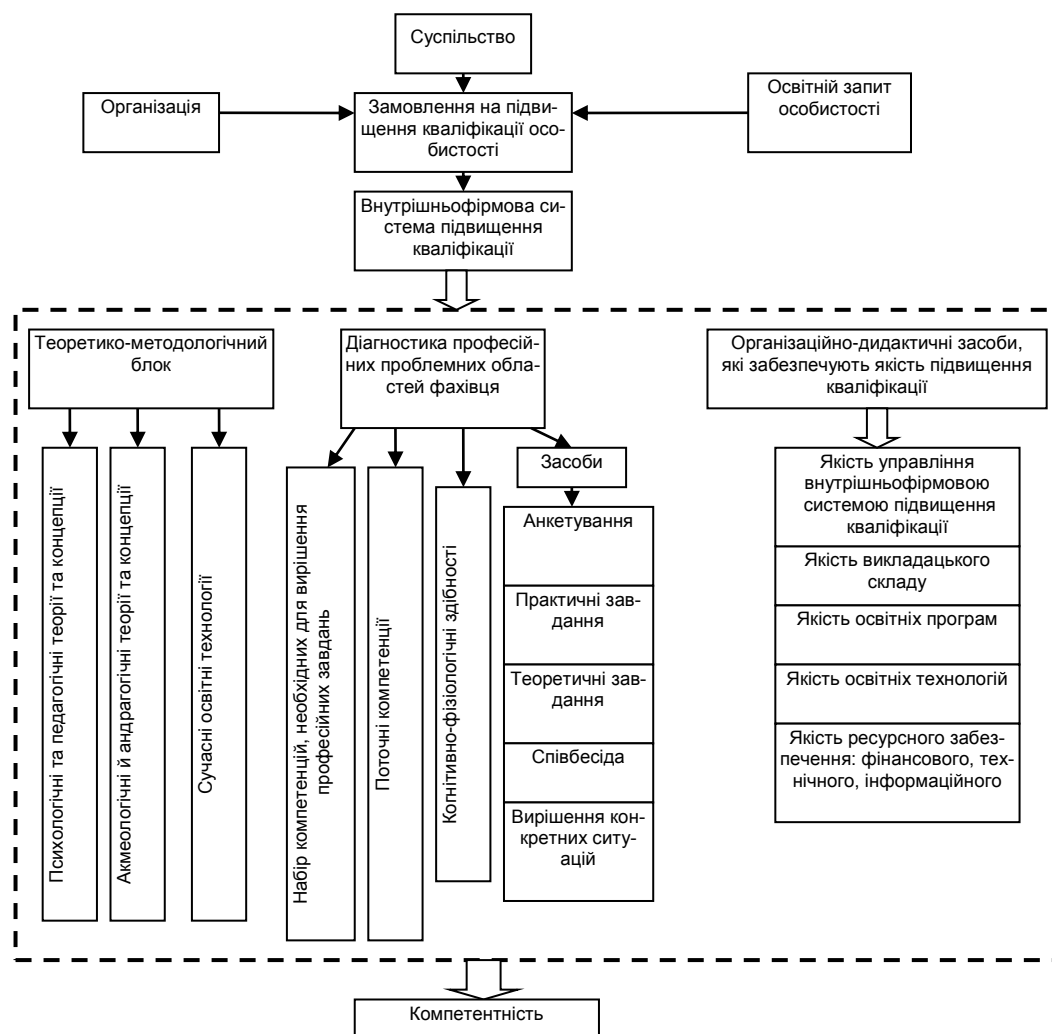


Рис. Теоретико-методологічна модель підвищення компетентності спеціаліста в організації



Теоретична підготовка здійснюється за єдиною програмою, а практична – за індивідуальною програмою для кожного з тих, хто навчається.

В цілому за матеріалами дослідження можна зробити такі висновки.

Запропонована модель здійснює певний внесок у підготовку працівників організації, що має не тільки прикладне, а й стратегічне значення, пов'язане з бізнес-задачами організації. Відображає гнучкість, необхідну у сформованих соціально-економічних умовах, метою якої є підготовка компетентних, професійних і мобільних фахівців, які відповідають не тільки поточним, а й перспективним потребам організації та ринку праці, адекватне реагування на зміни і адаптація до динамічного зовнішнього середовища.

Новизною дослідження є обґрунтування організаційної моделі підвищення компетентності спеціаліста, теоретико-методологічною основою якої складають: компетентнісний підхід, акмеологічні та андрагогічні теорії і концепції.

Подальшими напрямками в дослідженні буде конкретизація програми розвитку фахівців для кожного підприємства окремо, залежно від його цілей і можливостей.

Наук. керівн. Дороніна М. С.

Література: 1. Магура М. И. Организация обучения персонала компании / М. И. Магура, М. Б. Курбатова. – М. : ЗАО "Интел-Синтез", 2002. – 191 с. 2. Гугул О. Управління професійною підготовкою персоналу корпорації / О. Гугул // Україна: Аспекти праці. – 2010. – № 8. – С. 31–35. 3. Нечаев Н. Н. Профессионализм как основа профессиональной мобильности: материалы к пятому заседанию методологического семинара 8 февраля 2005 г. / Н. Н. Нечаев. – М. : Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2005. – 92 с. 4. Жуковская З. Д. О концепции непрерывного образования [Текст] / З. Д. Жуковская, Л. В. Квасова, В. Н. Фролов // Высшее образование сегодня. – 2007. – № 8. – С. 12–17. 5. Данилова О. В. Использование компетентностного подхода при создании учебного онлайн-курса ELTEC [Электронный ресурс] / О. В. Данилова, К. М. Сеница, Д. В. Мартынов. – Режим доступа : http://ifets.ieee.org/russian/depository/v11_i3/pdf/5.pdf. 6. Аверин А. Н. Социальная политика и подготовка управленческих кадров : учебн. пособ. / А. Н. Аверин. – М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2004. – 280 с. 7. Ибрагимов Г. И. Компетентностный подход в профессиональном образовании [Электронный ресурс] / Г. И. Ибрагимов. – Режим доступа : http://ifets.ieee.org/russian/depository/v10_i3/pdf/3_Ibragimov.pdf.

Мастепанова Ю. Б.

УДК 378.01:243

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НАВЧАННЯ ПРИ ФОРМУВАННІ МІЖСОБИСТІСНИХ СТОСУНКІВ

Анотація. Розглянуто питання формування позитивних міжособистісних стосунків у колективі, проаналізовано переваги і недоліки інтерактивних технологій навчання персоналу.

Аннотация. Рассмотрены вопросы формирования позитивных межличностных отношений в коллективе, проанализированы достоинства и недостатки интерактивных технологий обучения персонала.

Annotation. The article is devoted to the formation of positive interpersonal relationships in the team, the advantages and disadvantages of interactive technology training is analyzed.

Ключові слова: міжособистісні стосунки, навчання, інтерактивні технології.

Формування позитивних міжособистісних стосунків у колективі організації є проблемою вивчення як науки, так і практики. Підприємствам для досягнення успіху необхідно значно уваги приділяти включеності кожного працівника в систему комунікаційних зв'язків, соціально-психологічні процеси, що в ній відбуваються [1]. У зв'язку з цим постає проблема інтегрування кожного працівника в систему відносин, що склалися в колективі, формування у нього позитивного ставлення до культурних норм і цінностей, а також до інших співробітників. Тому при вивченні міжособистісних стосунків,

© Мастепанова Ю. Б., 2012



що склалися в організації, важливим стає індивідуальний підхід до особистості кожного працівника, що включає визначення й задоволення його потреб, розуміння емоційного стану, можливість самореалізації в професійній сфері, його навчання в організації.

Питання, що пов'язані з навчанням персоналу, підприємства вирішують різними засобами: деякі періодично й стабільно навчають нових працівників і підвищують кваліфікацію вже працюючих, маючи своїх спеціалістів, які стежать за цим процесом, інші – звертаються до навчання тільки тоді, коли без цього просуватися далі на ринку неможливо.

Навчити співробітників – розвинути й примножити в них професійні якості, уміння й навички. У сучасних умовах інформатизації суспільства пасивних (традиційних) технологій навчання персоналу явно недостатньо. Більш ефективними є активні технології навчання персоналу, однак основні методичні інновації пов'язані сьогодні із застосуванням інтерактивних.

Китайська притча: "Скажи мені – і я забуду; покажи мені – і я запам'ятаю; дай зробити – і я зрозумію" [2].

Суть інтерактивного навчання полягає в тому, що навчальний процес організований таким чином, що практично всі працівники, що навчаються, виявляються залученими в процес пізнання, вони мають можливість розуміти й рефлексувати з приводу того, що вони знають і думають. Їх спільна діяльність у процесі пізнання, освоєння матеріалу означає, що кожний вносить свій особливий індивідуальний внесок, йде обмін знаннями, ідеями, способами діяльності. Відбувається це в атмосфері доброзичливості й взаємної підтримки, що дозволяє не тільки одержувати нове знання, але й розвивати саму пізнавальну діяльність, переводити її на більш високі форми кооперації й співробітництва [3].

При використанні інтерактивних технологій працівник, якого навчають, стає повноправним учасником процесу сприйняття, його досвід служить основним джерелом навчального пізнання. Керівник не дає готових знань, але спонукає працівників до самостійного пошуку. Порівняно із традиційними формами ведення занять, у інтерактивному навчанні змінюється взаємодія керівника й працівника, якого навчають, активність керівника поступається місцем активності тих працівників, яких навчають, а завданням керівника стає створення умов для їхньої ініціативи. Інтерактивне навчання забезпечує взаєморозуміння, взаємодію, взаємозбагачення.

Для вирішення завдань організації можуть бути використані такі найпоширеніші інтерактивні технології навчання (таблиця).

Таблиця

Інтерактивні технології навчання

Технологія	Переваги	Проблеми
Case-study	Сполучається індивідуальна робота тих, хто навчається із проблемною ситуацією й групове обговорення пропозицій; освоєння комунікативних навичок і навичок роботи в команді	Відсутність професійних кейсів; необхідність досвідченого ведучого
Мозковий штурм	Ефективний при обговоренні спірних питань; стимулюванні невпевнених працівників, яких навчають, для взяття участі в обговоренні; зборі великої кількості ідей протягом короткого періоду часу; з'ясуванні інформованості або підготовленості аудиторії	Відхід від реальної проблеми; при слабких навченості персоналу, співробітництві й командній роботі, учасники можуть бути не задоволені ефективністю своєї діяльності
Ділові й рольові ігри	Кожний з учасників може представити себе в запропонованій ситуації, відчуті ті або інші стани більш реально, відчуті наслідки тих або інших дій і прийняти рішення	Придбаний досвід зберігається надовго; можливість легковажного ставлення з боку учасників
Тренінги	Розвиток у працівників, що навчаються, не тільки ефективних навичок міжособистісної взаємодії, але й підвищення загального рівня їхньої компетентності в певній області; одержання нових знань; придбання нових навичок і моделей поведінки; дає можливість одержати навички практичної роботи; здатний підсилити існуючу мотивацію співробітників компанії; дозволяє не тільки одержати потрібні теоретичні знання від тренера, але й обмінятися особистим досвідом; знімає або істотно зменшує природний опір навчанню, що пов'язаний з витратами сил і часу	Недовгостроковий ефект від будь-якого тренінгу; ефективність навчання триває приблизно до трьох місяців
Фокус-група	Максимальна можливість для вільної генерації нових ідей; розмаїтість напрямів використання даного методу	Варіативність думок приводить до неможливості одержання точної інформації

Інтерактивні технології навчання в жодному разі не замінюють лекційний матеріал, але сприяють його кращому засвоєнню й, що особливо важливо, формують думки, відносини, навички поведінки.



Однією з цілей застосування інноваційних педагогічних технологій у процесі навчання співробітників організації є розвиток особистості працівника, що навчається, його здатності до саморозвитку, самовизначення й самоосвіти. Тому сучасна організація повинна орієнтуватися на створення такої програми навчання, яка б дозволила розкрити всі сховані резерви працівників для досягнення найефективніших результатів.

Наук. керівн. Михайленко Д. Г.

Література: 1. Борытко Н. М. Теория обучения / Н. М. Борытко. – Волгоград : ВГПУ, 2006. 2. Зимняя И. А. Педагогическая психология / И. А. Зимняя. – Ростов н/Д : Феникс, 2007. 3. Орлов А. А. Введение в педагогическую деятельность : учебн.-метод. пособ. для студ. высш. пед. учебн. заведений / А. А. Орлов. – М. : Академия, 2004. – 281 с. 4. Амонашвили Ш. А. Размышление о гуманной педагогике / Ш. А. Амонашвили. – Мн. : Современное слово, 2006. 5. Кукушин В. С. Теория и методика обучения : учебн. пособ. / В. С. Кукушин. – Ростов н/Д : Феникс, 2005. – 474 с.

Ляшко И. В.

УДК 005.32-051:159.937

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ВОСПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА

Анотация. Рассмотрены содержание и структура психологического механизма восприятия. Представлено описание особенностей его построения и показана необходимость его адекватного функционирования для организации эффективного взаимодействия в коллективе.

Анотація. Розглянуто зміст і структуру психологічного механізму сприйняття. Наведено опис особливостей його побудови і показано необхідність його адекватного функціонування для організації ефективної взаємодії в колективі.

Annotation. This article discusses the content and structure of the psychological mechanism of perception. The description of the features of its construction is given and the need for its adequate functioning of the organization for effective communication in the team is shown.

Ключевые слова: коллектив, взаимодействие, перцепция, наблюдатель, наблюдаемый, восприятие, менеджер.

В современном информационном обществе главным действующим "лицом" становится коллектив предприятия. От эффективности взаимодействия людей в коллективе зависит достижение поставленных перед предприятием целей. Первым шагом на пути построения эффективного взаимодействия является механизм восприятия, восприятия себя, информации, окружающей действительности.

Первостепенной задачей современного менеджера является установление общих закономерностей социально-психологического развития и функционирования коллектива, важнейшей составной частью которого является восприятие людьми друг друга, путем систематического наблюдения за жизнью и деятельностью людей в коллективе.

Целью исследования является рассмотрение особенностей формирования и функционирования психологического механизма восприятия, то есть перцептивной стороны общения для более полного и эффективного его использования в практической деятельности менеджера.

Тема социальной перцепции широко рассматривалась отечественными учеными в русле социальной психологии, такими, как: Андреева Г. М. [1] и Мокашенцева А. В. [2]. В данных работах, в доступной форме достаточно подробно рассмотрен данный вопрос.

Межличностное общение, возникающее между людьми, может быть успешным только в том случае, если между участниками существует взаимопонимание. Процесс общения во многом определяется тем, в какой мере собеседники отражают эмоции, черты и чувства друг друга, вос-

принимают и понимают других, а через них и себя. Из этого следует, что обязательной составляющей частью общения является процесс глубины познания и понимания одним человеком другого, условно данную составляющую можно назвать перцептивной стороной общения.

Восприятие – познавательный процесс, формирующий субъективную картину мира. Это психический процесс, заключающийся в отражении предмета или явления в целом. Восприятие – одна из биологически-психических функций, определяющих сложный процесс приема и преобразования информации, получаемой при помощи органов чувств, формирующих субъективный целостный образ объекта, воздействующего на анализаторы через совокупность ощущений, инициируемых данным объектом. Как форма чувственного отражения предмета, восприятие включает обнаружение объекта как целого, различение отдельных признаков в объекте, выделение в нем информативного содержания, адекватного цели действия, формирование чувственного образа [3].

Социальная перцепция – по сути, синоним "восприятия", только в более глубоком смысле понимания, и именно поэтому социальная перцепция является одной из наиболее сложных и важных понятий социальной психологии [1].

Таким образом, можно отметить, что перцепция – это сложное понятие, которое позволяет человеку ориентироваться в мире, осмысливать его, воспринимать окружающих людей, понимать их и сообщать достигать поставленных целей. Здесь необходимо учитывать факт социальной обусловленности восприятия, его зависимости не только от характеристик объекта, но и от прошлого опыта субъекта, его целей, намерений, от значимости ситуации.

Итак, рассмотрим, каким же образом в общих чертах разворачивается процесс восприятия одного человека другим. Для удобства условно назовем их наблюдатель и наблюдаемый. В наблюдаемом, как правило, доступны для восприятия лишь внешние признаки – физическое состояние и стиль одежды, а так же поведение – совершаемые поступки и реакции на различные ситуации. Основываясь на перечисленном, наблюдатель, оценив их, делает некоторые умозаключения о психологических свойствах партнера. Сумма приписанных свойств дает необходимую возможность сформировать определенное отношение к наблюдаемому, которое чаще всего носит эмоциональный характер и располагается в пределах континуума "нравится – не нравится" [4]. На основании предполагаемых психологических свойств наблюдатель делает определенные выводы относительно того, какого поведения можно от наблюдаемых ожидать. Опираясь на эти выводы, наблюдатель строит стратегию поведения по отношению к наблюдаемому.

Можно пояснить сказанное на примере. Человек, стоящий поздним вечером на автобусной остановке, замечает приближающегося пешехода. Тот одет в темную одежду, держит руки в карманах и двигается быстрой, решительной походкой. Если стоящий на остановке человек спокоен и уверен в себе, он может подумать приблизительно так: "Этот человек, видимо, замерз и очень спешит. Наверное, опаздывает домой или на свидание. Сейчас он спокойно пройдет мимо". Подумав подобным образом, наблюдатель спокойно продолжит свое ожидание.

Если же человек на остановке встревожен или мнителен, он может рассудить по-другому: "Почему у него руки в карманах? Как он быстро надвигается на меня! У него может быть худое на уме. Вид больно подозрительный...". Подумав таким образом, человек скроется в тень ("от греха подальше") [2]. Весь описанный процесс социальной перцепции может быть представлен в виде схемы (рисунок).

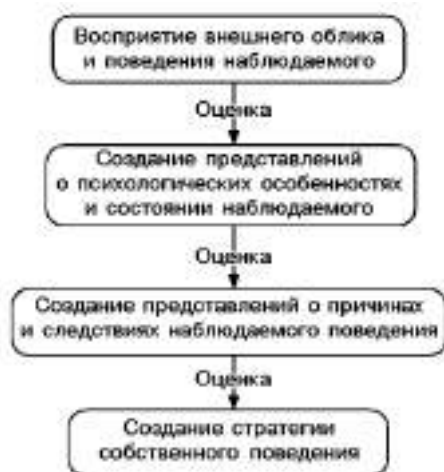


Рис. Процесс социальной перцепции

Таким образом, видно, что человек строит свое поведение на основании первичного восприятия объекта или ситуации. Здесь немаловажную роль играет процесс интерпретации полученных данных, от которого зависят его ответные действия.



Социальная перцепция обеспечивает взаимодействие людей, во многом определяет характер человека, так как поведение, возникшее в результате процессов восприятия и интерпретации, служит началом перцептивных процессов для его партнера. Так, шаг за шагом, выстраивается взаимодействие [2].

В современной социальной психологии выделено и изучено несколько механизмов социального познания, которые могут быть разнесены по трем группам в соответствии с социальной ситуацией, в которой они обычно используются.

Первая ситуация – ситуация ролевого, межгруппового взаимодействия, в которой партнер воспринимается как носитель определенной роли, принадлежащий к некой социальной группе. В этой ситуации, как правило, ставится задача присвоения ему определенных признаков, на основе которых может быть построен поверхностный, первичный контакт. Ситуация может быть определена как монологическая, объектная, так как другой человек воспринимается здесь сквозь призму социально выработанных ролевых и межгрупповых представлений, обобщений. Механизмы восприятия, соответствующие этой задаче, – схемы первого впечатления, стереотипизация, физиогномическая редукция, внутригрупповой фаворитизм.

Вторая ситуация – ситуация межличностного взаимодействия, требующая не просто категоризации воспринимаемого, соотнесения его с определенной группой или ролью, но и понимания, установления доверительных отношений в процессе общения или совместной деятельности. Ситуация может быть определена как диалогическая, ориентированная на взаимопонимание. Механизмы понимания – идентификация, эмпатия, аттракция, социальная рефлексия.

Третья ситуация – достаточно специфическая, связанная с возникновением непонимания партнера, прежде всего, того, с которым предполагается установить определенные отношения или наладить совместную деятельность. Непонимание предполагает анализ причин поведения, соответственно механизм социального познания, применяемый в такой ситуации, – причинно-следственное приписывание, или каузальная атрибуция [5].

Видно, что описанные ситуации проводят нас от первичного восприятия к последующему взаимопониманию и построению доверительных отношений, что является немаловажным фактором для организации эффективной коллективной работы.

Дальше рассмотрены схемы типового восприятия. В их основе лежит "эффект ореола": если первое впечатление о человеке в общем позитивно, наблюдатель склонен его переоценивать, если негативно – недооценивать. Ю. Крижанская и В. Третьяков выделяют три основных фактора, ответственных за возникновение оценочной ошибки при формировании первого впечатления: превосходство, привлекательность, сходство. Соответственно они выделяют и три схемы формирования первого впечатления. Каждая схема "запускается" определенным фактором, так или иначе присутствующим в ситуации знакомства: фактором превосходства, фактором привлекательности партнера и фактором сходства воспринимаемого лица с наблюдателем.

Таким образом, влияние одного из факторов, а порой и нескольких влечет за собой создание неких стереотипов для наблюдателя, которые в дальнейшем будут влиять на его оценку других наблюдаемых и тем самым приводить ее к ошибочным выводам.

Стереотип – это устойчивый образ или устойчивое представление о каких-либо явлениях, людях, событиях, свойственное представителям той или иной социальной группы. Стереотипизация – процесс формирования впечатления о воспринимаемом человеке на основе выработанных группой стереотипов [6].

Разные социальные группы вырабатывают стереотипы, устойчивые объяснения определенных фактов, привычные интерпретации вещей. Это вполне логично, так как стереотипизация – необходимый и полезный инструмент социального познания мира. Он позволяет быстро и на определенном уровне достаточно надежно категоризовать, упрощать социальное окружение человека. Сделать его понятным, а следовательно, прогнозируемым.

В исследовании дано первоначальное рассмотрение механизма восприятия, представлены механизмы социального познания. Все это должно дать толчок к более глубокому рассмотрению этого вопроса.

Последующая работа направлена на рассмотрение вопросов стереотипизации восприятия, формирование и развитие "Я-концепции", убеждений, лежащих в ее основе.

Научн. рук. Нечепуренко А. И.

Литература: 1. Андреева Г. М. Социальная психология : учебник / Г. М. Андреева. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : МГУ, 2006. – С. 112. 2. Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком / А. А. Бодалев. – М., 2004. – С. 245. 3. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Восприятие>. 4. <http://ethnopsychology.narod.ru/study/perception/artefact.htm>. 5. Социальная психология : учебн. пособ. для вузов / сост. А. В. Мокашнцева. – Новосибирск : Сибирское соглашение ; М. : ИНФРА-М, 2007. – С. 278. 6. Московичи С. Общество и теория в социальной психологии / С. Московичи // Современная зарубежная социальная психология. Тексты. – М., 2004. – С. 45.

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Досліджено теоретичні аспекти сутності організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства в умовах глобалізації світової економіки.

Аннотация. Исследованы теоретические аспекты сущности организации внешнеэкономической деятельности предприятий в условиях глобализации.

Annotation. The theoretical aspects of the essence of foreign economic activity of enterprises organization are investigated in conditions of globalization.

Ключові слова: організація, система, процес, об'єкт управління, зовнішньоекономічна діяльність.

Динамізм сучасних міжнародних економічних відносин зумовлює необхідність адаптації суб'єктів господарювання до мінливих умов міжнародного середовища. У зв'язку з цим особлива увага концентрується на організації зовнішньоекономічної діяльності підприємств як основних суб'єктів світогосподарських зв'язків. Проблеми ефективної організації ЗЕД підприємств висвітлені в роботах таких вчених, як: Багорова І. В., Редіна Н. І., Власюк В. Є., Гетьман О. О., Дроздова Г. М., Кириченко О. А., Козик В. В., Панкова Л. П., Карп'як Я. С., Григор'єв О. Ю., Босак А. О. та ін.

Метою роботи є аналіз існуючих теоретичних підходів щодо визначення сутності організації ЗЕД підприємства в сучасній глобалізованій економіці.

Поняття "організація" (англ. *organization*) походить від давньогрецького слова "органон", яке позначає знаряддя або інструмент. Сьогодні дане поняття широко вживається у багатьох науках (філософії, математиці, економіці, соціології тощо) і у практичній діяльності.

За визначенням Б. Карлофа, "організація — це інструмент координації трудових внесків різних людей для досягнення загальної мети" [1].

У теорії менеджменту [2 – 5] під організацією розуміють:

внутрішню упорядкованість, узгодженість взаємозалежних елементів цілого (системи) [2];

сукупність процесів або дій, що забезпечують досягнення цілей системи [3];

групу людей, діяльність якої свідомо або спонтанно координують для досягнення певної мети [4];

функцію управління, яка забезпечує практичну реалізацію прийнятих планів і програм [5].

Отже, попередньою умовою для створення структури підприємства є формування стратегії, а основна мета організаційної функції в менеджменті полягає у забезпеченні переходу від стратегії до структури.

Таким чином, це поняття може означати об'єкт, властивості об'єкта та діяльність (процес) і вживається для позначення різних семантичних категорій: соціальної організації або інституту (статика) і процесу управління як упорядковуючої та свідомо координуючої діяльності (динаміка).

Як система організація характеризується такими ознаками:

цілісність, тобто організація є сукупністю певних взаємопов'язаних, взаємодоповнюючих та взаємозалежних елементів з визначеними характеристиками. При цьому неврахування особливостей одного з них нівелює особливості організації в цілому;

подільність передбачає структурованість організації на підсистеми та елементи з відповідними системними властивостями.

Визначення організації як процесу передбачає створення нових і вдосконалення існуючих і функціонуючих систем будь-якого виду з метою підвищення ефективності їх функціонування.

Організація процесу управління полягає у розподілі та закріпленні робіт по етапах, регламентуванні та нормуванні їхньої послідовності та термінів, встановленні міри дисциплінарних стягнень, введенні обов'язкових вимог здійснення процесу управління. Це доцільна побудова процесу управління в часі та просторі відповідно до потреб узгодження спільної праці у соціально-економічній системі з завданнями підвищення ефективності управління виробництвом [2].

Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства в економічній літературі досліджується в таких аспектах:

як складова процесу управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства [1; 6];



як самостійний процес реалізації комплексу заходів щодо підготовки зовнішньоторговельної операції, укладання зовнішньоторговельного контракту та організації контролю, виконання та припинення його [7];

як процес створення ефективної структури управління ЗЕД підприємства [8];

як процес формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства з урахуванням його потенціалу та особливостей розвитку зовнішнього середовища [9].

На основі проведеного аналізу наукових джерел економічної літератури доцільно розглядати організацію зовнішньоекономічної діяльності підприємства як систему взаємопов'язаних організаційно-економічних заходів з формування та реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства.

Наук. керівн. Бестужева С. В.

Література: 1. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навч. посібн. / Дроздова Г. М. – К. : ЦУЛ, 2002. – 172 с. 2. Герчикова И. Н. Менеджмент / Герчикова И. Н. – М. : Юнити "Банки и биржи", 1994. – 480 с. 3. Карлофф Д. Деловая стратегия : концепция, содержание, символы / Карлофф Д. ; пер. с англ. – М. : Экономика, 1991. – 324 с. 4. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент : навч. посібн. / Кіндрацька Г. І. – К. : Знання, 2006. – 366 с. 5. Файоль Р. М. Энциклопедия современного управления. Т. 1. / Р. М. Файоль. – М. : ВИПК Энерго, 1992. – 300 с. 6. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : підручник для вузів / Багрова І. В., Редіна Н. І., Власюк В. Є., Гетьман О. О. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с. 7. Зовнішньоекономічні операції і контракти : навч. посібн. / Козик В. В., Панкова Л. П., Карп'як Я. С. та ін. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с. 8. Внешнеэкономическая деятельность предприятия : учебник для вузов / Стровский Л. Е., Казанцев С. К., Паршина Е. А. и др. ; под ред. проф. Л. Е. Стровского. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ, 1999. – 823 с. 9. Кириченко О. А. Менеджмент ЗЕД : навч. посібн. / Кириченко О. А. – 3-те вид., перероб. і доп. – К. : Знання-Прес, 2002. – 384 с.

Черновалова В. О.

УДК 339.944

Студент 6 курсу

факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Анотація. Розглянуто сучасні умови для здійснення зовнішньоекономічної діяльності українськими підприємствами, а саме їх можливості та проблеми. Запропоновано використання організаційно-економічного механізму для підвищення ефективності ЗЕД підприємства. Також зроблено порівняльний аналіз щодо визначення поняття "організаційно-економічний механізм" і розглянуто його сутність та структуру.

Аннотация. Рассмотрены современные условия для осуществления внешнеэкономической деятельности украинскими предприятиями, а именно их возможности и проблемы. Предложено использование организационно-экономического механизма для повышения эффективности ВЭД предприятия. Также сделан сравнительный анализ определения понятия "организационно-экономический механизм" и рассмотрены его сущность и структура.

Annotation. The article deals with the contemporary conditions of foreign economic activities for Ukrainian enterprises, notably, their opportunities and problems. It is proposed to use the organizational-economic mechanism to increase the efficiency of foreign trade. Also a comparative analysis of the definition of the organizational-economic mechanism is made, and its substance and structure are discussed.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, ринкові умови, організаційно-економічний механізм, система.

Одним із головних суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності є підприємство. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства базується на можливості отримання економічних вигод, виходячи з переваг міжнародного поділу праці, міжнародних ділових відносин. Це пов'язано з тим, що виробництво певного товару, його збут та надання певного виду послуг в іншій країні має більше переваг,

© Черновалова В. О., 2012



ніж така діяльність всередині країни. У сучасних умовах для українських підприємств створені певні умови для здійснення ЗЕД: вони самостійно визначають свій організаційно-правовий статус, форми та методи ЗЕД, а також формують підприємницьку стратегію, товарну, фінансову, цінову та іншу політику. Це надає можливість підприємствам та регіону, в якому вони знаходяться, комплексно та ефективно використовувати свої переваги, а також зовнішні фактори у вигляді інвестицій, нових технологій тощо; одержувати додаткові переваги від самостійної ЗЕД. У той же час існує певна низка обставин, що стримують розвиток ЗЕД України. Основними з них є:

- відсутність гнучкого та збалансованого механізму державного регулювання в умовах кон'юнктури внутрішнього та світового ринків;
- недостатність договірно-правового механізму торгівельно-економічних відносин із зарубіжними партнерами;
- технічна відсталість виробництва, низька якість виробництва;
- розбіжність структур управління у різних країнах;
- економічні обмеження та заборони з боку інших країн, що зумовлено конкуренцією;
- недостатнє володіння українськими підприємцями інформацією щодо економічних, організаційно-правових умов роботи на зарубіжних ринках;
- невиконання договірних зобов'язань [1].

Таким чином, підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності є актуальним питанням для керівників підприємств в умовах ринкової економіки. Для вирішення цього питання необхідно сформувати організаційно-економічний механізм, що спроможний забезпечити ефективність управління підприємством і підвищити ефективність його зовнішньоекономічної діяльності. До визначення сутності організаційно-економічного механізму в своїх наукових працях автори не мають єдиної точки зору. Так, згідно з Ю. Лисенком і П. Єгоровим, "організаційно-економічний механізм – це система формування цілей і стимулів, які дозволяють перетворити у процесі трудової діяльності рух (динаміку) матеріальних і духовних потреб членів суспільства на рух засобів виробництва і його кінцевих результатів, спрямованих на задоволення платоспроможного попиту споживачів". Такого трактування організаційно-економічного механізму дотримується і А. Козаченко. Як позитивний бік такого визначення організаційно-економічного механізму слід розцінювати те, що в даному випадку він розглядається як система, тобто сукупність елементів, які перебувають у відносинах і зв'язках один з одним, а також утворюють певну цілісність та єдність. Заслугує на увагу визначення організаційно-економічного механізму управління, запропоноване Г. Астаповою, яка розглядає його як систему елементів організаційного та економічного впливу на управлінський процес. У даному випадку системний підхід до формулювання визначення механізму розкривається і конкретизується за допомогою організаційної та економічної складових. В інтерпретації О. Єрьоменко-Григоренко "організаційно-економічний механізм управління підприємством являє собою систему технологічного, економічного, організаційного і соціального блоків, які включають до себе їх елементи". І. Булеєв розглядає організаційно-економічний механізм управління як сукупність форм, методів та інструментів управління [2].

Отже, можна сформулювати таке визначення: організаційно-економічний механізм – це сукупність всіх можливих практичних заходів, засобів та важелів організаційного й економічного характеру, відповідних структур та регуляторів, методів управління, управлінських рішень, за допомогою яких підприємство досягає своїх цілей найбільш ефективним засобом.

Важливою складовою організаційно-економічного механізму є його функція з'єднувальної ланки між зовнішнім та внутрішнім середовищами підприємства, здатною підтримати цю взаємодію та забезпечити його стійку роботу. У структурі організаційно-економічного механізму слід виділяти три системи: систему забезпечення, функціональну систему, цільову систему. Система забезпечення організаційно-економічного механізму складається з підсистем правового, ресурсного, нормативно-методичного, наукового, технічного, інформаційного забезпечення управління підприємством. Організаційно-економічний механізм управління підприємством включає такі основні функціональні підсистеми: планування, організації, мотивації, контролю та регулювання. Цільова система організаційно-економічного механізму містить у собі цілі та основні результати діяльності підприємства, а також критерії вибору й оцінки досягнення певних цілей та результатів діяльності підприємства. Зміст кожної з систем та підсистем у кожній з систем організаційно-економічного механізму управління підприємством залежать від типу підприємства, сфери і масштабів діяльності, ступеня впливу зовнішнього середовища і результатів діяльності підприємства та інших факторів [3].

Таким чином, в якості організаційно-економічного механізму підвищення ефективності ЗЕД підприємства слід розглядати комплексну систему, яка містить певну сукупність організаційних і економічних важелів, які впливають на економічні й організаційні параметри системи управління підприємством з метою забезпечення стійкої роботи та ефективної зовнішньоекономічної діяльності.

Наук. керівн. Бестужева С. В.

Література: 1. Козак Ю. Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : навч. посібн. / Козак Ю. Г., Логвинова Н. С., Сіваченко І. Ю. – 2-ге вид. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 792 с. 2. Кендюхов О. В. Сутність і зміст організаційно-економічного механізму управління інтелектуальним капіталом підприємства / Кендюхов О. В. // Економіка України. – 2005. – № 2. – С. 33–41. 3. Малицький А. А. Організаційно-економічний механізм управління підприємством: сутність та структура [Електронний ресурс] / Малицький А. А. // Наукові конференції. – 2010. – Режим доступу : <http://intkonf.org>.

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Обґрунтовано необхідність проведення маркетингових досліджень, особливо для підприємств, які виходять на зовнішні ринки. Визначено доцільність застосування тих чи інших способів отримання інформації, що обумовлюється видом економічної діяльності. Наведено порівняльний аналіз різних методів маркетингових досліджень і найпривабливіші сфери їх застосування, який дозволяє компаніям визначити найвідповідніший спосіб, виходячи з переваг і недоліків кожного.

Анотация. Обоснована необходимость проведения маркетинговых исследований, в особенности для предприятий, которые выходят на внешние рынки. Определена целесообразность применения тех или иных способов получения информации, которая обуславливается видом экономической деятельности. Приведен сравнительный анализ различных методов маркетинговых исследований и наиболее привлекательных сфер их применения, который позволяет компаниям определить наиболее подходящий способ, исходя из преимуществ и недостатков каждого.

Annotation. The article substantiates market research need, especially for companies that enter the foreign market. Appropriateness of the certain methods in obtaining information is stipulated by the type of economic activity. The work contains comparative analysis of different market research methods and the most attractive field of their application. Analysis proposed by the author allows companies to determine the most appropriate method based on the advantages and disadvantages of each one.

Ключові слова: інформація, маркетингові дослідження, види економічної діяльності, методи досліджень, аналіз документів, опитування, експертні оцінки, експеримент, економіко-математичні методи, математичне моделювання.

Згідно зі статтею 23 Закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність", кожний суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності має право на одержання будь-якої інформації, необхідної для здійснення цієї діяльності, що не становить державної або комерційної таємниці. У XXI сторіччі володіння інформацією є необхідною умовою високоефективного функціонування. Особливо гостро питання інформаційного забезпечення стоїть для українських підприємств. Виходячи на світові ринки, українські компанії часто до кінця не розуміють чинників змін світових тенденцій, їх напрямків і результатів. Сигнали, що посилає зовнішнє середовище, дуже часто не беруться до уваги. Інколи їх інтерпретація настільки невдала, що призводить до катастрофічних наслідків.

Отже, українським підприємствам варто звернутися до маркетингових досліджень, під якими розуміється не тільки вивчення поведінки споживачів, але й вивчення конкурентів, фірмової структури ринку, ціноутворення, системи стимулювання збуту та реклами, просування та рух товарів і т. д. Тож в умовах інформаційної недостатності проблема маркетингових досліджень є надзвичайно актуальною.

Застосування тих чи інших методів також має бути раціональним, оскільки переваги та недоліки кожного з методів роблять їх доцільними при здійсненні одних видів ЗЕД та можуть призвести до збитків в інших видах ЗЕД.

Таким чином, мета роботи – визначення найбільш привабливих сфер застосування тих чи інших методів маркетингових досліджень.

Для досягнення мети слід виконати такі завдання:

визначення критерію групування сфер застосування методів маркетингових досліджень;

визначення переваг та недоліків методів;

визначення найбільш привабливих сфер застосування методів відповідно до їх особливостей.

Об'єктом дослідження даної роботи виступають маркетингові дослідження, які можуть використовуватися українськими підприємствами.

Предметом роботи є визначення найбільш вдалих методів маркетингових досліджень для кожного виду зовнішньоекономічної діяльності.

Проблему маркетингових досліджень було розглянуто й опрацьовано багатьма вітчизняними і зарубіжними авторами, серед яких Голубков Є. П., А. Старостина, Нереш К. Малхотра, Ільясов Ф. Н., Орлов А. І. Слід також зауважити, що величезний внесок у вирішення даної проблеми здійснили вчені-математики, такі, як: Бойко І. І., Красс М. С., Чупринов Б. П., Малярець Л. М. та ін.

Існує багато класифікацій підприємств, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю. Проте найдоречнішою з точки зору застосування маркетингових досліджень варто вважати класифікацію за видами економічної діяльності [1]. До основних видів ЗЕД можна включити: міжнародну торгівлю; міжнародний лізинг; використання активів з-за кордону; контрактні форми ЗЕД; міжнародні інвестиції.

Переваги та недоліки кожного методу, а також найпривабливіші сфери застосування у зв'язку з особливостями методів наведено в таблиці.

Таблиця

Сфери застосування методів маркетингових досліджень відповідно до їх переваг та недоліків

Метод	Переваги	Недоліки	Сфера застосування
1. Аналіз документів	Відносно низькі матеріальні затрати. Невисокі затрати часу. Широкий вибір джерел отримання інформації	Прихований характер інформації. Суб'єктивний характер аналізу інформації. Інформація не завжди достовірна	Використання даного методу дослідження доцільне при всіх формах зовнішньоекономічної діяльності
2. Опитування споживачів	Зіставність результатів опитування. Відносна дешевизна	Суб'єктивність інформації, що надається, іноді її неточність. Необхідність прямого доступу до споживачів, конкурентів та інших об'єктів дослідження. Значні затрати часу	Використовується в основному в діяльності фірми на внутрішньому ринку. При виході на зовнішній ринок доцільніше займатися дослідженням не самостійно
3. Спостереження	Не залежить від бажання об'єкта до співпраці. Максимальна об'єктивність вхідної інформації. Урахування довколишньої ситуації	Необхідність доступу до об'єкта спостереження. Значні затрати часу. Складність відстеження мотивів поведінки суб'єкта, його інтересів	Використання активів із-за кордону. Контрактні форми ЗЕД. Міжнародні інвестиції
4. Експертні оцінки	Різномісний аналіз проблеми. Отримання унікальної інформації. Оперативність. Використання знань експертів повною мірою. Надійність інформації	Складність організації процедури. Складність отримання єдиної групової думки. Суб'єктивність експертів у баченні інформації. Затрати можуть бути дуже високими	Міжнародна торгівля. Міжнародний лізинг. Використання активів із-за кордону. Контрактні форми ЗЕД. Міжнародні інвестиції
5. Експеримент	Виявлення найбільш значущих факторів впливу. Максимальна наближеність до реальності. Урахування мотивів	Затрати часу. Фінансові, трудові, матеріальні затрати. Можлива сильна зарегульованість. Неможливість урахування всіх факторів. Необхідність у безпосередній участі об'єкта дослідження. Висока частка ризику	Міжнародна торгівля. Міжнародні інвестиції
6. Економіко-математичні методи	Чіткість запропонованих рішень. Відносна дешевизна. Надійність інформації. Оперативність. Зіставність результатів. Відносно низький рівень ризику [2]	Необхідність кадрів відповідної кваліфікації. Необхідність володіння вихідними даними. Трудомісткість	Міжнародна торгівля. Міжнародний лізинг. Використання активів із-за кордону. Контрактні форми ЗЕД
7. Математичне моделювання	Урахування значної кількості факторів. Дешевизна	Складність методу. Нестійкість взаємозв'язків. Затрати часу. Часто залежність від результатів експерименту	Міжнародна торгівля. Використання активів із-за кордону. Контрактні форми ЗЕД

Згідно з таблицею, кожен із зазначених методів може використовуватися у різних сферах, проте з огляду на обмеженість часу та коштів підприємству слід обрати один чи кілька методів, що скоріше доповнюють один одного, ніж перевіряють на точність результатів.



Аналіз документів є майже завжди початковим етапом будь-якого дослідження як для внутрішнього ринку, так і для всіх видів економічної діяльності на зовнішньому ринку. Існують два основних види аналізу документів: традиційний (класичний), формалізований (кількісний).

Використання методу опитування є досить складним. Для фірми, що виходить на зовнішній ринок, для отримання такої інформації доречніше звертатися до спеціалізованих агентств, організації.

Спостереження найбільш доцільне при використанні активів із-за кордону, контрактних форм ЗЕД та міжнародних інвестицій. Це пов'язано із відносно пасивною роллю дослідника та можливістю уникнення протистояння з боку об'єкта дослідження.

Використання методу експертних оцінок є найдоцільнішим у міжнародній торгівлі, міжнародному лізингу, при використанні активів із-за кордону, контрактних форм ЗЕД та міжнародних інвестицій. Це обумовлено здатністю методу у відносно короткий проміжок часу вибрати найоптимальніший варіант із можливих.

Використання експерименту можливе у міжнародній торгівлі та при міжнародному інвестуванні. Можливість оперувати вхідними параметрами дозволяє відобразити ситуацію більш спрощено, але результати при цьому відповідають дійсності.

Наявність великих потоків інформації кількісного характеру вимагає швидкого та чіткого її опрацювання за допомогою економіко-математичних методів, що застосовуються у міжнародній торгівлі, міжнародному лізингу, використанні активів із-за кордону, контрактних формах ЗЕД.

Математичне моделювання найбільш доцільне для міжнародної торгівлі, використання активів із-за кордону і контрактних форм ЗЕД у силу необхідності спрощення різноманітної та численної інформації з відображенням реальної дійсності.

Таким чином, використання маркетингових досліджень дозволяє вчасно реагувати на зміни у довколишньому середовищі і є невід'ємною умовою успішного функціонування підприємства на зовнішньому ринку. Компанія, обираючи один із методів чи їх комбінацію, має враховувати особливості виду діяльності, яким вона займається, а також характерні риси самих методів. Неправильний вибір методу призводить до отримання неточної чи ненадійної інформації, що, у свою чергу, веде до прийняття неправильного рішення. У результаті фірма може поступитися у конкурентній боротьбі, втратити частку ринку та зазнати збитків. Тому запорукою успіху діяльності підприємства є об'ґрунтований вибір способу отримання та аналізу інформації.

Наук. керівн. Бондаренко Л. Н.

Література: 1. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навч. посібн. / Кириченко О. А. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К. : Знання-Прес, 2002. – 384 с. 2. Роденко Д. Новые методы маркетинговых исследований [Электронный ресурс] / Дмитрий Роденко. – Режим доступа : <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=448>.

Чирьева О. И.

УДК 005.334:339.56

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация. Раскрыты причины возникновения рисков в международном бизнесе. Проанализирована деятельность таможенной службы Украины, которая использует систему управления рисками, направленную на минимизацию экономического ущерба от нарушений таможенного законодательства. Для повышения эффективности внешнеэкономической деятельности, снижения потерь и максимизации прибыли предложено акцентировать внимание на качестве заключаемых контрактов.

Анотация. Розкрито причини виникнення ризиків у міжнародному бізнесі. Проаналізовано діяльність митної служби України, яка використовує систему управління ризиками, направлену на мінімізацію економічного збитку від порушень митного законодавства. Для підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності, зниження втрат і максимізації прибутку запропоновано акцентувати увагу на якості контрактів, що укладаються.

© Чирьева О. И., 2012

Annotation. The reasons of occurrence of risks in the international business are allocated. Activity of customs service of the Russian federation, using a control system of the risks, directed on minimisation of an economic damage from infringements of the customs legislation is analyzed. For increase of efficiency of the foreign trade activity, decrease in losses and profit maximisation it is offered to pay attention to quality of concluded contracts.

Ключевые слова: внешнеэкономические риски, система управления рисками, таможенные органы, контракты.

В настоящее время субъекты внешнеэкономической деятельности подвергаются разнообразным рискам, связанным с изменением цены товара после заключения контракта; отказом импортера от приема товара; ошибками в документах при оплате товаров и услуг; мошенничеством, хищением валютных средств, выплатой по поддельным банкнотам, чекам; неплатежеспособностью покупателя или заемщика; неустойчивостью валютных курсов; инфляцией; колебаниями процентных ставок и др. Теоретико-методические аспекты управления рисками во внешнеэкономической деятельности изложены в работах Геец В. М. [1], Градова С. И. [2], Дегтяревой О. И. [3], Журавлевой Ю. М. [4].

Цель данной работы – разработка рекомендаций по повышению эффективности управления рисками во внешнеэкономической деятельности.

Понятие риска как неуверенности в результате сделки означает возможность не только потерь, но и выгод одного из ее контрагентов.

Внешнеэкономический риск – это особый вид предпринимательского риска, отражающий системную неопределенность результатов интеграции национального хозяйствующего субъекта в мировую экономику, которая выражается как в возможности получения нового ресурса развития, так и в возможности возникновения негативных последствий хозяйственной деятельности в виде финансовых, имущественных и других видов потерь из-за невыполнения иностранным контрагентом своих обязательств, а также в силу неспрогнозированных изменений внешней и внутренней среды компании [5].

Главной причиной возникновения рисков в международном бизнесе является системная многоуровневая неопределенность, которая порождается: трудно поддающейся реальному прогнозированию нестабильностью экономических процессов как на уровне национальных хозяйств, так и на уровне мировой экономики; противодействиями, возникающими в случаях нарушения договорных обязательств иностранными партнерами; изменчивостью спроса и трудностями сбыта товаров в условиях расширенных пространственных и временных рамок; вероятностным характером научно-технического прогресса и его неоднозначными последствиями для мирохозяйственных связей; случайностью многих социально-экономических, технологических и природных процессов в условиях растущей глобализации; ограниченностью и неполнотой информации о мировых экономических процессах, а также трудностями получения информации об иностранном контрагенте; столкновением противоречивых экономических интересов в условиях целевой интернационализации деятельности отдельных хозяйствующих субъектов; отсутствием комплексного и дифференцированного подхода к управлению рисками в условиях перехода на иностранную целевую группу производителей и потребителей [6].

Определение сферы возникновения риска является необходимой составляющей системы преодоления риска, так как объясняет некоторые причины их появления и способы воздействия на имущественное положение участника ВЭД.

Количество видов внешнеэкономических рисков и соответствующий размер ущерба от них увеличиваются вместе с ростом числа сфер их возникновения. Таким образом, возникает объективная необходимость в использовании механизма управления рисками с целью их минимизации.

Одним из направлений по минимизации рисков, возникающих во внешнеэкономических сделках, является внедрение системы управления рисками в таможенных органах.

Глобализация экономики позволяет применять современные информационные технологии, которые побуждают украинскую таможенную службу изменять свои процедуры и правила проведения таможенного контроля с учетом происходящих перемен и определять стратегию таможенного контроля, исходя из системы мер оценки рисков. Эти процедуры, основанные на управлении рисками, позволяют контролировать производство таможенного оформления на участках, где существует наибольший риск, позволяя основной массе товаров и физических лиц сравнительно свободно проходить через таможню. Цель системы управления рисками – создание современной системы таможенного администрирования, обеспечивающей осуществление эффективного таможенного контроля, исходя из принципа выборочности, основанного на оптимальном распределении ресурсов таможенной службы Украины на наиболее важных и приоритетных направлениях работы таможенных органов для предотвращения нарушений таможенного законодательства Украины. Основы и принципы таможенного контроля, предусматривающие использование СУР, закреплены в Международной конвенции по упрощению и гармонизации таможенных процедур Всемирной таможенной организации (Киотская конвенция, ред. 1999 г.) [7].

На практике в процессе разработки систем управления рисками участники ВЭД Украины неизбежно совершают ошибки. К числу основных из них можно отнести следующие: отсутствие должных методов оценки риска на предприятии; отсутствие статистической базы для систематического управления риском; фрагментарность риск-менеджмента и независимое управление разными видами рисков без учета их возможного взаимодействия и взаимовлияния; ошибочная организационная структура отдела управления рисками; недостаточное участие руководства в риск-



менеджменте; желание риск-менеджеров освоить как можно больше новых технологий уменьшения риска, не добиваясь максимальной эффективности в каждой из них [8].

Наибольшее влияние на участников, занимающихся внешнеэкономической деятельностью, оказывают следующие риски: риск невыполнения контрагентами своих обязательств по платежам, что вызывает серьезные финансовые затруднения у предприятия и снижает его деловую репутацию; риск повреждения оборудования при транспортировке отличается высокой вероятностью наступления рискованного события; риск невыполнения плана поставок; валютный риск (риск убытков вследствие падения покупательной способности валюты за период от подписания договора до его исполнения).

Для повышения эффективности внешнеторговой деятельности предлагается снизить потери, максимизировать прибыль, обратить внимание на качество заключаемых контрактов. Тщательно продуманные договоры могут значительно снизить риски дополнительных потерь времени и денег. В данном случае можно порекомендовать брать за основу типовые контракты и оговорки Международной Торговой Палаты (МТП), которые являются фактически независимой основой для формирования договорных отношений на условиях, приемлемых для обеих сторон соглашения [9]. Все типовые контракты и оговорки составляются экспертами Комиссии МТП по коммерческому праву и практике с учетом соблюдения баланса интересов сторон, представляющих различные правовые системы, а значит, являются наиболее эффективными.

Научн. рук. Бестужева С. В.

Литература: 1. Геец В. М. Тенденции и проблемы экономики Украины / Геец В. М. // Перспективы и пути дальнейшего укрепления экономических связей Беларуси, России и Украины. Материалы круглого стола, 10 марта 1999 года. – М. : Издательство ИНИП, 1999. – 96 с. 2. Градов С. И. Риск и выбор стратегий в предпринимательстве / Градов С. И. – М. : МСХА, 2004 – 230 с. 3. Дегтярева О. И. Организация и техника внешне-торговых операций / Дегтярева О. И. – М. : Дата Стром, 2002. – 80 с. 4. Журавлев Ю. М. Страхование во внешнеэкономических связях / Журавлев Ю. М. – М. : АНКІЛ, 2003. – 330 с. 5. О внешнеэкономической деятельности : Закон Украины // Все о внешнеэкономической деятельности: справочное пособие для бухгалтера. – Х. : Фактор, 2007. – 324 с. 6. Воронкова Ю. Н. Внешнеэкономическая деятельность: организация и управление / Ю. Н. Воронкова, Е. П. Пузакова. – М. : Экономист, 2008. – С. 141. 7. Kyoto Convention (1999) General Amies. Chapter 6. Guidelines on Customs Controls. – P. 36. 8. Антонян Л. Роль и место риск-менеджмента в управлении компанией / Л. Антонян // Общество и экономика. – 2008. – № 2. – С. 111. 9. Международная конференция "Инкотермс и международные коммерческие контракты: новые тенденции 2010" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.garant.ru.

Решетняк К. Е.

УДК 339.56:658.8

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНІ ОПЕРАЦІЇ ЯК ОСНОВА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто сутність, зміст та особливості комерційної роботи при здійсненні експортно-імпортних операцій та їх місце і роль у зовнішньоекономічній діяльності підприємства в сучасних умовах.

Аннотация. Рассмотрены сущность, содержание и особенности коммерческой работы при осуществлении экспортно-импортных операций и их место и роль во внешнеэкономической деятельности предприятия в современных условиях.

Annotation. The essence, content and peculiarities of commercial activity at export-import operations and their place in foreign economic activity of the enterprise in modern conditions have been considered.

Ключові слова: експорт, імпорт, зовнішньоекономічна діяльність, контракт, угода, реекспорт, реімпорт.

Ринкова економіка створила широкі можливості для здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємств і організацій усіх форм власності. Будь-яка організація, будь-який громадянин отримав право безпосереднього налагодження зв'язків із закордонними партнерами. Все більш

© Решетняк К. Е., 2012



зрозумілим стає те, що залучення в світогосподарські зв'язки – важлива умова повноцінного економічного розвитку, адже створити виробництво, що відповідає найсучаснішим організаційним і технічним вимогам, спираючись тільки на власний досвід, по суті неможливо. Вищезазначені чинники зумовлюють актуальність аналізу експортної та імпорتنної діяльності та виявлення напрямів та шляхів розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні.

Метою роботи є аналіз експортно-імпорتنних відносин України та її положення в системі світових економічних зв'язків, дослідження особливостей організації експортно-імпорتنних операцій в комерційних службах українських підприємств.

Під експортно-імпортними операціями розуміється комерційна діяльність, пов'язана з купівлею-продажем товарів, що мають матеріально-речову форму.

Під експортом розуміються і статистично враховуються:

вивезення з країни товарів, вироблених, вирощених або добутих у країні, а також товарів, раніше ввезених з-за кордону і перероблених;

вивезення товарів, раніше ввезених, переробка яких відбувалася під митним контролем;

вивезення за кордон раніше ввезеного товару, який не був там перероблений. Такий експорт називається реекспортом. Предметом реекспорту найчастіше виступають товари, що реалізуються на міжнародних аукціонах і товарних біржах; до реекспортних операцій відносяться й операції, що здійснюються без завезення товару у свою країну. Такого роду операції, по суті, не належать до експорту або імпорту даної країни, хоча і враховуються митною статистикою. Вони проводяться торговими фірмами з метою отримання прибутку завдяки різниці цін на один і той же товар на різних ринках. Реекспортними є також операції з вивезення товарів з території вільних зон та приписних складів. Вони враховуються митною статистикою як експортні операції.

Під імпортом розуміються і статистикою враховуються:

ввезення в країну товарів іноземного походження безпосередньо з країни-виробника або країни-посередника для особистого споживання, для промислових, будівельних, сільськогосподарських та інших підприємств, для переробки з метою споживання всередині країни або ж з метою вивезення з неї;

ввезення товарів з вільних зон або приписних складів;

ввезення з-за кордону раніше вивезених вітчизняних товарів, що не зазнали там переробки.

Такий імпорт називається реімпортом. До реімпорту відносяться товари, не продані на аукціоні, повернені з консигнаційного складу, забраковані покупцем тощо;

ввезення товарів для переробки під митним контролем. Сюди відносяться такі товари, які ввозять до країни для переробки з метою вивезення готової продукції, що містить у собі даний товар у переробленому або зміненому вигляді, наприклад, ввезення оливкової олії для виробництва на експорт сардинових консервів. У цих випадках, як правило, імпортер звільняється від сплати мита при ввезенні товару для переробки його під митним контролем.

Треба пам'ятати, що у вартість експорту та імпорту митний облік включає також усі товари, що поставляються материнськими компаніями транснаціональних корпорацій (ТНК) своїм дочірнім компаніям, що знаходяться на території інших країн. Таким чином враховується внутрішньофірмовий обмін, здійснюваний у рамках ТНК, що включається в міжнародний товарообмін. На основі даних митної статистики можна визначити частку ТНК у міжнародній торгівлі.

Крім того, у вартість товарного експорту та імпорту включаються:

вартість поставок комплектного устаткування і матеріалів, враховуючи вартість технічних послуг;

ліцензійні відрахування;

вартість товарів, проданих або куплених через торгових посередників на ярмарках і виставках;

вартість товарів, що надаються в оренду іноземному контрагенту та переміщуються через митний кордон (враховується і публікується окремо).

Відповідно до даних Державної служби статистики за 8 місяців 2011 року сальдо торгівлі товарами погіршилося на 3 293 600 000 дол. порівняно з січнем – серпнем 2010 року. У січні – серпні 2010 року негативне сальдо становило 3 293 600 000 дол. За період січень – серпень 2011 року імпорт товарів перевищив експорт на 6 665 800 000 дол.

Експорт товарів у січні – серпні 2011 року склав 38 208 800 000 дол., при цьому він виріс на 40 % порівняно з січнем – липнем 2010 року. Імпорт товарів за той же період становив 44 874 600 000 дол., збільшившись на 46,7 %.

Необхідно нагадати, що в січні – серпні імпорт товарів перевищив експорт на 5 509 600 000 дол., а у 2010 році імпорт товарів перевищив експорт на 9 309 400 000 дол.

Протягом 2010 року сальдо торгівлі товарами погіршилося на 3 572 млн дол. порівняно з 2009 роком (у 2009 році негативне сальдо становило 5 737 400 000 дол.).

Найбільш експортований товар за період січень – серпень 2011 року – це недорогоцінні метали та вироби з них, їх було продано на суму 119 469 338 грн, з них валова частка припадає на чорні метали – 99 645 343 грн. На другому місці у структурі експорту України – продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості, на неї припадає 26 849 528 грн, головну частину, а саме 8 798 725 грн та 8 426 273 грн відповідно займають продукти неорганічної хімії та добрива. На третьому місці за обсягом виручених коштів є продукти рослинного походження, на них припадає 23 056 848 грн. Основним продуктом рослинного походження, який експортує Україна, є зернові культури, їх вартість складає 14 799 266 грн.

Мінеральні продукти – група товарів, на які за період січень – серпень 2011 року припадає найбільша сума витрачених коштів – 154 872 788 грн, з яких майже всі були витрачені на палива



мінеральні, нафту і продукти її перегонки, а саме 147 188 102 грн. Друге місце займають машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання, на них за 8 місяців було витрачено 60 974 122 грн, з яких на реактори ядерні, котли, машини припадає 34 657 842 грн, а на електричні машини – 26 316 280 грн. Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби на третьому місці за обсягом імпорту: на них було витрачено 30 041 780 грн, з яких валова частина – 26 830 996 грн припадає на засоби наземного транспорту, крім залізничного.

Зовнішньоторговельні операції проводилися з партнерами з 200 країн світу.

Обсяги експорту в країни СНД склали 35,1 % від загального обсягу експорту, Азії – 27,8 %, Європи – 25,8 % (у тому числі до країн Євросоюзу – 24,2 %), Африки – 6,8 %, Америки – 4,3 %, Австралії і Океанії – 0,1 %.

Найбільші експортні поставки здійснювалися в Російську Федерацію – 24,9 % від загального обсягу експорту, Туреччину – 6,6 %, Італію – 4,6 %, Білорусь – 3,5 %, Польщу – 3,2 %, Німеччину – 3,1 %, Індію – 2,9 %.

Збільшився експорт товарів усіх основних країн-партнерів: Італії – на 89,7 %, Польщі – на 71,8 %, Російської Федерації – на 68,2 %, Туреччини – на 56,8 %, Білорусі – на 40,7 %, Німеччини – на 37,8 %, Індії – на 25,6 %.

Експортні можливості підприємств визначаються, насамперед, наявністю конкурентоспроможної на зовнішньому ринку продукції. Для того щоб зробити продукцію конкурентоспроможною слід проаналізувати, зокрема, ресурсне забезпечення підприємства – сировинне, фінансове, наявність необхідного обладнання, можливість залучення до виробництва висококваліфікованого персоналу.

Важливим елементом комерційної роботи з організації експортно-імпортних операцій є вибір контрагентів – зарубіжних фірм-покупців (продавців) товарів. Техніка оформлення зовнішньоторговельних операцій включає напрямок пропозиції (оферти), підтвердження замовлення покупця (продавця), участь у переговорах, оформлення і підписання контракту та організацію його виконання.

Основним документом, за допомогою якого оформляється угода, є міжнародний контракт купівлі-продажу товарів. У ньому обумовлюються зміст договірних умов, порядок їх виконання і відповідальність сторін.

Проведене дослідження досвіду розвинених держав дозволяє зробити висновок, що перехід до ринкової економіки в Україні супроводжувався скасуванням монополії і лібералізацією зовнішньоторговельної діяльності. На сьогодні в країні, на жаль, склалася не дуже сприятлива атмосфера для розвинення зовнішньоекономічних зв'язків, але ця криза минуча, та потрібно прагнути покращити сальдо торгівлі товарами. Робота з іноземними контрагентами не тільки дозволяє заробити більше чистого прибутку, а й встановити економічні зв'язки з підприємствами різних країн світу. Також підприємства, які займаються експортно-імпортною діяльністю, мають великі можливості щодо залучення іноземного капіталу.

Наук. керівн. Стахорська С. І.

Література: 1. Ленчевський І. Ю. Організація і регулювання міжнародних комерційних операцій / Ленчевський І. Ю., Зубова Н. І. – М. : Колос, 2007. – 240 с. 2. Мисник В. Г. Організація і техніка зовнішньоторговельних операцій / Мисник В. Г. – М. : Вид. "АКАЛІС", 2008. – 151 с. 3. Семенов К. А. Міжнародні економічні відносини / Семенов К. А. – М. : Гардарика, 2005. – 336 с. 4. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Гурєєва А. Ю.

УДК 339.54

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

АНАЛІЗ МЕТОДІВ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Анотація. Досліджено та проаналізовано методи просування вітчизняних товарів на зовнішній ринок та визначено найбільш перспективні з них.

Аннотация. Рассмотрены и проанализированы методы продвижения отечественных товаров на внешний рынок и определены наиболее перспективные из них.

© Гурєєва А. Ю., 2012

Annotation. In this article methods of promotion of the domestic goods on a foreign market were considered and analyzed, and most favourable of them are defined.

Ключові слова: методи просування товару, стимулювання споживачів, реклама товару, електронна торгівля.

Вихід підприємства на зовнішній ринок, де панує жорстка міжнародна конкуренція, можливий лише за умови використання сучасних методів управління. Для того щоб досягнути успіху в боротьбі за місце на міжнародному ринку, необхідно використовувати можливості маркетингу.

На сучасному рівні розвитку економіки існує тенденція глобалізації ринку, що, з одного боку, відкриває великі перспективи, а з іншого – робить конкуренцію ще більш жорсткою. На сьогодні є багато методів подолання перешкод у виході підприємства на міжнародний ринок. Вони наведені в роботах таких зарубіжних авторів, як Філіп Котлер, Гаррі Армстронг та ін. Також ці методи розглядаються і українськими вченими, а саме: Дідківським М. І., Куденко Н. В., Вороною Л. К., Балабановою Л. В., Стровським Л. Є., Акулічем І. Л., Щербак В. Г.

На даний момент в Україні ця проблема є актуальною, тому що багато вітчизняних підприємств, виходячи на міжнародний ринок, стикаються не тільки з ситуаціями "зачинених дверей", але й з дуже жорсткою конкуренцією. Звісно, лише деякі з них мають можливість подолати ці перепони міжнародного бізнесу.

Метою даної роботи є дослідження та аналіз методів просування вітчизняних товарів на зовнішній ринок.

Просування продукту на зовнішній ринок здійснюється шляхом використання у визначеній пропорції реклами, методів стимулювання збуту (продажів), персонального продажу і методів зв'язку з громадськістю.

Реклама – будь-яка оплачувана форма презентації і просування ідей, товарів і послуг, здійснювана конкретним замовником [1].

У рамках маркетингової діяльності реклама повинна: по-перше, підготувати зовнішній ринок (споживача) до сприятливого сприйняття нового товару; по-друге, підтримувати попит на високому рівні на стадії масового виробництва товару; по-третє, сприяти розширенню ринку збуту. Залежно від стадії життєвого циклу товару змінюються масштаби й інтенсивність реклами, співвідношення між престижною рекламою (реклама фірми-експортера, компетентності її персоналу і т. д.) і товарною (тобто рекламою конкретного товару); змінюються також засоби її поширення, обновляються її аргументи, підбираються більш свіжі, більш оригінальні ідеї.

Інформативна реклама використовується для інформування споживачів про нові продукти з метою створення початкового попиту. Спонукальна реклама використовується для створення в обраному сегменті споживачів попиту на будь-який продукт шляхом донесення споживачам, що рекламований продукт є найкращим у рамках наявних у них засобів. Порівняльна реклама здійснює пряме або непряме порівняння визначеної марки продукту з іншими марками. Рекламангадування нагадує споживачам про існуючі продукти.

Стимулювання збуту (продажів) – це короткострокові заохочувальні міри, що сприяють продажу або збуту продукції і послуг. Якщо реклама закликає: "Купіть наш продукт", то стимулювання збуту засновано на призові: "Купіть його зараз". Можна розглядати стимулювання продажів більш детально, але слід враховувати, що воно включає: стимулювання споживачів, стимулювання торгівлі і стимулювання реалізаторів самої організації. Стимулювання збуту спрямовано на збільшення споживачами обсягу покупок. Використовуються такі основні методи: надання зразків для демонстрації; використання купонів, повернення частини ціни або торгової знижки; пакетні продажі за зниженими цінами; премії; сувеніри з рекламою; заохочення постійної клієнтури; конкурси, тоталізатори й ігри, що дають споживачу шанс що-небудь виграти: гроші, товари, подорожі; експозиції і демонстрації вивісок, плакатів, зразків і т. п. у місцях реалізації продуктів.

Одним із маркетингових рішень, що поліпшують вихід підприємства на зовнішній ринок та сприяють пошуку нових партнерів, є участь у виставках, ярмарках, товарних, фондових біржах, аукціонах, міжнародних торгах [2].

Особисті контакти між стендистами (представниками продавця) і потенційними покупцями дозволяють сформувати атмосферу довіри і доброзичливості, що сприяє розвитку ділових відносин. Фірма-експонент (яка виставляє зразки своїх товарів) може виступити з доповідями на симпозиумах, що звичайно проходять у рамках виставки (ярмарки), поширити при цьому друкарську рекламу, показати кіно- або телефільми, подарувати рекламні пакети і т. п. Успішна виставкова діяльність відіграє іноді більшу роль, ніж публікація рекламних оголошень у пресі про товари виробничого призначення. Кожен з цих видів виставкової діяльності має свої особливості, переваги та недоліки, але всі вони разом ведуть до більшої інтенсифікації маркетингової діяльності підприємства, а, як наслідок, до прискорення виходу на зовнішній ринок, до збільшення прибутку та формування іміджу на міжнародному ринку. Однак робота на виставці буде ефективною лише в тому випадку, коли вона ведеться строго за планом і цілеспрямовано. Спеціалісти, які знаходяться біля стенда, повинні чітко розуміти, заради яких комерційних цілей фірма (підприємство) бере участь у виставці, і робити все можливе для досягнення поставленої мети.

Товар, який пропонує фірма, може виставлятися на міжнародних аукціонах, що також сприяє поширенню відомості фірми та формуванню її іміджу на зовнішньому ринку. Підприємства мають можливість потрапити на міжнародний аукціон, якщо виробляють хутро, ювелірні прикраси та інші особливі види товару. Ще одним видом виставкової діяльності є міжнародні торги, на яких покупець оголошує конкурс для продавців на товар з визначеними характеристиками. Вони теж відкривають багато можливостей для підприємства на зовнішньому ринку.



Під персональним продажем розуміється усна презентація товару з метою його збуту в розмові з одним чи декількома потенційними покупцями. Це найбільш ефективний інструмент просування продукту на визначених етапах його збуту, особливо для створення в покупців сприятливого відношення до запропонованих продуктів, у першу чергу, до продукції виробничого призначення [3]. Проте це найбільш дорогий метод просування.

Зв'язки із громадськістю припускають створення позитивних відносин із різноманітними державними і суспільними структурами шляхом формування сприятливої думки про компанію, її товари і нейтралізації негативних подій і чуток. Цей метод включає також зв'язок із пресою, поширення інформації про діяльність компанії, лобістську діяльність у законодавчих і урядових органах із метою прийняття або скасування визначених рішень, роз'яснювальну роботу щодо положення компанії, її продуктів, соціальної ролі [4].

Значна частина світового бізнесу в сучасних умовах здійснюється за допомогою цифрових мереж. Інтернет у цьому процесі – це революційна технологія нашої епохи, яка забезпечила компаніям та споживачам можливість безперешкодного спілкування та взаємодії в грандіозних масштабах. Інтернет дозволяє швидко використовувати та обмінюватися інформацією в необмежених кількостях [5].

На сьогодні існують чотири головні сфери маркетингу: B2C (business-to-consumer), B2B (business-to-business), C2C (consumer-to-consumer), C2B (consumer-to-business). На зовнішньому ринку використовують дві сфери маркетингу: B2C (business-to-consumer), B2B (business-to-business).

Багато уваги приділяється електронній торгівлі типу B2C, тобто продажу товарів та послуг кінцевим споживачам за допомогою комп'ютерних мереж.

Не менш популярною є електронна торгівля типу B2B. Фірми, що займаються промисловою діяльністю, використовують саме ці мережі, а також електронні каталоги продукції, бартерні сайти та інші Інтернет-ресурси для виходу на нові ринки збуту для забезпечення вигідних для себе цін та умов продажу.

Отже, найбільш вигідним типом електронної торгівлі як для споживачів, так і для компанії є B2C, бо в цьому випадку компанія враховує думку споживачів щодо своєї діяльності та може постійно покращувати свою роботу. На даний момент деякі вітчизняні підприємства вже намагаються користуватися таким типом торгівлі.

В Україні на сьогодні навіть великі підприємства майже не використовують можливості глобальних мереж. Якщо порівнювати ступінь охоплення ринку через Інтернет іноземними та українськими компаніями, наші підприємства знаходяться ще на початковому рівні використання цих технологій.

Таким чином, найбільш перспективним методом просування товарів на зовнішній ринок є впровадження Інтернет-маркетингу на українських підприємствах. Ця технологія може забезпечити як вихід підприємства на зовнішній ринок, так і його успішне функціонування на ньому. Головним завданням для вітчизняних підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, є зміна їх стереотипів та перехід до використання сучасних інструментів та технологій у маркетингу.

Наук. керівн. Олєгіна І. В.

Література: 1. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг : навч. посібн. / Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 1998. – 152 с. 2. Армстронг Г. Введение в маркетинг / Армстронг Г., Котлер Ф. ; пер. с англ. – 8-е изд. – М. : ООО "И.Д. Вильямс", 2007. – 832 с. 3. Акулич И. Л. Международный маркетинг : учебн. пособ. / И. Л. Акулич. – М. : Выш. шк., 2009. – 544 с. 4. Балабанова Л. В. Маркетинг : підручник / Балабанова Л. В. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2008. – 645 с. 5. Щербак В. Г. Проблеми проникнення вітчизняних підприємств на зовнішні ринки / Щербак В. Г., Лозенко А. П. // Фінанси України – 1008. – № 4. – С. 502.

Новобранець Є. С.

УДК [005.332.4:658](477)

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто основні проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств та визначено основні шляхи її вирішення.

© Новобранець Є. С., 2012

Аннотация. Рассмотрены основные проблемы повышения конкурентоспособности предприятий и определены основные способы ее повышения.

Annotation. The main problems of business competitiveness increase are considered and the basic ways to improve it are determined.

Ключові слова: конкурентоспроможність, економіка, ринок.

Проблема конкурентоспроможності підприємства носить у сучасному світі універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, багато чого залежить в економічному і соціальному житті будь-якої країни, практично будь-якого споживача. Трансформація, що відбувається в Україні змушує по-новому поглянути на проблему, виходячи з того, що розвинений конкурентний ринок буде незабаром диктувати рівень і динаміку розвитку продукції.

Головною метою дослідження є визначення основних перешкод формування конкурентоспроможності українських підприємств та шляхів її підвищення.

Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств вивчали як зарубіжні, так і вітчизняні вчені-економісти: А. Сміт, Азов Г. Л., І. Батурина, Фатхундінов Р. А., Селезньов А., М. Портер та ін.

Проведене дослідження показує неоднозначність у тлумаченні понять, пов'язаних з конкурентоспроможністю, наявність різних трактувань залежно від освітлення поставлених у них питань. В узагальненому вигляді термін "конкурентоспроможність" визначається як змагальні, конкурентні відносини між двома або кількома економічними суб'єктами господарської діяльності, які проявляються у вигляді прагнення кожного з них обійти інших у досягненні єдиної мети, отримати більш високий результат. Щоб узагальнити економічну сутність даного поняття, проаналізуємо сучасні трактовки поняття "конкурентоспроможність" за різними авторами (табл. 1).

Таблиця 1

Сучасні трактовки поняття "конкурентоспроможність"

№	Автор	Визначення поняття "конкурентоспроможність"
1	А. Сміт [1, с. 27]	Вважав конкуренцію "невидимою рукою" ринку, що автоматично врівноважує ринок і таким чином регулює відповідні приватні та громадські інтереси
2	Азов Г. Л. [2, с. 257]	Конкурентоспроможність є конкурентною перевагою окремих характеристик, що є наслідком більш ефективного управління процесом розробки, реалізації та експлуатації запропонованої продукції
3	І. Батурина [3, с. 64]	Багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки за своїми якісними, технічними, економічними, естетичними характеристиками, але й за комерційними і іншими умовами його реалізації (ціна, строки поставки, канали збуту, сервіс, реклама)
4	Фатхундінов Р. А. [6, с. 21]	Характеристика товару, що відображає його відмінність від товару конкурента як за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі, так і за витратами на її задоволення
5	А. Селезньов [4, с. 26]	Обумовлене економічними, соціальними, політичними факторами становище товаровиробника на внутрішньому і зовнішньому ринках, відображаючи через показники, що характеризують адекватно такий стан і його динаміку
6	М. Портер [5, с. 167]	Конкурентоспроможність підприємства – здатність успішно оперувати на конкретному ринку (регіоні збуту) у визначений період шляхом випуску та реалізації конкурентоспроможних виробів та послуг

З даного переліку визначень поняття "конкурентоспроможність" можна зробити висновок, що воно включає три основні складові. Перша жорстко пов'язана з продуктом і значною мірою зводиться до якості. Друга пов'язана як з економікою створення збуту і сервісу товару, так і з економічними можливостями й обмеженнями споживача. Нарешті, третя відбиває все те, що може бути приємно чи неприємно споживачу продукції.

На особливу увагу заслуговує модель національної конкурентоспроможності М. Портера, в якій, на думку автора, показниками конкурентоспроможності країни є чотири групи чинників, які формують національний "ромб", створюючи стійку систему, компоненти якої підсилюють дію один одного [1, с. 165–170].

Застосуємо дану модель до підприємства ТОВ "Кнауф Гіпс Донбас" та виділимо основні групи чинників, що визначають конкурентоспроможність даного підприємства (табл. 2).

Таблиця 2

**Групи чинників, що визначають конкурентоспроможність підприємства
ТОВ "Кнауф Гіпс Донбас"**

№	Групи чинників	Компоненти, що визначають конкурентоспроможність підприємства
1	Факторні умови	Підприємство постійно вдосконалює технології, збільшує обсяги продажу, має сильну технічну базу та висококваліфіковані кадри
2	Умови попиту	У підприємства сформувалася своя база постійних клієнтів та воно постійно працює над пошуком нових контрактів
3	Стан однорідних і обслуговуючих галузей	Будівництво не є високорозвиненою галуззю в країні
4	Стратегії фірми у певній конкурентній ситуації	Підприємство має розвинену систему збуту з представництвами в закордонних країнах, досконалу технологічну структуру та досить слабку конкуренцію

Виходячи з результатів вищенаведеної таблиці, можна зробити висновок, що підприємство ТОВ "Кнауф Гіпс Донбас" не володіє достатнім рівнем конкурентоспроможності за моделлю М. Портера. Якщо таким чином проаналізувати всі підприємства України, то можна зробити висновок що проблема підвищення конкурентоспроможності є головною для більшості з них.

Узагальнюючи всі вищенаведені визначення конкурентоспроможності, виділимо основні напрями, які враховує конкурентоспроможність (табл. 3).

Таблиця 3

Напрями, які впливають на конкурентоспроможність

№	Напрями, які враховує конкурентоспроможність
1	Конкретні вимоги потенційних споживачів до запропонованого на ринку товару
2	Розміри і динаміка попиту на продукцію
3	Рівень конкуренції на ринку відповідних товарів
4	Визначальні параметри продукції основних конкурентів
5	Розрахунковий рівень ринкової ціни товару
6	Термін окупності сукупних витрат, пов'язаних з проектуванням і просуванням на ринок нового товару
7	Найбільш перспективні ринки для відповідного товару та етапи закріплення на них

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що конкурентоспроможність враховує соціальні, маркетингові, економічні, виробничі та комерційні інтереси і є перевагами на ринку, які забезпечуються привабливими для споживача властивостями, порівняно низькою ціною і експлуатаційними витратами, тобто це ринкова властивість товару, що означає його попит на ринку і приносить прибуток.

На сьогодні будь-яка промислова фірма, будь-який товаровиробник поставлені перед необхідністю вирішення життєво важливої для них проблеми конкурентоспроможності. Зсув центрів управління економічними явищами з макро- на мікрорівень вимагає розробки певних механізмів прийняття внутрішньофірмових рішень.

Ключовим етапом процесу прийняття того чи іншого рішення є аналіз альтернативних варіантів і вибір такого, який найбільш повно відповідає поставленим цілям. В умовах ринкових відносин конкурентоспроможність характеризує ступінь розвитку суспільства. Чим вище цей показник, тим вище життєвий рівень у цій країні. Найбільш системно й ефективно проблемами забезпечення конкурентоспроможності займаються в західних країнах і США.

Для України проблема збереження конкурентних позицій на світовому ринку стоїть особливо гостро, бо в сучасних умовах втрачаються ті фактори, які могли б забезпечити зростання конкурентоспроможності у майбутньому. На зовнішньому ринку продукція більшості українських виробників може бути реалізована тільки в рамках демпінгових і нелегальних угод. На світовому ринку конкурентоспроможними визнано менше 1 % українських товарів і послуг. Неможливо також говорити про прибутковість українського виробництва та експортних операцій.

Зробивши аналіз, можна дійти висновку, що основними проблемами конкурентоспроможності українських підприємств, як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках, є: нездатність виробляти товари, що забезпечують для громадян високий рівень життя, а також зберегти цей рівень на довгий термін; нездатність у рамках вільних ринкових умов виробляти товари та послуги, що відповідають вимогам міжнародного ринку; нездатність країни домогтися високих темпів збільшення приросту ВВП на душу населення; нездатність підтримувати відносно високий рівень показників доходу та зайнятості населення.



Використовуючи досвід зарубіжних країн, структурна перебудова української економіки повинна бути орієнтована на використання інтелектуальних ресурсів і розвиток високотехнологічних виробництв. Усе це передбачає створення умов для безперервного оновлення технологій і асортименту продукції, зростання освітнього рівня та вдосконалення управління шляхом упровадження інновацій та науково-технічних досягнень, заснованих на новітніх знаннях і технологіях.

Серед пріоритетних напрямків діяльності з точки зору підвищення конкурентоспроможності українських підприємств можна виділити: імпортозаміщення виробництва; інформаційні технології; телекомунікації і зв'язок; безвідходне виробництво; охорону навколишнього середовища.

Трансформація економіки України викликає необхідність у нових підходах до проблеми якості та конкурентоспроможності; вимагає більш повного врахування виробниками ринкового фактора, зсуву від адміністративних важелів контролю якості до переважно організаційно-економічних заходів управління якість; організації роботи з переходу у перспективі до тотального забезпечення якості. У силу своєї комплексності і багатогранності якість – проблема, що вимагає на рівні промислового підприємства форми узгоджених зусиль усіх підрозділів для прийняття рішень. Узгодженість зусиль – неодмінна умова підтримки якості продукції на необхідному рівні. Щоб дана умова дотримувалася в повній мірі, необхідна чітка програма дій, в якій формулюються цілі та завдання.

Отже, в умовах глибоких структурних змін міжнародного та національного ринку головне завдання підприємства полягає у знаходженні своєї ніші в жорстких умовах конкуренції на світовому ринку. Для цього підприємство, що діє в глобальній економіці, повинно враховувати особливості сучасного ринку. На перше місце в умовах глобальної економіки виходять такі чинники підвищення конкурентоспроможності підприємства: проведення інноваційної політики, яка визначає можливість підприємства конкурувати не тільки на внутрішньому, а й на зовнішніх ринках; наявність кваліфікованих трудових ресурсів, що відповідають вимогам міжнародного ринку праці; гнучка система управління якістю на підприємстві. Підприємство, чия стратегія визначається як глобальна, повинно враховувати також культурні, соціальні, політичні, технологічні, екологічні та юридичні особливості ринку окремо взятої країни.

Наук. керівн. Резнікова Т. О.

Література: 1. Портер М. Международная конкуренция / Портер М. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с. 2. Аналоуі Ф. Стратегічний менеджмент малих і середніх підприємств : підручник / Аналоуі Ф., Карамі А. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 400 с. 3. Батурина І. Виробництво та пропозиція. Витрати і прибуток / Батурина І., Непрінцева С. // Російський економічний журнал. – 1993. – № 3. – 119 с. 4. Миронов М. Г. Ваша конкурентоспроможність / Миронов М. Г. – М. : Альфа-прес, 2004. – 160 с. 5. Сіваченко І. Ю. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств : навч. посібн. / Сіваченко І. Ю., Козак Ю. Г., Єхануров Ю. І. та ін. ; за ред. І. Ю. Сіваченка, Ю. Г. Козака, Ю. І. Єханурова. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 436 с. 6. Фатхундінов Р. А. Управління конкурентоспроможністю організації / Р. А. Фатхундінов. – М. : Ексмо, 2004. – 544 с.

УДК 005.57:339.944

Іванієнко К. В.

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто проблематику інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства на основі вдосконалення теоретико-методологічних аспектів проблеми. Проаналізовано принципи систематизації інформації в системах управління розвитком зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Система інформаційного забезпечення представлена в розрізі окремих класифікаційних груп.

Аннотация. Рассмотрены проблемы информационного обеспечения развития внешнеэкономической деятельности предприятия на основе совершенствования теоретико-методологических аспектов проблемы. Рассмотрены принципы систематизации информации в системах управления развитием внешнеэкономической деятельности предприятий. Система информационного обеспечения представлена в разрезе отдельных классификационных групп.

© Іванієнко К. В., 2012



Annotation. In the article the problem of informational support of the development of the company's foreign economic activities was considered on the basis of theoretical and methodological aspects perfection. The principles of the information systematization in the systems of the company's foreign economic activities management were analysed. The system of informational support was presented in the context of separate classification groups.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, інформаційні ресурси, принципи систематизації інформації, експрес- і фундаментальна діагностика, аналітична цінність інформації.

У сучасних умовах світової фінансової та економічної кризи, що призвела до погіршення міжнародних конкурентних позицій вітчизняних підприємств, істотного падіння вітчизняного експорту та рейтингу конкурентоспроможності української економіки, проблема розвитку теоретико-методологічного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств набуває особливого значення.

Метою роботи є вдосконалення теоретико-методологічних та методичних засад інформаційного забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Актуальність проблеми структурування і систематизації інформації за певними ознаками і принципами визначається ключовою роллю інформаційно-аналітичної бази системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Проблематика інформаційного синтезу систем управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств значною мірою групується саме навколо цих аспектів. Вирішальним при ухваленні якісних управлінських рішень є правильний вибір методу систематизації інформації, що зумовлює рівень її цінності для суб'єктів управлінської діяльності.

Аналіз літературних джерел показав відсутність єдиного підходу щодо визначення методів вирішення цієї проблеми. На практиці рішення приймаються спираючись на рекомендації органів, що регулюють облікову звітність, та з урахуванням цілей і завдань систем управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Вирішення проблеми структурування та систематизації інформації в системах управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств має здійснюватись на підставі дотримання певних принципів. На думку автора, якнайповнішою й обґрунтованою є класифікація принципів, що наведена в роботі [1]:

актуальність – реальне відображення станів середовища та об'єкта управління;

достовірність і повнота відображення – максимально точне і повне відображення об'єктивних процесів, факторів і тенденцій розвитку станів середовища й об'єкта управління;

оперативність – своєчасне відображення в певний момент часу станів середовища та об'єкта управління;

релевантність – відповідність інформації вимогам її користувачів – суб'єктів управлінського процесу;

безперервність – для забезпечення часових порівнянь і динаміки змін станів об'єктів спостереження;

інформаційна єдність – можливість чіткої та однозначної інтерпретації характеру змін (тенденцій) у станах об'єктів спостереження.

Виходячи з наведених принципів, автор вважає доцільним здійснювати структурування системи інформаційного забезпечення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства за такими ознаками, як:

а) сфера продукування;

б) функціональне спрямування інформації;

в) метод обробки (систематизації) інформації.

За ознакою сфери продукування інформації в системі управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств інформація поділяється на внутрішню та зовнішню [1].

Внутрішня інформація має тактичне значення в системі управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, а джерелом її формування виступають форми офіційної звітності підприємства, які доповнюються матеріалами оперативного та управлінського обліку. На відміну від внутрішньої, зовнішня інформація має різні джерела формування, що спрямовані як на інформаційну підтримку, так і на інформаційну дестабілізацію підприємства. Таким чином зовнішня інформація є стратегічно значущою і саме з нею пов'язані найбільші труднощі та витрати в інформаційному синтезі систем управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств.

Класифікація інформації за ознакою функціонального призначення дозволяє проводити експрес- та фундаментальну діагностику розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Експрес-діагностика зовнішньоекономічної діяльності підприємства вимагає інформаційної бази, сформованої на підставі затверджених форм фінансової звітності підприємства та даних міжнародних організацій, що публікуються в офіційних виданнях. Формуванню цієї бази даних сприяє перехід у 2000 р. на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та на нові форми фінансової звітності підприємств. Інформаційне забезпечення фундаментальної діагностики є більш складним і має формуватися у площині як внутрішніх, так і зовнішніх чинників впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Аналітична цінність інформації значною мірою визначається методом її обробки. Найбільш надійним підґрунтям прийняття управлінських рішень виступає внутрішня інформація, що, в свою чергу, поділяється на:

1) базову фінансово-економічну інформацію;

2) інформацію щодо ефективності (продуктивності) бізнес-процесів усередині системи;

3) інформацію щодо структури факторіальних джерел ефективності (продуктивності);

4) інформацію про розподіл ресурсів підприємства [1].

Використання наведених у роботі підходів до формування інформаційних ресурсів розвитку зовнішньоекономічної діяльності дозволяє здійснювати зовнішньоекономічну діяльність підприємств на якісній інформаційній базі.

Наук. керівн. Піддубний І. О.

Література: 1. Піддубна Л. І. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: теорія та механізм забезпечення : монографія / Піддубна Л. І. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2011. – 400 с. 2. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / П. Ф. Друкер ; пер. с англ. – М. : Изд. Дом "Вильямс", 2001. – 272 с. 3. Heider A. Khan. Digital Development Challenges and prospects / Heider A. Khan. – 2002. – 182 p. 4. Rajeneesh N. Technological Competitiveness, Trade and FDI / Rajeneesh N., Wakelin K. // University of Oxford. – 2001. – P. 84.

UDC 006.322.339.92

Ilina I.

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

GUIDELINES IN THE STANDARDIZATION PROCESS AT UKRAINIAN ENTERPRISES

Annotation. The article is devoted to the highlights of the standardization process in Ukraine. The basic groups of standards forming the image of an enterprise are determined and necessity of standardization in the international activity of a company is considered.

Анотация. Розкрито основні моменти процесу стандартизації в Україні. Визначено базові групи стандартів, виконання яких формує імідж підприємства, а також розглянуто важливість стандартизації у сфері міжнародної діяльності компанії.

Аннотация. Раскрыты основные моменты процесса стандартизации в Украине. Определены основные группы стандартов, исполнение которых формирует имидж предприятия, а также рассмотрена важность стандартизации в сфере международной деятельности компании.

Key words: environmental management, quality management, risk management, social responsibility, standard, standardization.

At the present stage of economic development standardization is one of the most important elements of technical regulation. It improves safety of life and health, environmental safety, etc. Standardization is recognized an essential discipline for all global marketplace players who must strive to be competitive. In Ukraine standardization is important in resolution of the problem of improving the quality of industrial production, export potential and maintaining the competitiveness of Ukrainian goods on the world market.

Various aspects of standardization have been researched and developed by: Suzan L. Jackson, Sergio Mazza, Robert Reichard, Patricia Ricci, Laura Struebing, Walter Wingo, Amy Zuckerman, L. V. Podlipaev, V. V. Ivlev, I. N. Panin, V. N. Phomin. Their works clarify both general principles and features of the standardization process within a company.

The purpose of the researching is building a system of standards, which can be implemented in any enterprise – international trader, and will significantly enhance its competitiveness in the global market.

Today, companies have integrated standardization as a major technical and commercial element in business planning. Standards solve issues ranging from product compatibility to consumer safety and health. Standards also simplify product development and reduce non-value-adding costs. Standards are the fundamental building blocks for international trade. Only through the use of standards the requirements of interconnectivity and interoperability of products and markets can be achieved.

Worldwide, there are well over half a million published standards. Further, approximately, \$1.5bln is invested globally each year in the creation and management of standards. An extensive study initiated by DIN (German Standards Institute) and the German Federal Ministry of Economic Affairs and Technology in 2000, has provided detailed insight into the economic benefits for standards to businesses and to the economy.

"Standards contribute more to economic growth than patents and licenses. Companies that participate actively in standards work have a head start on their competitors in adapting to market demands and new technologies. Transaction costs are lower when European and International Standards are used. Research risks and development costs are reduced for companies contributing to the standardization process. Standards



play a strategic significance to companies. Leaders in technology should become more involved in standards. Standards are a positive stimulus for innovation. Standards are internationally respected" [1].

Virtually any aspect of a product or component can be standardized. Individual industries have distinct sets of standards. Professions may also be held up to standards of practice or conduct, such as safety and ethical standards. National and international organizations have also evolved to synthesize the diverse standardization efforts of the individual groups and promote acceptance of and adherence to basic standards. There are more than 50 International standardizing bodies among which are IEC (International Electrotechnical Commission), WCO (World Customs Organization), WIPO (World Intellectual Property Organization), ISO (International Organization for Standardization) and numerous others. In each region exist Regional standardizing bodies such as CEN (Comité Européen de Normalisation), ACCSQ (ASEAN Consultative Committee for Standards and Quality), COPANT (Pan American Standards Commission) and others. Also each country has own National standardizing body [2].

The world's largest developer and publisher of International Standards is ISO (International Organization for Standardization). ISO develops International Standards for all industry sectors as well as for a variety of cross-sector. Most ISO standards are highly specific. But also there are ISO standards that provide requirements or give guidance on good management practice. Any organization participating in or considering foreign activities should follow 4 basic standards of management (table).

Table

Standards of management [3; 4]

Family of standards	Essentials	Benefits
ISO 9000 Quality management	Basic principles appear in ISO 9000:2005 and ISO 9004:2000: Principle 1: Customer focus. Principle 2: Leadership. Principle 3: Involvement of people. Principle 4: Process approach. Principle 5: System approach to management. Principle 6: Continual improvement. Principle 7: Factual approach to decision making. Principle 8: Mutually beneficial supplier relationships	Organization does to fulfill: the customer's quality requirements, applicable regulatory requirements, aiming to: enhance customer satisfaction, achieve continual improvement of its performance in pursuit of this objective
		The ISO 9001:2008 standard provides a tried and tested framework for taking a systematic approach to managing the organization's processes so that they consistently turn out product that satisfies customers' expectations
ISO 14000 Environmental management [5]	ISO 14004:2004 provides guidelines on the elements of an environmental management system and its implementation, and discusses principal issues involved. ISO 14001:2004 specifies the requirements for such an environmental management system. Fulfilling these requirements can be audited to demonstrate that the system is operating effectively in conformity to the standard	Improved process efficiency. Reduced waste generation and disposal costs. Utilization of recoverable resources. Reduced cost of waste management. Savings in consumption of energy and materials. Lower distribution costs. Improved corporate image among regulators, customers and the public. Framework for continual improvement of environmental performance
ISO 31000 Risk management	ISO/IEC 31010:2009 assists organizations in implementing the risk management principles and guidelines provided by the ISO 31000:2009, itself complemented by ISO Guide 73:2009 on risk management vocabulary. The standard reflects current good practice and answers the following questions: What can happen and why? What are the consequences? What is the probability of their future occurrence? Are there any factors that mitigate the consequences of the risk or that reduce the probability of the risk?	Establish a reliable basis for decision making and planning. Comply with relevant legal and regulatory requirements and international norms. Effectively allocate and use resources for risk treatment, minimize losses. Improve operational effectiveness and efficiency, the identification of opportunities and threats, financial reporting and control, governance and stakeholder confidence and trust. Improve loss prevention and incident management. Improve organizational learning
ISO 26000 Social responsibility [6]	Providing guidance on: Concepts, terms and definitions related to SR. Background and trends of SR. Principles and practices relating to SR. Core subjects and issues related to SR. Identifying and engaging with stakeholders. Communicating commitments, performance and other information related to SR	Competitive advantage. Reputation. Ability to attract and retain workers or members, customers, clients or users. Maintenance of employees' morale, commitment and productivity. View of investors, owners, donors, sponsors and the financial community. Relationship with companies, governments, the media, suppliers, peers, customers and the community in which it operates



Using these standards in the complex any company can state high-quality and ecologically friendly production, effectiveness of management at all organizational units, accounting and forecasting of all risks, as well as social responsibility. Such a set of standards improves the company's image in the world market, the confidence of partners in a safe and effective cooperation, trust and the propensity of consumers and ensures further steady growth and development.

As a result of the research the real benefits of standardization, the possibility of standardization at the national, regional and international levels, as well as an analysis of the priority areas of standardization that are relevant for all companies in the world market were identified. The article gives an understanding of need for standardization, as well as guidelines for standardization, which should get a special attention of the top-manager of any enterprise.

Наук. керівн. Вовк В. А.

References: 1. Hans Knoop, Standardization in the International Context / Hans Knoop // International Standards Seminar. – Germany, 2000. 2. World Standards Services Network [Electronic resource]. – 2011. – Access mode : www.wssn.net. 3. The integrated use of management system standards // ISO publication. – 2008. 4. ISO Focus+ [Electronic resource]. – 2011. – Access mode : www.iso.org. 5. Jackson Suzan L. ISO 14000: What You Need to Know / Jackson Suzan L. – 1997. – 127 p. 6. Fiona Pelham on International Sustainability Standards video. – 2011.

УДК 339.924

Агаркова К. С.

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ЕКОНОМІЧНА КОНКУРЕНЦІЯ В ПЛОЩИНІ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Анотація. Проаналізовано особливості сучасного етапу глобалізації світової економіки. Визначено основні позитивні чинники й негативні наслідки глобалізації. Розкрито напрями впливу глобалізації на конкуренцію в національній економіці.

Аннотация. Проанализированы основные особенности современного этапа глобализации мировой экономики. Определены основные положительные факторы и негативные последствия процесса глобализации. Раскрыты направления влияния глобализации на конкуренцию в национальной экономике.

Annotation. In the article peculiarities of the present-day stage of economic globalization were analysed. The main positive factors and negative affects of globalization were determined. Directions of influence of globalization on the national economy were also revealed.

Ключові слова: глобалізація, глобальна конкуренція, прями іноземні інвестиції, транснаціональні корпорації.

У останній чверті ХХ – на початку ХХІ століття на економічний, соціальний і політичний розвиток дедалі більше впливає процес глобалізації. Основними формами її прояву є, зокрема, зростання обсягів міжнародної торгівлі та інвестицій, лібералізація й дерегуляція руху капіталів, диверсифікація світових фінансових ринків, істотне збільшення ролі ТНК у світових господарських процесах, загострення глобальної конкуренції, формування системи глобального менеджменту тощо.

Розуміння сутності, змісту, а також причин суперечливості процесів формування глобалізованого суспільства, можливого позитивного й негативного впливу цих процесів має сприяти формуванню більш виваженої економічної політики держави.

Досить активно досліджуються проблеми впливу процесу глобалізації на світову економіку такими вченими, як: О. Білорус, Б. Данилишин, В. Сіденко, О. Швиданенко, Н. Гражевська та ін. Окремі аспекти особливостей сучасного процесу глобалізації ґрунтовно висвітлені й у західній економічній літературі, зокрема, у працях Дж. Стігліца, В. Гейця, Г. Томпсона, А. Драха і Є. Макґрю.

Метою статті є визначення впливу процесу фінансової глобалізації на конкуренцію в національній економіці.

Головною передумовою глобалізації є інформаційна революція. Новітні технології як результат останньої великою мірою сприяли інтеграції й уніфікації сучасного світу. Аналіз теорії і практики економічного розвитку дає змогу виділити найхарактерніші ознаки глобалізації, а саме:

1) стихійний характер здійснення та спрямованість на реалізацію короткострокових інтересів розвинутих країн, загальний вигравш яких від високого рівня відкритості національних економік перевищує їхні втрати;

2) поглиблення нерівномірності розвитку та посилення диспропорцій світової економіки;

3) ігнорування соціально-економічної, культурної, історичної специфіки розвитку національних економік, яка обмежує історичні альтернативи;

4) обмеження національного суверенітету та посилення диктату з боку міжнародних фінансових інституцій [1, с. 292–296].

Глобалізацію визначають інтенсивність, обсяг і вартість міжнародних трансакцій у інформаційній, фінансовій, комерційній, торговельній і адміністративній сферах у всесвітньому масштабі. Різке зростання обсягів цих операцій протягом останнього десятиліття й унаслідок цього їх рівня є проявом глобалізації, що найкраще піддається виміру. Саме наростання всесвітньої економічної нестійкості з розвитком глобалізації актуалізує проблему забезпечення відповідності між процесами лібералізації глобального переміщення ресурсів, з одного боку, та забезпеченням глобального узгодження національних інтересів і глобального регулювання основних структурних пропорцій обміну – з іншого.

Варто також враховувати, що в умовах глобалізації змінюється зовнішнє середовище діяльності суб'єктів господарювання, зокрема:

національні ринки споживчих товарів, капіталів, технологій, робочої сили тощо щоразу більше інтегруються та включаються в єдиний світовий ринок, де іноземні фірми діють на однакових правах із національними, а передача інформації, розрахунки здійснюються в режимі реального часу через Інтернет;

обсяг і умови реалізації товарів дедалі частіше визначаються не на ринку, як це було раніше, а ще до початку виробництва, на підставі довгострокових контрактів із конкретними замовниками;

у загальному обсязі пропонованої на ринку продукції все більшу роль відіграють не стандартні матеріальні блага, а послуги, науково-технічні розробки, а також складні технічні комплекси;

ціни визначаються витратами на одиницю споживчого ефекту, а не продукції. У міру насичення ринку зростає роль нецінової конкуренції, спостерігається істотна розбіжність цін для різних сегментів ринку;

у структурі витрат виробництва зростає частка трансакційних, спрямованих у інші сфери діяльності, й авансованих витрат [2, с. 26].

Під впливом глобалізації динамічного розвитку набуває світова конкуренція. Глобальна конкуренція — це багатоаспектна категорія, котра відображає процес суперництва цивілізацій, регіонів, країн, глобальних галузей, ТНК та інших суб'єктів глобального простору за конкурентні переваги в умовах високого рівня монополізації, посилення сукупного впливу раніше ізольованих чинників та зміни всієї парадигми їх розвитку. Таким чином, з одного боку, конкуренція будь-якого рівня покликана слугувати підвищенню конкурентоспроможності й ефективності суб'єктів господарювання, а з іншого — за умов домінування глобальних монополій є інструментом пригнічення слабших учасників сильнішими через несумісність фундаментальних інтересів.

На сучасному етапі глобальна конкуренція ведеться вже не так між країнами, як між наднаціональними відтворювальними системами, кожна з яких об'єднує, з одного боку, національні системи нагромадження капіталу, а з іншого — ТНК, що працюють у масштабах світового ринку. Глобальний економічний розвиток визначається поєднанням двох суперечливих тенденцій, а саме: підпорядкування світової економіки інтересам транснаціонального капіталу та конкуренції національних економічних систем.

Науковці дедалі більше схильні вважати, що глобалізація веде до формування глобальної конкуренції як нового історичного феномену, головними особливостями якої є: виникнення й розвиток конкурентних відносин у інтегрованому просторі; зміна суб'єктами глобальної економіки кінцевих цілей їхньої діяльності, що зумовлює орієнтацію не на прибуток, а на масштаби вивільнення ліквідних ресурсів для виконання певних стратегічних завдань; загострення конкуренції та домінування деструктивної складової глобальної конкуренції, що різко уповільнює розвиток деяких країн; необхідність координації контролю над інститутами державної влади між представниками транснаціонального й національного капіталу; зростання ролі ТНК у конкурентній глобальній боротьбі за рахунок інтенсифікації процесів злиття й поглинання; трансформація ТНК у глобальні компанії та забезпечення ними конкурентних переваг на основі унікальних корпоративних стратегій і синергетичних можливостей інтеграції локальної і глобальної конкуренції [3, с. 57].

На думку багатьох українських науковців, в епоху глобалізації виникають нові чинники, що визначають ступінь конкуренції або концентрації на ринках. Насамперед, це позитивні зовнішні мережні ефекти, фрагментація виробництва між різними країнами і вплив міжнародної конкуренції на ринкову владу національних монополій.

Однак глобалізація має й інший бік. Так, непоодинокими є випадки, коли дії іноземних фірм негативно впливають на внутрішню конкуренцію. Головними чинниками збитковості основної діяльності промислових підприємств є зміна умов зовнішнього середовища, втрата колишніх ринків збуту, загострення конкуренції при виході на нові ринки, недостатня розвиненість внутрішнього ринку. Українські підприємства практично не можуть реалізувати свою продукцію, адже імпортери при вивезенні товарів із країни походження отримують компенсацію ПДВ на повну вартість товару, а при ввезенні в Україну — сплачують його, виходячи із заниженої митної вартості. Унаслідок цього імпортер отримує пільги, що майже дорівнюють ставці ПДВ в Україні. Недобросовісна конкуренція з боку імпортерів продукції робить її у 1,5 – 2 рази дешевшою за аналогічну українську та при-



зводить до втрати внутрішнього ринку національними виробниками. Разом із тим приплив іноземних товарів обмежує можливості виробників монополізувати ринки.

На думку багатьох експертів, у ході реалізації взятих Україною зобов'язань щодо СОТ та формування зони вільної торгівлі з ЄС відбудуватиметься подальше зростання відкритості внутрішнього ринку й конкурентного тиску на українських виробників. Інерційність розвитку української економіки, слабкість інвестиційного потенціалу не дають змоги динамічно реагувати на зміни у споживчому й інвестиційному попиті, структура якого зміщується в напрямі продукції з вищими технічними характеристиками. Перехід від цінової до технологічної конкуренції, а в низці галузей навіть до сервісної вимагає якісних змін у підходах до забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств [4, с. 19].

Глобалізація економіки зумовлює загострення конкурентної боротьби, виживання окремих суб'єктів у якій є проблематичним. Отже, постає потреба у пошуку шляхів оптимізації діяльності підприємств у різних сферах глобалізованої економіки.

Таким чином, проведене дослідження дає змогу стверджувати, що поглиблення глобалізації тісно пов'язане з поступальним розвитком світової економіки. Глобалізація породжує фундаментальні зміни у функціонуванні світової економіки, починаючи з об'єктивної потреби у створенні світових наднаціональних органів, які контролювали б діяльність ТНК, та закінчуючи різноманітними викликами й загрозами. Поряд із позитивними наслідками глобалізації є й негативні, зокрема фінансові кризи, що завдають удару, насамперед, найменш розвинутих країнам. Виникають також нові чинники, які визначають конкуренцію на ринках. Фундаментальні якісні й кількісні зміни в умовах глобальної конкуренції потребують безпрецедентних організаційних і структурних перетворень на основі міжнародного менеджменту.

Наук. керівн. Астахова І. Е.

Література: 1. Гражевська Н. І. Економічні системи епохи глобальних змін / Гражевська Н. І. – К. : Знання, 2008. – 432 с. 2. Стратегічні виклики ХХІ століття суспільству та економіці України : у 3-х т. Т. 3 : Конкурентоспроможність української економіки / за ред. В. М. Гейця, В. П. Семиноженка, Б. Є. Кваснюка. – К. : Фенікс, 2007. – 555 с. 3. Швиданенко О. А. Глобальна конкурентоспроможність: теоретичні та прикладні аспекти : монографія / О. А. Швиданенко. – К. : КНЕУ, 2007. – 312 с. 4. Українська економіка сьогодні – досягнення, проблеми, перспективи / Я. Жаліло, Я. Базилюк, Я. Белінська та ін. – К. : НІСД, 2007. – 92 с.

УДК 339.944:629.7(477)

Хохлова М. Ю.

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗИ ЛІТАКОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто особливості міжнародного економічного співробітництва підприємств галузі літакобудування України, їх проблеми та перспективи розвитку.

Аннотация. Рассмотрены особенности международного экономического сотрудничества предприятий отрасли самолетостроения Украины, их проблемы и перспективы развития.

Annotation. The specifics of international economic cooperation of Ukrainian aircraft construction enterprises, problems and opportunities of the given field were considered.

Ключові слова: літакобудування, міжнародне економічне співробітництво, високотехнологічна галузь, поглинання, тенденції, перенесення виробництва.

Економіка кожної країни сьогодні зазнає значного впливу глобалізаційних процесів. Глобалізація спричиняє розподілення ресурсів та доходів між країнами з різним рівнем розвитку, визначення пріоритетних напрямків розвитку кожної з країн та тим самим визначає напрямки міжнародного економічного співробітництва (МЕС) між підприємствами в рамках різних галузей кожної країни.

© Хохлова М. Ю., 2012



Обґрунтування доцільності МЕС галузевого спрямування висвітлено в роботах таких вчених, як: М. Колісник, К. Сміх, Е. Павлиш, Я. Ромуsik, О. Шапуров, А. Сухоруків, Є. Белашов та ін.

Мета роботи полягає у визначенні особливостей МЕС підприємств галузі літакобудування України, а також їх проблем та перспектив розвитку.

Для України, як для країни з великим економічним потенціалом, необхідно визначити напрями реалізації цього потенціалу в міжнародному середовищі. Безумовно, найбільш прогресивним для України напрямом МЕС є співробітництво у галузі машинобудування, розвиток якого становить основу науково-технічного прогресу у всіх галузях народного господарства, забезпечує конкурентоспроможність країни на міжнародній арені та визначає її міжнародний імідж. Серед найбільш розвинених галузей машинобудування України можна відзначити літакобудування. Нормальне функціонування галузі авіабудування означає величезні перспективи для України: значні надходження до держбюджету, престиж на міжнародній арені, інтеграцію зі світовими лідерами виробників літаків та працевлаштування значної кількості людей. Незважаючи на наявність значного потенціалу в галузі, Україна має певні проблеми з розвитком авіаційної промисловості та просуванням її продукції на світові ринки. Усе це свідчить про необхідність виділення основних проблем літакобудівної галузі України як на рівні підприємств галузі та держави, так і на міжнародному рівні, та про необхідність визначення основних аспектів і напрямків розвитку галузі літакобудування у сучасних умовах.

Розвиток галузі літакобудування України на сучасному етапі пов'язаний з низкою труднощів. Так, українське авіабудування як постачальник продукції авіабудування на світовий ринок має такі проблеми: недосить регулярні та недостатньо великі обсяги постачання не завжди достатньо конкурентоспроможної продукції літакобудування на міжнародний ринок; відносно повільне просування авіаційного обладнання та нових літаків на світові ринки. Оскільки для всіх сфер світового господарства характерна жорстка конкуренція між виробниками за ринки збуту, то такі недоліки можуть призвести до часткової або повної втрати своєї частки ринку, яка відразу буде зайнята конкурентами. Втрата частки міжнародного ринку для такої галузі, як літакобудування, означає необхідність масштабного скорочення виробництва, що, у свою чергу, може призвести до остаточного зникнення галузі.

Останнім часом усе більше посилюється вплив російських авіакомпаній на українські. Росія прагне все більш тісної інтеграції з українськими авіабудівниками. Так, 28 жовтня 2010 року було створене українсько-російське спільне авіапідприємство, на основі ТОВ "Управляюча компанія "ОАК – Громадянські літаки", із російського ВАТ "Об'єднана авіабудівна корпорація" та українського Державного авіабудівного концерну "Антонов" [1]. Створення спільних підприємств з російськими партнерами ставить під загрозу самостійність галузі літакобудування України за рахунок нерівних можливостей російських та українських авіапідприємств. За таких обставин українські підприємства фактично поглинаються російськими.

Окрім цього, сьогодні існує тенденція до перенесення виробництва на територію Росії. Російська сторона дуже зацікавлена в тому, щоб усе літакобудування України інтегрувалося в російську галузь літакобудування. Це, безумовно, має негативний вплив на самостійність української галузі літакобудування, яка не тільки є важливою складовою всього машинобудування країни, але й має також стратегічний характер.

Дуже важливою проблемою на даному етапі є залежність українського літакобудування від постачання російських комплектуючих, що унеможливує здійснення повного циклу виробництва самостійно.

Не можна не відзначити як актуальну проблему літакобудівної промисловості використання застарілого обладнання та необхідність постійної технічної модернізації цієї високотехнологічної галузі задля забезпечення належного рівня конкурентоспроможності продукції. Заміна обладнання вимагає залучення великих обсягів інвестицій.

Поряд з необхідністю розширення виробничих потужностей існує проблема виявлення та використання існуючих резервів. До того ж українські підприємства галузі літакобудування не завантажені у повному обсязі, що не дає можливості отримувати максимальну віддачу, а також збільшує питомі постійні витрати.

Незважаючи на всі недоліки літакобудівної промисловості України, є і деякі позитивні аспекти розвитку цієї галузі. Так, до переваг при виході на зовнішні ринки можна віднести розгалужену мережу підприємств сервісного і післягарантійного ремонту агрегатів літаків, яка постійно вдосконалюється й розширює спектр послуг.

Окрім цього, необхідно відзначити позитивні зміни у законодавстві України, пов'язані із стимулюванням літакобудування. Так, згідно з новою редакцією Закону України "Про розвиток літакобудівної промисловості" від 20.01.2010 року, літакобудування визначається пріоритетною галуззю економіки України [2].

Згідно з проектом Податкового кодексу (розділ ХІХ, ст. 7, п. 5; ст. 11, п. 3. та ст. 18, п. 2):

тимчасово, до 1 січня 2016 року, суб'єкти літакобудування [...] звільняються від сплати податку на додану вартість за операціями з: ввезення (пересилання) на митну територію України під митним режимом імпорту (реімпорту) товарів, крім підакцизних, що використовуються для потреб літакобудівної промисловості, якщо такі товари є звільненими від оподаткування ввізним митом [...]; постачання на митній території України результатів науково-дослідних і дослідницько-конструкторських робіт, які виконуються для потреб літакобудівної промисловості;

тимчасово, строком на 10 років, починаючи з 1 січня 2011 року, звільняється від оподаткування прибуток підприємств літакобудівної промисловості [...]. Тимчасово, строком на 5 років, починаючи з 1 січня 2011 року, звільняється від оподаткування прибуток підприємств – виробників устаткування і комплектуючого обладнання, що використовуються для виробництва та ремонту лі-

таків та гелікоптерів. Суми коштів, вивільнених у зв'язку з наданням податкової пільги підприємствам – платникам податку, [...] спрямовуються на переоснащення матеріально-технічної бази;

до 1 січня 2016 року звільняються від сплати земельного податку суб'єкти літакобудування [...], земельні ділянки яких безпосередньо використовуються для цілей виробництва кінцевої продукції, а саме: літальних апаратів, їх корпусів, двигунів, включаючи місця, призначені для їх зберігання (склади, ангари, місця для відстоювання), посадково-злітні смуги, а також місця, в яких розташовані пункти заправки (дозаправки) моторних літальних апаратів та контролю над польотами [3].

Такі податкові пільги мають поживати розвиток галузі літакобудування та бути стимулом для вкладання коштів у її підприємства.

У географічній структурі експорту продукції літакобудування України за січень – серпень 2010 року основними партнерами є: Азербайджан, Російська Федерація, Естонія, Німеччина, Швейцарія, Швеція, Об'єднані Арабські Емірати, Литва, Польща, Індія, Іран, Ісламська Республіка, Китай, Алжир, Єгипет, Сполучені Штати Америки. Серед основних експортерів літакобудівної продукції в Україну за січень – серпень 2010 року можна назвати такі країни, як: Греція, Німеччина, Сполучені Штати Америки, Російська Федерація, Сполучене Королівство [4].

Для визначення напрямів розвитку МЕС у галузі літакобудування необхідно враховувати тенденції формування попиту на продукцію літакобудівної галузі та тенденції технологічного розвитку літакобудування. Так, у галузі світового цивільного авіабудування на період до 2025 року існують такі напрями технологічного розвитку: поліпшення витратних характеристик літаків, розробка екологічних силових установок, удосконалення аеродинаміки, використання нанотехнологій, застосування легких композиційних матеріалів, використання супутникових систем навігації.

Згідно з прогнозом фірми "Боїнг Кє" до 2026 року авіакомпанії придбають: 3 700 регіональних літаків (місткістю менше 90 пасажирів); 17 650 вузькофюзеляжних літаків (90 – 240 пасажирів за умов двокласної компоновки); 6 290 широкофюзеляжних літаків (200 – 400 пасажирів за умов трикласної компоновки); 960 літаків класу Boeing-747 і більшої місткості (більше 400 пасажирів при трикласній компоновці). За прогнозами, на ринку існуватиме стійкий попит на вантажні літаки великої місткості, також прогнозується стрімкий розвиток літаків бізнес-класу. Найбільшим ринком у період до 2025 року стануть країни Азійсько-Тихоокеанського регіону – 36 % від загальної суми, що обумовлено значним попитом на широкофюзеляжні лайнери в регіоні. Частка авіакомпаній з країн Північної Америки становитиме 28 % закупівель, Європи – 24 %, 12 % – замовники з країн Латинської Америки, Близького Сходу й Африки. Ринок реактивних регіональних повітряних суден також матиме багатополярні позиції завдяки попаданню у сферу інтересів авіапромисловості розвинених країн [5].

На сьогоднішній день існує дуже прогресивний напрям розвитку літакобудування – безпілотна авіація. Вивчення розвитку безпілотної авіаційної техніки в Україні показало, що розробки українських підприємств у цій сфері знаходяться на початковому рівні та потребують проведення повномасштабних дослідно-конструкторських робіт. Окрім виконання завдань збройних сил, актуальними є питання застосування таких комплексів в інтересах й інших силових структур, природоохоронних органів, підприємств паливно-енергетичного комплексу та інших суб'єктів народного господарства [6]. Це буде поштовхом для розвитку не лише окремо галузі літакобудування, але й економіки всієї держави.

З огляду на всі вищезазначені проблеми, позитивні та негативні тенденції розвитку літакобудування України і прогнози тенденції можна сформулювати основні шляхи подолання негативних явищ у галузі авіабудування, а також напрямки її подальшого розвитку.

По-перше, МЕС у галузі літакобудування є обов'язковою умовою для успішного функціонування цієї галузі в Україні. Для того щоб конкурувати у сфері літакобудування з провідними авіабудівними компаніями різних держав, Україна має об'єднувати свої зусилля з іншими країнами. Розвиток міжнародної співпраці у цій сфері залишається пріоритетним напрямом діяльності літакобудівних підприємств України. Розробка та реалізація спільних проектів з іноземними партнерами (літакобудівними підприємствами), кооперування у сфері літакобудування мають бути першочерговими завданнями для всіх авіабудівних підприємств України. Але необхідно звернути увагу на питання щодо створення спільних авіапідприємств. Це питання має бути дуже докладно вивчене, оскільки злиття українського авіапідприємства з підприємством значно більших масштабів іншої країни буде фактично означати поглинання підприємства України. Створення спільних підприємств на даному етапі створює загрозу втрати літакобудівної галузі. За існуючих обставин дуже важливим аспектом, який має забезпечити успішне функціонування літакобудівної галузі України та зберегти українське авіабудування від повного поглинання, є необхідність введення обмежень на перенесення спільного виробництва у країну-партнера. Необхідно максимально залучити виробничі потужності українських підприємств, що дозволить збільшити не тільки рівень виробництва, а й забезпечить населення додатковою кількістю робочих місць. Це також буде означати початок використання прихованих резервів підприємств українського авіабудування. Проблема забезпечення коштами підприємств літакобудівної галузі частково була вирішена прийняттям нового законодавства, яке не тільки позбавить на деякий час, необхідний для відновлення галузі, літакобудівні підприємства від податкового тягаря, але й сприятиме залученню додаткових коштів від інвесторів. Це має значно поживати розвиток літакобудівної галузі.

По-друге, необхідно реалізовувати імпортозаміщуючі заходи та створювати модифікації літаків з використанням деталей не тільки російських постачальників для того, щоб уникнути повної залежності від російського літакобудування.

По-третє, необхідно чітко визначити напрямки географічного розподілення продукції українського авіабудування з урахуванням прогнозного рівня попиту в різних регіонах світу. Це вимагає застосування диференційованого підходу до країн з різним рівнем розвитку та різною структурою попиту.



По-четверте, вдосконалення літакобудівної техніки необхідно проводити згідно з існуючими світовими тенденціями та враховуючи всі новітні досягнення у сфері літакобудування. Прогресивним напрямком для України є розробка та виробництво безпілотних авіаційних комплексів спільно з провідними фірмами світу з максимально можливим залученням вітчизняної промисловості.

Таким чином, для підвищення іміджу та прискорення розвитку авіаційних компаній України необхідне кооперування їх зі світовими авіабудівними компаніями при збереженні юридичної самостійності. Це дозволить отримати доступ до світових ринків авіабудівної продукції, наростити випуск літаків, утворити нові робочі місця та набагато покращити якість продукції.

Наук. керівн. Бестужева С. В.

Література: 1. <http://www.aex.ru/news/2010/10/28/79669>. 2. Про розвиток літакобудівної промисловості : Закон України № 2660-III від 12 липня 2001 року, зі змінами, внесеними згідно із Законом № 1814-VI (1814-17) від 20.01.2010 [Електронний ресурс] // ВВР. – 2010. – № 10. – Ст. 101. – Режим доступу : <http://zakon-rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2660-14>. 3. <http://sta.gov.ua/doccatalog/document?id=291169>. 4. <http://www.ukrstat.gov.ua>. 5. Ромусік Я. Перспективи розвитку машинобудування України на тлі світових тенденцій / Я. Ромусік // Економіст. – 2010 – № 9. – С. 22–25. 6. <http://defpol.org.ua/site/index.php/uk/arhiv/kolonkaavtora/2580-2010-07-19-11-45-14>.

Шкурко А. В.

УДК 658.339.5

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Проаналізовано сучасні проблеми та перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Розкрито фактори впливу на ефективність управління зовнішньоекономічною діяльністю українських підприємств. Визначено основні напрямки вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних суб'єктів господарської діяльності.

Аннотация. Проанализированы современные проблемы и перспективы развития внешнеэкономической деятельности в Украине. Раскрыты факторы влияния на эффективность управления внешнеэкономической деятельностью украинских предприятий. Определены основные направления усовершенствования внешнеэкономической деятельности отечественных субъектов хозяйствования.

Annotation. The modern problems and prospects of development of the foreign economic activity in Ukraine were searched. Factors of influence on the efficiency of foreign economic activity management in the Ukrainian enterprises were also revealed. The basic directions of improvement of the foreign economic activity in the domestic enterprises were determined.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, зовнішні ринки, глобалізація, лібералізація, стратегія.

Розвиток ринкових відносин та євроінтеграційні процеси супроводжуються лібералізацією зовнішньоекономічної діяльності. Новий етап входження у світове господарство потребує істотних зусиль як від держави в цілому, так і від окремих підприємств, від яких залежатиме подальший економічний та соціальний розвиток країни.

Із зростанням лібералізації зовнішньоекономічних зв'язків та відкритості економіки в українських підприємствах збільшується потреба у поступовому проникненні на зарубіжні ринки, які є для них джерелом інвестиційних коштів та можливості збільшення обсягів реалізації, а отже, стабілізації доходів.

Вихід підприємств на зовнішні ринки або ж розгортання чи розвиток будь-якого іншого виду зовнішньоекономічної діяльності передбачає, перш за все, розробку відповідної стратегії [1, с. 187].

Під стратегією ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства розуміють узагальнюючу модель дій, які потрібні для досягнення визначених цілей шляхом координації і розподілу його ресурсів, формування системи довгострокових цілей зовнішньоекономічної діяль-

© Шкурко А. В., 2012

ності та вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, і цілісну систему взаємопов'язаних рішень, які спрямовані на розвиток процесів взаємодії умов внутрішнього і зовнішнього середовищ, визначення на цій основі якісно нових завдань.

Організаційно-економічний механізм зовнішньоекономічної діяльності підприємства спирається на ресурси та цілі зовнішньоекономічної діяльності, а також на кон'юнктуру як внутрішнього, так і зовнішнього ринків.

Регулювання є невід'ємною складовою процесу управління підприємством та підвищує ефективність системи управління.

Стабільне становище на конкретному ринку свідчить про здатність підприємства адекватно оцінювати свої можливості, співвідносити їх із кон'юнктурою ринку, виявляти закономірності конкурентної боротьби та забезпечувати потреби споживачів. Розробці відповідного механізму регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємства має передувати оцінка його потенційних можливостей на конкретному ринку на основі узгодження структури та обсягів експортного потенціалу з вимогами світового ринку [2, с. 13].

З-поміж іншого повинна бути розроблена міжнародна маркетингова стратегія, основу якої мають складати такі стратегічні рішення:

доцільність виходу на зовнішній ринок;

визначення регіональних ринків та вибір країни;

основні методи здійснення зовнішньоекономічної діяльності (експортно-імпортні операції, портфельні або прямі інвестиції);

формування маркетингових програм [3, с. 8].

Серед визначальних факторів, що впливають на ефективність управління зовнішньоекономічною діяльністю українських підприємств, є такі: міжнародна інтеграція, політична ситуація в країні, соціально-демографічні та природно-кліматичні особливості регіону, наявність ринкової інфраструктури, технічний рівень суб'єкта господарювання чи галузі, відносно якої формується управлінська стратегія.

Слід відзначити, що зовнішньоекономічним зв'язкам України характерні негативні риси, які, перш за все, знаходять свій прояв у переважанні експорту сировинної групи товарів (майже 70 %); у домінують монополювальній залежності від практично одного імпортера таких енергоносіїв, як нафта та газ; у імпорті невиправдано великої кількості товарів споживчого призначення, незважаючи на тяжкий економічний стан у державі [4].

Значні суми капіталу осідають за кардоном у результаті бартерних операцій, які становлять у загальному обсязі експорту та імпорту приблизно 10 %, а у внутрішньому обороті – 40 %. Пасивне сальдо торгівлі товарами у матеріальній формі, що становлять близько 2,9 млрд дол., а з боку СНГ – 4,3 млрд дол., перекид у бік продукції сировинного характеру із низьким ступенем переробки в структурі виробництва й експорту, а це близько 70 %, зростаюча деградація переробницьких галузей під впливом конкурентних умов світового ринку й висока імпортозалежність від так званого критичного імпорту не залишають сумнівів у тому, що загальний вектор дії зовнішньоекономічної складової не відповідає потребам стабілізації та розвитку економіки нашої держави.

Для стабілізації та подальшого зміцнення економіки України, досягнення більш високого позитивного сальдо зовнішньої торгівлі необхідна абсолютна перебудова структури зовнішньої торгівлі, вдосконалення всієї системи зовнішньоекономічної діяльності країни як одного із найважливіших важелів її успішного розвитку [4].

Метою розвитку зовнішньої торгівлі в Україні є: оптимізація зовнішньої торгівлі шляхом удосконалення структури експорту й імпорту; стимулювання експорту та імпорту високотехнологічної продукції і послуг; розширення ринків збуту продукції вітчизняних підприємств; захист національних інтересів в умовах членства України у світових організаціях торгівлі.

Еволюційний розвиток зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств зумовлює необхідність вдосконалення організаційно-економічного механізму зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Тільки глобальна орієнтація зовнішньоекономічної діяльності дозволить сучасним українським компаніям вижити та конкурувати у жорстких умовах міжнародного ринку.

Таким чином, проведене у статті дослідження дає змогу стверджувати, що основними напрямками вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств є такі:

розробка стратегії ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності;

формування системи її довгострокових цілей;

оцінка потенційних можливостей підприємства на конкретному ринку;

розробка міжнародної маркетингової стратегії.

Наук. керівн. Астахова І. Е.

Література: 1. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навч. посібн. / Гребельник О. П., Романовський О. О. – К. : Деміург, 2003. – 296 с. 2. Пудрик Д. В. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства : автореферат дис. канд. екон. наук : 08.08.04 / Пудрик Д. В. ; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2008. – 20 с. 3. Фурдичко Л. С. Маркетинг у зовнішньоекономічній діяльності та його ефективність : автореферат дис. канд. екон. наук : 08.06.02 / Фурдичко Л. С. ; НАН України, Ін-т регіон. дослідж. – Л., 1998. – 16 с. 4. Геєць В. М. Середньостроковий прогноз розвитку економіки України на період до 2010 року / Геєць В. М., Скрипниченко М. І. // Конференція Проекту LINK, Женева, офіс ООН, 30 жовтня – 1 листопада 2006 р.) // Економіка і прогнозування. Інститут прогнозування НАН України. – 2007. – № 1. – С. 104–115.

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ЗВ'ЯЗОК ОСОБИСТИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЛЮДИНИ З РОЗВИТКОМ ЇЇ ПРАКТИЧНОГО ТА ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТІВ

Анотація. Розглянуто сутність інтелекту та його видів. Визначено взаємозв'язок між особистісними характеристиками людини і його практичним та емоційним інтелектами.

Аннотация. Рассмотрена сущность интеллекта и его видов. Определена взаимосвязь между личностными характеристиками человека и его практическим та эмоциональным интеллектами.

Annotation. This article discusses the nature of intelligence and its species. An interconnection between the personal characteristics of the man and his practical and emotional intelligence is determined.

Ключові слова: парадигма, інтелект, практичний інтелект, емоційний інтелект, соціоніка, соціотип.

Більшість вчених та науковців вважають парадигму диференціації основою функціонування суб'єктів господарювання у ХХІ столітті. Її основна думка – в наш час функціонування організації залежить від вміння бути не схожим ні на кого, тобто створювати свою унікальність і цим підтримувати конкурентоспроможність. Така унікальність забезпечується особливою системою менеджменту, здатною капіталізувати інтелект творчих працівників. Під впливом інформатизації та інтелектуалізації економічних процесів саме вони перетворюються на невичерпний ресурс забезпечення надійності життєдіяльності підприємства. Для активізації трудової поведінки талановитих працівників необхідно попередньо виконати діагностику їх інтелекту, визначитися з причинами й умовами його розвитку. Хоча багато вчених вже досліджували цю проблему, поза їх увагою залишилися такі питання, як зв'язок розвитку інтелекту з моделями соціотипів і співвідношення розвитку практичного та емоційного інтелектів у людей різного віку.

Метою дослідження є перевірка гіпотези про залежність рівня розвитку практичного та емоційного інтелектів працівника від його віку і соціотипу.

Потужний інтелектуальний капітал організації формується за рахунок вміння керівників капіталізувати інтелектуальні ресурси кожного підлеглого. Дослідженню інтелектуального капіталу приділяли багато уваги такі зарубіжні і вітчизняні вчені, як: В. Садовський, Є. Стеценко [1], Б. Леонтьєв, В. Іноземцев, Л. Мельник [2], А. Василик [3], Л. Едвінсон, С. Алберт, К. Бредлі [4], Е. Брукінг [2], Д. Клейн, Л. Прусак [5], Ю. Гава [6] та ін. Інтелект людини вивчали Д. Векслер, Терман Л. М., Д. Штернер [7], Р. Кеттел, Ч. Спірмен [8], Дружинін В. Н. [9] та ін. Огляд публікацій перелічених авторів показав, що вчені мають різні думки як щодо природи виникнення інтелекту, так і щодо його різновидів.

У даній статті дослідження орієнтовані на варіант трактування інтелекту, запропонований Дружиніним В. М., який вважає, що інтелект – це властивість, пов'язана з успішністю адаптації людини до нових умов існування, яку можна визначити за допомогою процедури вимірювання [8]. Що стосується різновидів інтелекту, то їх вибір для більш детального вивчення потребує пояснення. Г. Гарднер одним із перших запропонував теорію множинності інтелектів. Спираючись на результати психофізіологічних, антропологічних, зоологічних та інших досліджень, він виокремив сім "незалежних інтелектів" (лінгвістичний, логіко-математичний, просторовий та ін.) [10]. Учений підкреслював, що в основі кожного з них лежить специфічний механізм інформаційного функціонування. Хоча ця теорія варта уваги, практичне їх застосування має проблему вимірювання кожного із запропонованих видів інтелекту. У зв'язку з цим перед науковцями постало питання визначення тих різновидів інтелекту, які можна кількісно або якісно оцінювати, практично використовувати їх результати. Систематизація досліджень поняття інтелекту дозволила виділити такі здатні для кількісно-якісної оцінки його різновиди, як емоційний та практичний.

Що стосується терміна "емоційний інтелект" (EQ), то його почали використовувати на початку 1990-х років. Найактивнішим його популяризатором вважається Д. Гоулмен, американський журналіст і психолог, який на матеріалах психологічних досліджень довів, що успіх у житті залежить не

стільки від логічного інтелекту – IQ, скільки від здібностей управляти своїми емоціями – EQ [11]. За Д. Гюлменом, емоційний інтелект – це здатність усвідомлювати власні почуття, почуття інших людей, мотивувати самого себе та інших, управляти емоціями як наодинці з самим собою, так і стосовно інших. Якщо IQ є предиктором академічної успішності, то рівень EQ дозволяє говорити про ймовірність життєвого успіху.

Важливою ознакою сучасних досліджень інтелекту є підкреслена увага до його практичних аспектів. Дослідження Р. Стернберга показали, що практичний інтелект, по-перше, базується переважно на інтуїції, а не логіці, по-друге, не залежить від результатів навчання в школі або ВНЗ, по-третє, може бути більш ефективним для досягнення життєвого успіху [12].

Аналіз літератури [1 – 6; 8; 9; 12] дав підстави обрати для збирання інформації про розвиток емоційного і практичного інтелектів метод анкетування, а для діагностики соціотипу – тест. Для оцінки емоційного інтелекту в анкету були внесені характеристики, які дозволяли оцінити вміння аналізувати респондентом власні емоції, приймати рішення на основі інтуїції, розуміння власних сильних можливостей у спілкуванні, контролювати руйнівні емоції, гнучко пристосовуватись до подолання перешкод, готовність до активних дій, вміння відчувати почуття інших людей, готовність брати участь у вирішенні проблем колег, володіння тактикою переконання, вміння створювати команду і долати перешкоди у розв'язанні конфліктів. Для вимірювання практичного інтелекту в анкету були внесені такі характеристики заповзятливості і підприємливості, як постійне прагнення успіху, бажання бути незалежним у житті, схильність до виваженого ризику, відсутність страху взяти на себе відповідальність, вміння аналізувати спокійно критичні ситуації, працездатність, вміння знаходити і використовувати інформацію про власну вигоду. Кожна з характеристик оцінювалася балами в інтервалі від 1 до 5, де оцінка 5 відповідала найвищому рівню розвитку складової інтелекту. Соціотип діагностувався з використанням тесту, наведеного в роботі [1, с. 22].

Анкетування передбачало перевірку таких гіпотез: 1. Рівень практичного та емоційного інтелектів людини залежить від її соціотипу. 2. Розвиток практичного та емоційного інтелектів і їх співвідношення залежить від віку людини.

Пілотна перевірка сформульованих гіпотез виконувалася на основі даних анкетування працівників планово-економічного відділу і відділу праці та заробітної плати конкретної виробничої організації. Соціоніка – це наука про типи особистості людини, їх конкретних проявах у соціальному середовищі і взаєминах, які об'єктивно складаються між ними. Предмет соціоніки – способи обміну інформацією між людьми. Цей спосіб визначається приналежністю людини до одного із 16 соціотипів. Соціонічний тип людини можна визначити за чотирма парами психічних ознак людини: раціональність – ірраціональність, екстраверсія – інтроверсія, логіка – етика, інтуїція – сенсорика [9]. Попередній аналіз специфічних відмінностей характеристик соціотипів дозволив сформулювати гіпотези другого рівня для перевірки попередньо сформульованої першої гіпотези: 3. Емоційний інтелект більш розвинений у етичних людей, у людей з розвинутою інтуїцією. 4. Емоційний інтелект більш розвинений у інтровертів і людей раціонального типу.

Третя гіпотеза знайшла підтвердження у 87,5 % респондентів, друга – у 62,5 %.

Порівняння результатів анкетування працівників різного віку дала можливість перевірити гіпотезу 2, результати якої наведені на рисунку.

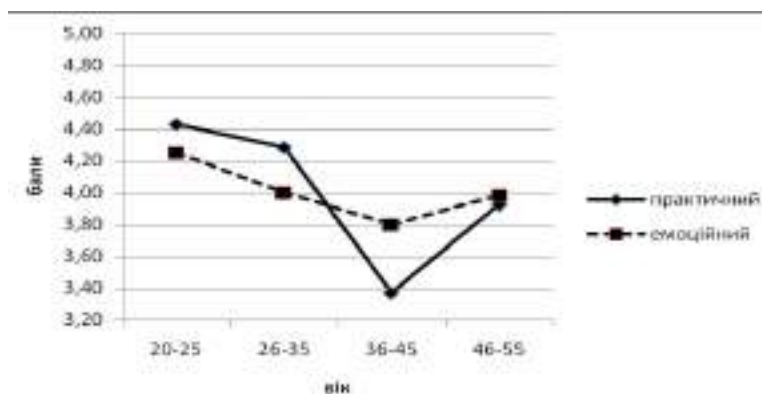


Рис. Залежність практичного та емоційного інтелектів від віку працівника

На рисунку можна виділити три етапи реалізації практичного й емоційного інтелектів. На початку трудової кар'єри працівники активно втілюють у практику набуті знання, багато уваги надають роботі порівняно з вирішенням інших життєвих проблем. Емоційний інтелект як засіб кооперації з навколишнім соціальним середовищем має невисокий рівень розвитку через відсутність досвіду. Збільшення поля соціального спілкування спочатку не сприяє збільшенню емоційного інтелекту, однак після 40 років людина активно починає використовувати набуті знання і навички формування стосунків з іншими.



Отже, дослідження показали, що навіть невелика експериментальна основа дозволяє з певним рівнем впевненості стверджувати про наявність зв'язку рівня розвитку емоційного і практичного інтелектів із соціонічними характеристиками та віком людини. Ці висновки необхідно додатково перевірити на більшому експериментальному полі і внести додаткові чинники, які впливають на практичний і емоційний інтелекти: соціально-психологічний клімат у колективі, цінності організаційної культури та ін.

Наук. керівн. Дороніна М. С.

Література: 1. Доронин А. В. Практикум по соционике для менеджера : учебно-метод. изд. / А. В. Доронин. – Ч. 1. – Х. : РИО ХГЭУ, 2002. – 53 с. 2. Ілляшенко С. Сутність, структура і методичні основи оцінки інтелектуального капіталу підприємства / С. Ілляшенко // Економіка України. – 2008. – № 11. – С. 16–26. 3. Василик А. Система чинників формування та розвитку інтелектуального капіталу в Україні / А. Василик // Україна: аспекти праці. – 2006. – № 6. – С. 39–43. 4. Либин А. В. Дифференциальная психология: на пересечении европейских, российских и американских традиций / А. В. Либин. – 2 изд. – М. : Смысл ; Per Se, 2000. – 549 с. 5. Гава Ю. В. Інтелектуальний капітал – шлях до економічного зростання України / Ю. В. Гава // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 4. – С. 129–134. 6. Городянська Л. В. Управління інтелектуальним капіталом і забезпечення підприємств інтелектуальними ресурсами / Л. В. Городянська // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 1. – С. 127–132. 7. <http://koleso.netherweb.com/new/mti/index.html>. 8. Дружинин В. Н. Психология общих способностей / В. Н. Дружинин. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2008. – 368 с. 11. http://www.rusnauka.com/32_PWMN_2009/Economics/55204.doc.htm. 9. Дружинин В. Н. Психология общих способностей / В. Н. Дружинин. – СПб., 1999. 10. Gardner H. Frames of mind: The Theory of Multiple Intelligence / H. Gardner. – N.Y., 1983. 11. http://www.rusnauka.com/32_PWMN_2009/Economics/55204.doc.htm. 12. Практический интеллект / под ред. Р. Стернберга и др. – СПб., 2002.

Губенко А. В.

УДК 336.14:352

Студент 6 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

РОЗРАХУНОК КОЕФІЦІЄНТА ВІДНОСНОЇ ПОДАТКОСПРОМОЖНОСТІ РАЙОНУ

Анотация. Досліджено сутність коефіцієнта відносної податкоспроможності місцевого бюджету і його значення для бюджетного планування.

Аннотация. Исследована сущность коэффициента относительной налоговоспособности местного бюджета и его значение для бюджетного планирования.

Annotation. The article explored the essence of the coefficient of relative fiscal capacity of local budget, and its significance for budget planning.

Ключові слова: бюджет, закріплені доходи, власні доходи, трансферти, податкоспроможність.

Обсяг кошика доходів відповідного бюджету визначається із застосуванням індексу відносної податкоспроможності бюджету міста чи району на основі даних про фактичне виконання відповідного бюджету за три останні бюджетні періоди. Індекс відносної податкоспроможності є коефіцієнтом, що визначає рівень податкоспроможності адміністративно-територіальної одиниці порівняно з аналогічним середнім показником по Україні в розрахунку на одного мешканця [1].

Головна функція коефіцієнта відносної податкоспроможності (КВП) полягає у створенні послідовного, надійного та прозорого механізму визначення дохідної частини місцевих бюджетів.

Коефіцієнт відносної податкоспроможності показує податкоспроможність адміністративно-територіальної одиниці (АТО) у розрахунку на душу населення у співставленні з податкоспроможністю України на 1 мешканця в цілому [2].

Коефіцієнт відносної податкоспроможності є складовою частиною прогнозування, але головне питання полягає в тому, чи буде прогноз із застосуванням коефіцієнта відносної податкоспроможності достатньо точним і надійним.

© Губенко А. В., 2012

Якщо можна точно розрахувати середні доходи на душу населення, то величина похибки в прогнозуванні залежатиме від того, наскільки сталим залишатиметься цей показник протягом часу і чи можна його легко скоригувати, враховуючи економічні та політичні зміни, які здатні вплинути на значення коефіцієнта. Якщо під час оцінки в різні часові періоди коефіцієнт залишається достатньо сталим, про що досить переконливо свідчать фактичні дані, сам по собі він не може викликати серйозних похибок під час прогнозування [3].

Якщо оцінка відносних видаткових потреб не змінюватиметься кардинально з року в рік, то район почуватиметься набагато впевненіше в передбаченні планового обсягу трансфертів на наступний період [4].

Сам по собі коефіцієнт відносної податкоспроможності буде стимулювати місцеві органи влади до збільшення доходів з призначених їм джерел. Це пояснюється тим, що трансфертні виплати залежать від розрахованого коефіцієнта податкоспроможності, а не тільки від реального обсягу зібраних доходів. Таким чином, якщо доходи зростуть на приблизно однаковий відсоток по Україні і по району, то коефіцієнт відносної податкоспроможності залишиться незмінним [5].

Для визначення індексу відносної податкоспроможності відповідних бюджетів використовуються дані кошника доходів місцевого самоврядування, розрахованих відповідно до Бюджетного кодексу. Індекси відносної податкоспроможності відповідних бюджетів не можуть змінюватися і переглядатися частіше, ніж раз на три роки.

Розрахунок індексу податкоспроможності наведено в таблиці.

Таблиця

Розрахунок індексу податкоспроможності району на 2011 рік

Найменування	2008 р.	2009 р.	2010 р.	Проект бюджету на 2011 р.	
				Прогнозні показники	КВП
1. Доходи бюджету району, що враховуються при визначенні трансфертів, тис. грн	7 308,6	8 103	8 722,5	9 991,95	
2. Доходи бюджету України (закріплені), млн грн	185 545,6	193 794,4	203 996,6	233 260,3	
3. Чисельність населення району, тис. осіб	19	18,7	18,5	18,25	
4. Чисельність населення України, тис. осіб	46 372,7	46 143,7	45 962,9	45 711,75	
5. Податки на 1 мешканця району, грн	384,7	433,3	471,5	543,2	
6. Податки на 1 мешканця по Україні, грн	4 001,2	4 199,8	4 438,3	5 102,9	
7. Індекс податкоспроможності	0,10	0,10	0,11		0,11
1. Доходи бюджету району, що не враховуються при визначенні трансфертів (власні), тис. грн	1 849,9	2 210,1	2 161,7	2 811,75	
2. Доходи бюджету України (власні), млн грн	46 386,4	51 515,0	50 999,1	65 746,5	
3. Чисельність населення району, тис. осіб	19	18,7	18,5	18,25	
4. Чисельність населення України, тис. осіб	46 372,7	46 143,7	45 962,9	45 711,75	
5. Податки на 1 мешканця району, грн	97,4	118,2	122,3	157,7	
6. Податки на 1 мешканця по Україні, грн	1 000,3	1 116,4	1 109,6	1 438,3	
7. Індекс податкоспроможності	0,10	0,11	0,11		0,11
Видатки району, тис. грн	45 552	50 169,3	57 347,3	65 101,65	

На основі даних, поданих у таблиці, було спрогнозовано коефіцієнт відносної податкоспроможності бюджету району на 2011 рік, що становить 0,11. Це зумовлено невеликою сумою доходів бюджету району та малою кількістю населення відповідного району, порівняно із середньою величиною показників по Україні.

Тобто маємо справу з типовим дотаційним районом, який завжди буде функціонувати за рахунок дотацій з державного бюджету, і навіть значне збільшення величини доходної частини бюджету району не вплине на коефіцієнт відносної податкоспроможності.



Але хоча індекс податкоспроможності є невеликим для нашого району, на думку автора, його запровадження в розрахунок міжбюджетних трансфертів надає органам місцевого самоврядування низку переваг у формуванні дохідної частини місцевих бюджетів, а саме підвищується захищеність органів місцевого самоврядування в:

більш ефективному використанні наявної податкової бази, зокрема, у відмовленні від надання необґрунтованих податкових пільг та введенні нових чи скасуванні діючих видів місцевих податків і зборів, відносно яких органи місцевого самоврядування користуються таким правом;

скороченні тіньової економіки, в тому числі шляхом виявлення незареєстрованих платників податків, упорядкування роздрібної торгівлі, посилення контролю за поданням декларацій фізичними особами і звітністю підприємств;

виявленні та реєстрації тих платників податків, що зареєструвалися на податковий облік на іншій території, але здійснюють економічну діяльність на території даного місцевого бюджету.

Наук. керівн. Кондусова Л. Ф.

Література: 1. Алексеев И. В. Бюджетная система : навч. посібн. / И. В. Алексеев, Н. Б. Ярошевич, А. М. Чухач-Голобородько. – К. : Хай-Тек Прес, 2008. – 376 с. 2. Про Порядок визначення обсягу міжбюджетних трансфертів : Постанова КМУ від 14.09. 2002 року № 1382 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uazakon.com/document/spart00/inx00916.htm>. 3. Управління Державним бюджетом України : підручник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.edu.minfin.gov.ua. 4. Бюджетний кодекс України від 08.07. 2010 року № 2456-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 5. Сайт Міністерства фінансів України. – Режим доступу : <http://mfu.gov.ua>. 6. Звітність фінансового управління районної державної адміністрації за 2008 – 2010 роки.

Таран П. В.

УДК 339.5.61

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

МЕЖДУНАРОДНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ

Анотация. Проанализированы стратегия маркетинга, способы ее применения к отечественным предприятиям, ее усовершенствование, разработка для определенного рынка или сегмента рынка, товара. Определено, на что направлены маркетинговые исследования и как правильно их применять.

Анотація. Проаналізовано стратегію маркетингу, засоби її застосування на вітчизняних підприємствах, її вдосконалення, розробку для конкретного ринку або сегмента ринку, товару. Визначено, на що спрямовані маркетингові дослідження і як правильно їх застосовувати.

Annotation. The marketing strategy, ways of its application to the domestic enterprises is analysed as well as its improvement, working out for the certain market or a segment of the market, and goods. It is defined what marketing researches are directed and how correctly to apply them.

Ключевые слова: международные маркетинговые исследования, стратегический менеджмент, внешнеэкономическая деятельность.

В общем виде маркетинговая стратегия – это принципиально долгосрочное решение относительно применения аппарата маркетинга для достижения поставленных целей [1, с. 38]. Относительно конкретного предприятия маркетинговая стратегия является частью общего стратегического плана развития данного предприятия и поэтому нуждается в обоснованных методах разработки, особенно когда будущее не может быть изучено методом экстраполяции.

Стратегия маркетинга может разрабатываться для каждого отдельного рынка (сегмента рынка) и каждого товара на определенный период времени для осуществления производственной и коммерческой деятельности в соответствии с рыночной ситуацией и возможностями. Все это требует формирования интегрального маркетингового плана, который будет охватывать все рынки и продукты предприятия, что особенно актуально в условиях выхода на внешние рынки. Таким образом, маркетинговая стратегия предусматривает внимательное рассмотрение всех альтернатив и вариантов в сфере внешнеэкономической деятельности, которые относятся к долгосрочным целям, и их обоснование для принятия тех или иных решений.

© Таран П. В., 2012



Разработка и реализация маркетинговой стратегии начинается с изучения среды бизнеса. Анализ среды международного бизнеса представляет собой не просто выявление и оценку многочисленных национальных факторов реализации предпринимательской деятельности, а осуществление сравнительного анализа основных параметров экономических систем, формирующих специфику и потенциал международного воздействия экономических субъектов. Исследования маркетинговой среды является базовым и определяющим этапом для осуществления других задач международного маркетинга в зависимости от интенсивности международного взаимодействия.

Современные условия рыночного реформирования экономики Украины обусловили формирование нового маркетингового подхода к решению проблем управления производством и реализации товаров и услуг. Именно поэтому в процессе формирования маркетинговой стратегии автор считает необходимым придерживаться концепции интегрированного маркетинга, которая допускает включение в сферу ее действия не только исследований, связанных со сбытом и реализацией продукции, но и определение производственных возможностей предприятия относительно выпуска продукции как имеющейся, так и новой номенклатуры.

Главным заданием стратегического маркетинга становится обеспечение максимально гибкого и эффективного использования всех видов ресурсов и возможностей, маркетинговых инструментов и научно-производственного потенциала предприятия для достижения стратегических целей. В связи с этим целесообразно применение разработанной автором классификации заданий, функций и принципов маркетинговой деятельности, которая взаимосвязана с необходимостью решения проблем и предотвращения угроз, которые возникают в процессе осуществления производственно-хозяйственной деятельности [2, с. 918].

В условиях динамического развития новых производств международная маркетинговая стратегия предприятия должна быть нацелена на формирование контуров перспективных рынков в выгодных для себя направлениях. Закрепление на ведущих позициях на рынках, которые зарождаются, дает возможность предприятию диктовать свои условия на перспективу.

В общем виде маркетинговая стратегия ВЭД направлена на приведение целей предприятия относительно присутствия на зарубежных рынках в соответствие с его возможностями, ресурсами и направлениями развития. Маркетинговое управление, в свою очередь, направлено на практическую реализацию отмеченного соответствия, для чего необходимо разработать методику построения стратегического профиля ВЭД предприятия, выполнить теоретическое обоснование сущности, понятия и факторов, которые влияют на формирование профиля, привести условия, разработать алгоритм обоснования выбора его элементов и преодоления стратегических разрывов. Также, поскольку в практике хозяйственной деятельности национальных предприятий возможны разные варианты соединений составных стратегического профиля, разработана матрица оптимизации соотношений его элементов [3, с. 43].

Таким образом, главная цель международных маркетинговых стратегий отечественных промышленных предприятий – поиск и создание собственной ниши на зарубежных рынках, что должно принуждать их отказываться от созерцательных, инертных стратегий. Их международный маркетинг должен быть активным, то есть создавать благоприятные условия для экспорта, но, к сожалению, на сегодня это им не свойственно.

Научн. рук. Астахова И. Э.

Литература: 1. Попов Е. В. Рыночный потенциал предприятия / Е. В. Попов. – М. : ЗАО "Изд. "Экономика", 2002. – 559 с. 2. Пилипенко А. А. Разработка международной маркетинговой стратегии и проблема оценки конкурентоспособности продукции предприятия / А. А. Пилипенко // Экономика: проблемы теории и практика. – 2005. – Вып. 205. – Т. 4. – С. 916–924. 3. Жура Т. А. Обоснование выбора стратегий международного маркетинга предприятия / Т. А. Жура // Управление развитием. – 2007. – № 4. – С. 43–45.

УДК 339.13

Пантелеєва О. С.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ЕТАПИ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ

Анотація. Розкрито теоретичні положення сутності реклами та систематизовано організаційні етапи рекламної кампанії.

Аннотация. Раскрыты теоретические положения сущности рекламы и систематизированы организационные этапы рекламной кампании.

© Пантелеєва О. С., 2012



Annotation. The article describes the theoretical positions of advertising and organizational stages of the advertising campaign are given.

Ключові слова: рекламна кампанія, реклама, етапи просування, переваги та недоліки основних засобів реклами, планування реклами

Величезну роль у збереженні і зміцненні позицій фірми на ринку відіграє реклама. Реклама продукції і діяльності підприємства – це найважливіша складова частина комплексу маркетингових заходів, тому виникає необхідність в організації рекламної кампанії. Закордонний досвід показав, наскільки велике значення має розробка рекламної кампанії як одного із засобів стимулювання продажів і створення позитивного іміджу фірми.

Вагомий науковий внесок в опрацювання проблем рекламної діяльності зробили вітчизняні та зарубіжні вчені: Е. Голубков, Ф. Котлер, С. Хіл, Г. Рифкін, Є. Савельєв та ін. [1]. У їхніх працях проаналізовано сутність реклами, визначено її роль та значення, розроблено методичні підходи до планування та реалізації рекламних заходів, але залишається невирішеним коло питань.

Мета статті полягає в систематизації організаційних етапів рекламної кампанії. Для досягнення мети потрібно вирішити такі завдання: визначення цілей просування, розробка стратегії просування та визначення бюджету просування.

Рекламна кампанія – це комплекс рекламних заходів, об'єднаних метою (цілями), для реалізації маркетингової стратегії рекламодавця шляхом спонукання заданого кола споживачів до дії за допомогою рекламних звернень [1]. Стратегія рекламної кампанії безпосередньо залежить від об'єкта реклами, його властивостей і т. д. Як об'єкти реклами виділяють: фірму (магазин, готель); товар (товарний знак); послугу (знак обслуговування). Процес вибору комплексу просування даними фірмами можна розподілити на етапи, що подані на рисунку.



Рис. Етапи організації рекламної кампанії

Більш детально розглянемо наведені етапи:

1. Формування цілей просування.

Ціль просування для фірми – ознайомити потенційних споживачів з продукцією фірми і сприяти її збуту. Рекламна кампанія є частиною рекламної підтримки регіональних дилерів. Завдання і цілі реклами необхідно розглядати з різних точок зору: економічної, соціально-психологічної, естетичної та ін. Реклама – комплексна діяльність. Цілі рекламної кампанії поділяють на стратегічні і локальні.



Цілі рекламної кампанії можуть бути коротко-, середньо- та довгостроковими або ж мати одночасно короткостроковий і довгостроковий характер. До короткострокових цілей (на найближчі рік–два) можна віднести такі: розширення ринків збуту, стимулювання нового попиту, демонстрація на ринку нового товару. До довгострокових цілей (на три-п'ять років) відносяться: активізація попиту і збільшення продажів, формування чіткого образу торгової марки і позитивного ставлення до нього, пошук нових ринків збуту.

При організації рекламної кампанії необхідно діяти відповідно до стратегії маркетингу, яка визначає цілі та завдання кампанії, впливає на вибір засобів і рекламних каналів [2, с. 52].

2. Розроблення стратегії просування.

Відповідно до визначених цілей на даному етапі розробляють стратегію зміни реклами/стимулювання збуту.

Рекламною стратегією є широкомасштабна довгострокова програма, спрямована на вирішення важливої рекламної мети. Розробка рекламної стратегії полягає в тому, щоб визначити, який утилітарний і психологічно значимий зміст повинна додати даному товару реклама, щоб потенційний покупець віддав йому перевагу перед іншими конкуруючими марками на ринку. Існують два основних типи рекламних стратегій: перший тип одержав назву раціоналістичної реклами, другий тип – емоційної, або проєкційної, реклами [3].

Головна риса стратегій раціоналістичного типу міститься у їхній інформативності і міцному зв'язку реклами з товаром; стратегій проєкційного типу – у їхньому емоційному впливі на споживача.

3. Визначення бюджету просування – обирання методу визначення бюджету просування фірми.

У даному випадку на розглянутому ринку обирають метод визначення бюджету у відсотках від суми продажу (доцільно брати 2 % [1, с. 284]). Цю суму розподіляють на просування (заходи стимулювання збуту, реклама) залежно від основних цілей і завдань. Оскільки конкуренти посилюють тиск через зниження цін, знижки як засіб стимулювання збуту стають цілком виправданими. Досвід маркетингових служб дає змогу зробити висновок, що покупці позитивно реагують на такі пропозиції.

4. Планування просування.

Ключові рішення у сфері планування реклами повинні опиратися на принципи фундаментального аналізу, що об'єднує комплексне розуміння маркетингових основ існування фірм і їх бізнесу з оцінкою факторів, що визначають результат дій.

Отже, рекламна кампанія є важливим елементом економіки і одним з основних інструментів ринку. На рекламу покладають як інформаційну функцію, так і стимулюючу попит продукції, тому її організація повинна включати такі етапи: формування цілей, розробка стратегії, визначення бюджету та планування просування. Виконання цих етапів дозволить ефективно впровадити рекламну кампанію на підприємстві.

Наук. керівн. Возненко Н. І.

Література: 1. Савельєв Є. В. Новітній маркетинг / Савельєв Є. В., Чоботар С. І., Штефаніч Д. А. – К : Знання, 2008. – 420 с. 2. Саталкіна Н. І. Економіка торгівлі : учебное пособие / Саталкіна Н. І., Герасимов Б. І., Терехова Г. І. – М. : ФОРУМ, 2010. – 232 с. 3. Романишин С. Б. Рекламна стратегія для нових товарів / Романшин С. Б. // Науковий вісник : зб. наук.-техн. пр. – Львів : УкрДЛТУ. – 2004. – № 14. – С. 300–303. 4. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика / Тарнавська Н. П. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с. 5. Хомяков В. І. Управління потенціалом підприємства / Хомяков В. І., Бакум І. В. – К. : Кондор, 2007. – 400 с.

УДК 659.126(477)

Шляхова Є. В.

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БРЕНДИНГУ В УКРАЇНІ

Анотація. Проаналізовано проблеми створення та управління торговими марками, тенденції розвитку брендингу в Україні, а також розкрито поняття "бренд" та "брендинг".

Аннотация. Проанализированы проблемы создания и управления торговыми марками, тенденции развития брендинга в Украине, а также раскрыты понятия "бренд" и "брендинг".

Annotation. The article analyzes the problems of brands' creating and managing, analyzes development trends of branding in Ukraine, and gives definitions of expressions "brand" and "branding".

Ключові слова: споживчий ринок, товарні знаки, товарні марки, бренд, брендинг, конкуренція, інвестиційні витрати, цільова аудиторія, сегменти ринку, бренд-орієнтована реклама, бренд-маркетинг.

© Шляхова Є. В., 2012



За останнє десятиріччя економіка держави зазнала істотних структурних перетворень. Це обумовлено розвитком ринкових та розширенням сфери господарських відносин. Сучасний споживчий ринок стає все більш складним та насиченим конкуруючими товарними знаками, товарними марками і рекламними образами. Кожного року на ринку з'являється велика кількість нових товарів. У міру того як економічна діяльність проходить етапи свого поступового розвитку та просування на світовий ринок, потреба у марочних товарах вітчизняного виробництва постійно зростає, що вимагає розширеного застосування брендів й значної активізації всієї роботи, пов'язаної з їх створенням, управлінням і рекламою.

Актуальність питань щодо розвитку брендингу для України полягає в тому, що наявність великої маси продукту призводить до зниження спроможності споживачів оцінювати реальну його якість. Зростання конкуренції на ринку є наслідком того, що ефективність виробника та його економічне благополуччя залежать не лише від якості продукції, але й від її презентабельності та ступеня довіри до неї споживачів. Тому витрати на брендинг в Україні нині визначаються як інвестиційні, тобто такі, від яких очікуються майбутні вигоди.

Увага до проблем створення, управління торговими марками, або брендингом, посилюється у всьому світі. Велика кількість публікацій та досліджень з цієї тематики, існування спеціалізованих періодичних видань (наприклад, "Управління брендом", "Маркетолог", "ЕсопоМіх" та ін.), проведення міжнародних конференцій свідчать про актуальність застосування вітчизняними підприємствами бренда. Англійські вчені П. Сміт, К. Беррі та А. Пулфорд називають брендинг стратегічною проблемою XXI сторіччя [1]. Я. Ельвуд у своїх роботах застосовує прийоми ефективного брендингу [2], П. Чевертон [3] розкрив питання, як змусити працювати неефективний бренд, Д. Макнеллі та К. Слік висвітлюють поняття про персональний брендинг [4]. Серед українських фахівців, які займаються питаннями теорії і практики розвитку вітчизняного брендингу, можна назвати О. Зозульова [5], М. Купчинську [6], В. Пустотіна [7]. Водночас аналіз вітчизняних літературних джерел свідчить, що дуже небагато українських практиків та теоретиків намагаються з'ясувати питання про актуальність застосування вітчизняними підприємствами брендингу, а також аналізу етапів його розвитку та виявлення перспектив.

Тому за мету даної роботи було обрано аналіз тенденцій розвитку брендингу в Україні та виявлення особливостей формування набору основних інструментів і засобів побудови сильного бренда, а також визначення перспектив подальшого його розвитку.

Для досягнення поставленої мети слід вирішити такі завдання: дати визначення бренда, брендингу; проаналізувати основні тенденції розвитку даного процесу в Україні; виявити перспективи подальшого розвитку брендингу в національному економічному середовищі.

Перш за все, потрібно проаналізувати, які визначення бренда та брендингу вже були запропоновані.

Слово "бренд" (англ. *brand*) означає ставити, випалювати клеймо на будь-чому. Це слово має також і скандинавське (*branna* – палити, випалювати), і шведське (*brand* – вогонь) коріння.

За Девідом Огілві, засновником теорії брендингу, "...бренд – це невловима сума властивостей продукту: його імені, упаковки й ціни, його історії, репутації та способів рекламування. Бренд також є сполученням вражень, які він справляє на споживачів, й результатом їх досвіду у використанні бренда" [8]. Ф. Котлер і К. Л. Келлер дають таке визначення брендингу – це процес надання товарам і послугам сили бренда [9, с. 259]. Процес створення та управління брендом називається брендингом. Брендинг – це діяльність, заснована на спільній посиленій дії на споживача торгового знака, упаковки, рекламних звертань та інших елементів реклами, об'єднаних певною ідеєю й однотиповим оформленням, що виділяють товар серед конкурентів і створюють його образи [9, с. 134]. Таким чином, бренд – це асоціації споживачів товарів про високу якість, престиж та ін., з одного боку, і комерційні вигоди виробників даного бренда – з іншого, а брендинг – це процес створення відмінностей товару, які здатні спонукати цільову аудиторію обирати саме цей товар, незважаючи на жорстку конкуренцію і велику кількість альтернатив і заміників.

В Україні брендинг практикується вже протягом 10 років. За цей час склалися такі тенденції його розвитку. По-перше, останні роки українські компанії приділяють все більше уваги побудові сильного бренда, інвестуючи в цей процес все більш значні суми та користуючись послугами спеціалізованих компаній у сфері брендобудівництва. По-друге, брендинг поступово охоплює сегменти ринку: спочатку це був споживчий ринок, потім – сфера послуг (банки, страхові компанії). Передбачається також охоплення лізингових, інвестиційних, ритейлінгових компаній, а також корпоративного сегмента. По-третє, компанії, що орієнтовані на побудову сильного бренда, постійно модифікують свою продукцію, орієнтуються на новітні розробки, інноваційні техніки і технології ведення бізнесу, вдосконалюють продукцію, поширюють асортимент та ін. По-четверте, в основному українські компанії керують не одним брендом, а пакетом брендів, що орієнтовані на різні цільові аудиторії, тобто сегменти ринку [7].

Основними проблемами розвитку брендингу залишається недостатня конкурентоспроможність вітчизняних брендів порівняно з закордонними (у сфері високих новітніх технологій, побутової техніки та ін.), нестача висококваліфікованих спеціалістів та фірм, які могли б підійти до процесу розробки назви бренда, його зображення, символіки, а потім і до стратегії просування та реклами з професійної точки зору.

Грунтуючись на результатах аналізу існуючих тенденцій розвитку брендингу в Україні на сьогоднішній день, можна зробити висновок, що перспективним напрямом подальшого його розвитку буде встановлення акценту на побудову внутрішнього брендингу, що має велике значення для компаній, які працюють на ринку послуг (банки, страхові компанії та ін.).

Однією з концептуальних засад розвитку ефективного брендингу в Україні та переходу його на новий, систематизований, удосконалений, більш професійний рівень ведення є формування стратегій побудови та презентації компаніями свого бренда. Це дозволить задіяти усі механізми та



інструменти бренд-орієнтованої реклами, бренд-маркетингу та скласти план не тільки короткострокової взаємодії бренда та споживача, але й прораховувати майбутні шляхи її поглиблення, наступні кроки її вдосконалення та розвитку. Це сприятиме формуванню певної постійної бази споживачів – прихильників бренда, зростанню ступеня довіри до нього, а також позитивного іміджу, що може стати абсолютною або відносною перевагою в конкурентному середовищі.

Таким чином, у статті було наведено і проаналізовано основні тенденції та перспективи розвитку брендингу в Україні, а також акцентовано увагу на необхідності вирішення існуючих проблем, таких, як відсутність стратегічного планування у процесі побудови бренда, дефіциту висококваліфікованих спеціалістів з формування та розвитку брендів у сучасних умовах жорсткої конкуренції.

У результаті дослідження питань щодо основних тенденцій та перспектив розвитку брендингу в Україні можна сказати, що в межах однієї статті важко розглянути всі актуальні аспекти застосування вітчизняними підприємствами концепції бренда. Тому окремого дослідження потребують питання розробки ефективних систем комунікацій бренда, формування бренд-орієнтованої реклами та стратегічного довгострокового планування щодо розвитку бренда в існуючій системі господарських відносин.

Наук. керівн. Полякова Я. О.

Література: 1. Смит П. Коммуникации стратегического маркетинга : учебн. пособ. / Смит П., Бэрри К., Пулфорд А. ; пер. с англ. ; под ред. Л. Ф. Никулина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 415 с. 2. Элвуд Я. 100 приемов эффективного брендинга / Элвуд Я. – СПб. : Питер, 2002. 3. Чевертон П. Теория и практика современного маркетинга: полный набор стратегий, инструментов и техник / Чевертон П. ; пер. с англ. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 604 с. 4. Макнелли Д. Как выделиться из толпы, или Формула персонального брендинга / Макнелли Д., Спик К. Д. – М. : ФАИР-ПРЕСС, ГРАНД, 2004. – 194 с. 5. Зозульов О. Моделі брендингу / Зозульов О., Нестеров Ю. // Маркетинг в Україні. – 2006. – № 5. – С. 43–45. 6. Купчинська М. Що бренд прийдешній нам готує? / Купчинська М. // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 5. – С. – 23–26. 7. Пустотин В. Брендинг в Украине: пройденные этапы и перспективы / Пустотин В // Маркетинг и реклама. – 2008. – № 10. – С. 19–21. 8. Огилви Д. Огилви о рекламе / Огилви Д. – М. : Эксмо, 2003. 9. Маркетинговый менеджмент : підручник / Ф. Котлер, К. Л. Келлер, А. П. Павленко та ін. – К. : Вид. "Хімджест", 2008. – 720 с.

УДК 658.9

Череватий О. С.

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ТЕНДЕРИ ЯК ОДИН З ЕЛЕМЕНТІВ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Описано тендерний процес стосовно підприємств малого та середнього бізнесу.

Аннотация. Описан тендерный процесс применительно к предпринимателям малого и среднего бизнеса.

Annotation. Description of tendering process for small and medium businesses is given.

Ключові слова: тендер, види тендерів, відкритий тендер, основні елементи тендера, тендерний процес.

Актуальність обраної теми зумовлюється тим, що в останні часи дуже популярною формою укладання договорів великої вартості стають саме тендери. Існує дуже багато форм маркетингових комунікацій підприємства і тендери є однією з них, оскільки саме на тендерних торгах, в умовах жорсткої конкуренції, компанії мають можливість проявити свій потенціал і здатність до конкурентної боротьби, використовуючи різноманітні маркетингові заходи, щоб завоювати клієнтів. Тендери були створені, щоб об'єднати клієнтів і виробників в одному місці, створити для них умови справедливої конкуренції і тим самим полегшити процедуру знаходження найбільш вигідних партнерів. Саме про процедуру проведення тендерів і піде мова в цій роботі.

Метою даної статті є на основі описання основних видів тендерів, які були б цікавими для підприємств малого та середнього бізнесу, розглянути процедуру тендерного процесу і виявити його особливості.

У законодавстві України не існує визначення поняття "тендер" і це, у першу чергу, пов'язано з існуванням великої кількості видів тендерів.

Роботу з систематизації та роз'яснення видів тендерів провів Михальченко О. О. у своїй роботі "Види торгів (конкурсів) у сфері господарювання" [1]. Міжнародні тендери дуже змістовно були роз-



глянути у роботі Циганкової Т. М. [2], частина державних закупівель регламентується Законом України "Про здійснення державних закупівель" [3], також над темою тендерів працювали Суходольський Г. О., Д. Нікон, Беляневич О. А., Брагинський М. І., Вінник О. М., Віхрова О. П. та ін.

У різних нормативно-правових актах та літературі використовуються терміни "конкурс", "тендер", "торги" як синоніми, зустрічаються конструкції торги (тендер), торги (конкурс), конкурс (тендер), тобто за відсутності легального визначення торгів та їх видів однойменні правові дефініції вживаються у різному значенні. Для систематизації торгів з урахуванням вказаних понять доцільно взяти за основу законодавство, яке регулює проведення таких торгів, для виділення основних критеріїв їх поділу.

Залежно від кола осіб, які беруть участь у тендері, можна виділити такі тендери [4]:

а) відкриті (до участі запрошуються всі виконавці, що відповідають встановленим вимогам);

б) закриті або з обмеженою участю (лише спеціально запрошені претенденти або законодавчо обумовлені суб'єкти господарювання можуть брати участь у торгах);

в) з попередньою атестацією виконавця (подавати конкурсні пропозиції для визначення переможця можуть лише претенденти, які пройшли попередню кваліфікацію).

Залежно від правового статусу організаторів торгів у сфері господарювання (покупець або продавець, замовник або виконавець) існують такі види торгів:

а) торги на реалізацію майна, робіт, послуг – договір укладається з тим із учасників торгів (претендентів), який запропонував найвищу ціну за майно, що продається, або роботи, послуги, що пропонуються [5];

б) торги на придбання майна, визначення виконавця робіт або послуг – договір укладається з тим із учасників торгів, який запропонував найнижчу ціну за майно, яке необхідно придбати, або за виконання необхідних для замовника робіт.

Залежно від мети проведення торгів (конкурсів) можна виділити такі види тендерів:

а) комерційні – при визначенні переможця враховується запропонована ним ціна виконання за рівних фіксованих умов виконання;

б) некомерційні – переможцем конкурсу визначається претендент, який запропонував найкращі умови виконання.

Також можна систематизувати торги (конкурси) залежно від кількості етапів, в які проводяться торги:

а) одноетапні;

б) двохетапні;

в) трьохетапні.

Із зазначеного вище видно, що існує дуже багато видів тендерів, але в цій статті більш докладніше поговоримо про відкриті тендери, бо саме вони становлять найбільший інтерес для підприємств малого та середнього бізнесу.

Найбільш розповсюдженим, на думку автора, визначенням терміна "тендер" є таке: тендер – конкурентна форма розміщення замовлення на закупівлю товарів, надання послуг чи виконання робіт відповідно до заздалегідь визначених у документації умов, в узгоджені терміни на принципах змагальності, справедливості й ефективності. Англійське *tender* походить від дієслова *to tend* – обслуговувати.

Сьогодні тендери є однією з найпоширеніших форм торгівлі товарами і надання послуг великої вартості. Це зумовлюється, перш за все, існуванням великої кількості виробників (учасників тендера) товару або послуги та утворенням між ними конкуренції за покупця (замовника). Усі ці виробники відрізняються один від одного за певними показниками і замовнику необхідно визначитися, кого обрати. Саме для того, щоб допомогти покупцеві визначитися, існують тендери. Тендери виступають "плацдармом" для виробників у боротьбі за потенціального партнера. Тут вони пропонують свої умови і можливості виконання робіт або виробництва товарів для замовника. Переможцем тендера обирається учасник, який запропонував умови, найбільш сприятливі для замовника.

Основними елементами тендерного процесу є:

а) кваліфікаційні вимоги – це умови, за яких потенційні виконавці допускаються до участі у тендері;

б) тендерна документація – комплект документів, в яких жорстко зафіксовані обов'язкові умови майбутнього тендера. Розповсюджується безкоштовно, її зміст регламентується вітчизняним законодавством. Тендерна документація, в першу чергу, повинна забезпечувати потенційних учасників вичерпною інформацією про предмет торгів, для чого замовником подається детальна характеристика товарів, послуг чи робіт, що підлягають закупівлі. По-друге, в тендерній документації повинен бути визначений порядок подання пропозицій торгів. І нарешті, тендерна документація детально описує умови майбутнього контракту;

в) тендерна пропозиція – пропозиція щодо певного предмета закупівлі, яка готується та подається виконавцем замовнику відповідно до вимог тендерної документації.

Отже, в процедурі тендерного процесу при відкритих тендерах можна умовно виділити таку послідовність дій. Замовник звертається до організації, яка займається проведенням тендерів, та, у свою чергу, знайомить замовника з основними умовами проведення тендерів і потребує від нього написання кваліфікаційних вимог для майбутніх учасників тендера. Потім ці умови формуються у тендерну документацію, організатор торгів розповсюджує інформацію про проведення тендера, а також безкоштовно надає тендерну документацію усім потенційним учасникам. Компаніям-учасницям надається час для вивчення тендерної документації та вимог до участі в тендері, а також для підготовки власної тендерної пропозиції. Коли отримані всі тендерні пропозиції, замовник вивчає їх і вже на цьому етапі відмовляє деяким потенційним учасникам, які його не влаштовують, цей етап називається кваліфікацією. Після цього настає другий етап тендерного процесу, коли всі виконавці виступають зі своїми пропозиціями перед тендерною комісією, яка визначається замовником і організаторами тендера, в тендерній комісії можуть знаходитися представники компанії замовника. Вислухавши всі пропозиції, тендерна комісія обирає компанію-переможця, з якою укладає контракт.



Існує дуже багато різних "слизьких місць" у проведенні тендерів, наприклад, вартість гарантії на участь у тендері, тендери з одним учасником, відміна тендера за відсутності учасників, відміна тендера за неможливості виконання умов тендера жодним з потенціальних учасників, крім того, враховуючи дуже високі вартості виконуваних контрактів, дуже розповсюджене використання різноманітних корупційних схем, але це все є предметом для інших статей і не стосується теми даної роботи.

Таким чином, на основі розглянутих видів тендерів, які могли б бути цікавими для підприємців, а також більш детального аналізу відкритої форми проведення тендерів, виявлені основні складові тендера, що дозволяє виділити окремі переваги та особливості тендерного процесу.

Наук. керівн. Астахова І. Е.

Література: 1. Михальченко О. О. Види торгів (конкурсів) у сфері господарювання [Електронний ресурс] / О. О. Михальченко. – Режим доступу : www.rugnauka.com/14.NTR_2007/.../21828.doc.htm. 2. Циганкова Т. М. Міжнародні тендери (торги) / Циганкова Т. М. – К. : Міжнародна торгівля, 2009. – 362 с. 3. Про здійснення державних закупівель : Закон України № 2289–VI від 1 червня 2010 року [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 4. Положення про порядок організації та проведення міжнародних конкурсів (тендерів) на укладання контрактів на користування надрами, затверджене Постановою Кабінету Міністрів України від 8 червня 1998 р. № 841 [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 5. Про приватизацію державного майна : Закон України від 4 березня 1992 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.rada.gov.ua.

УДК 330.342(477):339.9

Равлюк О. С.

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНИ: ОЦІНКА ВСЕСВІТНЬОГО ЕКОНОМІЧНОГО ФОРУМУ

Анотація. Проаналізовано рейтинг конкурентоспроможності України за даними Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ).

Аннотация. Проведен анализ рейтинга конкурентоспособности Украины по данным Всемирного экономического форума (ВЭФ).

Annotation. The article analyzes the rating of competitiveness of Ukraine according to the World Economic Forum (WEF).

Ключові слова: конкурентоспроможність, рейтинг, індекс, субіндекс, Всесвітній економічний форум, звіт.

Стале зростання економіки будь-якої держави потребує сприятливих умов для розвитку бізнесу та активного підключення факторів інновативності в економічне життя, що передбачає системне посилення конкурентних переваг порівняно з іншими країнами світу. Конкурентоспроможність економіки країни, методи її визначення та зв'язок із динамікою зростання на різних етапах економічного циклу вже не перше десятиріччя перебувають у центрі уваги економістів та урядовців, оскільки якість тих чи інших оцінок і ступінь їх відповідності сучасним економічним реаліям суттєво відображаються на ґрунтовності стратегічних рішень держави. Тому тема конкурентоспроможності країни є однією з актуальних у наш час.

Наукове підґрунтя для досліджень конкурентоспроможності країн закладено Майклом Портером у статті "Конкурентні переваги країн" ("The Competitive Advantages of Nations", 1990) [1]. Але ще Макс Вебер у класичному творі світової соціології "Протестантська етика і дух капіталізму" здійснив аналіз основних чинників, що вплинули на формування та розвиток капіталістичних відносин у країнах Західної Європи [2]. Результати цього аналізу можна вважати першим кроком у з'ясуванні причини конкурентоспроможності країни.

Метою статті є аналіз рівня міжнародної конкурентоспроможності України за даними Всесвітнього економічного форуму.

Міжнародна конкурентоспроможність країни – це здатність країни створити таке національне бізнес-середовище за умов вільного справедливого ринку, в якому вітчизняні товаровиробники можуть постійно розвивати свої конкурентні переваги, займати й утворювати стійкі позиції на певних сегментах світового ринку завдяки потужному економічному потенціалу, що забезпечує економічне зростання економіки на інноваційній основі, розвинутій системі ринкових відносин, володінню значним інтелектуальними капіталом та інвестиційними ресурсами, гнучкому реагуванню на зміну світової



кон'юнктури та відповідно до цього диверсифікацію виробництва, максимально відстоюючи реалізацію національних інтересів заради економічної безпеки та високих стандартів життя населення [3].

Всесвітній економічний форум (ВЕФ) почав розраховувати глобальний рейтинг конкурентоспроможності країн у 1979 році. Україна була включена до рейтингу в 1997 році. У Звіті досліджується конкурентоспроможність країн на основі Глобального індексу конкурентоспроможності (ГІК), що складається з 12 субіндексів:

- інститути;
- інфраструктура;
- макроекономічна стабільність;
- охорона здоров'я та початкова освіта;
- вища та професійна освіта;
- ефективність товарного ринку;
- ефективність ринку праці;
- рівень розвитку фінансового ринку;
- технологічна готовність;
- обсяг ринку;
- конкурентоспроможність бізнесу;
- інновації.

У Звіті 2010/2011 Україна з індексом 3,9 знову значно втратила свої позиції у рейтингу ВЕФ, посівши серед 139 країн світу 89 місце перед Гамбією та Гондурасом. Україна залишилася позаду таких країн, як: Естонія, Чехія, Польща, Литва, Азербайджан, Словачька Республіка, Російська Федерація та Казахстан, демонструючи значне відставання від середньосвітового індексу (4,18). Ще більшим є відставання України від інноваційних економік. У Звіті 2009/2010 Україна посіла 82 місце з індексом 4,0 серед 133 країн світу. Такий регрес є наслідком погіршення позицій України на 9 з 12 складових Індексу глобальної конкурентоспроможності: "Інститути" (134 місце, у 2009 р. – 120), "Макроекономічна стабільність" (132 місце, у 2009 р. – 106), "Ефективність товарних ринків" (129 місце, у 2009 р. – 109), "Розвиненість фінансового ринку" (119 місце, у 2009 р. – 106), "Конкурентоспроможність бізнесу" (100 місце, у 2009 р. – 91) [4].

За оцінками звіту 2010/2011 традиційно ситуація з інституційним розвитком України була визнана ключовою проблемою. За цим компонентом Україна погіршила свій минулорічний результат (120 місце з 133 країн) ще на 14 позицій, опинившись майже наприкінці рейтингу [4].

При цьому за оцінками Звіту 2010/2011 показники України за складовими групи "Інститути" мають вельми низькі рейтинги: ефективність законодавчих органів у регуляторній сфері (138 місце), захист прав власності (135 місце), незалежність судової влади (134 місце), марнотратство державних коштів (131 місце), етична поведінка підприємств (130 місце), марнотратство суспільних фондів (129 місце), фаворитизм у прийнятті рішень державних службовців (127 місце), платежі та хабарі (127 місце), тягар державного регулювання (125 місце), довіра до правоохоронних органів (122 місце), суспільна довіра до політиків (122 місце), організована злочинність (116 місце), прозорість державної політики (114 місце), захист прав інтелектуальної власності (113 місце) [4].

Погіршення макроекономічної ситуації стало одним із чинників, що катастрофічно погіршив позицію України у рейтингу 2010/2011 (погіршення на 26 позицій!). За фактором "Макроекономічна стабільність" Україна посіла 132 позицію (106 місце – у 2009 р.), що є другим найгіршим її результатом серед 12 складових Індексу глобальної конкурентоспроможності. При цьому значний негативний внесок спричинило погіршення ситуації у сфері державних фінансів (дефіцит бюджету – 134 місце, або погіршення на 66 позицій та державний борг – 52 місце, або погіршення на 25 позицій) та рівень національних заощаджень (96 місце, або погіршення на 24 позиції). Традиційно низьку оцінку отримала ситуація з інфляцією в Україні (134 місце) [4].

Не оцінюється обнадійливо ситуація і на фінансових ринках України (119 місце, 106 – у 2009 р.). Результати за складовими групи "Розвиненість фінансового ринку" є низькими: надійність банківської системи (138 місце – найнижчий показник серед країн у рейтингу), легкість отримання кредиту (130 місце), регулювання фондового ринку (127 місце), обмеження на рух капіталу (125 місце), доступність (за ціною) фінансових послуг (122 місце) тощо [4].

У Звіті зазначається, що новий уряд поставив перед собою амбітні завдання – провести необхідні реформи. Реформи, серед іншого, мають бути також спрямовані на підвищення ефективності товарних ринків, де досягнення України є незначними (129 місце, 109 – у 2009 р.). Найгірших результатів у цьому блоку питань Україна досягла за такими показниками, як: ефективність податкової системи (136 місце), витрати на аграрну сферу (135 місце), застосування торгівельних бар'єрів (126 місце), домінування ринкових відносин (128 місце), ефективність антимонопольної політики (126 місце), тягар митних процедур (131 місце), кількість процедур, необхідна для початку бізнесу, (99 місце) тощо [4].

Цього року ВЕФ шляхом опитування провів дослідження щодо оцінки топ-менеджерами компаній факторів, які перешкоджають веденню бізнесу в країнах. 19,6 % респондентів в Україні визначили податкове законодавство фактором, який переважно перешкоджає веденню бізнесу. Серед інституційних проблем респонденти назвали також політичну нестабільність (15,6 %), корупцію (13,9 %), зміни урядів (9,5 %), неефективну бюрократію (8,2 %), злочинність (2,5 %). 10,8 % респондентів визнали таким фактором доступ до фінансування, а 8,8 % респондентів – інфляцію [4].

Проте Україні вдалося зберегти такі конкурентні переваги, як високоосвічене населення, гнучкий та ефективний ринок праці, перспективний за обсягами внутрішній ринок. Перелік конкурентних переваг економіки України, на жаль, є дуже коротким та охоплює лише 16 позицій (23 позиції – у 2009 р.). Окремі позитивні показники Звіту 2010/2011 такі (1 місце – найвище, 139 – найнижче): індекс правового забезпечення – 6 місце, покриття вищою освітою – 8, практика найму та звільнення працівників – 18, витрати, пов'язані зі звільненням, – 21, якість залізничного сполучення – 25, оплата та продуктивність – 26, зайнятість жінок у приватному секторі – 32, кількість мобільних користувачів – 34,



обсяг внутрішнього ринку – 37, частка на зовнішньому ринку – 37, інноваційна спроможність – 37, тарифні бар'єри – 40, якість математичної освіти – 42, покриття середньою освітою – 44, телефонні мережі – 47, якість початкової освіти – 49 [4].

Таким чином, Всесвітній економічний форум досліджує конкурентоспроможність країн на основі Глобального індексу конкурентоспроможності серед 139 країн світу, серед яких Україна у Звіті 2010/2011 з індексом 3,9 посіла 89 місце, продемонструвавши відставання від середньосвітового індексу, який складає 4,18 балів. Звіт ВЕФ допомагає порівняти економіку України з економіками інших країн на міжнародному ринку. На жаль, Глобальний індекс конкурентоспроможності України демонструє те, що Україна за розвитком конкурентоспроможності наближається до бідних слабозрозумітих країн. Україні, насамперед, треба звернути увагу на діяльність законодавчих органів, державну політику, тому що головною проблемою залишається марнотратство державних коштів, державне регулювання, довіра як до політиків, так і до правоохоронних органів, хабарі, організована злочинність, захист прав власності, у тому числі інтелектуальної. Збільшення дефіциту бюджету та державного боргу змушує Україну бути в рейтингу майже останньою. Також треба вдосконалити банківську сферу, оскільки надійність банківської системи в Україні найнижча серед інших країн рейтингу. Глобальною метою України на даному етапі розвитку є економічне зростання для наближення до рівня розвинених країн.

Наук. керівн. Юлегіна І. В.

Література: 1. Porter, Michael E. The Competitive Advantage of Nations / Porter, Michael E. // Harvard Business Review 68. – 1990. – № 2. – Р. 73 – 93. 2. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму / Вебер М. ; пер. з нім. О. Погорілого. – К. : Основа, 1994. – 261 с. 3. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації : монографія / Антонюк Л. Л. – К. : КНЕУ, 2004. – С. 104 – 105. 4. <http://www.taxpayers.org.ua>.

УДК 339.5.053

Кириленко І. В.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Анотація. Проведено аналіз бізнес-процесів наукоємної продукції вітчизняних підприємств в умовах глобалізації та процесно-орієнтованого підходу до управління підприємством. Запропоновано заходи щодо підвищення ефективності міжнародних бізнес-процесів.

Аннотация. Проведен анализ бизнес-процессов наукоёмкой продукции отечественных предприятий в условиях глобализации и процессно-ориентированного подхода к управлению предприятием. Предложены меры по повышению эффективности международных бизнес-процессов.

Annotation. In the article the analysis of business processes of high technology product of the domestic enterprises in the conditions of globalization and the process-focused approach to operation of business has been carried out. Measures for efficiency increase of the international business processes are offered.

Ключові слова: експорт, бізнес-процес, процесно-орієнтований підхід, конкурентоспроможність.

В умовах прискорення процесу глобалізації та інтеграції все більша кількість підприємств виходить на міжнародний ринок. Кожне підприємство повинно прагнути до зростання рентабельності та стійкості в довгостроковій перспективі, підвищення своєї ринкової вартості та конкурентоспроможності. І все це безпосередньо залежить від ефективності міжнародних бізнес-процесів згідно з перспективними цілями компанії.

Актуальність дослідження полягає в тому, що досягнення конкурентних переваг вітчизняних підприємств є можливим тільки за умови ефективної реалізації процесно-орієнтованого підходу управління підприємством, у складі якого кожний частковий процес виробництва продукції повинен відповідати міжнародним стандартам та принципам збереження природи за умови розвиненості ринкової інфраструктури, яка б дала змогу українським підприємствам експортувати конкурентоспроможну продукцію.

Для збільшення експортних процесів країни в грошовому виразі необхідно орієнтуватися на розвинення найбільш дороговартісних галузей торговельної структури країни. Такими для України є галузі високих технологій та галузі наукоємної продукції. При цьому не використовуються належним чином наявні високотехнологічні можливості окремих галузей промисловості, наприклад авіа-



будування, створення космічних апаратів та ін. Так, за даними Держкомстату у 2010 році експорт аеронавігаційних та космічних апаратів склав 0,2 % (12 3840,3 тис. дол. США) усього обсягу експорту України [1]. При цьому 45,33 % цієї продукції експортується до країн СНД, переважно до Росії, Молдови, Азербайджану, Білорусі, 17,09 % – до країн Африки, 13,18 % – до країн Азії, 12,27 % – до країн Європи, 11,76 % – до країн Америки та 0,37 % – до Австралії та Океанії. Отже, розвиток виробництва товарів з високою доданою вартістю є головним пріоритетом у створенні бази для нарощування обсягів та поліпшення структури українського експорту в напрямі збільшення в ньому питомої ваги високотехнологічних товарів.

Таким чином, метою даної роботи є пошуки шляхів ефективного функціонування бізнес-процесів підприємства як на рівні організації, так і на міжнародному рівні у потенційно сприятливих для цього галузях.

Аналіз та оптимізація міжнародних бізнес-процесів були розглянуті в роботах таких західних вчених, як Х. Сміт, П. Фінгар, А.-В. Шеєр. Значний внесок у дослідження бізнес-процесів зробили вітчизняні науковці: С. Ковальов, В. Ільїн, А. Козлов.

Процесно-орієнтоване управління означає управління діяльністю підприємства на відміну від управління структурами, притаманного функціональному підходу. Управляти діяльністю компанії означає управляти її процесами і проектами [2].

Бізнес-процес – це пов'язаний набір повторюваних дій (функцій), які перетворюють первинний матеріал або інформацію у кінцевий продукт (послугу) згідно із заздалегідь встановленими правилами [3, ст. 6].

Основними перевагами процесного підходу над функціональним є:

1) підвищення швидкості реагування компанії на зміни за рахунок виключення з процесу зайвих, які не впливають на результат контрольних пунктів, та пов'язаних з ними дій щодо передачі інформації;

2) забезпечення спрямованості всіх співробітників на результат (продукт або послугу);

3) скорочення витрат, пов'язаних з дублюванням функцій, та витрат, які не є необхідними для досягнення результату.

Отже, процесно-орієнтований підхід до управління дозволяє організувати діяльність таким чином, щоб вона була гнучкою (із застосуванням багатопільових верстатів з цифровим програмним управлінням в умовах гнучкого автоматизованого виробництва), орієнтованою на постійне покращення якості кінцевого продукту. Якість продукції за таких умов зростає завдяки:

1) швидкому реагуванню на кон'юнктуру внутрішніх та зовнішніх ринків;

2) додержанню принципу постійності технологічної бази у процесі виробництва конструктивних одиниць.

Склад бізнес-процесів організації визначається специфікою її діяльності. Зазвичай процеси підприємства поділяють на основні та допоміжні. Основними називають ті процеси, результати яких забезпечують створення та реалізацію основного продукту чи послуги організації. До них відносять:

1) генерацію (бізнес-ідея; концепція товару; підхід до розробки нового товару: ставка на технологію, ставка на маркетинг, збалансований підхід – маркетинг + технології);

2) підготовку виробництва (НДР: фундаментальні та прикладні; ДКР: випробування, пробний маркетинг; технічна підготовка: конструкторська; технологічна; організаційно-економічна (техніко-економічне обґрунтування); організаційна; психологічна; правова);

3) процес виробництва (підготовка стадія; стадія обробки; складальна стадія);

4) збут (маркетинговий інструментарій – SWOT-аналіз; "4P"; ЖЦТ; матриця БКГ).

Допоміжні процеси підтримують ефективне функціонування основних процесів. Такими процесами є юридичне забезпечення, управління фінансами, управління персоналом та ін. Таким чином, організація сьогодні становить сукупність бізнес-процесів, які тісно взаємодіють між собою.

Для розробки напрямків удосконалення бізнес-процесів у цілому необхідно здійснювати їх аналіз. Аналіз бізнес-процесів – це вивчення існуючих бізнес-процесів в одній або кількох організаціях як у нормальних, так і у виняткових умовах. АБП сприяє виявленню окремих ділянок, які, в першу чергу, потребують оптимізації.

Аналіз стану розвинутих національних економік та діяльності ефективних компаній приводить до висновку, що їх досягнення значною мірою базуються на грамотному підході до вирішення питань операційного управління виробництвом. Без правильного вирішення цих питань усі зусилля, що спрямовані на підвищення ефективності макроекономічних процесів, є марними. Для забезпечення високої результативності та ефективності основного виробничого процесу необхідно безперервно вдосконалювати внутрішньовиробничу інфраструктуру, яка є найважливішою умовою створення системи TQM та її сертифікації відповідно до стандартів ISO.

Отже, заходи щодо підвищення результативності та ефективності міжнародних бізнес-процесів такі:

1) підпорядкування кожного окремого бізнес-процесу безпосередньо перспективним цілям компанії;

2) орієнтація на оптимізацію, в першу чергу, найбільш критичних для бізнесу процесів;

3) екологізація технології виробництва продукції – використання технологій та обладнання, які не забруднюють довкілля;

4) сертифікація продукції та виробничих процесів;

5) впровадження системи менеджменту якості – норми та показники якості продукції – ISO 2001–2002;

6) автоматизація бізнес-процесів та супроводжуючих її електронних документів;

7) спрощення та узгодження торговельних процедур і скасування в разі можливості непотрібних процедур.

Запропонований процесно-орієнтований підхід до управління внутрішньовиробничими процесами та бізнес-процесами дає змогу істотно підвищити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств і, як наслідок, збільшити частку саме наукомістких виробів у загальному обсязі експорту, тобто авіабудування, створення космічних апаратів та ін. Такий напрямок розвитку вітчизняних підприємств передбачає збереження й розвиток традиційних коопераційних зв'язків, які були ефективними за часів Радянського Союзу, та створення принципово нових напрямків руху експортної продукції на ринки різних країн світу.

Отже, тільки за умови впровадження та реалізації цих рекомендацій ймовірно підвищення результативності та ефективності бізнес-процесів, що також розширює можливості для інновацій.

Наук. керівн. Черкасов В. І.

Література: 1. <http://www.ukrstat.gov.ua>. 2. <http://proces.biz/BuildBusiness/ProcessOrient/ProcessOrient.htm>. 3. Оптимизация бизнес-процессов: документирование, анализ, управление : учебник / под ред. Д. Харрингтон, Эсселинг К. С., Харм Ван Нимвеген. – СПб. : Азбука, 2002. – 341 с.

УДК 659.1:339

Федченко А. Г.

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКАХ ПРИНИМАЮЩИХ СТРАН

Аннотация. Рассмотрен процесс организации международной рекламной деятельности на примере рекламных кампаний, показаны возможные трудности в процессе входа на иностранные рынки.

Анотація. Розглянуто процес організації міжнародної рекламної діяльності на прикладі рекламних кампаний, показано можливі труднощі у процесі входу на іноземні ринки.

Annotation. This article deals with the process of organizing international promotional activities. The organization offered the example of advertising campaign, showed the possible difficulties in the process of the entrance into foreign markets.

Ключевые слова: организация рекламной деятельности, международная стратегия рекламной кампании, рекламный язык.

Глобализация является реальным процессом, на мировом рынке появляется все больше глобальных компаний и глобальных торговых марок. Процесс глобализации переживают и средства массовой информации. Некоторые товары настолько универсальны по своим свойствам и популярность их настолько высока, что это позволяет осуществлять попытки проводить в отношении их единую, стандартизованную глобальную стратегию рекламных выступлений, независимо от тех стран, где она осуществляется. Причем организация глобальных стандартизованных рекламных кампаний имеет тенденцию к росту.

В мире ежегодно расходуется около 40 млрд долл. на рекламу и около половины этой суммы приходится на рекламные расходы в США. Причем чем выше уровень личных доходов граждан страны, тем выше уровень расходов на рекламу.

Целью данной работы является анализ процесса организации международной рекламной деятельности.

Для решения данной цели были поставлены и решены следующие задачи:

анализ факторов, влияющих на выбор рекламной стратегии в принимающей стране;
анализ процесса организации международной рекламы.



Исследованию вопросов организации международной рекламной деятельности посвящены работы таких ученых: Ноздревой Р. Б., Е. Ромата, Б. Реджива, Дж. Майерса, Аакера Д. А., Ф. Панкратова, Т. Серегинной, В. Шахурина, Росситера Дж. Р., Л. Перси, Б. Семеновой, Г. Поцепцовой, А. Зверинцевой [1 – 6].

Развитию международной рекламы во многом содействует научно-технический прогресс, развитие новых средств связи и информации. Компании, организующие торговлю на мировых рынках, задаются вопросом, можно ли проводить единую рекламную кампанию на рынках зарубежных стран [2, с. 663].

При этом не следует преувеличивать возможности глобальной рекламы. Например, вице-председатель компании Collet Dickenson Peers & Partners Т. Бритналл и председатель компании Ted Beits Б. Трагос подчеркивают, что полностью глобальная реклама невозможна, поскольку нет единого глобального потребителя, и что следует различать понятия "глобальный унифицированный стандартизированный продукт" (который возможен) и "унифицированная стандартная реклама" (которая на 100 % невозможна), так как эффективные рекламные объявления отражают жесты, мимику, нюансы и специфику культуры, обычаев, языка не только конкретной страны, но и конкретной местности. Реклама является частью и зеркальным отражением национальной культуры соответствующей страны, ее специфики и особенностей [2, с. 664].

Стратегия глобализации и стандартизации рекламных выступлений весьма привлекательна, поскольку экономит затраты на производство и продвижение рекламных акций, обеспечивает надежную конкурентную позицию компании, более жесткий централизованный маркетинговый контроль за соблюдением рекламной идеи и уникального рекламного предложения [2, с. 664].

Некоторые товары, большей частью американские, пользуются популярностью во всем мире именно потому, что несут в себе имидж американской культуры и американского образа жизни, хотя они и не являются эталоном высокой культуры. К таким товарам можно отнести джинсы Levi's. У компании Levi's рекламный язык заменен поп-музыкой, однозначно воспринимаемой в любой стране мира; рекламный ролик кампании имеет стандартизованный звуковой и зрительный ряд и максимально обобщенную философию.

Как правило, в международной рекламной деятельности стандартизованной обычно остается общая рекламная концепция, уникальное торговое предложение, базирующееся на позиционировании товара в мировом масштабе [2, с. 665].

В процессе организации международных рекламных акций определенной степени адаптации избежать бывает сложно, поскольку глобализация рекламных выступлений в различных странах сопряжена с определенными трудностями, что связано со следующими различиями: в экономической, политической, социальной системах; в уровне технического развития; в развитии и использовании СМИ и каналов рекламы, в культуре, смысловых, звуковых и прочих ассоциациях; в восприятии цвета; в языке; в стиле жизни; в стремлении к достижению соответствующего образа жизни; в отношении к рекламе; в потребностях, вкусе, пристрастиях и предпочтениях потребителей; в потребительских моделях, ценностях и мнениях [2, с. 665].

При планировании рекламной кампании в разных странах следует учитывать степень развития средств массовой информации, уровень грамотности и общего образования населения, уровень доходов, особенности восприятия вербальных и невербальных средств коммуникации и т. д.

Основными критериями выбора СМИ для международной рекламы, как, впрочем, и для рекламы местного уровня, являются: целевая аудитория и ее охват; правовые регламентации; экономическая характеристика.

В зарубежной стране также могут существенно отличаться развитие каналов распространения рекламы и средств массовой информации. Значительное место в международной рекламной работе отводится вопросам разработки физического воплощения рекламного замысла и координации рекламных действий [2, с. 678].

Таким образом, процесс организации международной рекламной деятельности предприятия на зарубежных рынках представляет собой многоступенчатый процесс, в котором учитываются три группы факторов – влияющие на восприятие товара, влияющие на восприятие клиента, влияющие на уровень развития принимающей страны. Большинство проблем при выборе стратегии рекламной кампании на рынке принимающей страны связано с определением необходимых мероприятий по стандартизации или адаптации в ней. Важно учитывать все факторы, которые могут оказать влияние на организацию и успех рекламной кампании.

Научн. рук. Астахова И. Э.

Литература: 1. <http://www.syntone-kazan.ru/library/books>. 2. Ноздрева Р. Б. Международный маркетинг / Ноздрева Р. Б. – М. : Экономиста, 2005. – 990 с. 3. Батра Р. Рекламный менеджмент / Батра Р., Майерс Джон Дж., Аакер Дэвид А. – М. : Издательский дом "Вильямс", 2009. – 784 с. 4. Росситер Дж. Р. Реклама и продвижение товаров / Росситер Дж. Р., Перси Л. – СПб. : Питер, 2006. – 320 с. 5. Головлева Е. Л. Основы рекламы / Е. Л. Головлева М. : Феникс, 2004. – 320 с. 6. Поцепцов Г. Г. Теорія комунікацій / Поцепцов Г. Г. – К. : Спілка рекламистів України, 2006. – 420 с.

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ ПІД ВПЛИВОМ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Анотація. Визначено місце і роль інноваційної діяльності як однієї з головних передумов виникнення глобалізації та відповідно до цього встановлено основні напрями взаємодії та взаємозв'язків стратегічних заходів щодо забезпечення моделі інноваційного розвитку України.

Аннотация. Определены место и роль инновационной деятельности как одной из главных предпосылок возникновения глобализации в соответствии с этим установлены основные направления взаимодействия и взаимосвязи стратегических мероприятий для обеспечения модели инновационного развития Украины.

Annotation. The essence of innovative activities has been exposed and its role has been identified as an essential prerequisite of globalization. In accordance with this, the basic directions of interaction and interrelations of strategic actions to ensure the model of innovative development of Ukraine at the macro- and microeconomic levels have been established.

Ключові слова: глобалізація, інноваційна діяльність, стратегія, розвиток, промисловість.

Функціонування всесвітньої системи кооперування та спеціалізації виробництва з метою створення глобальних продуктів і надання послуг, формування глобальних інформаційних систем, зростаючий вплив міжнародних організацій та транснаціональних корпорацій на світовому ринку зумовили виникнення основних тенденцій глобалізації на початку XXI століття.

Проаналізовані передумови розвитку глобалізаційних процесів, зазначені в роботах сучасних науковців: Волкова О. І., Гриньової В. М., Денисенка М. П., Ілляшенка С. М., Лепи Р. М., Перерви П. Г., Садекова А. А., Яковлева А. І., Ястремської О. М., мають спільні детермінанти впливу на виробництво та економіку суспільства в цілому, що знаходить своє вираження в наслідках ефективної діяльності провідних досягнень науково-технічного прогресу [1].

Глобалізація є чинником підвищення конкуренції, що формує позитивну динаміку трансферів технологій, сприяє поширенню провідного науково-технічного та технологічного досвіду, спонукає до впровадження нових управлінських рішень, головним принципом яких виступає мінімізація ризиків та витрат. Сутність основних характеристик інновацій як головного чинника глобальної конкуренції, що наведені М. Портером [2], полягає в удосконаленні старих або використанні нових методів досягнення конкурентоспроможності.

Структурні зрушення в системі міжнародної економіки вимагають від країн – учасниць світового ринку – гнучкості та здатності щодо швидкої адаптації відповідно до змін міжнародного середовища. Так, Гольдштейн В. Я. у роботі "Глобальний стратегічний інноваційний менеджмент" [1] зазначив, що основою для глобалізації стала нова світова інфраструктура інформаційних технологій та політика лібералізації управління.

Найбільш поширеними видами міжнародного науково-технічного співробітництва в межах глобалізації є:

- створення об'єднаних науково-дослідницьких центрів, інститутів, лабораторій для розробки новітніх напрямів прикладної науки, створення досконалих моделей і конструкцій, здійснення розрахунків техніко-економічної ефективності нових наукових розробок;
- проведення спільних досліджень, розвідування корисних копалин і визначення можливостей використання в економіці інших природних ресурсів океанів, морів, річок, лісів та повітряного простору;
- відкриття найбільш ефективних форм організації виробництва, маркетингової діяльності з метою підвищення економічної ефективності підприємств;
- спільна діяльність з дослідження, передавання та впровадження провідного досвіду в галузі організації праці та виробництва;
- спільна підготовка та використання кваліфікованої робочої сили для більш ефективного її застосування в межах міжнародного виробничого співробітництва, а також для регулювання на міжнародному рівні кількості зайнятих на різних етапах економічного циклу [3].



Таким чином, розвиток глобалізаційних процесів безпосередньо пов'язаний з розвитком інноваційної діяльності як фактора глобальної конкуренції. Отже, виникає необхідність подальшої розробки та вдосконалення теоретичних і практичних засад стратегічного інноваційного менеджменту, вираженого шляхом аналізу та синтезу існуючих положень теорії інновацій у контексті досягнення конкурентних позицій на світовому ринку. У свою чергу, глобалізація світової економіки є каталізатором інноваційних процесів, спрямованих на конкурентні переваги.

Утворюється стійкий ланцюг "глобалізація – інноваційна діяльність", який зумовлює зусилля окремих країн для досягнення стратегічних інноваційних цілей. Установлені в даному випадку прямі та зворотні зв'язки повинні враховуватися українським урядом під час виділення стратегічних пріоритетів розвитку країни, а також формування відповідних урядових та міждержавних програм.

Згідно зі "Стратегією інноваційного розвитку України на 2010 – 2020 роки в умовах глобалізаційних викликів" [4] Україна зможе посісти належне місце в Європі і світі за умови опанування інноваційного шляху розвитку, підвалини якого мають бути закладені в процесі структурної перебудови економіки. Становлення інноваційної моделі розвитку країни можливо за рахунок органічного поєднання економічних, політичних, гуманітарних, соціально-психологічних чинників як на макро-, так і на мікрорівнях. Тільки при комплексному їх урахуванні країна зможе відчувати імпульси трансформаційних процесів та здійснити перехід суспільства на новий рівень інноваційного розвитку. Стимулом інноваційного розвитку має бути принципово нова дієздатна національна система, структура якої повинна позитивно відобразитися на соціально-політичних та економічних процесах країни. Основним принципом функціонування такої системи є принцип самовідтворення.

Запорукою сталого розвитку економіки, конкурентоспроможності вітчизняної продукції і покращення на цій основі рівня та якості життя українського народу має стати забезпечення позитивної динаміки комплексного індикатора інноваційного розвитку, який розраховується за Європейським інноваційним табло (ЄІТ) та дозволяє визначити світові позиції нашої держави за ступенем використання інновацій як базису її економічного зростання (рисунок).

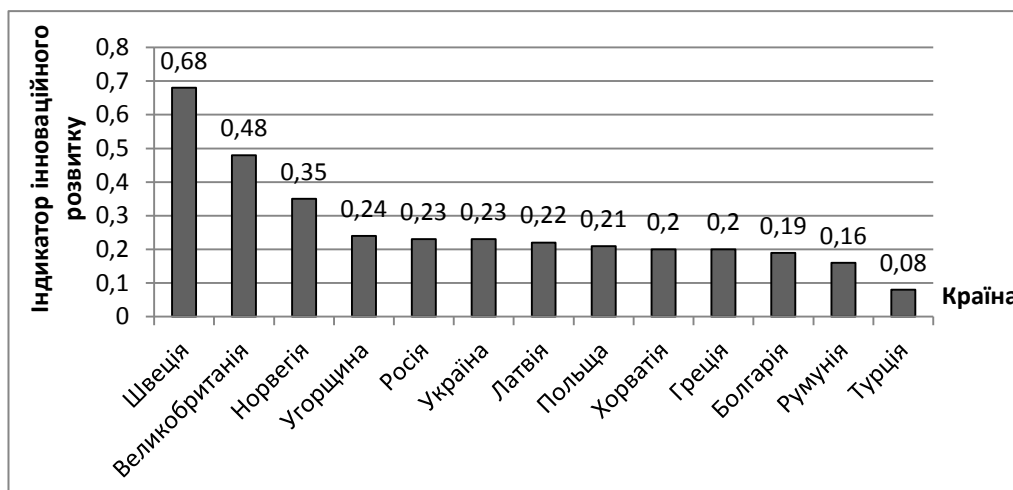


Рис. Ранжирування країн за рівнем інновативності [5]

На відміну від розвинутих країн, які до 85 – 90 % приросту ВВП забезпечують через виробництво та експорт наукомісткої продукції, Україна, маючи значну кількість науковців, поки що недостатньо використовує результати наукових досліджень. Частка вітчизняної наукомісткої продукції становить близько 0,1 % на світовому ринку високотехнологічної продукції [6].

Запорукою ефективної інноваційної стратегії розвитку промисловості є поєднання науково-технічної, виробничої та фінансової сфер. При цьому пріоритетними інноваційними видами промислової діяльності згідно з Програмою [7] є: інформаційні технології та системи зв'язку; технології спеціального призначення; функціональні і конструкційні матеріали та вироби з них; екологічні технології; біотехнології; медичні діагностичні системи, профілактичні та лікувальні засоби; ресурсозберігаюче устаткування та вдосконалення традиційних технологій промислового виробництва; техніка і технології для агропромислового комплексу.

Таким чином, головною метою діяльності підприємств України в умовах відсутності стабільності зовнішнього середовища є ефективне та раціональне використання їх стратегічних ресурсів, підтримка на певному рівні вже існуючих та розробка нових конкурентних переваг. Досягнення цієї мети можливе лише за допомоги реалізації системної стратегії інноваційного розвитку. У свою чергу, дана стратегія має бути розроблена відповідно до теоретичних положень та практичних рекомендацій методології стратегічного управління. Майбутній стратегічний період становлення України на шляху світової інтеграції повинен реалізовуватися за чітко сформованим планом дій щодо підвищення рівня інноваційного розвитку, який базується на активній державній інноваційній політиці та поєднанні ринкових методів управління. При цьому ефективність інноваційної діяльності

вітчизняних підприємств повинна визначатися, насамперед, узгодженням систем інвестування, оподаткування та кредитування, що мають функціонувати в інноваційній сфері держави. Саме це дозволить Україні в перспективі досягти визначених стратегічних цілей та зайняти відповідні конкурентні позиції у світовій спільноті.

Наук. керівн. Стахорська С. І.

Література: 1. <http://www.tsure.ru>. 2. Портер М. Международная конкуренция / Портер М. ; пер. с англ. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с. 3. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент / Фатхутдинов Р. А. – М. : Интел-Синтез, 1998. – 448с. 4. <http://kno.rada.gov.ua/komosviti>. 5. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>. 6. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004 – 2015 роки) "Шляхом Європейської інтеграції" / авт. кол. Гальчинський А. С., Гець В. М. та ін. ; Нац. ін-т стратег. дослідж., Ін-т екон. прогнозування НАН України, М-во економіки та з питань європ. інтеграції України. – К. : ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 446 с. 7. <http://industry.kmu.gov.ua/control/uk>. 8. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

УДК 005.332.4:658

Сидорчук А. О.

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

РОЗВИТОК МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Досліджено підходи та методи щодо оцінки і зростання конкурентоспроможності промислових підприємств.

Аннотация. Исследованы подходы и методы по оценке и росту конкурентоспособности промышленных предприятий.

Annotation. The article describes approaches and methods of assessment and the competitiveness increase of industrial enterprises.

Ключові слова: методика оцінки, конкурентні переваги, конкурентоспроможність.

Ефективна інтеграція української економіки у світову можлива за умови досягнення високого рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, а також конкурентоспроможності продукції, що реалізується, і послуг, що надаються. Тому на сучасному етапі економічного розвитку актуальними є питання оцінки конкурентоспроможності вітчизняної продукції і розробки рекомендацій відносно підвищення її рівня на підприємствах. Незважаючи на зростаючий обсяг наукових досліджень, консенсусу серед вчених щодо економічної сутності конкурентоспроможності досі не досягнуто. Усе це свідчить про те, що питання комплексної оцінки конкурентоспроможності та формування конкурентних переваг підприємства потребують подальшої розробки.

Метою написання статті є розвиток методичних підходів до комплексної оцінки конкурентоспроможності та формування конкурентних переваг промислових підприємств.

Вивченню теоретичних проблем конкуренції, конкурентних стратегій, конкурентоспроможності, конкурентних переваг підприємств та методів їх оцінки присвячені праці відомих закордонних і вітчизняних вчених, зокрема: Д. Аакера, Г. Азоева, О. Амоші, У. Бролля, Дж. Ванека, А. Гальчинського, В. Гейця, А. Градова, Д. Довганя, К. Ерроу, Н. Задорожної, О. Зозульова, Ю. Іванова, Т. Комісарової, І. Кравіса, Ж.-Ж. Ламбена, Т. Льовітта, В. Немцова, М. Перлітта, М. Познера, М. Портера, В. Прем'єра, Ф. Хайека, А. Челенкова, М. Чумаченка, Й. Шумпетера, В. Юданова [1 – 5].

Перший етап дослідження складається з вивчення методик різноманітних систем оцінки та підходів для виявлення оптимальної системи аналізу конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність українських підприємств низька, про що свідчить світовий рейтинг конкурентоспроможності World Competitiveness Yearbook 2011, у якому Україна зайняла 57 місце [6], що призводить до зменшення інвестиційної та економічної привабливості країни для зарубіжних інвесторів. Але Україна знаходиться на високому рівні за розвитком технологічних ідей населення, якості науково-дослідної бази, освіти у точних науках, а також завдяки відносно непоганому стану базової інфраструктури. Проте країна низько котирується за чинниками, які забезпечують можливість практичної

"капіталізації" цих переваг. Це високий рівень "вплив мізків", складні процедури ліцензування нових технологій та послуг, неприйнятно низький рівень захисту прав інтелектуальної власності, вузький потенціал інвестування в освіту й науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи.

Проаналізувавши праці вчених, були виявлені різноманітні системи показників, що згруповані за напрямком оцінки конкурентоспроможності на підприємстві та наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Діагностика конкурентоспроможності за допомогою системи показників

Вчені, які займалися вивченням обраного напрямку	Напрямок оцінки	Система показників
Мескон М. Х. [1], Попов С. Г. [5], Долгов С. І., Кретов І. І. [2], Бочарніков В. П. [1], Релецький С. М.	за ефективністю виробничої діяльності	витрати виробництва на одиницю продукції, фондовіддача, рентабельність продукції, продуктивність праці
Балабанов І. Т., Івахненко В. М., Волкова О. М. [7], Савицька Г. В., Лахтіонова Л. А., Суторміна В. М., Русак Н. О., Зятковський І. В., Е. Хелферта [8]	за фінансовим станом підприємства	коефіцієнти: автономії, платоспроможності, абсолютної ліквідності, оборотності обігових коштів
Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг [9]	за ефективністю організації збуту	рентабельність продажів, коефіцієнт завантаження виробничих потужностей, коефіцієнт ефективності реклами та засобів стимулювання збуту
Г. Ассель, П. Дойль, М. Портер, Г. Азосєва, А. Савченко [1] та ін.	за конкурентоспроможністю продукції	якість продукції, ціна продукції, умови платежу, строк поставки, рівень гарантійного і сервісного обслуговування на всіх етапах життєвого циклу
М. Портер, Славгородська О. Ю., Щербак В. Г., Семикіна М. В. [3]	за конкурентоспроможністю персоналу	кваліфікація, досвід роботи, стаж, освіта, витрати на персонал

Таким чином, узагальнюючи весь спектр напрямків оцінки, можна стверджувати, що не існує єдиної системи показників. Вітчизняні вчені не дійшли єдиної думки стосовно забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств, а праці західних авторів, написані стосовно умов функціонування сформованої ринкової економіки, потребують адаптації до українського ринку. Тому система показників конкурентоспроможності повинна відображати не тільки сучасний стан підприємства, а й тенденції його розвитку; бути стійкою до змін кон'юнктури ринку; мати практичне застосування; не залежати від рівня монополізму підприємств.

Другим етапом розвитку методичного забезпечення зростання конкурентоспроможності промислових підприємств є ранжування показників конкурентних переваг залежно від вагомості, які наведені в табл. 2.

Таблиця 2

Рейтинг конкурентних переваг підприємства

Чинник	Методи	Характеристика	Ранжування за рівнем вагомості
1	2	3	4
Зовнішній	зміцнення курсу гривні з боку Національного банку України		1
	регулювання імпорتنних тарифів, цін на продукцію і послуги природних монополій		2
Внутрішній	поліпшення якості продукції	введення в експлуатацію модернізованих зразків виробів	3
	зниження питомих витрат на виробництво продукції	якщо витрати не відповідають наявним ресурсам підприємства, то необхідно або знизити вимоги до товару, або відмовитися від його виробництва	4
	виконання основних умов збутової логістики	високоякісна пропозиція послуг збутової логістики розглядається споживачем як особлива послуга, за яку вони готові платити	8
	поліпшення іміджу підприємства	застосування системи менеджменту	9

1	2	3	4
	зменшення відходів виробництва	визначаються такими типовими показниками: призначення; надійності; екологічності; ергономічності; естетичності (дизайну); технологічності; стандартизації й уніфікації; патентної чистоти й патентоспроможності; сумісності й взаємозамінності; безпеки	5
	здійснення маркетингових заходів	проведення виставок, рекламної кампанії у пресі, дослідження попиту та пропозиції товарів на ринку	10
	підвищення кваліфікації працюючих	проходження курсів підготовки та перепідготовки кадрів	7
	освоєння нової продукції	товар, який повніше відповідає суспільним потребам, ніж товари-конкуренти	11
	поліпшення умов праці	річна економія витрат, пов'язаних з виплатою допомоги з тимчасової непрацездатності за рахунок підприємства	6

Ранжування конкурентних переваг на зовнішні та внутрішні чинники дає можливість підприємству самостійно обирати напрямок розвитку і зростання конкурентоспроможності, послідовність та методику оцінки виконання аналізу діяльності компанії. Ранжування відбувалося за принципом, що адекватний умовам функціонування вітчизняних підприємств. Ці методи базуються на аналізі чинників конкурентоспроможності продукції підприємства, і відображають процес формування його рівня.

Таким чином, підприємства повинні чітко визначити стратегію підвищення конкурентоспроможності власної продукції: використовувати найбільш сучасну техніку і технології, контроль якості сировини, матеріалів і комплектуючих; впроваджувати раціональну кадрову політику; створювати відповідні умови праці; впроваджувати методи економічного стимулювання виробництва якісної продукції. Наступний етап розвитку методичного забезпечення зростання конкурентоспроможності промислових підприємств є формування системи оцінки інтегрального показника.

Наук. керівн. Резнікова Т. О.

Література: 1. Азоев Г. Л. Конкурентне переваги фірми / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : Типографія Новості, 2000. – 205 с. 2. Грішнова О. Конкурентоспроможність персоналу підприємства: критерії визначення та показники вимірювання / Грішнова О. Шпирко О. // Україна: аспекти праці. – 2007. – № 3. – С. 3–9. 3. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посібн. / Должанський І. З., Загорна Т. О. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 384 с. 4. Задорожна Н. Поняття конкурентних переваг / Задорожна Н. // Підприємство, господарство і право. – 2005. – № 1. – С. 100–103. 5. Зозульов О. Про посилення конкурентних переваг підприємства / Зозульов О. // Економіка України. – 2003. – № 8 (501). – С. 33–38. 6. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія / за ред. Іванова Ю. Б., Тищенко О. М. – Х. : ІНЖЕК, 2006. – 384 с. 7. Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємства : монографія / М. О. Кизим, В. А. Забродський, В. А. Зінченко, Ю. С. Копчак. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 144 с. 8. Турило А. М. Методологічні підходи до оцінки фінансової діяльності підприємства // Фінанси України. – 2007. – № 3. 9. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібн. / Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І. – К. : КНЕУ, 2004. – 316 с. 10. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях / Плюта В. ; пер. с пол. – М. : Статистика, 1980. – 152 с. 11. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с. 12. Портер М. Стратегия конкуренции / М. Портер. – К. : Основи, 1997 – 390 с. 13. <http://www.imd.org>.

УДК [005.332.4:658](477)

Василенко Д. Ю.

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. Рассмотрена методика оценки конкурентоспособности отечественных предприятий при помощи выявления конкурентного потенциала, обеспечивающего устойчивые позиции на рынке.



Анотація. Розглянуто методику оцінки конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за допомогою виявлення конкурентного потенціалу, який забезпечує стійкі позиції на ринку.

Annotation. In the article methods of assessing the competitiveness of domestic enterprises by revealing the competitive potential which provide the firm positions on the market are considered.

Ключевые слова: конкурентоспособность, стратегическое управление, инновационные процессы, потенциал предприятия.

При существующих рыночных условиях хозяйствования предприятия получили самостоятельность в выборе выпуска продукции, клиентов, поставщиков, организации и планирования производственных процессов. В Украине теория и практика стратегического управления еще не заняли должного места. Отечественным предприятиям трудно применять стратегическое управление при сложных условиях хозяйствования, при нехватке средств для внедрения инновационных процессов и не совсем цивилизованных формах конкуренции. Сегодня на рынке выигрывают компании, которые имеют четко определенную миссию, концепции, цели, культуру, неординарный подход к решению проблем, агрессивность в конкурентной борьбе. Отечественные предприятия не разрабатывают четкий алгоритм оценки конкурентоспособности как на внутреннем, так и на международном рынке, поэтому им трудно разработать резервы повышения конкурентоспособности в неопределенной внешней среде. На современном этапе развития экономики проблема конкурентоспособности является весьма актуальной, поскольку именно эффективность использования потенциала предприятий – основа использования конкурентного потенциала страны в целом [1].

Последние исследования отечественных и зарубежных авторов, таких, как: И. Ансофф, М. Портер, Егорова Л. С., Макарычев А. А., Дубенко Е. А. и др., в основном направлены на определение уровня конкурентоспособности предприятий. Анализ этих исследований позволяет сделать вывод, что для субъектов хозяйствования правильно выбранная стратегия производства и оценка конкурентоспособности обеспечивает прибыльность и позволяет выявить резервы повышения конкурентного потенциала. Однако необходимость современных исследований состоит в том, что в теории и практике стратегического управления отсутствуют четкие требования к эффективной стратегии предприятия и оценке его конкурентоспособности в условиях, которые постоянно изменяются.

Цель статьи состоит в построении методики оценки конкурентоспособности отечественных предприятий через выделение основных целенаправленных действий для выявления резервов повышения конкурентного потенциала.

Конкурентный потенциал представляет собой совокупность таких возможностей предприятия, которые обеспечивают ему устойчивые позиции на рынке. В свою очередь, совокупность таких возможностей – это составляющие потенциала предприятия: производственный, финансовый, инновационный, маркетинговый и т. д. Поэтому использование конкурентного потенциала в целом зависит от использования всех его составляющих [2].

Вместе с внутренними факторами использования конкурентного потенциала необходимо выделить и внешние. Степень их влияния и состояние рынка можно оценить с помощью информации об интенсивности конкуренции. Такие исследования следует проводить с использованием методики, базирующейся на определении темпов роста рынка, его рентабельности и характера распределения рыночных долей для предприятий. Степень влияния факторов на уровень использования конкурентного потенциала предприятий среди предприятий соответствующей отрасли или региона следует оценивать с помощью следующего алгоритма:

- измерение производственной, финансовой, инновационной, маркетинговой составляющей потенциала предприятий;

- расчет показателей использования составляющих потенциала:

- а) коэффициент использования производственного потенциала предприятия:

$$K_{вп} = \frac{ВПф}{П_{ср}}, \quad (1)$$

где $ВПф$ – фактический произведенный за год объем продукции в натуральном выражении, шт.;

$П_{ср}$ – среднегодовая производственная мощность, шт.

- б) коэффициент использования финансового потенциала предприятия:

$$E_{фп} = \frac{I_p}{ИИ}, \quad (2)$$

где I_p – стоимость реализованных инвестиционных проектов за год, тыс. грн;

$ИИ$ – инвестиционные накопления за год (чистая прибыль, амортизационные накопления, кредиты и т. д.), тыс. грн;

- в) коэффициент использования инновационного потенциала предприятия:

$$K_{ин} = \frac{ИнВф}{ИнВпр}, \quad (3)$$

где $ИнВф$ – фактические инновационные затраты за год, или стоимость реализованных инновационных проектов за год, тыс. грн;

$ИнВпр$ – прогнозируемые инновационные затраты, тыс. грн;

г) коэффициент использования маркетингового потенциала предприятия:

$$K_{мп} = \frac{ВПрф}{E_p}, \quad (4)$$

где $ВПрф$ – фактически реализованный за год объем продукции в мировых ценах, тыс. грн;
 E_p – емкость национального и мирового рынка по продукции отрасли, тыс. грн;

- определение максимального уровня использования каждого элемента в выборке предприятий определенной отрасли, региона, $K^{макс}$;
- расчет отношения уровня использования потенциалов предприятий до максимального в выборке предприятий, то есть расчет относительного показателя конкурентоспособности потенциалов предприятий;
- объединение с помощью коэффициентов значимости $K^{зн}$ для элементов конкурентного потенциала относительных показателей конкурентоспособности потенциалов в интегральный показатель конкурентоспособности предприятия:

$$КС = \frac{K_{вп}}{K_{вп}^{макс}} \times K_{вп}^{зн} + \frac{K_{фп}}{K_{фп}^{макс}} \times K_{фп}^{зн} + \frac{K_{мп}}{K_{мп}^{макс}} \times K_{мп}^{зн} + \frac{K_{лп}}{K_{лп}^{макс}} \times K_{лп}^{зн}, \quad (5)$$

- ранжирование предприятий с уменьшением показателей конкурентоспособности;
- определения наиболее конкурентоспособного предприятия.

Для сохранения конкурентных преимуществ предприятий и их доли рынка можно предложить несколько путей повышения их конкурентоспособности: постоянно поддерживать высокое качество продукции, выпускаемой с помощью использования качественного сырья и квалифицированного персонала; привлекать инвестиции для модернизации бизнеса; активизировать рекламную деятельность; создавать устойчивый имидж предприятия; принимать на работу высококвалифицированных сотрудников [2].

Таким образом, усовершенствованный инструментарий оценки конкурентоспособности позволяет прогнозировать, анализировать уровень использования конкурентного потенциала, определять резервы применения этого потенциала. Эти расчеты можно проводить как в рамках конкретного предприятия, так и группы предприятий отрасли, региона.

Для обеспечения благоприятной позиции относительно конкурентов предприятию необходимо иметь более значительные по сравнению с ними конкурентные преимущества и статус. Предприятие может привлекать клиентов конкурентов обеспечивая их товарами повышенного качества. Сегодня только конкурентоспособное предприятие может выжить во времена развития рыночных отношений в Украине, сохранить товарооборот на постоянном уровне или постоянно увеличивать его. Исходя из этого, основным смыслом развития экономики в стране, главной идеей вступления в мировое сообщество должно стать повышение конкурентоспособности отечественных предприятий до уровня компаний с международным именем.

Научн. рук. Матюшенко И. Ю.

Литература: 1. Піддубна Л. І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління : монографія / Л. І. Піддубна. – Х. : ІНЖЕК, 2007. – С. 113–125. 2. Крючкова І. В. Структурні чинники розвитку економіки України / І. В. Крючкова. – К. : Наукова думка, 2007. – 498 с. 3. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації : монографія / Л. Л. Антонюк. – К. : КНЕУ, 2006. – 356 с. 4. Кузьмін О. Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : підручник / О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль. – Львів : Компакт-ЛВ, 2005. – С. 62–86.

УДК [658.8:005.021]:339.54

Світлицева С. М.

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ" НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

Анотація. Проаналізовано основні проблеми розвитку стратегії маркетингу під час здійснення підприємством зовнішньоекономічної діяльності; обґрунтовано ефективні шляхи формування стратегії розвитку підприємства на зовнішньому ринку; наведено пропозиції оптимізації товарного портфеля підприємства.

© Світлицева С. М., 2012



Аннотация. Проанализированы основные проблемы развития стратегии маркетинга при осуществлении предприятием внешнеэкономической деятельности; обоснованы эффективные пути формирования стратегии развития предприятия на внешнем рынке; приведены предложения оптимизации товарного портфеля предприятия.

Annotation. In the article the main problems of marketing strategies in the implementation of foreign economic activity have been analyzed, the effective ways of creating a development strategy on the foreign market have been substantiated, the proposals of optimization company commodity portfolio have been shown.

Ключові слова: маркетингова стратегія, глобалізація, планування, ефективність маркетингової стратегії, SWOT-аналіз, конкурентне середовище.

Глобалізація бізнесу, посилення конкуренції, підвищення ролі споживача у формуванні попиту на товари, широке включення українських підприємств у міжнародний поділ праці та економічне співробітництво висувають нові вимоги до системи управління підприємствами та використання інструментів стратегічного менеджменту та маркетингу для досягнення конкурентних переваг й довгострокового успіху. Необхідність перебудови зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств на основі стратегічного управління зумовлена змінами у мінливому зовнішньому середовищі і, насамперед, зростанням його невизначеності, а також змінами в організації великих підприємств у результаті їх концентрації та диверсифікації. Ігнорування умов неминучої глобалізації може призвести до значних негативних наслідків для українських підприємств. Тому постає гостра потреба у дослідженні процесу глобалізації бізнесу, аналізі впливу факторів його розвитку на зміну як макро-, так і мікроекономічних процесів, конкурентного середовища, розробці маркетингових заходів для вітчизняних підприємств та їх адаптації в умовах розвитку глобалізації [1].

Питанням розробки та реалізації маркетингових стратегій підприємств при їх виході на зовнішній ринок присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних авторів. Серед них роботи таких зарубіжних дослідників, як Й. Ансофф, Г. Армстронг, Дж. Р. Еванс, Ж.-Ж. Ламбен, Ф. Котлер, М. Портер, Д. Сондерс. Серед вітчизняних науковців відомі праці таких фахівців, як Батабанов Л. В., Войчак А. В., Герасимчук В. Г., Ілляшенко С. М., Кардаш В. Я., Ковальчук С. В., Крикавського Є. В., Куденко Н. В., Павленко А. Ф., Перерви П. Г., Старостіної А. О., Примака Т. О., Циганкової Т. М., Чухрай Н. Т. та інших вчених [2]. Незважаючи на цілу низку існуючих наукових праць, питання формування маркетингової стратегії українських підприємств залишається не досить вивченим. До того ж актуальною на даний час розвитку вітчизняної системи господарства є життєва необхідність у використанні маркетингового стратегічного управління, як одного з найефективніших і найпрогресивніших засобів управління підприємством при його виході на зовнішній ринок, що спонукається розвитком ринкових відносин, позитивними зрушеннями в економіці України, зростаючою конкуренцією на всіх ринках.

Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методологічних засад формування міжнародної маркетингової стратегії підприємства ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ" в умовах динамічних змін середовища міжнародного бізнесу.

В умовах ринкової економіки успішність роботи підприємства здебільшого залежить від ефективного планування і, в першу чергу, від правильно обраної стратегії. Стратегія економічної організації – це сукупність її головних цілей та основних засобів досягнення даних цілей. Розробляти стратегічні дії підприємства – це означає визначати загальний напрямок його діяльності [3].

Ефективність маркетингової стратегії розвитку підприємства, як і будь-якої іншої стратегії, визначається відповідністю між її цілями і засобами їх реалізації. Створення системи ресурсного забезпечення розвитку конкурентоспроможності підприємства передбачає формування таких джерел і методів, які сприяють ефективності виробництва.

Аналіз маркетингової стратегії розвитку підприємства на зовнішньому ринку був проведений на основі статистичних даних ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ". Необхідність мобілізації значних власних матеріальних, фінансових та інтелектуальних ресурсів підприємства спричиняє використання стратегії "нарощування". Саме цю маркетингову стратегію розвитку використовує керівництво ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ" протягом останніх років діяльності. Варто відмітити, що обсяги продукції, виручка від реалізації та темпи приросту експорту відрізняються стабільними темпами зростання, що характерно для стратегії нарощування.

У формуванні маркетингової стратегії розвитку ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ" важливого значення набуває використання як сучасних методів діагностики стану підприємств, таких, як SWOT-аналіз, аналіз витрат і доходів, так і моделей управління процесами переводу підприємств із реального стану в бажаний. У результаті проведення портфельного аналізу за допомогою матриці БКГ, ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ" підприємство одержує можливість оцінити баланс свого портфеля, прийняти рішення про довгострокову стратегію продукції з урахуванням їх конкурентоспроможності та визначити потреби у фінансуванні кожної з бізнес-одиниць (рис. 1).



Рис. 1. Матриця БКГ для товарних груп ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ" у 2011 р.

Як свідчить рис. 1, ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ" необхідно інтенсифікувати зусилля, щодо покращення реалізації гальмівних прокладок. Низький попит на нього скоріше за все викликаний високою ціною на даний вид продукції, що зумовлено високою собівартістю гальмівних прокладок, а також тим, що даний вид продукції завод почав випускати порівняно недавно. Зменшення собівартості можна досягти за рахунок впровадження новітніх технологій та більш досконалого устаткування.

Отже, наслідуючи маркетингову стратегію зниження витрат (як пріоритетного засобу досягнення конкурентних переваг на зовнішньому ринку у порівнянні з конкурентом ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ") варто рекомендувати перепрофілювання асортиментної політики, базуючись на типових шляхах розвитку та напрямках ефективних фінансових потоків.

ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ" для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності через маркетингову стратегію скорочення витрат повинно виводити з виробництва підшипники, тобто застосовувати стратегію скорочення та ліквідації, бо вони неконкурентоспроможні на ринку (рис. 2).

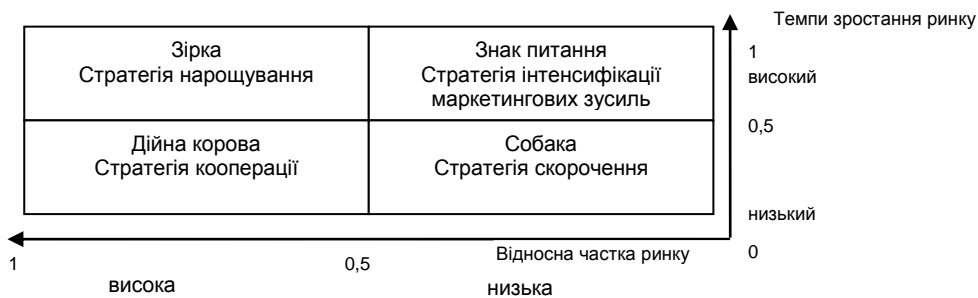


Рис. 2. Стратегії розвитку товарних груп підприємства ТОВ "БІОЛ" відносно матриці БКГ

Товари "Зірки" для ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ" на зовнішньому ринку, мають сильні конкурентні позиції, значною мірою забезпечують зростання доходів та прибутку підприємства та можуть бути, а можуть і не бути загарбниками ресурсів. Від товари з високою відносною часткою ринку в швидкозростаючих позиціях залежить загальний розвиток підприємства, але товари "Зірки" ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ" перепрофілюються у товари "Дійні корови" (рис. 3).

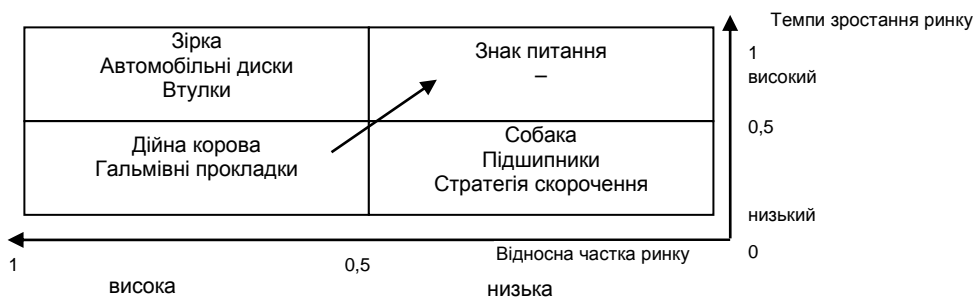


Рис. 3. Портфель товарних груп ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ" на зовнішньому ринку після перепрофілювання

Отже, при використанні для кожної товарної групи своєї стратегії портфель продукції ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ" буде складатися з автомобільних прокладок та втулок ("зірка"), а також насосу гальмівних прокладок ("Дійна корона"). Продукцію підшипників, бо вона була перепрофільована в товари "Собаки", необхідно вводити з виробництва та використовувати стратегію скорочення.

Отже, розглянуті стратегії для кожної товарної групи оптимізують товарний портфель ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ" у його маркетинговій діяльності на міжнародному ринку. Проведений аналіз діяльності ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ" на зовнішньому ринку обґрунтовує економічну доцільність перепрофілювання портфеля продукції підприємства, тобто вдосконалення товарів "Знаків питань" та розробку шляхів для перетворення їх у товари "Зірки".

Наук. керівн. Піддубний І. О.

Література: 1. Котлер Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер. – М. ; СПб. ; К. : Вильямс, 2007. – 944 с. 2. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак-Дональд. – СПб. : Питер, 2000. – 276 с. 3. Панибратов А. Ю. Выбор стратегии для рынков стран с переходной экономикой / Панибратов А. Ю., Реген В. // Регион: Политика. Экономика. Социология. – 2002. – № 1–2. – С. 106–109. 4. Ковальчук С. В. Вибір пріоритетів маркетингової стратегії – основа комерційного успіху підприємств легкої промисловості / С. В. Ковальчук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2008. – № 6, т. 3. – С. 52. 5. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг : Европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен ; пер. с франц. – СПб. : Наука, 2008. – 570 с. 6. Саенко М. Г. Стратегія підприємства : підручник / Саенко М. Г. – Тернопіль : Економічна думка, 2006. – 390 с.

Мороз М. В.

УДК 339.947:316.323

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ВПЛИВ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ НА ГЛОБАЛІЗАЦІЮ

Анотація. Обґрунтовано взаємозалежність фінансової кризи та глобалізації. Визначено причини та наслідки світових криз у наш час.

Аннотация. Обоснована взаємозависимость финансового кризиса и глобализации. Определены причины и последствия мировых кризисов в наше время.

Annotation. Interdependency of financial crisis and globalization was substantiated. Causes and effects of world crises nowadays were defined.

Ключові слова: глобалізація, фінансова криза, валовий внутрішній продукт (ВВП), країна, кредит.

Сьогодні термін "глобалізація" використовується доволі часто. Однак хоча цей термін і відомий більшості людей, мало хто бачить глобалізацію з усіма її складовими. Не слід вважати глобалізацію лише процесом зближення та інтеграції економік і культур країн. Це явище значно глибше і поверховий його розгляд не дозволяє повністю зрозуміти наслідки такого зближення для країн та світового простору загалом.

Актуальність цієї статті визначається значним зростанням в останні роки залежності різних країн від стану світової економіки (зокрема світової фінансової сфери). Глобалізація світової фінансової сфери поступово і неминуче тягне у зону свого впливу країни, що розвиваються, незважаючи на те, підготовлені вони до цього чи ні. Це трапилось і з Україною в останньому десятиріччі. Минулі роки показали, що така приваблива інтеграція, окрім явних переваг, криє в собі також значні недоліки та загрози. Особливо це стосується країн, ринки яких тільки формуються. Саме такі країни відчувають на собі наслідки фінансових криз і нестабільність світової економіки більшою мірою.

Сьогодні є мало праць, присвячених аналізу саме глобалізаційних процесів. Більшість книг та наукових статей розглядають внутрішні проблеми та методи їх вирішення. Це, скоріше за все, пов'язано з прагненням країн здолати рецесію та вийти нарешті з кризи. У наявній на сьогоднішній день літературі відсутній комплексний аналіз впливу останньої фінансової кризи на економіку і со-

© Мороз М. В., 2012



ціальний стан України, хоча ця проблема потребує детального та всестороннього розгляду. Крім того, цікавим є той факт, що погляди на методи боротьби з кризою та її уникнення в майбутньому у різних дослідників діаметрально протилежні. Проте всі вони свідчать про необхідність поєднання зусиль різних країн заради успішного подолання кризи і подальшої рецесії. До західних економістів, що займалися дослідженням світової фінансової кризи, можна віднести Г. Мінські, П. Кругмана, С. Фішера, Дж. Сакса, М. Фрідмена, К. Рейнхарта, Л. Рауша та інших. Зокрема Ліндон Рауш завзято виступав з пропозицією повернення США до ідей Рузвельта, стверджуючи, що "ми повинні врятувати світ від колапсу, і саме це є основною проблемою, що стоїть на порядку денному" (промова перед групою дипломатів від 08.02.2007 р.). Російські економісти також займалися дослідженням цієї проблеми. Це Шанаєв В. Н., Мусатова В. Т., Анікіна А. В., Кузнєцова В. І., Алексашенко С. В. тощо.

Мета цього дослідження – аналіз основних причин виникнення світової фінансової кризи, її впливу на глобалізацію та визначення можливих результатів цього впливу у майбутньому.

Глобалізація – це процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації. Основними наслідками цього процесу є міжнародний поділ праці, міграція у масштабах усєї планети капіталу, людських та виробничих ресурсів, стандартизація законодавства, економічних та технічних процесів, а також зближення культур різних країн. Особливих темпів глобалізація набрала в останні десятиліття ХХ і на початку ХХІ століття. З одного боку, це пов'язано з падінням залізної завіси та інтеграцією Китаю у світову економіку, з іншого – із швидким розвитком інформаційних технологій, завдяки яким зросли можливості доступу до будь-якої інформації у світі [1].

Сьогодні все частіше разом з поняттям "глобалізація" використовують термін "фінансова криза". Поняття "фінансова криза" має широке застосування до різних випадків, коли деякі фінансові установи або заощадження раптово втрачають велику частину своєї вартості. На початку століття, багато фінансових криз пов'язували з банківськими кризами та багато рецесій збіглося з цими кризами. До інших випадків, що також називають фінансовими кризами, належать: падіння фондових ринків, валютні кризи, банкрутства та дефолти. Економісти розробили різні теорії виникнення та запобігання появі фінансових криз. Однак та фінансові кризи все ще трапляються по всьому світу.

На початку 2008 року поступово стали проявлятися перші ознаки фінансової кризи світового масштабу. У багатьох країнах спостерігалось зниження об'ємів виробництва, попиту, цін на сировину та зростання безробіття. Але це все тільки наслідки кризи. Що до причин її виникнення думки економістів розходяться [2 – 7]. Більшість пов'язує їх із такими факторами, як:

- загальна циклічність економічного розвитку;
- "перегрів" кредитного ринку і, як наслідок, іпотечна криза;
- високі ціни на сировинні товари (зокрема нафту);
- "перегрів" фондового ринку;
- зниження ефективності та якості менеджменту великих компаній;
- збільшення диспропорції у розвитку "нових" (інформаційних) і "традиційних" секторів світової економіки;
- знищення конкуренції у сфері значного фінансового капіталу;
- перерозподіл інвестиційного капіталу на користь фінансового сектора світової економіки. Із загальної доларової маси 10 % обслуговує оборот реального сектора економіки, а 90 % – обіг фінансових активів;
- неадекватність методологічної бази, що знаходиться в основі сучасної фінансово-економічної політики більшості країн світу;
- відсутність адекватних сучасним умовам наднаціональних інститутів регулювання руху фінансових потоків.

Виходячи з цього, можна охарактеризувати фінансову кризу як неминучу подію що, рано чи пізно, повинна була статися при незмінній тенденції розвитку сучасної економіки. Події 2007 року (іпотечна криза в США та зростання продовольчих цін) тільки наблизили її початок. А якщо врахувати зауваження про циклічність економічного розвитку, стає зрозумілим, що нові фінансові кризи більш ніж вірогідні у майбутньому. І тільки від урядів країн залежить, чи приймуть вони такі самі масштаби або лише трохи схвилюють економічний простір, не завдавши відчутної шкоди добробуту цих країн. Та, крім цього, існує й інша точка зору, яку неможливо не врахувати [8 – 10]. Вона полягає у тому, що фінансова криза – це ні що інше, як вправно розроблений та добре розрахований США метод впливу на інші країни світу задля збагачення та забезпечення кращого життя так названого "золотого мільярду". Якщо згадати історію, можна побачити, що передумови сучасного стану речей на міжнародному рівні прослідковуються ще в часи прийняття Бреттон-Вудської валютної системи (1944), коли під тиском США був затверджений "доларовий стандарт". Іншими словами, сорок три країни, що брали участь у конференції, погодилися підтримувати коливання своїх курсів до долара США в рамках одного відсотка. Таким чином, світова валютна система була заснована на пануванні долара, а США "фактично отримали право на неконтрольований друк грошей, нав'язавши їх іншим країнам, скупляючи багатства світу за безцінь" (зі статті "Проект "Фінансова криза", 2011 р.) [11]. Сьогодні емісія доларової маси значно перевищує світовий ВВП. При цьому від інших країн МВФ США вимагає жорстко дотримуватися певного співвідношення грошової маси й ВВП.



Обидві точки зору мають право на існування, тому що базуються на фактах. Але якщо перша розглядає тільки поверхневі явища не заглиблюючись у пошук першопричин, то друга намагається відстежити коріння негативних змін та знайти камінь спотикання світової економіки.

Фінансові кризи у своїх проявах негативно впливають на добробут країн та на весь економічний простір. Це ствердження не спричиняє жодних суперечок. Погоджуються і з тим, що глобалізація посилює ці наслідки та поширює їх на більшість країн світу, які так чи інакше взаємодіють між собою. Але не всі звертають увагу на те, що і фінансова криза може впливати на глобалізацію. Це двосторонній процес. А вплив цей доволі значний та важливий для кожної країни.

По-перше, глобалізація сьогодні означає тісну взаємодію більшості країн, їх співпрацю та, інколи, взаємозалежність (постачання ресурсів або товарів, фінансова допомога тощо). Фінансова криза значно ускладнює такі відносини. Вона спричиняє зростання цін та інфляцію, які, у свою чергу, тягнуть за собою зниження ВВП (рис.1) та часткове закриття економіки країни від іншого світу (іноді повний протекціонізм). Ззовні припиняється постачання необхідних країні ресурсів та товарів, надання фінансової допомоги, часто посилюється міграція з менш розвинутих країн. Країна фактично залишається сама по собі зі своїми внутрішніми проблемами, не тільки економічними, але й соціальними. Зростає рівень безробіття, а з ним поглиблюється розшарування населення за рівнем доходу. Як наслідок – занепад економіки, соціальне невдоволення, можливі навіть революції (Туніс, Лівія, Єгипет).

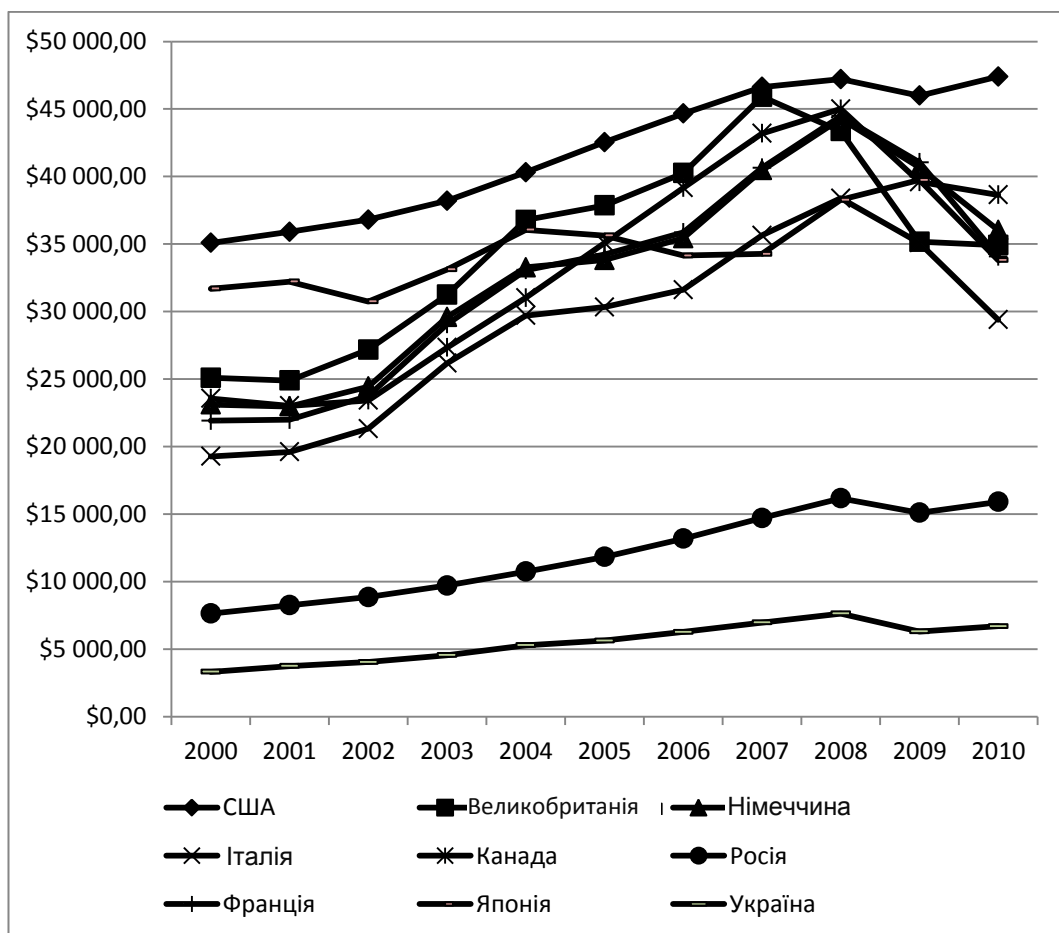


Рис. 1. ВВП на душу населення (на ППС) за 2000 – 2010 роки [7]

По-друге, завдяки глобалізації та пропагуванню СОТ політики вільної торгівлі (на думку представників СОТ, протекціонізм ускладнює вихід світової економіки з кризи) на внутрішніх ринках країн з'являється багато іноземних підприємств та, зокрема, банків (постіндустріальні країни, наприклад, прагнуть перенести більшість своїх підприємств закордон). Саме такі банки користуються в наші дні більшою популярністю серед населення, ніж національні. Це прояв глобалізації фінансових ринків. А її наслідком можна назвати збільшення залежності країн та значне прискорення розповсюдження кризових явищ у фінансовій сфері. Зі слів Олександра Сугоняко, президента Асоціації українських банків, "банки з іноземним капіталом сприяли популяризації валютних кредитів та іноземної валюти в Україні, рекламували споживання в борг і допомагали захопленню українського ринку імпортерами товарами. Це наблизило початок фінансової кризи в Україні".

Таким чином, спостерігаються два протилежні явища: фінансові кризи водночас знижують темпи глобалізації і збільшують взаємозалежність країн одна від одної. Тобто під час кризи країни починають закривати свої економіки від світу, але не можуть успішно розвиватись через свою залежність від інших. Особливо яскравим прикладом є взаємовідносини США та країн, яким вони надають кредити. Всі ці країни на сьогоднішній день – боржники США. Великі суми кредитів самі по собі тяжко віддати, але, крім того, постійно зростають ставки процентів. Саме тому часто береться інший кредит – на погашення попереднього. Це замкнене коло, яке практично неможливо розірвати. Єдиний вихід з цієї ситуації – чесно віддати борг, більше не займаючи ні у кого – підсильний далеко не кожній країні. І це типова ситуація. Але тут не все рівнозначно. Якщо проглянути статистику деяких фінансових організацій (таких, як МВФ, ООН та Світовий банк), можна побачити, що найбільшими боржниками сьогодні є розвинуті та заможні країни. Наприклад, згідно з розрахунками ООН, її країни-члени за станом на початок 2010 р. заборгували організації 787 млн доларів (з яких 88 %, тобто 691 млн доларів, – борг США). При цьому представники Організації визнають, що сама ООН винна країнам-членам 430 млн доларів (таблиця).

Таблиця

**Країни-боржники за розміром зовнішнього боргу
(II квартал 2009 року) [12]**

№ п/п	Країна	ВНП (\$ млрд)	Зовнішній борг (% від ВНП)	Зовнішній борг на душу населення (\$)	Загальна сума боргу (\$ млрд)
1	США	14260	94,3	43793	13454
2	Великобританія	2226	408,3	148702	9087
3	Германія	2918	178,5	63263	5208
4	Франція	2128	236	78387	5021
5	Нідерланди	672	365	146703	2452
6	Іспанія	1403	171,7	59457	2409
7	Ірландія	188,4	1267	567805	2386
8	Італія	1823	126,7	39741	2310
9	Швейцарія	316,7	422,7	176045	1338
10	Бельгія	389	320,2	119681	1246
11	Австралія	800,2	111,3	41916	891,26
12	Австрія	329,5	252,6	101387	832,42
13	Швеція	344,3	194,3	73854	669,1
14	Гонконг	306,6	205,8	89457	631,13
15	Данія	203,6	298,3	110422	607,38
16	Греція	343	161,1	51483	552,8
17	Норвегія	275,4	199	117604	548,1
18	Португалія	236,5	214,4	47348	507
19	Фінляндія	193,5	188,5	69491	364,85
20	Венгрія	196,6	105,7	20990	207,92

Переважну більшість країн світу на сьогоднішній день відносять до боржників – це вся Європа, центральна та східна Європа (окрім Ірландії та Люксембургу), вся північна, центральна та південна Америка (за виключенням Венесуели), Австралія та інші. Простіше перерахувати країни, які відносять до кредиторів. Їх всього тридцять. Причому у їх склад входять не тільки Росія та Китай, але й Іран, Лівія, Ангола, Венесуела та навіть Намібія і Ботсвана. Іншими словами, сьогодні бідні позичають заможним (рис. 2).

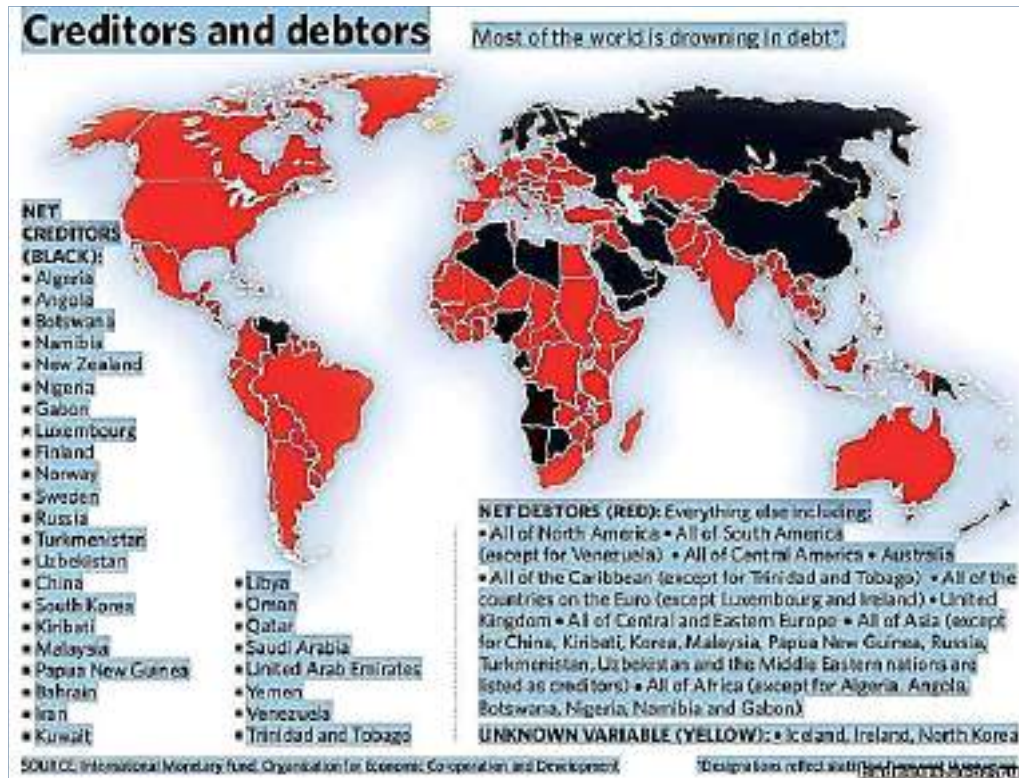


Рис. 2. Країни-боржники (червоні) та кредитори (чорні) [13]

Наслідки такого положення речей можуть стати наступними:

нові фінансові та економічні кризи з кожним разом будуть набувати все більшого масштабу; слабші країни під тиском фінансових проблем будуть змушені все частіше вдаватися до тих методів, як девальвація, кредити міжнародних організацій та ін.;

через неконкурентоспроможність на зовнішніх ринках країнам з перехідною економікою та країнам "третього світу" загрожують занепад та дефолти;

прагнення Росії створити спільний торгівельний простір може призвести до появи сильної залежності країн-учасниць від Російської Федерації та подальшого поглинання нею найуразливіших країн (наприклад України). Таким чином, стає можливою поява нового Радянського Союзу.

Останнім часом усе частіше звучить питання: "Якщо глобалізація – свідчення соціального прогресу, тоді чому більшість країн, що беруть активну участь у цьому процесі, поступово регресують і втрачають свої економічні переваги?", "Чому глобалізація приносить з собою чисельні фінансові та економічні кризи?" і, нарешті, "Чому це "позитивне" явище призводить до зниження життєвого рівня мільйонів людей у країнах, що розвиваються?". Відповідь у політиків та дослідників, як це не дивно, тільки одна: "Тому що ці країни не виробили правильної моделі поведінки в сучасному світі". Вони запевняють, що сучасний стан речей – єдиний можливий напрямок розвитку країни. Альтернатив немає і бути не може. І якщо країна в такому середовищі не може вижити – звинувачувати в цьому нікого. Вживає найсильніший (з газети The New York Times) [14]. Та якщо звернути увагу на те, хто саме пропагує таку точку зору, відразу згадується теорія "золотого мільярду" та впливу США на інші країни світу. А зараз якнайбільше потрібен неупереджений огляд ситуації, що склалась на міжнародному просторі. Тільки так можна розраховувати на адекватність отриманих даних і на те, що запропонований план дій буде враховувати інтереси всіх країн світу, а не тільки впливових лідерів.

Таким чином, виникнення світової фінансової кризи здебільшого зумовлене глобалізацією фінансових ринків, залежністю більшості країн від міжнародної торгівлі та "порожнього" долара США, відсутністю адекватних сучасним умовам інститутів регулювання руху фінансових потоків та пропагуванням міжнародними організаціями максимальної лібералізації внутрішніх ринків. Набираючи силу з кожною своєю появою, фінансові кризи все більше впливають на глобалізацію і добробут залучених у неї країн, призводять до війн та занепаду найбільш вразливих та слабких країн. Але на сьогоднішній день неможливо адекватно оцінити ситуацію на міжнародній арені і запропонувати успішний план виходу з кризи через небажання провідних країн світу змінювати становище речей.

Наук. керівн. Матюшенко І. Ю.

Література: 1. <http://data.worldbank.org>. 2. Хасбулатов Р. И. Глобальный финансовый кризис: причины и последствия / Хасбулатов Р. И. // Век глобализации. – 2008. – № 2. – С. 30–45. 3. Иванов Н. А. Уходя, тушите свет / Иванов Н. А. // Эксперт. – 2008. – № 44. – С. 63–64. 4. Кокшаров А. Т. Стабилизация кризиса / Кокшаров А. Т.,



Сумленний С. В. // Эксперт. – 2008. – № 41. – С. 48–50. 5. Быков П. А. Мир без гегемона / Быков П. А. // Эксперт. – 2008. – № 41. – С. 86. 6. Кизим М. О. Високотехнологічний розвиток економіки – шлях до подолання наслідків світової фінансової кризи в світі й в Україні / М. О. Кизим, І. Ю. Матюшенко. 7. <http://about-crisis.ru>. 8. Пизано Д. Глобалізація і міжнародний фінансовий кризис / Пизано Дієго // Доклад на конференції по економічному дослідженню. – Колумбія. 9. Михайлов Д. М. Финансовая глобализация как фактор экономического влияния / Д. М. Михайлов // Доклад на конференции Международного финансового института ФА. – Россия. 10. Мазуркевич Л. О. Глобалізація як одна з причин зростання безробіття / Л. О. Мазуркевич, О. С. Шелемеха // Доповідь на науковій конференції ВДНЗ. – 2009. 11. Маслов С. А. Проект "Финансовый кризис" / С. А. Маслов // Бизнес-планирование. – 2010. 12. <http://www.cnbc.com>. 13. <http://badnews.org.ru/>. 14. <http://www.nytimes.com>. 15. Генеральна угода з тарифів та торгівлі (ГАТТ 1947). 16. Підсумковий документ Конференції з питання про світову фінансово-економічну кризу та її наслідки для розвитку (прийнято резолюцією 63/303 ГА від 09.07.2009). 17. Кушнарєнко О. М. Финансовый кризис как элемент современной финансовой глобализации / О. М. Кушнарєнко // Стаття в РЭА им. Г. В. Плеханова. – Россия. 18. Глущенко Г. В. Финансовые риски в условиях глобализации / Глущенко Г. В. // Финансы и кредит. – 2006. – № 19. – С. 19–25. 19. Лук'яненко Д. Г. Стратегія економічного розвитку в умовах глобалізації / Лук'яненко Д. Г. – К. : КНЕУ, 2001. – С. 538. 20. Пахомов Ю. С. Україна і виклики глобалізації / Пахомов Ю. С. // День. – 2001. – № 139. 21. Глобалізація інвестиційних процесів та фінансова безпека України // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – 2001. – Київ. 22. <http://uk.wikipedia.org>.

УДК 658.152:339.727

Рубан А. О.

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто проблеми розвитку інвестиційної сфери, а також визначено основні напрями підвищення інвестиційної активності підприємств України.

Аннотация. Рассматриваются проблемы развития инвестиционной сферы, а также определяются основные направления повышения инвестиционной активности предприятий Украины.

Annotation. The article deals with the problem of investment sphere development, and identifies the main directions of increase in investment activity in Ukraine.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна активність, інвестиційний потенціал, інвестиційна привабливість, регулювання інвестиційних процесів.

Сучасні умови розвитку вітчизняної промисловості зумовлюють загальну потребу прискорення інвестиційних процесів. Міжнародна інвестиційна діяльність підприємств України здійснюється в умовах невизначеного зовнішнього середовища. Тому актуальним є пошук напрямів підвищення ефективності їх інвестиційного потенціалу.

Проблеми оцінки інвестиційного потенціалу на стадії формування стратегії розвитку підприємства є надзвичайно актуальними і визначають потребу систематизації його основних складників. Інвестиційні процеси, що відбуваються у національній економіці України, сьогодні знайшли своє відображення у працях таких економістів, як Йохні М. А., Кузнєцова А. Я., Гриньова В. М., В. Отецький та ін.

Існують різноманітні підходи щодо оцінки інвестиційної привабливості підприємства. Найпоширенішою є оцінка інвестиційної привабливості, згідно з якою ключовим фактором є особливості інвестора та цілі інвестиційної діяльності. Інвестиційний потенціал визначає наявність власних фінансових ресурсів, а також потенційну спроможність підприємства до залучення ресурсів для здійснення інвестиційної діяльності [1].

Особливу увагу необхідно приділяти дослідженню основних форм фінансового забезпечення інвестиційної діяльності підприємств: державному фінансуванню; фінансуванню за рахунок позикових коштів; фінансуванню за рахунок власних фінансових ресурсів суб'єктів господарювання.

Застосування сукупності методів проведеного теоретико-методологічного дослідження щодо реалізації інвестиційної діяльності та побудови системи її фінансового забезпечення формують основні напрями розв'язання проблемних питань у цій сфері [2].



На теперішній час однією з найбільших проблем розвитку інвестиційної сфери є відсутність обґрунтованої державної інвестиційної політики, у рамках якої чітко визначаються пріоритетні сфери інвестування, особливості взаємодії інвестора з об'єктом інвестування та регулювання інвестиційних процесів.

До числа пріоритетних напрямів іноземного інвестування слід віднести створення в Україні сучасної інфраструктури, включаючи транспорт, технічно оснащене складське господарство, телекомунікації, ділову інфраструктуру (офіси, ділові центри, банки даних та інші об'єкти) і побутовий сервіс. Без цього практично неможливі перехід до повноцінного ринку і широкий розвиток міжнародної інвестиційної діяльності. Розвиток цієї сфери не тільки актуальний, але і досить привабливий для зарубіжних інвесторів, оскільки в ній, як правило, у відносно короткі строки окупаються початкові затрати та одночасно створюється сприятлива матеріальна основа для подальшої ділової активності іноземного капіталу. Акцент на коротких строках окупності початкових витрат при розгляді пріоритетів іноземного інвестування продиктований відомими причинами. Сьогодні, як ніколи, потрібна швидка віддача від вкладених коштів з тим, щоб максимально сприяти найшвидшому виходу економіки з кризового стану. У той же час це буде піднімати авторитет міжнародної інвестиційної співпраці на території СНД. Поруч із зазначеними сферами, зонами та об'єктами для пріоритетного залучення іноземного капіталу все більшого значення та актуальності набувають екологічні проблеми національного, регіонального та глобального характеру. Інвестиції формують виробничий потенціал на новій науково-технічній базі й зумовлюють конкурентні позиції на світових ринках. При цьому далеко не останню роль для багатьох держав, особливо тих, що виринають з економічного та соціального неблагополуччя, відіграє залучення іноземного капіталу у вигляді прямих капіталовкладень, портфельних інвестицій та інших активів.

Особливу роль в активізації інвестиційної діяльності повинно мати страхування інвестицій від некомерційних ризиків. Важливим кроком у цьому напрямку стане приєднання України до Багатостороннього агенства за гарантіями інвестицій (БАГІ), що здійснює їх страхування від політичних та інших некомерційних ризиків. Капітал, що інвестується в Україну, зможе застрахуватись від ризику громадянської війни та експропріації, втрат від переведення української гривні в іншу валюту, від недотримання українським урядом узятих забор'язань. Гарантії БАГІ поширюються на прямі та портфельні інвестиції, середньо- та довгострокові позики.

Для забезпечення доступу іноземних інвесторів до інформації про становище на українському ринку інвестицій необхідне створення державного інформаційного центру сприяння інвестиціям, що формує банк пропозицій української сторони щодо об'єктів інвестування. Створення такого банку даних особливо важливе для регіонів, яким самостійний пошук зарубіжного інвестора не під силу через нерозвиненість їх ділової інфраструктури.

Таким чином, визначені напрями сприятимуть активізації міжнародної інвестиційної діяльності підприємств України.

Наук. керівн. Бестужева С. В.

Література: 1. Носова О. В. Інвестиційна привабливість підприємства / Носова О. В. // Стратегічні пріоритети. – 2007. – № 1(2). – С. 120–124 2. Покатаєва К. П. Теоретичні основи визначення категорій "інвестиційний потенціал" та "інвестиційна привабливість" / Покатаєва К. П. // Научно-технический сборник "Коммунальное хозяйство городов". Серия: Технические науки. – Вып. 75. – С. 264.

Винниченко А. В.

УДК 339.944

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННЫМИ РИСКАМИ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Рассмотрены основные виды хозяйственных рисков во внешнеэкономической деятельности предприятия и используемые на практике методы управления ими.

Анотация. Розглянуто основні види господарських ризиків у зовнішньоекономічній діяльності підприємства та методи управління ними, що використовуються на практиці.

© Винниченко А. В., 2012

Annotation. The article considers basic types of business risks in the foreign-economic activity of an enterprise and methods of control involved.

Ключевые слова: хозяйственный риск, идентификация и анализ рисков, управление рисками, страхование, хеджирование, диверсификация.

*Кто ищет одних лишь верных прибылей,
наверяд ли станет очень богат;
а кто вкладывает все имущество в
рискованные предприятия,
зачастую разоряется и впадает в нищету;
поэтому надлежит сочетать риск с известным
обеспечением на случай убытков.
Френсис Бэкон*

Процессы интеграции Украины в систему международного разделения труда благоприятствуют активному участию государства в целом и отдельных субъектов хозяйствования в международном бизнесе. Реформирование и дальнейшее развитие экономики страны становится причиной непрерывных экономических и политико-социальных изменений в макросреде предприятия. В условиях динамического развития внешней среды предприятий субъекты хозяйственной деятельности сталкиваются с неопределенностью и рисками. В экономической литературе в качестве хозяйственного риска принято понимать риск, возникающий при любых видах деятельности, связанных с производством продукции, товаров, услуг, их реализацией, товарно-денежными и финансовыми операциями, коммерцией, осуществлением социально-экономических и научно-технических проектов [1, с.150]. Таким образом, он присущ практически всем сферам хозяйственной деятельности предприятий. Для обеспечения эффективного хозяйствования необходимо управлять рисками с целью минимизации их уровня и, соответственно, потенциальных убытков.

Вопросам, связанным с управлением хозяйственными рисками, посвящены работы отечественных и зарубежных ученых-экономистов, среди которых Тэпман Л. М. [1], Чернова Г. В., Кудрявцева Л. А. [2] (раскрыто понятие "риск", приведены классификации рисков), Балдин К. В. [3], Фомичев А. Н. [4] (рассмотрены методы управления рисками и основы риск-менеджмента), Попов С. Г. [5], Бочарникова С. М. [6] (проведены исследования проблем предпринимательства), Журавлева Ю. М. [7] и Яншина Д. И. [8] (раскрыты вопросы гарантий и страхования рисков в предпринимательстве). Вместе с тем особенности управления рисками предприятия во внешнеэкономической деятельности (ВЭД) рассмотрены не достаточно подробно.

Цель статьи – изучение и теоретическое обобщение методического обеспечения по управлению хозяйственными рисками во ВЭД предприятий. Реализация поставленной цели обусловила необходимость решения следующих задач:

- 1) определение экономического содержания понятия "риск";
- 2) обобщение информации, о подходах к понятию хозяйственного риска, его свойствах и видах;
- 3) выявление критериев оценки и методов снижения рисков во ВЭД предприятия.

Как показало проведенное автором статьи исследование специальной литературы [6, с.10], под риском принято понимать вероятность потери субъектом части своих ресурсов, недополучения дохода или появления расходов в результате осуществления определенной политики. Таким образом, риск – это ни что иное, как мера экономической безопасности в деятельности компании [9, с. 136]. В экономической литературе существует множество определений сущности понятия "риск", каждое из которых акцентирует внимание на его особых свойствах. Наиболее распространенные подходы к определению сущности и видов рисков предприятия представлены в табл. 1.

Таблица 1

Основные подходы к определению сущности риска

Подход	Свойства рисков	Виды рисков
Риск – атрибутивная общесоциологическая характеристика целесообразной деятельности, осуществляемой в условиях ограничений и наличия выбора [10, с. 25–26]	Всеобщность. Системность. Динамическая вероятность	Потребительские. Отраслевые. Территориальные. Политические. Социальные
Риск – результат накопления регрессивного потенциала [11, с. 152–153]	Нормативность (невозможность избежать). Необратимость. Возрастающий масштаб. Качественная неопределенность	Деструктивные (с единичной вероятностью или неизбежные). Риски, которые можно избежать
Риск – форма неопределенности результата [12, с.19–22]	Энтропийность (мера отклонения от первоначального состояния). Иерархичность. Комплексность	Случайные. Иерархические



Общепризнано, что для практического применения наиболее актуальным является разделение хозяйственных рисков на внешние (на национальном и международных рынках) и внутренние (внутри предприятия). Внутренние риски являются подконтрольными предприятию: например, технологические риски, снижение которых достигается путем регулярной профилактики оборудования. Что касается управления внешними рисками, то уместно процитировать Райзберга Б. А.: "Важное правило поведения предпринимателя – не избегать риска, а предвидеть его, стремясь снизить до более низкого уровня" [11, с. 150].

Сложность выявления рисков на внешнем рынке состоит в нестабильности экономических и социально-политических процессов стран партнеров, в ограниченности информационной базы и специфическом характере каждой внешнеэкономической операции.

Поколениями экономистов и менеджеров выработан общий алгоритм процесса управления хозяйственными рисками, в том числе и в сфере ВЭД. Основные элементы этой схемы, то есть этапы управления рисками, следующие: идентификация риска, его анализ и оценка, разработка и осуществление конкретных мероприятий по управлению рисками (рисунок).

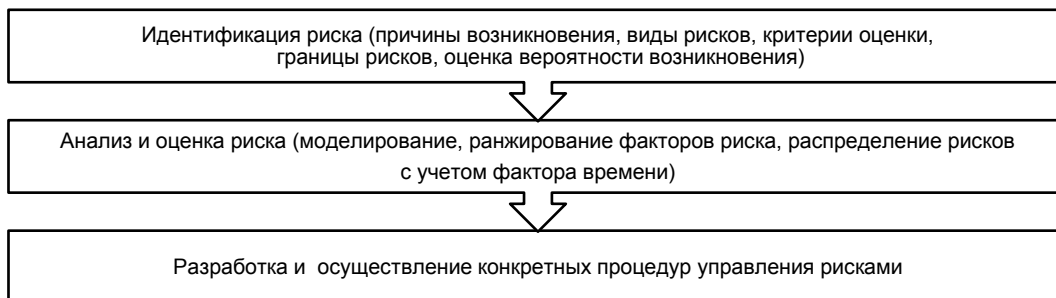


Рис. Этапы процесса управления рисками

На основе анализа источников [1; 9; 11] автором выявлены виды хозяйственных рисков во ВЭД предприятий, критерии их оценки и характерные методы снижения, которые приведены в табл. 2.

Таблица 2

Критерии оценки и методы снижения хозяйственных рисков во ВЭД

Вид риска	Критерии оценки	Методы снижения риска
1	2	3
Риск выбора партнера	5 "си" о контрагенте: <ul style="list-style-type: none"> • характер (character); • финансовые возможности (capacity); • имущество (capital); • обеспечение (collateral); • общие условия (conditions) 	1. Введение аккредитивных счетов. 2. Залоговые и авансовые платежи. 3. Условие вступления в силу контракта после поступления средств на счет исполнителя
Страновые: политический; макроэкономический	<ul style="list-style-type: none"> • индекс политического риска – индекс текущей экономической ситуации • индекс возможностей для перевода капитала и прибылей 	1. Диверсификация рисков. 2. Ранжирование рисков по степени опасности. 3. Разработка методов минимизации рисков по конкретной внешнеэкономической операции (с учетом критерия времени)
Маркетинговые: информационный; отраслевой; инновационный	<ul style="list-style-type: none"> • достоверность источника; • качество информации во всех аспектах сделки; • актуальность информации; • открытость отрасли; • этап жизненного цикла отрасли; • показатели динамики развития конъюнктуры отрасли и рынка; • политическое и социальное окружение; • спрос на товар, услугу или технологию; • потребительские требования 	1. Использование услуг специальных маркетинговых агентств. 2. Использование специальных компьютерных систем обработки информации
Транспортные (утрата или порча товара)	<ul style="list-style-type: none"> • стоимость страхования риска; • потенциал возможных финансовых потерь 	1. Страхование товара

1	2	3
Валютный	<ul style="list-style-type: none"> • состояние мировой валютной системы; • динамика величины учетной ставки; • состояние платежного баланса; • уровень инфляции; • межотраслевая миграция краткосрочных капиталов 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Применение валютных и мультивалютных оговорок. 2. Товарообменные и бартерные операции. 3. Хеджирование (с покупкой опционов и фьючерсов, своп-операции). 4. При кредитовании: применение плавающих процентных ставок по кредиту

При выходе на внешний рынок следует воспользоваться уже имеющимися данными по оценке уровня различных рисков в странах своего возможного экономического присутствия. Наиболее популярной и признанной во всем мире является система оценки рисков – "Индекс BERI (Business Environment Risk Information)" [13].

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы. Во-первых, существуют разнообразные методы снижения уровня хозяйственных рисков предприятия, которые могут эффективно применяться для минимизации рисков как на внутреннем рынке, так и на зарубежном. Во-вторых, выделены общие критерии оценки хозяйственных рисков, однако комплекс необходимых оценок в каждом конкретном случае будет зависеть от характера риска, его свойств и особенностей внешнеэкономической операции. В-третьих, большая часть методов снижения рисков направлена на страхование возможных убытков в рискованной ситуации или обеспечение гарантий, которые снижают вероятность появления риска.

Научн. рук. Котыш Е. Н.

Литература: 1. Тэпман Л. Н. Риски в экономике : учебн. пособие для вузов / Л. Н. Тэпман ; под ред. проф. В. А. Швандара. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 380 с. 2. Чернова Г. В. Управление рисками : учебн. пособие / Чернова Г. В., Кудрявцева Л. А. – М. : Проспект, 2003. – 368 с. 3. Риск-менеджмент / Вяткин В. Н., Вяткин И. В., Гамза В. А. и др. – М. : Дашков и К^о, 2003. – 512 с. 4. Фомичев А. Н. Риск-менеджмент : учебник / Фомичев А. Н. – М. : Дашков и К^о, 2009. – 374 с. 5. Попов С. Г. Внешнеэкономическая деятельность фирмы. Особенности менеджмента и маркетинга : учебное пособие / Попов С. Г. – М. : Ось-89, 2007. – 176 с. 6. Риски во внешнеэкономической деятельности предприятий / Бочарников В. П., Репецкий С. М. и др. – К. : ООО "ИнтерПед", 2007. – 124 с. 7. Журавлев Ю. М. Страхование во внешнеэкономических связях / Журавлев Ю. М. – М. : АНКИЛ, 2003. – 330 с. 8. Яншин Д. И. Страхование во внешней торговле / Яншин Д. И. // Рынок услуг. – 2007. – № 11. – С. 30. 9. Логистика, эффективность и риски внешнеэкономических операций / Захаров К. В., Бочарников В. П., Липовский В. В. и др. – 2-е изд., доп. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 260 с. 10. Долан Э. Д. Микроэкономика / Долан Э. Д., Линдсей Л. – СПб., 1994. – 310 с. 11. Райзберг Б. А. Курс экономики : учебник / Райзберг Б. А. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 720 с. 12. Хизрич Р. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха / Хизрич Р., Питер М. – М., 1991. – Вып. 1. – 225 с. 13. www.beri.com. 14. Дубров А. М. Моделирование рискованных ситуаций в экономике и бизнесе : учебн. пособ. / Дубров А. М. ; под ред. Лагоши. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 176 с. 15. Внукова Н. М. Экономическая оценка риска деятельности предприятий : монография / Внукова Н. М., Смоляк В. А. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2006. – 184 с.

УДК 338.51:005.336.4

Кокіна В. Ю.

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРОБЛЕМА ВИБОРУ МЕТОДУ ОБЧИСЛЕННЯ ВАРТІ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Анотація. Порівняно методи обчислення вартості людського капіталу. Запропоновано рекомендації щодо рішення проблем керівництва людським капіталом на українських підприємствах.

Аннотация. Сравнены методы вычисления стоимости человеческого капитала. Предложены рекомендации по решению проблем управления человеческим капиталом на украинских предприятиях.

Annotation. The computing methods of the human capital value have been compared. Recommendations on problem-solving of human capital management in Ukrainian enterprises have been offered.

Ключові слова: людський капітал, потенціал персоналу, методи оцінки людського капіталу, мотивація.

Однією з основних конкурентних переваг компанії є її інноваційна політика. Будь-яку інноваційну політику розробляють і впроваджують працівники, тому ефективність функціонування компанії безпосередньо залежить від ступеня ерудованості та досвіду персоналу підприємства. Саме тому очевидна необхідність постійного і безперервного навчання працівників компанії, а значить, й доцільність інвестування підприємств у розвиток людського капіталу свого персоналу.

Історичне коріння теорії людського капіталу знаходиться у працях А. Сміта, У. Петті, К. Маркса, Е. Енгеля, Дж. С. Мілля та ін. Більш глибокого вивчення ця теорія зазнала у середині ХХ сторіччя, коли нею почали займатися десятки вчених, серед яких найбільш відомі праці Г. Беккера, Дж. Мінцера, Т. Шульца, Б. Вейсброда, Б. Л. Хансена, також І. Соболевої, А. Корицького, А. Козирева та ін.

Через неможливість безпосереднього запозичення західних методик оцінки людського капіталу актуальною сьогодні є проблема їх адаптації в українському середовищі.

Мета статті – порівняння існуючих методів оцінки людського капіталу та обрання найбільш слушного для його практичного застосування на українських підприємствах.

Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення таких завдань: 1) виявлення проблем, які є найбільш поширеними в Україні при управлінні людським потенціалом працівників підприємств; 2) пропозиція теоретичних рекомендацій щодо їх можливого вирішення.

Людський капітал "складається з придбаних знань, навиків, мотивацій і енергії, якими наділені людські істоти і які можуть використовуватися протягом певного періоду часу в цілях виробництва товарів і послуг" [1, с.11].

Одним з найбільш істотних недоліків при адаптації в українському середовищі всіх вищезазначених методів є проблема невизначеності з кадрами, яка у більшості випадків полягає у відсутності контракту про працевлаштування з працівником із зазначенням терміну його праці, умов дострокового розірвання контракту та передбаченого в цьому випадку розміру неустойки, що є звичайною практикою в західноєвропейських країнах. Наявність контракту гарантує захищеність коштів, що були чи можуть бути інвестовані в підвищення кваліфікації працівника компанії, адже при розірванні контракту компанія не втрачає гроші, що були інвестовані в розвиток людського капіталу конкретного працівника та отримує від останнього грошову компенсацію, передбачену контрактом.

У табл. 1 наведено найбільш поширені методи оцінки вартості людського капіталу, що дозволяють виявити певні залежності між знаннями, досвідом працівників та їх внеском у загальну продуктивність підприємства.

Таблиця 1

Сутність, переваги та недоліки методів оцінки людського капіталу

№ п/п	Методи	Сутність та переваги	Недоліки
1	2	3	4
1	Вимір за сумою інвестицій [1, с. 25]	$E = (B - B_n) \times C / Z$, де E – ефективність інвестицій в людський капітал на i -му етапі; B_n – виробіток працівника до навчання; B – виробіток працівника після навчання; C – ціна одиниці продукції; Z – інвестиції в людський капітал	Установлює залежність між інвестиціями та зростанням продуктивності, але: не дозволяє оцінити зміну результатів при розумовій праці; не враховує змін у часі, тому не може оцінити реальних результатів інвестицій у людський капітал
2	Вимір за аналогією з фізичним капіталом	Дозволяє оцінити в грошовому вираженні вартість накопичених знань: $P_{33} = \sum a_i \times TK_i$ [2, с.15], де P_{33} – вартість накопичених знань; a_i – емпірично	Потребує значних витрат через складність процедури оцінки: 1) визначення "первісної вартості" працівника за допомогою тестування, атестації

1	2	3	4
		<p>визначені коефіцієнти, що ставлять у відповідність вартість та обсяг – накопичених знань типу i; TK_i – сумарно накопичені знання типу i; k – кількість видів (типів) знань.</p> <p>Сумарно накопичені знання знаходять, враховуючи ступінь їх застарілості:</p> $TK_i = \sum tk_{ij}(1 - A_i(-j))(1 - 3(-j)),$ $TK_i = \sum tk_{ij}e_i^{bt},$ <p>де tk_j – накопичені знання i-го типу, отримані в j-й період; A_j – моральний знос знань типу i в одиницю часу; 3 – забування в одиницю часу знань індивідуумом; b – емпіричний числовий коефіцієнт, зворотний по розмірності часу; t – час, необхідний для отримання знань в об'ємі TK</p>	<p>2) визначення терміну перебування кожного працівника в компанії, для цього врахувати:</p> <p>2.1. Термін, зазначений у трудовому договорі.</p> <p>2.2. При безстроковому договорі встановити середній термін праці, враховуючи при цьому законодавство країни;</p> <p>3) визначення коефіцієнта "застарілості знань";</p> <p>4) визначення порядку змін "первісної вартості" працівника.</p> <p>Займає багато часу та потребує значних витрат; потребує наявності попередньо визначених коефіцієнтів застарілості знань; підвладний суб'єктивізму; оцінка вартості знань не є гарантією отримання прибутку від їх використання</p>
3	Експертний метод (якісна оцінка)	<p>Дозволяє оцінити якісні показники особливості, внесок конкретного працівника та працівників компанії у сукупності.</p> <p>Методика розрахунку:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Визначення головних показників, що відображають внесок працівника до капіталу знань компанії. 2. Встановлення коефіцієнтів значущості залежно від частоти прояву показників. 3. Визначення бальної шкали для оцінки кожного показника. 4. Аналіз отриманих результатів, визначення середнього балу кожного. 5. Порівняння з максимальною сумою балів за всім якісним показникам [3] 	<p>Потребує наявності експертів, здатних об'єктивно та швидко оцінити вартість людського капіталу компанії. Вимагає значних матеріальних витрат.</p> <p>Може викликати занепокоєння чи незадоволення у персоналу підприємства.</p> <p>Залишається вірогідність помилкових висновків через людський фактор</p>

Враховуючи вищезазначене, на сьогодні не існує жодного методу оцінки людського капіталу, що не мав би недоліків, але, тим не менш, наведені вище методики можуть бути застосовані на сучасних підприємствах України. Однак при визначенні методики розрахунків менеджерів варто враховувати особливості підприємства (його розмір, сферу діяльності, коротко- та довгострокові цілі, фінансовий стан, соціокультурні особливості працівників, культуру, менталітет та ін.).

У табл. 2 наведено найбільш відповідні, на думку автора, методики оцінки людського капіталу залежно від розміру підприємства.

Таблиця 2

Методики оцінки людського капіталу залежно від розміру підприємства

	інвестиційний метод	Вимір за аналогією з фізичним капіталом	Експертний метод (якісна оцінка)
Малі	+	-	-
Середні	±	±	±
Великі	±	±	+

Таким чином, теоретичні рекомендації щодо вирішення проблем керівництва людським капіталом можна визначити як:

- 1) моніторинг очікувань працівників підприємств та шляхів їх можливого задоволення;
- 2) створення бази даних кандидатів, що працюють за сумісництвом та можуть бути мотивовані можливим кар'єрним зростанням та додатковим пакетом пільг та які здатні забезпечити конкуренцію постійним працівникам;
- 3) запозичення та практичне застосування досвіду закордонного кадрового менеджменту;



4) визначення доцільності використання того чи іншого методу оцінки людського капіталу необхідно співвідносити з особливостями конкретного підприємства. Так, керівництво малих підприємств, що мають незначну кількість підлеглих, повинно самостійно вести нагляд за працівниками та оцінювати їх потенціал та здібності, не використовуючи при цьому значних коштів. Середні та великі підприємства залежно від специфіки їх діяльності також повинні обрати найбільш доречний метод.

У роботі подальшого розвитку набув аналіз методів оцінки людського капіталу на основі порівняння існуючих методів його оцінки і прийнятних для використання на українських підприємствах, що дозволило визначити перелік теоретичних рекомендацій для вирішення проблем, пов'язаних з людським капіталом, що не потребуватимуть значних додаткових інвестицій, а лише розподілять заново останні і перерозподілять повноваження як менеджерів середньої ланки великих підприємств, так і керівників середнього та дрібного бізнесу.

Наук. керівн. Лисиця Н. М.

Література: 1. Корицкий А. В. Введение в теорию человеческого капитала / Корицкий А. В. – Новосибирск : СибУПК, 2000. – 112 с. 2. Соболева И. В. Парадоксы измерения человеческого капитала : научный доклад / Соболева И. В. – М. : Институт экономики РАН, 2009. – 50 с. 3. Козырев А. Н. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности / Козырев А. Н., Макаров В. Л. – М. : РИЦ ГШ ВС РФ, 2003. – 352 с.

Вацко В. В.

УДК 339.542

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПІДГОТОВКА ДО ЗОВНІШНЬОТОРГІВЕЛЬНИХ ПЕРЕГОВОРІВ ТА МЕТОДИ ВПЛИВУ НА ПАРТНЕРІВ

Анотація. Розглянуто переговори як поетапний процес досягнення згоди. Надано рекомендації щодо психологічного впливу на партнерів.

Аннотация. Рассмотрены переговоры как поэтапный процесс достижения согласия. Даны рекомендации касательно психологического влияния на партнеров.

Annotation. Negotiations as a step-by-step process to achieving agreement have been considered. Recommendations concerning psychological influence on partners were given.

Ключові слова: переговори, спілкування, партнери, психологія, вплив.

Практика проведення зовнішньоторгових переговорів донедавна була справою небагатьох високопоставлених дипломатів держави. Із відкриттям кордонів та прагненням держави до інтернаціоналізації ринку зростає й потреба людей, що займаються підприємницькою діяльністю, вступати у переговори із представниками іноземних фірм. Як правило, знання іноземної мови буває недостатнім, а незнання основ переговорного процесу може призвести до великих економічних збитків у вигляді втрати контракту, що може зашкодити іміджу фірми. Отже, підвищуючи культуру переговорного процесу, ми, певною мірою, сприяємо розвитку національної економіки.

Для більшості людей в нашій країні тема зовнішньоторговельних переговорів – це таємниця за сімома замками. Через ті обставини, що ця тема не освітлювалась достатньо детально у вітчизняних підручниках та посібниках, існує необхідність подання цього матеріалу. Тему переговорів у вітчизняній літературі вивчав Березовенко С. М. у своїй книзі "Управління зовнішньоекономічною діяльністю". Із іноземних авторів слід зазначити таких авторів: Шеретов С. Г., Л. Белланже, Зограбян А. Г., Ізраелян В. Л., Лебедева М. М. Оскільки у вітчизняній літературі тема зовнішньоторгових переговорів розглядається виключно з економічної точки зору, то автор вважає за необхідне описати психологічну складову цього процесу.

Мета даної роботи – пояснення основних етапів підготовки до переговорного процесу у сфері зовнішньоекономічної діяльності, а також акцентування уваги на психологічних методах впливу на учасників переговорного процесу.

© Вацко В. В., 2012



Поняття "переговори" прийшло з англійської мови, і є еквівалентом слова "negotiation", від латинського слова "negotium" (пес – "ні", otium – "відпочинок"). В історії найчастіше це слово вживалось у сфері торговельних відносин – "negotiant" (торговець, неогоціант). Незважаючи на всю ту увагу, яку відомі державні діячі, філософи та політики приділяли мистецтву переговорів, проте аж до XVIII століття не існувало наукових праць, які б вивчали як ведуться переговори. У 1714 р. вийшла книжка французького дослідника Франсуа де Кальєра "Про способи ведення переговорів з державцями". Протягом 200 років це була єдина робота, що висвітлювала переговорний процес. Переломним моментом у дослідженні переговорного процесу стали 50 – 70 рр. XX століття. І тільки в останні 20 років вивчення переговорного процесу було поставлено на системну основу. Країною-лідером у вивченні цього питання є США. На Заході відповідні навчальні курси є майже в кожному університеті та коледжі [1].

Особливе значення ділове спілкування має для людей, що займаються бізнесом. Багато в чому від того, наскільки вправно вони володіють наукою та мистецтвом спілкування, залежить успіх їх діяльності. На жаль, у нашій країні не приділяється потрібної уваги тій частині ділового спілкування, що пов'язана з психологією та технікою ведення ділових бесід та переговорів, вважаючи, що вчити тут нічому. Глобалізаційні процеси суттєво збільшили коло осіб, що за родом своєї діяльності пов'язані із зарубіжними партнерами. Для того щоб успішно вести справи, їм необхідно знати загальноприйняті правила та норми ділового спілкування, вміти вести ділові бесіди та переговори. Дуже важливими є психологічні аспекти ділового спілкування. Важливо розуміти загальні закономірності ділового спілкування, вміти аналізувати ситуацію та враховувати інтереси ділового партнера. Майстерність приходить із практикою і мистецтво переговорів не є винятком.

Загальна характеристика переговорного процесу.

Переговори – це сумісна діяльність з партнером, спрямована на вирішення спільних проблем або проблеми. Учасників переговорів завжди щонайменше двоє. При цьому їх інтереси частково можуть збігатися, а частково розходитись. У випадку спільних інтересів, сторони просто переходять до співробітництва. Коли ж інтереси сторін повністю розходяться, тоді виникають такі явища, як боротьба, конкуренція, конфронтація [2].

Вважається, що існує тільки два шляхи ведення переговорів. Перший – діяти м'яко та обережно або жорстко та вперто (таблиця). Другий шлях – це об'єднання жорсткого та м'якого підходів із спробою досягнути бажаного, але не втрачаючи при цьому дипломатичного такту. Щоправда існує і третій шлях, основою якого є позиція, що базується не на силі чи слабкості, а на об'єднанні обох. Цей шлях був розроблений у рамках Гарвардського проекту з переговорів і отримав назву – метод принципів переговорів [3]. Він полягає у тому, що проблеми розглядаються та вирішуються виходячи з їх якісних властивостей, а не зі слабкостей сторін переговорного процесу. У методі використовується досить жорсткий підхід до розгляду суті справи, проте м'який підхід до відносин між сторонами переговорів. Цей метод не застосовує трюків чи використання фактора становища у переговорному процесі. Метод надає змогу сторонам отримати бажане, і при цьому не порушити етикету. Також цей метод надає змогу тим, хто хоче вести себе справедливо по відношенню до інших сторін переговорів, бути захищеними від будь-яких спроб, від зловживання чесністю. Поступово цей метод входить у практику проведення зовнішньоторговельних переговорів, витісняючи при цьому інші.

Таблиця

М'який та жорсткий підходи [4]

М'який підхід	Жорсткий підхід
учасники – друзі	учасники – супротивники
мета – угода	мета – перемога
робити поступки для культивування відносин	вимагати поступок для продовження відносин
м'який курс у стосунках з людьми та під час розв'язання проблеми	жорсткий курс у стосунках з людьми та під час розв'язання проблеми
довіряти іншим	не довіряти іншим
легко змінювати свою позицію	твердо дотримуватись своєї позиції
робити пропозиції	погрожувати
шукати рішення, яке задовольнить ЇХ	шукати рішення, яке задовольнить ВАС
наполягати на угоді	наполягати на своїй позиції
уникати змагань волі	намагатись виграти змагання волі
піддаватись тиску	застосовувати тиск
допускати втрати заради угоди	вимагати поступок у якості плати за угоду

Принциповий підхід (аналіз проблеми разом із партнером)

Учасники разом вирішують проблему.

Мета – розумний результат, досягнутий ефективно.

Відокремити людей від проблеми.

Дотримуватись м'якого курсу у стосунках з людьми, проте жорсткого стосовно проблеми.



- Продовжувати переговори незалежно від ступеня довіри.
- Концентруватися на інтересах, а не на позиціях.
- Аналізувати інтереси.
- Розробити ряд варіантів, вирішувати пізніше.
- Наполягати на застосуванні об'єктивних критеріїв.
- Використовувати критерії, що не стосуються змагання волі.
- Бути відкритим для доводів, поступатися доводам, а не тиску.
- Основні етапи підготовки до переговорів.

Переговори – це менеджмент у дії [5]. Початком будь-якої управлінської дії є визначення цілі. І якщо мова йде про управління підприємством, тоді замало поставити питання: "Чого ми хочемо?". Ми маємо поставити питання іншим чином: "У чому полягає проблема, розв'язавши яку ми досягнемо цілей нашого підприємства найліпшим шляхом?". При цьому дуже рекомендується використовувати записи таким чином, щоб кожен з учасників групи, починаючи з підготовки до переговорів, міг бачити ключові нотатки. Помилкою буде у якості цілі переговорів вважати прийняття чийсь точки зору. Оскільки вона може бути одним з багатьох способів досягнення мети, а не метою в цілому. На сьогоднішній день, це чи не єдиний розумний спосіб досягнення цілі. Але це тільки спосіб досягнення, а не мета загалом [6].

Наступним кроком є планування. Тобто пошук найкращого шляху та його вивчення. Планування завжди залежить від двох речей – цілей та ресурсів. І ресурсами у даному випадку виступають не тільки фінансові та матеріальні заощадження і запаси, скільки люди. Люди, що спираючись на свій творчий потенціал та можливості, можуть реалізувати прийняті управлінські рішення [7]. Предметом вивчення є такі питання: обставини, що сприяють даному варіанту рішення; відсутність чи наявність прецедентів, правових обмежень; можливі наслідки; Попередження використання певної інформації вірогідного характеру. З усіх цих питань мають бути чіткі відповіді, оскільки саме вони окреслюють "ігрове" поле переговорів поза нашим бажанням. Саме в цих рамках приймаються рішення, коли всі обставини детально вивчені [6].

Далі настає стадія визначення реалізації обраного рішення. Хто і що має зробити і до якого часу? Які основні напрямки руху та як одна стадія переговорів переходить в іншу? Щоб бути добре підготовленим, учасник переговорів має знати чіткі відповіді на комплекс питань:

1. Наскільки мета партнера з переговорів відрізняється від вашої власної цілі?
2. Наскільки шляхи, що може обрати партнер з переговорів, відрізняються від запропонованого вами варіанта?
3. Які ресурси може задіяти партнер у виконанні власного плану (строки, люди, ресурси)?
4. Чи володіє партнер інформацією, що прихована від вас, наскільки він обмежений у часі?
5. Які його уявлення про організаційне забезпечення свого варіанта вирішення проблеми?

Отже, тільки за тих обставин, коли ваш "клієнт" бачить переваги, які можуть бути йому надані (і вони відповідають його інтересам) можна сміливо говорити про те, що ви досягли успіху у пошуку нового партнера [8].

Психологія ділового спілкування. Шість правил впливу на людей.

Уміння спілкуватися з діловим партнером, розуміти психологію іншої людини, розуміти інтереси іншої організації – значущі фактори у переговорному процесі. У зовнішньоторгових відносинах беруть участь представники різних підприємств, країн, культур. Тому досить важко визначити один найліпший підхід до переговорів, який би задовольнив усі сторони. Але існують шість базових правил впливу на людей (сформульовані американським вченим Дейлом Карнегі), використовуючи які, учасник переговорів зможе досягнути великих успіхів у цій справі.

Правило перше – щиро цікавтесь іншими людьми. Преш ніж почати розмову про проблеми, що вас цікавлять, не буде зайвим поговорити про речі, які хвилюють вашого співрозмовника. Це збільшить імовірність того, що він стане до вас ставитись тепліше та швидше вирішить ваші проблеми. "Ми цікавимось іншими людьми тоді, коли вони цікавляться нами", – сказав римський поет Публій Сір.

Правило друге – посміхайтесь. Умінню привітно посміхатися у США приділяють дуже велике значення. Настільки велике, що вони можуть прийняти на роботу працівника із значно меншим рівнем знань та досвідом ніж це необхідно, проте з дуже красивою усмішкою. Посмішки на обличчях учасників переговорного процесу не завжди свідчать про радість від процесу ділового спілкування. Проте американські вчені посилаються на наступне ствердження: "Ви маєте відчувати радість спілкуючись з людьми, якщо хочете, щоб і вони відчували радість від спілкування з вами".

Правило третє – будь-якою мовою ім'я людини – це найприємніший для неї звук. На підсвідомому рівні всіх людей значно більше цікавить саме власне ім'я, а не чийсь ще. Запам'ятавши ім'я співрозмовника та легко вживаючи його у приємному тоні, ви кожного разу робитимете йому комплімент. Якщо ж ви забудете ім'я співрозмовника, неправильно запишете чи вимовите його, тоді ви опинитесь у дуже незручному становищі. Заверити партнера у його особистій значимості – це крок, що веде до його доброго ставлення щодо вас. Один із перших уроків, що вивчає кожен політичний діяч США: "Згадати ім'я виборця – це державна мудрість. Забути його – означає приректи себе на забуття". На переговорах імена учасників мають таке ж значення.

Правило четверте – заохочуйте інших говорити про себе. Вияв щирої зацікавленості до проблем ділового партнера, може викликати у нього симпатію до вас. Небагато людей можуть встояти перед прихованим захопливим підлецуванням до них. Дружелюбний та співчутливий слухач викличе симпатію у будь-якого співрозмовника. Якщо ж людина говорить тільки про свої інтереси та про себе, тоді така людина навряд чи когось зацікавить. Вміння задавати питання відповіда-



ючи на які людина буде розповідати вам про себе може знадобитись не тільки як засіб досягти схильності з боку партнера, а ще як один із способів розвідати потрібну інформацію.

Правило п'яте – говоріть те, що цікавить вашого партнера. Готуючись до переговорів важливо визначити, які саме питання можуть бути найбільш цікавими для вашого партнера. Заздалегідь підготувавши відповіді ви збудуєте фундамент, на якому буде триматися уявлення партнера про вас.

Правило шосте – завіряйте співбесідника у його значимості і робіть це щиро. Одним із найголовніших бажань людини є бажання бути оціненими відповідно до своїх переваг. Один із найпростіших принципів: "Ставтеся до інших так, як хочете, щоб вони ставилися до вас" є непорушним. Даючи іншим те, що вони б хотіли почути від нас, ми значно поліпшуємо хід переговорів.

Основою людської поведінки є потаємні бажання. Перш за все ви маєте зрозуміти ці бажання, потім зацікавити співрозмовника, таким чином, щоб він чогось забажав. Контролюючи людей через їхні бажання можна завоювати весь світ. Людина, що намагається безкорисно допомагати іншим людям, отримує значну перевагу. Людина, що може поставити себе на місце співрозмовника, та зрозуміти хід його думок, уже певною мірою його контролює. Проте найсуттєвіший фактор у переговорах – це вміння слухати. Постійно приділяти увагу партнеру та підкреслювати його позитивні якості, допомагати його самоствердженню.

Отже, у підготовці до переговорного процесу слід враховувати не тільки цілі, ресурси та можливості сторін переговорів, а й слабкості та сильні сторони самих людей, що беруть участь у переговорах. До кожного нового партнера варто використовувати свій унікальний підхід, що підкреслить його значимість для вас. Знання та використання психологічних методик сканування партнера допоможе підсилити свої позиції і прийняти рішення, що задовольнить обидві сторони.

Наук. керівн. Матюшенко І. Ю.

Література: 1. Шеретов С. Г. Ведение международных переговоров: учебн. пособ. / С. Г. Шеретов. – Алматы : Данекер, 2004. – С. 6–10. 2. Головаха Е. И. Психология человеческого взаимопонимания / Е. И. Головаха, Н. В. Панина. – К. : Изд-во политической литературы Украины, 1989. – 37 с. 3. Богданов Р. Г. О процессе международных переговоров (опыт зарубежных исследований) : учебн. пособ. / Р. Г. Богданов, В. А. Кременюк. – М. : ИСКАН, 1989. – 58 с. 4. Фишер Р. Путь к согласию, или переговоры без поражения / Р. Фишер, У. Юри. – М. : Наука, 1996. – С. 18–20. 5. Лукашук И. И. Искусство деловых переговоров : учебно-практическое пособие / И. И. Лукашук. – М. : БЕК, 2002. – С. 147–157. 6. Каррас Ч. Л. Искусство ведения переговоров / Ч. Л. Каррас. – М. : ЭКСМО, 1997. – С. 11–25. 7. Зограбян А. Г. Принятие решений на многосторонних переговорах / Зограбян А. Г. // Российская дипломатия в свете мирового исторического опыта. – М. : МГИМО, 1998. – 25 с. 8. Зазыкин В. Г. Менеджер: психологические секреты профессии / В. Г. Зазыкин, А. П. Чернышев. – М. : ЦИТП, 1992. – 105 с. 9. Кременюк В. А. Проблема переговоров в отношениях двух держав / В. А. Кременюк // США: экономика, политика, идеология. – 1991. – № 3. – С. 43–51. 10. Лебедева. М. М. Уметь вести переговоры / М. М. Лебедева. – М. : Анкил, 1991. – С. 7. 11. Современный менеджмент: Принципы и правила. Дайджест зарубежной литературы. – Н. Новгород, 1992. – 35 с. 12. Зигерт В. Руководить без конфликтов / В. Зигерт, Л. Ланг. – М. : Экономика, 1990. – С. 25–30. 13. Гриневский О. А. Тайны советской дипломатии / О. А. Гриневский. – М. : Вагриус, 2000. – 120 с. 14. Кузьмин В. А. Деидеологизированная дипломатия / В. А. Кузьмин, Б. Д. Панкина. – Екатеринбург : Изд. УрГУ, 2000. – С. 15–22. 15. Winham G. Negotiation as a Management Process / G. Winham // World Politics. – 1977. – № 1. – P. 87–114. 16. Zartman I. W. Negotiations: Theory and Reality / I. W. Zartman // Journal of International Affairs. – 1975. – V. 9. – № 1. – P. 69–77. 17. Hopmann P. T. The Negotiation Process and the Resolution of International Conflicts / P. T. Hopmann. – Columbia (South Carolina) : Univ. of South Carolina Press, 1996. – P. 69–81. 18. Francisco G. How the United States Negotiates / G. Francisco // Peace Watch. – October. – 2000. 19. Zartman I. W. Peacemaking in International Conflicts: Methods and Techniques / I. W. Zartman, J. L. Rasmussen. – Washington D.C. : United States Institute of Peace, 1997. – P. 46–58. 20. The Program on Negotiation at Harvard Law School [Electronic resource]. – Access mode : www.pon.harvard.edu.

УДК 658.7:[005.332.4:005.21]

Цилюрик А. О.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

Анотація. Розглянуто сутність основних стратегій конкурентних переваг логістичної системи та подано алгоритм їх вибору суб'єктами господарювання.

© Цилюрик А. О., 2012

Аннотация. Рассмотрена сущность основных стратегий конкурентных преимуществ логистической системы и представлен алгоритм их выбора субъектами хозяйствования.

Annotation. Essence of basic strategies of competitive edges of the logistic system is considered and the algorithm of their choice of management subjects is presented.

Ключові слова: стратегія, конкурентні переваги, логістична система.

Конкуренція як головний елемент ринкового механізму і невід'ємна складова підприємницького середовища є наразі однією з найпопулярніших економічних категорій. А механізм формування ефективних підходів до вибору конкурентних стратегій є найбільш актуальним у сучасному економічному середовищі. Проблема розроблення ефективної конкурентної стратегії логістичної системи є особливо актуальною для вітчизняних підприємств у контексті низької конкурентоспроможності більшості українських товарів та послуг як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках.

Метою дослідження є розкриття сутності основних стратегій конкурентних переваг логістичної системи та надання алгоритму їх вибору суб'єктами господарювання.

Теоретичні і методологічні основи вивчення конкурентних стратегій представлені в працях таких західних вчених, як Р. Фатхутдінов [1], І. Анософф, М. Портер, А. Томпсон, Д. Рікардо, Ф. Котлер. Серед вітчизняних науковців питаннями конкурентоспроможності займалися Тимофіїва С. Б. [2], Боровських Н. В. [3], Клименко С. М. [4], Лепа Н. Н. [5].

Завоювання й утримання конкурентної переваги логістичної системи є визначальним завданням фірми, оскільки саме це забезпечить їй як надійне джерело отримання прибутку, так і господарську стійкість у довгостроковій перспективі. Фірма має конкурентну перевагу, коли вона краще за своїх конкурентів переборює сили конкуренції, а її конкурентна стратегія є успішною, якщо фірма отримує більш високий, ніж суперники, прибуток.

Існує велика кількість визначень понять конкурентоспроможності організації. Одне з них дає Р. Фатхутдіновим, який розглядає конкурентоспроможність організації як здатність фірми випускати конкурентоспроможну продукцію чи послугу; перевага фірми по відношенню до інших фірм даної галузі усередині країни і за її межами [1].

Традиційно конкурентну стратегію логістичної системи описують як напрямок дій, що визначається такою метою: виявлення нових ринкових можливостей і загроз та виявлення й утримання конкурентних переваг.

Так само велику кількість визначень має термін "стратегія", яку можна розглядати як процес постановки мети та розробки відповідних рішень, направлених на її реалізацію, напрямів діяльності організації, які забезпечують погодженість мети і можливостей організації для досягнення конкурентних переваг у довгостроковій перспективі, і все це відбувається в умовах постійної зміни зовнішнього та внутрішнього середовищ функціонування і процесу адаптації до них.

Поєднання цих двох термінів дає нове визначення "стратегічна конкурентоспроможність" – це ознака суб'єкта ринку, яка демонструє наявність у нього ключових можливостей розвитку, здобутих шляхом швидкої адаптації внутрішнього середовища функціонування до змін зовнішнього середовища, і досягнення на основі цього конкурентної мети. Її особливість полягає в тому, що проявляється вона лише в умовах стратегічного управління, оскільки є складовою загальної конкурентоспроможності [2].

Досягнення стратегічної конкурентоспроможності забезпечується завдяки конкурентній стратегії. Результативність тієї чи іншої конкурентної стратегії залежить від трьох чинників: правильного вибору типу конкурентної стратегії, заснованого на обліку галузевих особливостей, і ступеня її розробленості; здатності фірми гнучко реагувати на зміни умов; стратегій реалізованих конкурентами.

При розробці і реалізації конкурентних стратегій логістичної системи використовують систему таких послідовних дій: 1) дослідження зовнішнього середовища об'єкта і прогнозування майбутнього стану зовнішнього середовища; 2) аналіз внутрішнього середовища об'єкта; 3) визначення стратегічної конкурентної мети, що погоджується з корпоративною стратегічною метою, постановка стратегічних конкурентних завдань; 4) аналіз стратегічних альтернатив; 5) формування базової стратегії конкуренції; 6) реалізація стратегічних рішень; 7) оцінка ефективності реалізації стратегії і її коректування [3].

Необхідність підвищення економічної ефективності суб'єктів господарювання ставить перед підприємствами нові завдання, які, перш за все, пов'язані з вибором ефективного підходу до формування стратегії підвищення конкурентоспроможності, що дозволяє максимально використовувати існуючий потенціал.

З метою обґрунтування вибору конкурентних стратегій господарюючими суб'єктами був сформований алгоритм. Вибір стратегії здійснюється у таких напрямках:

1. Аналіз рівня конкурентоспроможності.
2. Аналіз ресурсного потенціалу.
3. Аналіз ефективності діяльності та фінансового стану.
4. Аналіз відповідності умов виробництва умовам природно-кліматичної зони, в якій господарює суб'єкт.
5. Визначення стратегічної конкурентної групи.

Як видно з самого алгоритму (рисунок), ключовим етапом аналізу є визначення рівня конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта.

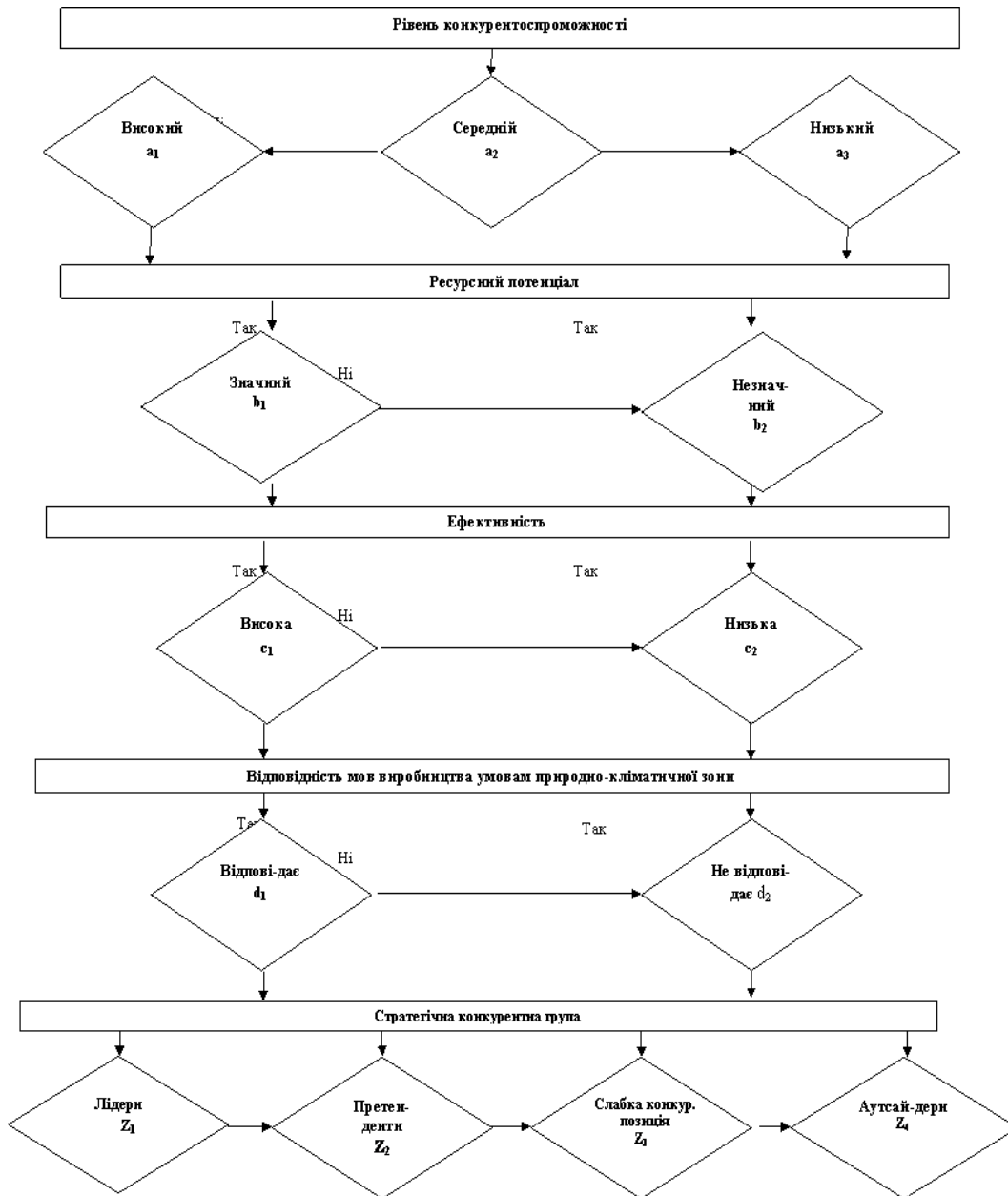


Рис. Блок-схема алгоритму оцінки господарюючого суб'єкта

Оцінка конкурентоспроможності здійснюється відповідно до індикаторів, зазначених у таблиці [4].

Таблиця

Індикатори оцінки конкурентоспроможності

Товар	Корисність, якісні параметри, витрати, ергономічність, ціна
Галузь	Використання новітньої технології, енергоємність, обсяг продажу, прибуток у розрахунку на вкладений капітал, рентабельність
Виробництво	Чистий прибуток в розрахунку на виробничий капітал, одиницю витрат праці, частка прибутку в обсязі витрат, рентабельність
Фірма (господарюючий суб'єкт)	Частка ринку збуту, що контролюється фірмою; наявність ліцензії, торгової марки, показники рівня обслуговування клієнтів; показники, що стосуються підготовки і перепідготовки кадрів

У результаті застосування алгоритму можна виділити такі альтернативи конкурентних стратегій логістичної системи, які можуть бути використані суб'єктами господарювання:

1. Стратегія досягнення лідерства на ринку за рахунок низьких витрат передбачає досягнення високого рівня ефективності усіх операційних процесів, що відбуваються в компанії, що дозволило б забезпечити нижчий (в порівнянні з конкуруючими фірмами) рівень витрат. Це дає змогу



компанії продавати свої товари або послуги за нижчими цінами. Перевага по витратах приносить дохід лише до того часу, поки конкуренти не зроблять агресивних спроб понизити ціни і збільшити за рахунок цього об'єм продажів.

2. Стратегія диверсифікації виробництва є способом завоювання конкурентних переваг шляхом розширення споживчих якостей товару понад ті, якими володіє конкурент. Сутність даної стратегії полягає в тому, щоб знаходити шляхи бути єдиним, хто пропонує покупцям додаткові риси товару, які їм необхідні, і постійно підтримувати цю перевагу.

3. Стратегія диференціації на локальному ринку полягає в зосередженні зусиль на тій, що користується обмеженим попитом продукції, що дозволяє відхилитися від цінової конкуренції з могутнішими підприємствами, і в той же час дає можливість конкурувати з ними за специфічні групи споживачів.

4. Стратегія обслуговування малих сегментів ринку направлена на цільовий сегмент або ніші, які можуть бути визначені виходячи з географічної унікальності, особливих вимог до використання товару або особливих характеристик товару, які привабливі лише для даного сегмента. Мета полягає в тому, аби краще виконувати роботу з обслуговування покупців цільового сегмента.

5. Стратегія інтеграції і кооперації пов'язана з розширенням організації шляхом приєднання нових структур. Дані стратегії активно реалізуються підприємствами-лідерами ринку, а також компаніями-претендентами.

Після аналізу господарюючого суб'єкта за допомогою наданого алгоритму відповідно до отриманого результату пропонується такий вибір стратегій:

1. Стратегія досягнення лідерства на ринку за рахунок низьких витрат: $a_1 - b_1 - C_1 - d_1 - z_1$.
2. Стратегія диверсифікації виробництва: $a_1 - b_1 - C_2 - d_1 - z_1$.
3. Стратегія диференціації на локальному ринку: $a_2 - b_1 - c_2 - d_2 - z_3$.
4. Стратегія обслуговування малих сегментів ринку: $a_2 - b_2 - c_2 - d_1 - z_3$.
5. Інтеграційні стратегії: $a_2 - b_1 - c_2 - d_1 - z_4$.

Таким чином, проведені дослідження дозволяють стверджувати, що в сучасних умовах розвитку і функціонування підприємств діагностика конкурентних переваг стає об'єктивною необхідністю, оскільки в сучасній конкурентній боротьбі за ринки збуту виграє той, хто точніше оцінює ситуацію, використовуючи результати проведеної аналітичної роботи. Тому що результати динамічної оцінки дають можливість підприємству вчасно вносити зміни в розроблену стратегію формування та розвитку конкурентних переваг.

Ураховуючи усе сказане вище, можна стверджувати, що правильний підхід до вибору конкурентної стратегії дасть можливість суб'єктам господарювання ефективно розвиватись в умовах конкурентного середовища, а запропонований алгоритм може допомогти вибрати необхідні альтернативи поведінки. Поступове насичення багатьох товарних ринків в Україні при уповільненні темпів економічного зростання країни призводить до збільшення інтенсивності конкуренції. Експансія іноземних (і, перш за все, російських) компаній стає ще одним впливовим чинником. Усе це вимагає нових підходів та більшої уваги до стратегічних маркетингових рішень, пошуку нових шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Наук. керівн. Голофасва І. П.

Література: 1. Фатхутдінов Р. Конкурентоспособность организаций в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. Фатхутдінов. – М., 2002. – 222 с. 2. Тимофіїва С. Б. Про деякі теоретичні аспекти стратегії конкурентоспроможності / С. Б. Тимофіїва // Коммунальное хозяйство городов. – 2008. – № 85. – С. 297. 3. Боровських Н. В. Конкурентні стратегії: методологія формування і розвитку / Н. В. Боровських // Маркетинг. – 2005. – № 2. – С. 37–49. 4. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посібн. / С. М. Клименко. – К. : КНЕУ, 2006. – 527 с. 5. Лепа Н. Н. Методы и модели стратегического управления предприятием / Н. Н. Лепа. – Донецк : ООО "Юго-Восток ЛТД", 2002. – 186 с.

Колодяжний А. С.

УДК 658.71

Студент 6 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

АНАЛІЗ РИНКУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ У ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Анотація. Проаналізовано ринок логістичних послуг в Україні. Визначено види логістичних послуг, які переважно надаються харківськими суб'єктами господарювання.

© Колодяжний А. С., 2012

Аннотация. Проанализирован рынок логистических услуг в Украине. Определены виды логистических услуг, которые преимущественно предоставляются харьковскими субъектами хозяйствования.

Annotation. In article the market of logistical services in Ukraine is analysed. Kinds of logistical services which are mainly given by the Kharkiv subjects of managing are defined.

Ключові слова: ринок логістичних послуг, транспортні послуги, складські послуги.

Ринок логістичних послуг в Україні на даний момент є ще недостатньо розвинутим та недостатньо насиченим. Незважаючи на таку ситуацію, на вітчизняному ринку функціонують декілька компаній з уже заслуженим авторитетом і великим досвідом. У сучасних економічних умовах керівництво підприємств дуже відповідально ставиться до вибору логістичного партнера. Тому і від співпраці з ним очікують не тільки якісного виконання своїх зобов'язань, але і реального економічного ефекту: зменшення витрат на зберігання і складську обробку товарів, підвищення оборотності запасів, скорочення терміну і вартості доставки замовлень споживачам, професійного та ефективного організованого обліку всіх процесів товароруку тощо.

Мета дослідження – проаналізувати ринок логістичних послуг в Україні та визначити види логістичних послуг, які переважно надаються харківськими суб'єктами господарювання.

Вчені Бабій І. В., Цісар А. П. [1], Токмакова І. В. [2], Оношенко Г. А. [3] у своїх працях досліджують стан, перспективи розвитку та існуючі проблеми надання транспортних і складських послуг в Україні. Смирнов І. Г. [4] досліджує світовий ринок логістичних послуг та визначає особливості надання таких послуг у різних країнах.

Основними видами логістичних послуг є такі: надання складських, транспортних, сервісних і митних послуг [1]. Хоч на сьогоднішній момент українські логістичні компанії надають в оренду складські приміщення, беруть на відповідальне збереження товари, здійснюють транспортні перевезення, надають послуги щодо оформлення митної документації чи надають повний комплекс логістичних послуг, але лише 20 % вантажопотоку обробляють професійні логістичні компанії [1; 3]. За оцінками спеціалістів, ринок логістичних послуг розвивається і буде розвиватися дуже динамічно.

Незважаючи на те, що ринок логістичних послуг в Україні активно почав розвиватися лише на початку ХХІ століття, можна виділити такі напрями його розвитку [1 – 4]:

- розширення комплексу послуг, які надають транспортні організації;
- розширення комплексу послуг підприємствами, які надають складські послуги;
- створення нових вітчизняних логістичних операторів;
- вихід на ринок міжнародних логістичних мереж;
- підготовка відповідної нормативно-правової бази для надання якісних транспортних послуг;
- створення підґрунтя для формування транспортної системи, що відповідатиме світовому ринку транспортних послуг.

На вітчизняному ринку себе позитивно зарекомендували такі логістичні компанії: ТОВ "Рабен Україна", ТОВ "Комора-С", ПП "Українські інтелектуальні технології", ТОВ "Квантум Інтернешнел", ТОВ "КТС Плюс", Uni Laman Group, АТ "ДПД Україна" та Schoeller Arca Systems [5]. Взагалі фахівці прогнозують, що найближчим часом усе більша кількість підприємств, які орендували складські приміщення та транспортні засоби, будуть віддавати перевагу надійним і гнучким партнерам, які готові надавати високий рівень сервісу за прийнятною ціною. Тому в Україні необхідно збільшити кількість складських приміщень, які відповідають світовим стандартам, та збільшити кількість послуг, які надають транспортні організації.

Дослідивши періодичні видання з логістики [1 – 3], можна зазначити, що в Україні, зокрема у Харківській області, надається вузький спектр логістичних послуг. Перелік харківських суб'єктів господарювання, які надають логістичні послуги, наведено в таблиці.

Таблиця

Харківські суб'єкти господарювання, які надають логістичні послуги за станом на початок 2011 року (складено автором на основі [5; 6])

Форма господарювання	Назва суб'єкта господарювання	Вид логістичних послуг
1	2	3
Фізичні особи	СПД ФО Дрокін С. М.	Транспортно-експедиційні послуги щодо перевезення товарів по території України, Росії, Прибалтики, Казахстану, інших країн Європи та Азії, у тому числі здійснюються експортно-імпорتنі й митні операції
	СПД ФО Луценко В. М.	
	СПД ФО Першин К. В.	
	СПД ФО Гомон С. Г.	
	СПД ФО Пивоваров Д. В.	
	СПД ФО Сищук Н. В.	
	СПД ФО Басов В. М.	
	СПД ФО Рожков В. І.	
	СПД ФО Ващенко М. Б.	
	СПД ФО Гончарук О. М.	
	СПД ФО Косинов В. О.	
	СПД ФО Дергунов О. В.	
СПД ФО Осадчук І. О.		

1	2	3
Юридичні особи	ТОВ "Альянс-2003"	Складські послуги зі зберігання товарів
	ТОВ "Зодіак"	
	ТОВ "Iveko"	
	СС "Транс"	
	АТП 16345	
	ТОВ "Акміс"	
	ТОВ "Алеко"	
	ТОВ "Д-3-Т"	
	ТОВ "УПТК"	
	ТОВ "Koneks LTD"	
	ТОВ "Kombinat Svitanok Goskomrezerva Ukrainy"	
	АТ "Harkovskoe UPP № 4 UTOS"	
	ТОВ "Nikeveles"	
	ТОВ "Logistik Czentr Lider Klass"	
	ТОВ "Firma Elavus LTD"	
АТ "Харківелектро"		
БЦ "ПРОТОН"		

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що у Харківській області є достатня кількість компаній, які надають транспортні та складські послуги. Транспортні послуги, в основному, надаються фізичними особами. Надання інших логістичних послуг поки що не розповсюджено, як в Україні, так і в Харківській області. Можна виділити такі фактори, які сприяють розширенню вітчизняного ринку логістичних послуг: вигідне географічне розташування України, використання закордонного досвіду надання логістичних послуг, вихід на український ринок міжнародних торгових операторів, що звикли користуватися логістичними послугами тощо.

Таким чином, було проаналізовано ринок логістичних послуг в Україні. Виявлено напрями його розвитку. Визначено види логістичних послуг, які переважно надаються харківськими суб'єктами господарювання. Подальше дослідження необхідно спрямувати на розробку рекомендацій щодо впровадження закордонного досвіду з логістики в діяльність вітчизняних підприємств.

Наук. керівн. Леонова Ю. О.

Література: 1. Бабій І. В. Окремі аспекти дослідження вітчизняного ринку логістичних операторів / І. В. Бабій, А. П. Цісар // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 2. – С. 18–20. 2. Токмакова І. В. Перспективи розвитку транспортно-логістичного бізнесу в Україні / І. В. Токмакова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 34. – С. 228–229. 3. Онощенко Г. А. Стан та перспективи розвитку логістичних послуг в Україні / Г. А. Онощенко // Менеджмент та маркетинг. – 2010. – № 2. – С. 206–213. 4. Смирнов І. Г. Світовий ринок логістичних послуг: географічні особливості / І. Г. Смирнов // Вісник Київського національного університету. – 2008. – Вип. 46. – С. 63–65. 5. <http://ula-online.org/news/1-latest-news/89-log-lk2>. 6. <http://www.ua.all.biz/uk/buy/service/?rubric=506&city=819>.

Базарова О. В.

УДК 658.7

Студент 6 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НА ЗАСАДАХ ЛОГІСТИКИ

Анотація. Розглянуто проблеми підвищення ефективності виробничої діяльності промислових підприємств на засадах логістики. Запропоновано оптимальні шляхи їх усунення з позицій логістики.



Аннотация. Рассмотрены проблемы повышения эффективности производственной деятельности промышленных предприятий в соответствии с принципами логистики. Предложены оптимальные пути их устранения с позиции логистики.

Annotation. This article is devoted to the problem of increasing the efficiency of production activity of industrial enterprises according to principles of logistics. In the article from positions of logistics the basic problems into which modern industrial enterprises run and the optimum ways of their removal, such as genetic algorithms are offered.

Ключові слова: логістика, ефективність, "точно вчасно", "приховані втрати", надвиробництво, діаграма "спагетті", генетичні алгоритми, рекомбінація, мутація.

Підвищення ефективності виробництва є актуальною проблемою сьогодення, оскільки невизначеність перспектив розвитку, обмеженість фінансових, інвестиційних та матеріальних ресурсів, зношеність основних виробничих засобів – усе це спонукає сучасних товаровиробників до пошуку оптимальної стратегії організації виробництва на засадах логістики.

Якісний склад виробничих основних засобів прямо визначає технічний рівень продукції, що виготовляється, а ефективність використання обмежених ресурсів прямо впливає на кінцеві результати господарської діяльності підприємства.

Як зазначає президент України Янукович В. Ф., необхідно впроваджувати енергозберіжні технології, які дозволять випускати продукцію з конкурентоспроможною ціною та тримати орієнтир на передові і перспективні світові технології, створювати умови для розвитку науки, інновацій, нових технологій [1]. У першу чергу, це організація виробництва з урахуванням основних принципів та методів логістики, перехід на використання міжнародних стандартів для більш широкого кола товарів, обчислення та прогнозування господарської діяльності за допомогою сучасної техніки та інноваційних методів, таких, як генетичні алгоритми.

Метою даного дослідження є розгляд виробничого процесу промислового підприємства та шляхів підвищення його ефективності на засадах логістики.

Питання ефективної організації виробництва та руху матеріальних потоків із застосуванням методів та принципів логістики розглядається в роботах багатьох вчених, зокрема: М. Вейдера, Гладкова Л. А., Голікова Е. А., Танькова К. М., проте ця проблема до цього часу залишається невирішеною і вимагає подальшого вивчення [2 – 5].

Для досягнення ефективної виробничої діяльності і стійкого фінансового стану підприємства необхідне впровадження нових прогресивних концепцій менеджменту, таких, як логістика.

З погляду логістики, на підприємстві необхідно оптимізувати або синхронізувати роботу ланок виробничих і логістичних ланцюгів, підвищити рівень гнучкості виробництва та його інфраструктури до вимог ринку [5].

Підвищення ефективності виробництва вимагає не тільки зміни застарілих основних виробничих фондів, тактики управління процесами перетворення сировини "на вході" на готову продукцію "на виході", а також усунення так званих "прихованих втрат".

У будь-якій системі, у всіх процесах існують приховані втрати. Ці втрати збільшують витрати виробництва, не додаючи споживчої вартості, також вони збільшують термін окупності інвестицій і ведуть до зниження мотивації робітників. При раціоналізації процесів у промисловості на засадах логістики обов'язково потрібно виявити та спробувати усунути ці втрати.

До прихованих втрат відносять:

1. Втрати надвиробництва – з'являються коли ми виробляємо більше, ніж це потрібно. Ми робимо щось "просто на всяк випадок", замість того, щоб робити "точно вчасно".

Необхідно знайти процеси, в ході яких виробляється більше, ніж потребує замовник, тому що надлишок продукції потребує додаткових заходів з їх зберігання та скоротити втрати шляхом зменшення кількості часу на наладку, переналадку та балансування виробничих ліній.

2. Втрати через дефекти і необхідність переробки виникають тоді, коли на виробництві немає надійної превентивної системи контролю помилок у джерела, що дасть змогу швидко виявити та усунути дефект чи помилку на першій стадії виробництва і не дозволить її просунути далі.

Скоротити ці втрати можливо шляхом удосконалення системи візуального контролю і розробки повніших стандартних операційних процедур, упровадження системи запобігання помилок.

3. Втрати при пересуванні – це непотрібні переміщення персоналу, продукції, матеріалів і устаткування, які не додають цінності процесу.

У даному випадку необхідно скласти комплексну схему (діаграму "спагетті") фактичних потоків процесу, розробити і вивчити карту потоку створення цінності і карту фізичних потоків для кожного процесу з подальшим скороченням переміщень робітників, устаткування, матеріалів – це допоможе в скороченні втрат.

4. Втрати при транспортуванні виникають тоді, коли персонал, обладнання, матеріали або інформація переміщаються частіше або на більші відстані, чим це дійсно необхідно.

5. Втрати через надлишок запасів – утримувати такі запаси коштує надто дорого, також вони знижують віддачу від вкладень у робочу силу та сировину.

Потрібно виявити зайві виробничі потужності, запаси сировини, незавершеного виробництва чи готової продукції, обіг яких складає менше десяти разів на рік. Необхідно намагатися скоротити ці втрати, наприклад, застосувавши методику "точно вчасно" чи канбан, більш детально та



точніше розробляти план виробництва, користуючись комп'ютерними методами вирішення багато-параметричних функцій.

6. Втрати від зайвої обробки, які виникають при виробництві продукції чи послуг з більш високими споживчими властивостями, ніж цього потребує споживач. Необхідно визначити, які функціональні можливості реально потрібні споживачеві і за що він готовий платити. Для цього потрібно добре розуміти і чітко уявляти, як саме і в яких умовах клієнти застосовують продукт.

7. Втрати часу на чекання – це погане планування, необов'язковість постачальників, проблеми комунікації і недосконалість управління запасами призводять до простоїв, які коштують часу і грошей. Скоротити ці втрати можливо шляхом вирівнювання завантаження виробничих ліній, синхронізації процесів, у ході яких виникають простої [2].

Аналізуючи викладений матеріал, стає зрозуміло, наскільки важливо для успішної діяльності підприємства відшукати та нейтралізувати ці "приховані втрати".

Відшукати такі втрати можливо шляхом вивчення та аналізу звітної документації за певний період діяльності підприємства, але набагато складніше запропонувати дієві методи вирішення виявлених проблем та скорочення витрат для конкретного підприємства.

До іноваційних методів пошуку прихованих витрат та прийняття оптимальних рішень щодо їх скорочення відносять:

- 1) генетичні алгоритми;
- 2) нейронні мережі;
- 3) нечіткі алгоритми.

Розглянемо один з них, а саме генетичний алгоритм.

Майже всі логістичні "проблеми" відносяться до класу складних завдань оптимізації, які є комбінаторними і мають не одне, а декілька рішень [4]. Існує багато алгоритмів для розв'язку таких задач, але до останнього часу не існувало ефективного механізму пошуку рішень на множині альтернатив, що створювало перешкоди для отримання якісних результатів за визначений час.

На даний момент могутнім засобом рішення завдань оптимізації є генетичні алгоритми, які реалізують постулати теорії еволюції.

Генетичні алгоритми, ґрунтуючись на методах, схожих з принципами природного відбору, дозволяють порівняно в короткий час знайти рішення, досить близьке до оптимального.

Серед основних особливостей, що визначають ефективність використання генетичних алгоритмів в різних прикладних завданнях, можна виділити наступні:

- 1) принципова можливість вживання даного підходу спільно з іншими, як традиційними, так і новими методами розрахунку;
- 2) ефективна програмна реалізація на комп'ютерах – генетичні алгоритми реалізують просто, але досить ефективну схему обчислень;
- 3) відсутність яких-небудь додаткових вимог, що висуваються до математичної моделі;
- 4) відсутність необхідності в обчисленні похідних цільової функції;
- 5) здатність стабільного визначення глобального екстремуму цільової функції незалежно від кількості запусків програми [3].

Найбільш популярне застосування генетичних алгоритмів – це оптимізація багатопараметричних функцій. Багато завдань можуть бути сформульовані як пошук оптимального значення, де значення – складна функція, що залежить від певних вхідних параметрів.

Усі генетичні алгоритми мають загальну ітераційну схему: первинний відбір рішень, рекомбінація, мутація, відбір кращих рішень.

Оскільки використовується ітераційна схема, то з'являється можливість вирішити поставлене завдання з необхідною точністю. Перевагою такого покрокового підходу є можливість використання індивідуального методу на кожному етапі для конкретного завдання.

Наприклад, необхідно скласти програму запуску виробництва інструменту залежно від його споживання цехами за допомогою генетичного алгоритму. Планування є ключовим етапом при прийнятті рішень в управлінні й від цього залежить кінцева ефективність, то на даному етапі необхідно чітко визначити бажані результати, врахувати можливі додаткові або приховані втрати та подати всю інформацію у числовому вигляді та у вигляді обмежень (по втратах, по часу виготовлення). У даному випадку маємо цільову функцію – мінімум сумарних витрат на виробництво визначеної кількості інструменту, а також множину параметрів, які безпосередньо на неї впливають. Це може бути: список необхідного інструменту за кількістю та кінцевими датами виготовлення; список обладнання за кількістю та потужністю; кількість робітників цеху; норми й нормативи; технологічні карти по видам інструменту; наявна сировина та матеріали.

Сукупність записів (вхідних даних) – так звані хромосоми, кожна з яких складається з множини полів (генів) і містить інформацію про конкретний варіант виробничої програми, заносять до програми генетичного алгоритму, вказують бажану точність розрахунків (кількість раз проходження популяціями повного циклу "еволюційного відбору") або бажаний результат, запускають механізм генетичного алгоритму. Далі відбувається стандартна ітераційна схема.

У процесі генетичного пошуку з хромосом поступово витісняються "погані" значення генів і формуються хромосоми, відповідні кращим графікам виробництва інструменту, тобто меншому значенню цільової функції – сумі витрат на виробництво та утримання запасу. Як результат роботи алгоритму отримуємо таблицю з описом одного чи кількох можливих кращих варіантів виробничої програми – черговості та кількості запуску у виробництво кожного виду інструменту. Така програма виробництва даватиме мінімальні сумарні витрати та усуне простої обладнання.



Таким чином, з усього вищесказаного можна зробити висновок, що проблема підвищення ефективності виробництва є невід'ємною частиною підприємницької діяльності на сьогоднішній день, а значить, і економіки України в цілому. Для того щоб поліпшити ситуацію, в даному випадку необхідно, в першу чергу, приділяти увагу плануванню, адже від нього багато в чому залежать кінцеві результати діяльності. Для цього доцільно використовувати дієві й адаптовані до ринкової ситуації в країні методи розрахунку та планування, такі як генетичні алгоритми, які дозволяють не тільки знайти оптимальні рішення, а й скоротити "приховані втрати", оскільки мають систему обмежень та систему пошуку оптимуму з урахуванням багатьох параметрів.

Використання генетичних алгоритмів є перспективним напрямом в оптимізації прийняття логістичних рішень як на етапі планування, так і на етапі реалізації виробничих процесів.

У подальшому дослідженні використання генетичних алгоритмів слід розглянути їх розробку щодо питань покращення якості продукції та обслуговування споживачів, адже в сучасний час такі проблеми стоять досить гостро.

Наук. керівн. Огієнко С. О.

Література: 1. http://lb.ua/news/2011/11/16/124304_Yanukovich_otmechaet_neobhodimost.html. 2. Вэйдер М. Инструменты бережливого производства / М. Вэйдер ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишерз, 2009. – 125 с. 3. Гладков Л. А. Генетические алгоритмы : учебн. пособ. / Гладков Л. А., Курейчик В. В., Курейчик В. М. – М. : ФИЗМАТЛИТ, 2006. – 320 с. 4. Голиков Е. А. Взаимодействие маркетинга и логистики : учеб. пособ. / Е. А. Голиков. – М. : Флинта, 2007. – 568 с. 5. Таньков К. М. Виробнича логістика : навч. посібн. для студ. вищ. навч. закл. / К. М. Таньков. – 2-ге вид. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2006. – 350 с.

УДК 330.4:658.7

Козарь К. П.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

ТИПОЛОГІЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ У ЛОГІСТИЦІ

Анотація. Розглянуто важливий науковий напрям логістики – використання економіко-математичних методів для оптимізації економічних процесів і поглибленого аналізу кількісних залежностей між елементами логістики. Досліджено основні типи економіко-математичних моделей, які розробляються й впроваджуються в практику логістичного управління.

Аннотация. Рассмотрено важное научное направление логистики – использование экономико-математических методов для оптимизации экономических процессов и углубленного анализа количественных зависимостей между элементами логистики. Исследованы основные типы экономико-математических моделей, которые разрабатываются и внедряются в практику логистического управления.

Annotation. The important scientific direction of logistics – use of economic-mathematical methods for optimisation of economic processes and the profound analysis of quantitative dependences between logistics elements is considered. The basic types of economy-mathematical models which are developed and implemented into practice of logistical management are investigated.

Ключові слова: модель, економіко-математичне моделювання, метод, логістична система.

Діяльність сучасних промислових підприємств характеризується складністю та динамічністю виробничо-господарських і фінансових зв'язків, що відображається в поточних процесах. Одним зі значних резервів ефективного управління підприємством є забезпечення гармонізації руху матеріальних, фінансових, інформаційних і сервісних потоків з урахуванням впливу чинників внутрішнього та зовнішнього середовища, що досягається шляхом упровадження логістико-орієнтованого підходу до управління. Проблеми зниження логістичних витрат, зменшення тривалості циклів виконання замовлень споживачів, підвищення якості логістичного сервісу та надійності ланцюгів поставок сьогодні є найважливішими для підприємств. Для їх вирішення при управлінні логістичною діяльністю обов'язковим є застосування аналітичного апарату підготовки й прийняття управлінських рішень – методів, технологій, моделей логістики, що підтверджує важливу роль процесу



моделювання в удосконаленні логістичної діяльності й висуває тематику статті в ряд актуальних і практично значимих у сучасних умовах.

Метою дослідження є узагальнення теоретичних підходів щодо використання економіко-математичних методів для моделювання логістичних процесів на мікрорівні.

Дослідженню даної теми присвячені роботи таких авторів, як Варфоломеев В. І. [1], Лукінський В. С. [2], Бродецький Г. Л. [3], Шапіро Дж. [4] та ін.

Економіко-математичне моделювання є невід'ємною частиною будь-якого дослідження в галузі економіки. Бурхливий розвиток математичного аналізу, дослідження операцій, теорії ймовірностей і математичної статистики сприяло формуванню різного роду моделей економіки.

Економіко-математична модель становить формалізований опис керованого економічного об'єкта (процесу), що включає заздалегідь задані, відомі параметри, показники й шукані невідомі величини, що характеризують разом стан об'єкта, його функціонування, об'єднані між собою зв'язками у вигляді математичних залежностей, співвідношень, формул. Зазначимо, що до економіко-математичних моделей прийнято відносити не тільки чисто математичний опис об'єктів і процесів, але й логічні зв'язки у вигляді, наприклад, матриць, графів, структурних схем [2].

Важливий науковий напрям логістики – це використання сучасної обчислювальної техніки й математичних методів для оптимізації економічних процесів і поглибленого аналізу кількісних залежностей між елементами логістики. Із цією метою розробляються й впроваджуються в практику різноманітні економіко-математичні моделі.

Під моделлю в цьому випадку варто розуміти будь-яке відображення логістичної системи, що може бути використане замість неї для дослідження її властивостей і прогнозування можливих варіантів її поведінки [1].

Усі моделі логістичних систем діляться на два класи: ізоморфні й гомоморфні [1].

Ізоморфні моделі становлять повний еквівалент всім морфологічним і поведінковим особливостям модельованої системи й здатні повністю замінити її. Однак побудувати й досліджувати ізоморфну модель практично неможливо внаслідок неповноти й недосконалості знань про реальну систему й недостатню адекватність методів і коштів такого моделювання.

Тому практично всі моделі, використовувані в логістиці, є гомоморфними, які становлять моделі, подібні до відображуваного об'єкта лише у відносинах, характерних і важливих для процесу моделювання. Інші аспекти будови й функціонування при гомоморфному моделюванні ігноруються.

Гомоморфні моделі діляться на матеріальні й абстрактно-концептуальні.

Матеріальні моделі знаходять у логістичному управлінні обмежене застосування, що пов'язане із труднощами й дорожнечою відтворення на такого роду моделях основних геометричних, фізичних і функціональних характеристик оригіналу й край обмеженими можливостями варіювання їх у процесі роботи з моделлю [4].

Тому для логістики в основному використовуються абстрактно-концептуальні моделі, які підрозділяють на символічні й математичні.

Символьні моделі побудовані на основі різних, певним чином організованих знаків, символів, кодів, слів або масивів чисел, що зображують досліджуваний оригінал. Для побудови подібних моделей використовуються такі символи або коди, які є однозначними, що не допускає можливості різного тлумачення структур й процесів, що моделюються. Наприклад, для мовного опису моделей використовуються спеціальним чином побудовані словники (тезауруси), у яких на відміну від звичайних тлумачних словників кожне слово має тільки одне певне значення [4].

Інформацію, отриману за допомогою використання символічних моделей, незручно обробляти (хоча це й можливо) для подальшого використання в системах логістичного управління. Тому найбільше поширення в процесі створення й експлуатації систем логістичного управління одержали математичні моделі. Математичне моделювання буває аналітичне й імітаційне.

Особливістю аналітичних моделей є те, що закономірності будови й поведінки об'єкта моделювання описуються в прийнятній формі точними аналітичними співвідношеннями. Ці співвідношення можуть бути отримані як теоретично, так і експериментально. Теоретичний підхід застосовується тільки для простих компонентів і систем, що допускають сильне спрощення й високий ступінь абстракції. Крім того, ускладнена перевірка адекватності отриманого аналітичного опису, оскільки поведінка об'єкта, що моделюється, заздалегідь не визначено, а саме й повинно бути з'ясоване в результаті моделювання. Для визначення цього поведінки й складається даний аналітичний опис. Аналітичний опис може бути визначений також шляхом проведення експериментів над досліджуваним об'єктом. Більш універсальним підходом володіє імітаційне моделювання [3].

Імітаційна модель – це комп'ютерне відтворення розгортання в часі функціонування модельованої системи, тобто відтворення її переходу з одного стану в інший, здійснюване відповідно до однозначно певних операційних правил [3].

Імітаційні моделі відносяться до класу описових моделей. При цьому машинна імітація не обмежується розробкою лише одного варіанта моделі й одноразовою її експлуатацією на ЕОМ. Як правило, модель модифікується й коректується: варіюються вихідні дані, аналізуються різні правила дії об'єктів. Випробування моделі здійснюються таким чином, щоб перевірити й зрівняти між собою різні структурні варіанти логістичних систем. Імітація завершується перевіркою отриманих результатів і видачею рекомендацій для практичного впровадження [1].

Імітаційні моделі широко застосовуються для прогнозування поведінки логістичних систем, при проектуванні й розміщенні підприємств, для навчання і тренування персоналу й т. д.

На рисунку відображено типологію економіко-математичних моделей, які використовуються в логістиці.

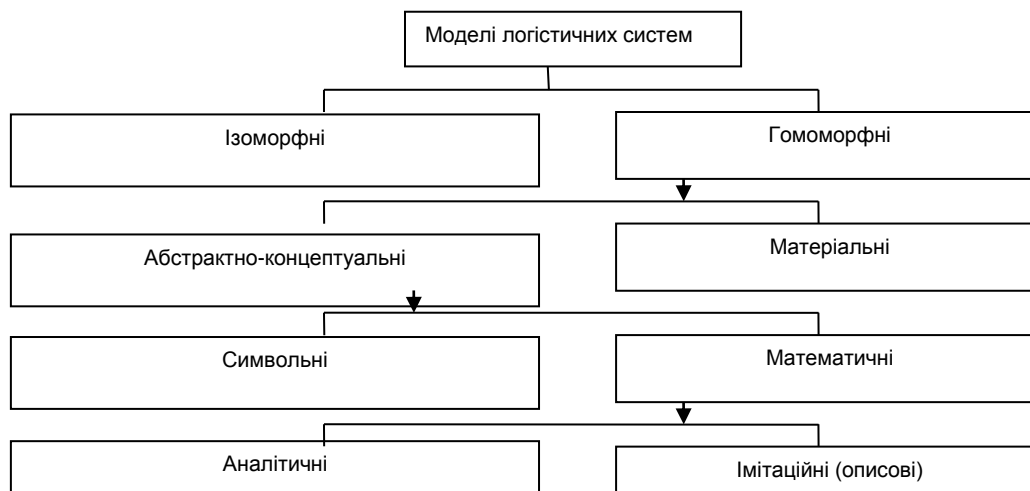


Рис. Типи економіко-математичних моделей

Таким чином, у дослідженні було розглянуто сутність економіко-математичного моделювання, а також була представлена типологія моделей, що відображає основні типи моделей, що використовуються в логістиці. Треба зазначити, що особливістю процесу моделювання логістичних процесів на мікрорівні є використання саме імітаційних моделей у той час, як на макрорівні використовуються аналітичні моделі, які є універсальними та відображують стабільні і стійкі зв'язки між елементами логістичних систем та параметрами логістичних процесів (потоків). Проблеми паралельного використання і аналітичних, і імітаційних моделей в логістичному управлінні на підприємствах є недостатньо вирішеними як в теоретичному, так і в практичному аспектах, що обумовлює необхідність їх подальшого дослідження.

Наук. керівн. Колодізева Т. О.

Література: 1. Варфоломеев В. И. Алгоритмическое моделирование элементов экономических систем / В. И. Варфоломеев. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 203 с. 2. Лукинский В. С. Модели и методы теории логистики [текст] : учебн. пособ. / под ред. В. С. Лукинского. – СПб. : Питер, 2008. – 448 с. 3. Бродецкий Г. Л. Экономико-математические методы и модели в логистике: Поток событий и системы обслуживания / Г. Л. Бродецкий. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 388 с. 4. Шапиро Дж. Моделирование ланцюга поставок / Дж. Шапиро ; пер. с англ. под ред. В. С. Лукинского. – СПб. : Питер, 2006. – 720 с.

УДК 658.77

Гринченко А. Ю.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КРИТЕРИЕВ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ CROSS-DOCKING НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация. Рассмотрен вопрос об установлении критериев эффективности перехода предприятий от классической системы складирования и грузопереработки к системе cross-docking, а также указывается необходимость приведения в соответствие общей стратегии предприятия и стратегии логистики в таких аспектах, как усиление внутрифирменной и межфункциональной интеграции и переход к управлению сквозными материальными потоками.

© Гринченко А. Ю., 2012



Анотація. Розглянуто питання щодо встановлення критеріїв ефективності переходу підприємств від класичної системи складування та вантажопереробки до системи cross-docking, а також вказується необхідність приведення у відповідність загальної стратегії підприємства та стратегії логістики в таких аспектах, як посилення внутрішньофірмової та міжфункціональної інтеграції і перехід до управління наскрізними матеріальними потоками.

Annotation. In the article the question about criteria for efficiency of the enterprise transition from classic warehousing system and freight conversion to "cross-docking" system is regarded, and also the necessity of making agreement between general enterprise strategy and logistics strategy in increasing of inside enterprise and interfunctional integration and transition to coordination of transparent material lines is pointed.

Ключевые слова: цепочка поставок, кросс-докинг, товародвижение, электронный документооборот.

Интенсификация производственно-торговых отношений в Украине, ужесточение конкуренции между логистическими провайдерами обуславливает необходимость постоянного снижения затрат на сбыт, а также повышения эффективности процессов грузопереработки.

Множество устаревших структур и методов организации сбытовых процессов на предприятиях становятся неэффективными как для службы сбыта, так и для предприятия в целом, поскольку не всегда соответствуют новым принципам рыночной экономики, которые опираются на усиление внутрифирменной межфункциональной интеграции.

Изучением комплекса проблем относительно повышения эффективности сбытовой деятельности предприятия занимались такие ученые как Дж. Джонсон, В. Дональд, Ф. Вордлоу, Л. Дэниел, Мерфи-мл., Р. Поль [1], Сумец А. М. [2], Дыбская В. В., Зайцев Е. И., Сергеев В. И., Стерлигова А. Н. [3].

Cross-docking (англ. *cross* – напрямую, пересекать, англ. *dock* – док, погрузочная платформа, стыковка) представляет собой систему товародвижения внутри склада, когда приемка и отправка товара осуществляется без его размещения в зоне хранения, в результате чего партия продукции доставляется от поставщика потребителю за максимально короткий срок, что приводит к повышению эффективности процессов грузопереработки, и соответственно снижению затрат на сбыт. Сущность складирования по принципу cross-docking совпадает с основным назначением склада в логистической системе. С позиции логистики, склад не хранит грузы, а преобразовывает грузопотоки, что в отношении структуры складских площадей означает предпочтение площадей для приемки и комплектации над зоной хранения, которая либо сводится к минимуму, либо отсутствует совсем [3].

Задача оптимизации складского хозяйства требует четкого методического подхода: недопустимым является копирование технологий грузопереработки, планировочных решений или организационных процессов, осуществляемых на других складах. [3]. Необходимо определить, является ли целесообразным для предприятия изменение существующей системы грузопереработки на систему cross-docking, и будет ли выбранная стратегия распределения материальных потоков на складе соответствовать общей стратегии предприятия в сфере распределения.

Целью исследования является определение критериев эффективного использования системы cross-docking на предприятиях.

Рассмотрим требования, выполнение которых со стороны предприятия необходимо для осуществления данной цели:

- требования к выбору товаров;
- требования к выбору поставщиков;
- требования по техническому оснащению склада;
- требования к персоналу;
- требования к информационной системе.

Для системы cross-docking наиболее подходят товары, которые характеризуются:

1. Высоким уровнем прогнозируемости спроса, большими объемами транспортировки и повышенными требованиями к скорости доставки потребителю: скоропортящиеся продукты; товары массового потребления; продукция, транспортируемая из одного розничного магазина в другой.

2. Отсутствием необходимости в тщательной проверке качества при получении: высококачественные товары; продукция для рекламных мероприятий; заранее отобранные и упакованные заказы с другого участка; возвращаемые товары.

Для организации cross-docking следует выбирать поставщиков, которые:

1. Неукоснительно выполняют требования к количеству поставляемого товара, времени доставки, наличию ярлыков, этикеток; качеству продукции и упаковки.

2. Подготавливают продукцию для эффективной обработки на следующем участке в логистической цепочке.

3. Эффективно и быстро предоставляют информацию своим клиентам.

4. Готовы к внедрению системы электронного документооборота либо имеют ее.

При техническом оснащении склада для системы Cross-docking необходимо:

1. Предусмотреть достаточное количество точек отгрузки товаров и погрузочно-разгрузочной техники.

2. Обеспечить быструю и свободную транспортировку товара по всему складу.

3. Внедрить систему координации движения автомобилей во избежание задержек.



4. Использовать конвейерные сортировочные системы для движения товаров от зоны приемки к зоне отгрузки, а также к станциям для печати и наклеивания этикеток.

Требования к персоналу включают наличие опытных мастеров погрузочно-разгрузочных участков и диспетчеров по движению материальных потоков на складе, которые могут осуществить правильную расстановку персонала. Мастера участков должны уметь оценить возможности приемки и размещения груза еще до его прибытия. При работе системы "Cross-docking" может понадобиться дополнительный персонал, эффективнее при этом привлечь специалистов, чем нанимать большое количество неквалифицированных работников.

Требования к информационной системе обязательно включают в себя наличие электронного документооборота. При этом обеспечивается отслеживание заказов в реальном времени, уменьшается уровень ошибок, водитель получает автоматические указания о движении к нужным воротам. Наиболее эффективна система радиочастотной идентификации с помощью чипов – RFID (РЧИ), которая позволяет получать данные о поступающих и отгружаемых грузах без сканирования, в пределах прямой видимости, что позволяет повысить уровень контроля наличия товарно-материальных ценностей и таким образом сократить затраты рабочего времени на проведение инвентаризаций.

Результаты функционирования системы cross-docking заключаются в отсутствии необходимости контроля счетов в магазинах и проводок бухгалтерской документации. Значительно снижаются расходы на логистику у компании, и исчезает необходимость инвестирования средств в складские помещения [4].

Таким образом, переход от существующей системы грузопереработки и складирования на предприятии к системе cross-docking является целесообразным, только если выполняются базовые требования к товару, поставщикам, техническому оснащению, персоналу и информационной системе, описанные в предоставленной статье, а также если стратегия логистики соответствует стратегии предприятия в различных сферах деятельности, прежде всего, в таких аспектах, как усиление внутрифирменной и межфункциональной интеграции и переход к управлению сквозными материальными потоками.

В дальнейшем следует исследовать аспекты внедрения системы cross-docking на предприятиях различных отраслей хозяйствования (машиностроения, мясомолочной промышленности, сельского хозяйства и других) товары, поставщики, техническое оснащение, персонал и информационная система которых соответствует определенным в статье критериям.

Научн. рук. Огиенко С. А.

Литература: 1. Современная логистика / Джонсон, Дж., В. Дональд, Ф. Вордлоу, Л. Дэниел и др. ; пер. с англ. – 7-е изд. – М. : Издательский дом "Вильямс", 2002. – 624 с. : ил. 2. Сумец А. М. Логистика: Теория, ситуации, практические задания : учебн. пособ. / А. М. Сумец. – К. : Хай-Тек Пресс, 2008. – 320 с. 3. Логистика : учебник / В. В. Дыбская, Е. И. Зайцев, В. И. Сергеев и др. ; под ред. В. И. Сергеева. – М. : Эксмо, 2008. – 944 с. 4. Пройсс Т. Нескладная логистика / Т. Пройсс // Logistics: Логистика : журнал практической логистики. – 2007. – № 4–5. – С. 34–36.

УДК 005.21:658.7

Колодій О. О.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

ОПТИМІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто пошук шляхів зменшення логістичних витрат і підвищення рівня конкурентоспроможності і доходності підприємства.

Аннотация. Рассмотрено поиск путей уменьшения логистических затрат и повышения уровня конкурентоспособности и доходности предприятия.

Annotation. The search of ways diminishing logistic expenses and increase of level of competitiveness and profitability of enterprise is examined in the article.

Ключові слова: оптимізація, ефективність діяльності, логістична система, конкурентоспроможність.

© Колодій О. О., 2012

101

"Управління розвитком", №3(124)2012



Рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку залежить від рівня загальних витрат. Собівартість власне виробництва продукції може займати незначну частку в структурі логістичних витрат, а величина витрат на просування продукції до споживача і на організацію збутової мережі, навпаки, може бути відносно високою.

В умовах ринкової економіки особливий інтерес становить вивчення логістичних витрат підприємства, визначення їх місця і ролі в механізмі ціноутворення. Важливим питанням є пошук шляхів зменшення логістичних витрат і на цій основі зниження рівня цін на логістичні послуги підрозділів, підвищення рівня конкурентоспроможності й дохідності підприємств.

Питанням оптимізації управління логістичної діяльності присвячені дослідження багатьох зарубіжних і вітчизняних учених, зокрема: Миротина Л. Б., Крикавського Є. В., Чухрай Н. І., Сергєєва В. І., Стоку Дж. Р., Ламберта Д. М., Д. Уотерса, Ф. Хейта та ін.

Метою даного дослідження є пошук шляхів зменшення логістичних витрат і підвищення рівня конкурентоспроможності і дохідності підприємства.

Для досягнення поставленої мети були вирішені такі завдання:

1) розглянуто основні чинники і показники оцінки ефективності функціонування логістичних систем;

2) визначено основні проблеми оптимізації логістичної діяльності і шляхи їх вирішення.

Як впливає з визначення логістики, її основним завданням є оптимізація ресурсів при управлінні основними і супутніми потоками в логістичній системі [1].

Під оптимізацією розуміється процес знаходження екстремумів (глобального максимуму або мінімуму), які можуть бути оцінені як кращі значення (показники) певної цільової функції або вибір найкращого (оптимального) варіанта з множини можливих.

У будь-якої фірми ресурси для ведення бізнесу, досягнення стратегічної, тактичної або оперативної мети обмежені. Тому завдання оптимізації ресурсів у логістичній системі може бути сформульоване двояко [2]:

1) при обмежених ресурсах добитися глобального максимуму векторної цільової функції (системи планових показників) логістичної системи;

2) при запланованих значеннях показників логістичної системи добитися сукупного мінімуму використовуваних ресурсів.

Оптимізація ресурсів фірми в логістичному процесі і виборі варіантів рішень полягає у виборі показників, що відбивають ефективність логістичної системи (таблиця) [3].

Таблиця

Основні чинники і показники оцінки ефективності функціонування логістичних систем

Логістична функція	Чинники і показники
1	2
Логістичне адміністрування	Вироблення на одного працівника. Трудомісткість. Зарплатомісткість. Рівень кваліфікації персоналу
Надходження, обробка і оформлення замовлення	Тривалість оформлення замовлення. Якість обслуговування замовлень споживачів. Витрати на прийняття замовлення. Асортимент послуг порівняно з конкурентами. Кількість замовлень, кількість відмов. Рівень задоволення заявок споживачів. Доля витрат по закупівлі, транспортуванні, складуванні і зберіганні
Планування виробництва	Питома витрата матеріалів і сировини. Об'єм виробленої продукції. Продуктивність. Собівартість виробництва продукції
Закупівля продукції	Оптимальний розмір закупівлі. Об'єм закуповуваної продукції. Періодичність розміщення замовлень. Термін виконання замовлення. Кількість постачальників. Сума пов'язаного капіталу. Витрати на закупівлю
Постачання продукції	Час постачання. Частота постачання. Безвідмовність постачання. Інтервал постачання

1	2
Складування і зберігання продукції на складі	Час складування. Кількість надходжень на склад. Запаси в дорозі. Рівень механізації складських робіт. Коефіцієнт обороту продукції на складі. Коефіцієнт оборотності обігових коштів. Коефіцієнт використання складського інвентаря. Коефіцієнт використання площі складу. Запасоємкість, затратноємкість. Продуктивність праці складських працівників. Витрати на складування і зберігання
Збут продукції	Об'єм реалізованої продукції. Швидкість товарообігу. Товарооборотність. Кількість споживачів. Коефіцієнт реалізації
Доставка замовлення	Виконання замовлень. Вживані транспортні концепції. Використання оборотної тари. Уніфікація і стандартизація тари. Коефіцієнт використання транспортних засобів. Кількість недопоставок. Рівень механізації навантажувально-розвантажувальних робіт. Коефіцієнт використання тари. Сумарні простої транспортних засобів. Об'єм перевезень. Загальний пробіг. Час доставки. Тарифи транспортування. Втрати і розкрадання вантажу

Прагнучи оптимізувати ресурси в логістичній системі, підприємство стикається з численними проблемами, пов'язаними з такими чинниками:

- взаємозамінюваністю ресурсів;
- багатокритерійним характером більшості завдань оптимізації;
- нелінійним характером залежності використання одного ресурсу від інших;
- складністю формалізованого опису використання ресурсів, параметрів оптимізації, цільових функцій;
- неоднозначним вибором системи вимірників для оцінки використання ресурсів;
- стохастичним і динамічним характером більшості параметрів оптимізації і цільової функції;
- складністю, великою розмірністю і слабкою формалізацією об'єктів та процесів у логістичній системі;
- складністю моделювання об'єктів і процесів;
- впливом великої кількості стохастичних чинників довкілля на функціонування логістичної системи;
- високим рівнем невизначеності і ризиків.

Для того щоб контролювати логістичні витрати, фахівцям служби логістики необхідно [3]:
визначити центри зосередження витрат – функціональні області бізнесу, де накопичуються значні витрати і де ефективно їх зниження може принести реальні результати;
знайти важливі пункти витрат в межах кожного центру їх зосередження;
розглядати бізнес підприємства в цілому як один потік витрат;
розглядати вартість швидше як суму, яку платить споживач, ніж як суму витрат, яка виникає в межах підприємства як юридичної особи або об'єкта податкового обліку;
класифікувати логістичні витрати відповідно до їх основних характеристик і таким чином здійснювати діагностику загальних витрат.

Конкурентоспроможність підприємства залежить не лише від рівня витрат, пов'язаних з роботою самого підприємства, але і від рівня витрат постачальників і каналів розподілу.

Для досягнення переваги сукупні витрати підприємства мають бути нижчі, ніж у конкурентів. Існують два шляхи досягнення цього:

- 1) ефективніше, ніж конкуренти, використати ресурси і управляти чинниками, що впливають на витрати;
- 2) перебудувати структуру витрат підприємства так, щоб виключити деякі елементи, що створюють витрати.

Тому практичні завдання оптимізації ресурсів в логістичних системах повинні вирішуватися за допомогою інформаційно-комп'ютерної підтримки у рамках корпоративної системи управління



фірми, за наявності досить потужних засобів моделювання (наприклад, методології SADT, технологій динамічного моделювання складних об'єктів CASE і CALS) і рішень з оптимізації (наприклад, у рамках систем MRP II/ERP) в умовах великої розмірності та високого рівня невизначеності [4].

Оптимізація ресурсів може здійснюватися на різних рівнях ієрархії логістичної системи, наприклад у рамках функціональної області, підсистеми, окремої логістичної функції. Одночасно має бути виконаний принцип глобальної оптимізації, тобто локальні критерії оптимізації і рішення, що приймаються на їх основі, не повинні суперечити глобальному оптимуму логістичної системи в цілому.

Таким чином, було розглянуто основні чинники і показники оцінки ефективності функціонування логічних систем, а також визначено основні проблеми оптимізації логістичної діяльності підприємства. Ефективний контроль логістичних витрат вимагає, щоб діяльність підприємства оцінювалася в цілому. Для розуміння бізнесу в цілому треба мати уявлення про результати діяльності усіх його функціональних областей. При контролі тільки над витратами, що утворюються в межах одного окремого бізнесу в логістичному ланцюжку, не можна сказати, що логістичні витрати дійсно знаходяться під контролем. Контроль над логістичними витратами вимагає, щонайменше, щоб були відомі усі витрати і був зрозумілий процес їх утворення.

Перспективами подальших наукових досліджень є розробка логістичних моделей, сприяючих значному зниженню об'єму оперативних витрат у ланцюзі створення споживчої вартості. Розвиток логістики як науки повинен забезпечити необхідний рівень логістичного сервісу, який передбачає встановлення прийнятної рівня обслуговування в сучасних умовах ринку.

Наук. керівн. Огієнко С. О.

Література: 1. Криківський Є. В. Логістичні системи : навч. посібн. / Є. В. Криківський, Н. В. Чернописька. – Львів : Вид. Національного університету "Львівська політехніка", 2009. – 264 с. 2. Савченко Л. В. Оптимизация решений в логистике: теория и практика / Л. В. Савченко. – К. : РИО НТУ, 2007. – 248 с. 3. Эффективность логистического управления : учебник для вузов / под общ. ред. докт. техн. наук, проф. Л. Б. Миротина. – М. : Изд. "Экзамен", 2004. – 448 с. 4. <http://logsystems.ru>.

Родіонова О. В.

УДК 005.332.4: 658.62

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

ЛОГІСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Анотація. Розглянуто теоретичні положення логістичного забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції з метою успішного функціонування підприємств.

Анотация. Рассмотрены теоретические положения логистического обеспечения качества и конкурентоспособности продукции с целью успешного функционирования предприятий.

Annotation. The theoretical problems of logistics of product quality and competitiveness with a view to the successful operation of enterprises are considered.

Ключові слова: якість, логістика, конкурентоспроможність, продукція.

Дана тема актуальна в наш час, тому що у зв'язку зі становленням ринкових відносин в останні роки почав активно розвиватися новий науково-практичний напрямок – логістика. Логістика охоплює всю сферу діяльності підприємства, прагнучи на всіх стадіях розвитку виробництва скоротити витрати і випустити продукцію заданої кількості та якості у встановлені терміни та у встановленому місці. Підприємства, що перейшли на систему організації виробництва за принципами логістики, стабільно забезпечують конкурентоспроможність своєї продукції.

Мета дослідження – подальший розвиток теоретичних положень логістичного забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції з метою успішного функціонування підприємств.

© Родіонова О. В., 2012



Аналіз даної теми ґрунтується на роботах таких відомих економістів, як: Окландер М. А., Янченко В. Ф., Григорак М. Ю., П. ван Донкелаар, Ліфиць І. М., Миротин Л. Б., Іванов С. Б.

Зростання українських підприємств проходило в умовах відсутності конкуренції. Тобто для успішного функціонування компанії в Україні необхідно було зайняти вільну нішу. Але ситуація з кожним роком змінюється, а саме вільних ніш в економіці стає все менше, конкуренція загострюється. Таким чином, екстенсивне зростання українських компаній у подальшому буде сповільнюватися та згодом переміститися на інтенсивний тип розвитку виробництва. Внаслідок цього керівники підприємств знаходяться в постійному пошуку нових (адекватних умов конкуренції) інструментів управління підприємствами і важелів підвищення їх конкурентоспроможності. Проблема підвищення конкурентоспроможності підприємства і, як наслідок, продукції відображає практично всі сторони життя суспільства і тому незмінно перебуває під пильною увагою держави в розвинених ринкових країнах [1].

Досягнення високої якості продукції значною мірою є результатом діяльності, що передує безпосередньому контакту зі споживачами. Кінцевий результат діяльності забезпечується, з одного боку, раціональним вибором ринку збуту та відповідної клієнтури, а з іншого – тим, наскільки раціонально і ефективно організовані матеріальні потоки, що включають постачання сировиною, матеріалами, комплектуючими виробами, їх транспортування, зберігання, складування та їх необхідне перетворення. Саме ці процеси є предметом логістики [2; 3].

Григорак М. Ю. зазначає, що завдяки потенціалу логістики можливо підвищити організаційно-економічну стійкість і конкурентні позиції підприємства на ринку [4]. Ця теза досить чітко підкреслює те, що сьогодні конкурентні переваги отримують ті підприємства, які керуються логістичною стратегією.

Підприємств, що випускають однорідну продукцію, зараз велика кількість. У зв'язку з цим між ними виникає жорстка конкуренція за те, щоб зайняти лідируючі позиції на ринку. Тому випуск якісної, але в той же час недорогої і конкурентоспроможної продукції – головне завдання підприємства.

Якість є системоутворюючим фактором конкурентоспроможності продукції. За сучасних умов питання про те, якою має бути якість продукції, пов'язане з найрізноманітнішими аспектами життя людини. П. ван Донкелаар, відомий спеціаліст з питань якості, запропонував нове формулювання поняття "якість", яке б повною мірою відображало існуючий підхід до проблеми. Він вважає, що виріб має хорошу якість тільки в тому випадку, якщо при мінімальній вартості життєвого циклу він забезпечує максимальний внесок у задоволення потреб людей, що беруть участь у його проектуванні, виготовленні, використанні, підтримці в працездатному стані і відновленні, при мінімальних витратах енергії та інших ресурсів і з прийнятним впливом на навколишнє середовище і людину [5].

З наведеного формулювання очевидно, що при розгляді якості продукції сьогодні необхідно мати на увазі не тільки технічні та економічні показники, а й екологічні, ергономічні, правові, соціологічні та інші фактори.

На створення сучасної стратегії якості надають рішучий вплив два фактори.

Перший фактор – це нове величезне значення якості продукції для формування купівельних звичок споживачів. Дослідження ринку, проведені останнім часом [6], довели, що споживачі при винесенні рішення про закупівлю, надають якості таке ж, якщо не більше, значення, як і ціні. Однією з основних причин, що викликали ці значні зміни, на думку дослідників, є інфляція. Для середнього споживача товари, що мають більш високі ціни, майже завжди означали товари більш високої якості – нині ж ціни підвищуються внаслідок інфляції [6].

Другим фактором є те, що підвищення якості стало для фірм одним з найбільш ефективних шляхів зростання продуктивності і скорочення витрат в нинішніх економічних умовах. Деякі, найбільш процвітаючі фірми, усвідомили, що їх готові до використання потенційні можливості можуть бути реалізовані тільки через ефективні програми якості. Донедавна вважалося, що найбільш високий рівень якості обумовлений великими витратами на виробництво виробу. Насправді висока якість означає раціональне використання ресурсів, наявних у розпорядженні компанії. Фірми, які мають сильне керівництво і здатні технічні кадри для впровадження цього принципу у свої ділові операції, отримали чудові результати зі скорочення витрат і підвищення продуктивності [6].

Ці два істотні фактори – зміни в купівельних звичках і значення якості для продуктивності й вартості – призвели до значної зміни функцій програм якості в різних підприємствах [6].

Отже, базуючись на сказаному можна зазначити, що думки економістів практично єдині в тому, що стратегія якості – необхідна складова стратегії конкурентоспроможності підприємства. На погляд автора, стають очевидними такі твердження, пов'язані з реалізацією поставленої мети:

- конкурентоспроможною може бути визнана тільки така продукція, яка володіє різними за своєю природою показниками, що не поступаються відповідним показникам проданого товару в умовах конкретного ринку;

- комплексне дослідження ринку, за допомогою методів сучасного маркетингу має бути основою для оцінки конкурентоспроможності будь-якого виду продукції. Це дозволить не просто знайти і вивчити аналоги випущеної компанією товару, але й правильно оцінити місце товару в освоєній ніші в зіставленні з можливим перспективним збільшенням ринкового сегмента збуту;



• при придбанні товару споживач зупиняє свій вибір на тому продукті, який найбільшою мірою задовольняє його потребу.

Таким чином, конкурентоспроможність товару визначається (на відміну від якості самого продукту) тільки тією сукупністю властивостей, які становлять безсумнівний інтерес (коли сукупності параметрів самого товару, упаковки та бренда збігаються) для певної групи покупців.

Щоб виявити взаємозв'язок логістики компанії з якістю, виробленої цією компанією продукції (послуг), необхідно дати відповідь на запитання: на які з виявлених п'яти складових якості впливає логістика компанії? (таблицю розроблено автором на основі роботи [7]).

Таблиця

Напрями та засоби впливу логістики на складові якості товару

Складові якості товару	Напрями та засоби впливу логістики
1. Функціональність	Це набір функцій продукту або послуги. Функціональність самого продукту швидше лежить поза областю дії логістики, тому що функціональність закладається під час маркетингових досліджень і подальшого проектування продукту. Але функціональність і якість виконання післяпродажного (логістичного) сервісу традиційно належить до галузі логістики, а гарна організація цих процесів істотно позначається на задоволеності споживачів
2. Відповідність продукту (послуги) вимогам специфікації та іншим нормативам	Ця відповідність лише частково лежить в області дії логістики. Виробничі процеси відрізняються від логістичних тим, що в них відбувається перетворення ресурсів у готову продукцію, зміна їх функціональності, контроль дотримання вимог технічних умов та специфікацій
3. Якість поставки продукту (послуги)	Це головна складова якості, що забезпечується системою логістики на підприємстві. Якість поставки залежить від багатьох факторів: закупівлі і постачання (закупівельна логістика), планування виробництва, потреб у сировині і матеріалах (виробнича логістика), організації зберігання сировини, матеріалів і готової продукції (складська логістика), організації та плануванні доставки сировини, матеріалів і готової продукції (транспортна логістика)
4. Якість взаємодії зі споживачем	Знаходиться скоріше поза областю дії логістики, тому що це елемент корпоративної культури і технології продажів. Однак, вплив організації процесів у цій галузі, особливо в частині логістичного сервісу, можна віднести до сфери дії логістики
5. Складова, що характеризує якість діяльності організації	В основу оптимізації виробничо-логістичної системи можуть бути покладені методи, пов'язані з референтною моделлю SCOR (Supply-Chain Operations Reference-model). На сьогодні ця модель визнається в якості міжнародного міжгалузевого стандарту при плануванні та управлінні ланцюгами поставок. Підтримка цього стандарту свідчить про зрілість логістичних процесів компанії і, отже, підвищує довіру споживача та її конкурентоспроможність

Таким чином, логістичне забезпечення рівня якості відповідно до вимог, які висуваються покупцями на даному ринку, є одним з важливих і обов'язкових умов конкурентоспроможності продукції товаровиробника. Звідси випливає, що на товарних ринках постійно йде конкурентна боротьба: змінюються умови, з'являються нові товари, посилюється значущість брендів, модифікується або створюється нова упаковка – в результаті чого підприємствам необхідно постійно проектувати, виробляти і збувати в тих чи інших конкретних умовах товари, які користуються більш пріоритетним попитом у споживачів за комплексом цінових і нецінових характеристик, ніж товари конкурентів.

Наук. керівн. Колодізєва Т. О.

Література: 1. Окландер М. А. Логістика : навч. посібн. / М. А. Окландер. – К. : Зовнішня торгівля, 2005. – 234 с. 2. Янченко В. Ф. Управление качеством в сфере услуг. Системно-логистический подход : монография / В. Ф. Янченко. – СПб. : РГПУ им. А. И. Герцена, 2001. – 352 с. 3. Миротин Л. Б. Эффективная логистика / Л. Б. Миротин. – М. : Экзамен, 2002. – 160 с. 4. Зубар Н. М. Логістика у ресторанному господарстві : навч. посібн. для студ. вищ. навч. закл. / Н. М. Зубар, М. Ю. Григорак. – К. : Центр навчальної літератури, 2010. – 308 с. 5. Donkelaar van P. Naturverträgliche Technologien für Produkte, die mit der Natur in Einklang stehen. Ehningen/Böblingen/ Börlin. – М., 1991. 6. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М. : Высшее образование, 2007. – 390 с. 7. Иванов С. В. Роль логистики в обеспечении качества и конкурентоспособности / С. В. Иванов // Логинфо. – 2008. – № 10(88). – С. 12–13.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ РОЗПОДІЛУ ПРОДУКЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО ДИСТРИБ'ЮТОРА

Анотація. Розглянуто теоретичні аспекти створення системи розподілу продукції, підходи до ефективного управління та вдосконалення даної системи у діяльності регіонального дистриб'ютора.

Аннотация. Рассмотрены теоретические аспекты создания системы распределения продукции, подходы к эффективному управлению и усовершенствованию данной системы в деятельности регионального дистрибьютора.

Annotation. This article describes the theoretical aspects of the product distribution system and its efficient management, as well as possible ways of its improvement in the activities of the regional distributor.

Ключові слова: система розподілу продукції, канали розподілу, дистриб'ютор, розподільча діяльність, посередник, ефективність каналів розподілу, логістичні функції, ланцюг розподілу, виробник, логістичні витрати.

У сучасних умовах господарювання та регіоналізації економіки для торгово-промислових підприємств важливим фактором підвищення конкурентоспроможності є створення та впровадження ефективної логістичної політики розподілення, яка б сприяла зменшенню витрат у процесі поставання, виробництва, розподілу та оптимізації процесу збуту продукції. Актуальність дослідження логістичної системи розподілу продукції регіонального дистриб'ютора пояснюється тим, що її вивчення та практичне застосування значно підвищує ефективність діяльності підприємства, що, у свою чергу, призводить до збільшення прибутку.

Дані питання досліджувалися такими вченими: Бевзенко В. Ф. [1], Бутенко Н. В. [2], Гордон М. Л. [3], Ермоленко М. М. [4], Примак Т. О. [5] та ін.

Метою дослідження є вивчення теоретичних аспектів організації логістичної системи розподілу продукції та дослідження практичних способів її вдосконалення у діяльності регіонального дистриб'ютора.

Виробництво й споживання товару зазвичай поділено в часі й територіально. Для повного задоволення потреб споживачів у прямому розумінні недостатньо виготовити товар, який потрібен споживачеві, продумати ефективну цінову політику. Товар має бути доставлений, по-перше, у потрібне місце, по-друге, у потрібний час і, по-третє, у потрібній кількості. Як розв'язати цю проблему найефективніше? Відповідь на це запитання характеризує сутність системи розподілу продукції.

Система розподілу – це діяльність фірми щодо планування, реалізації та контролю руху товарів від виробника до кінцевого споживача з метою задоволення потреб споживачів та отримання фірмою прибутку. Основна мета системи розподілу – організація ефективного збуту виготовленої продукції.

Ефективність системи розподілу багато в чому залежить від вибору ефективного каналу розподілу.

Канали розподілу – це сукупність фірм чи окремих осіб, які беруть на себе право власності на товар чи послугу або сприяють передачі цього права іншим фірмам чи особам на шляху руху товарів від виробника до споживача.

Вибір каналів розподілу здійснюється за такими етапами [2]:

1. Виявлення альтернативних систем розподілу.
2. Визначення мети і завдань розподілу.
3. Вибір структури каналу.
4. Розробка стратегії комунікацій в каналі розподілу.
5. Рішення про управління каналами розподілу.

Функції, що виконують канали розподілу, наведено нижче:

а) функції, пов'язані з угодами (закупівля продукції для перепродажу чи для передачі споживачам; продаж продукції, тобто контактування з потенційними покупцями, отримання замовлень, просування товарів; діловий ризик за наявності права власності на продукцію);

б) логістичні функції (створення необхідного асортименту продукції для обслуговування покупців; збереження продукції, її якості; сортування, комплектування, поділ великих партій продукції відповідно до потреб споживачів; транспортування продукції);

в) обслуговуючі функції (торгівельне обслуговування споживачів; огляд, перевірка, оцінка продукції, визначення її гатунку та якості; проведення маркетингових досліджень; планування про-



дукції, тобто консультування виробників щодо товарів, стадій життєвого циклу, місця товарів на ринку в умовах конкуренції; визначення цін, націнок та знижок; надання послуг виробничого, комерційного, інформаційного та іншого характеру [4].

Використання каналів розподілу надає виробникам певні переваги: економія фінансових засобів на розподіл продукції, можливість вкладення зекономлених засобів в основне виробництво, продаж продукції більш ефективними способами, висока ефективність забезпечення широкої доступності товару і доведення його до цільових ринків, скорочення обсягу робіт із розподілу продукції.

Обрані канали безпосередньо впливають на швидкість, час, ефективність переміщення і збереження продукції під час її доставки від виробника до кінцевого споживача [3].

З метою визначення ефективності каналів розподілу рекомендовано здійснювати аналіз їх діяльності за такими показниками: здатність оперативно постачати товар, коефіцієнт виконання замовлень (відношення кількості оперативно виконаних замовлень до відкладених), здатність "прощтовхувати" товар, підтримка товарних запасів, особливості асортименту продукції посередника, методи реалізації товару, кваліфікація торгового персоналу, кредитоспроможність [5].

У даному випадку каналом розподілу продукції виступає регіональний дистриб'ютор. Дистриб'ютор – посередник, який отримує право збувати товари фірми-виробника на певній території у визначений термін. Дистриб'ютор не є власником товару, а лише отримує право продажу товару. Якщо це передбачено угодою, дистриб'ютор може діяти від свого імені.

Основним критерієм роботи з регіональними дистриб'юторами має бути здатність компанії здійснювати якісну дистрибуцію, що полягає у наявності торговельних представників, транспорту й складів, а, крім того, бажання посередника заробляти. Ті компанії, які задовольняють вимоги підприємства-виробника, можуть одержувати ексклюзивне право стати дистриб'юторами. Ексклюзивні договори гарантують виробникові особливу увагу торговельної компанії до продукції, відсутність в асортименті дистриб'ютора конкуруючих торгових марок, крім того надають можливість жорстко контролювати реалізацію й роздрібну торгівлю в регіонах. Разом із тим варто враховувати, що на практиці ставка виробника на ексклюзивні договори не завжди спрацьовує. Практично всі великі торговельні компанії в регіонах мають виключні права на будь-яку продукцію, і конкуруючі компанії часто обмінюються ексклюзивним товаром для розширення свого асортименту [1].

Серед питань організації розподільчої діяльності регіонального дистриб'ютора є аналіз збутових витрат, визначення торговельних націнок, розробка заходів щодо підвищення рентабельності робіт з розподілу продукції і діяльності фірми в цілому. При аналізі збуту приймаються до уваги витрати на: транспорт, формування асортименту, зберігання, ділові контакти, маркетингову інформацію, управління продажами та ін.

Ефективність каналу розподілу здебільшого залежить від взаємодії торговельного підприємства (дистриб'ютора) та виробника. Оскільки торговельне підприємство контактує з покупцями цільового ринку, то, об'єднавши зусилля з метою отримання переваг над конкурентами, виробник і посередник мають можливість досягти синергії стратегій торговця й постачальника та налагодити найефективніший збутовий канал.

Для вдосконалення системи розподілу продукції необхідне стратегічне співробітництво виробників й посередників, яке включає в себе: оптимізацію використання виробничих потужностей, складських приміщень і транспортних засобів, зменшення питомих витрат на виробництво й реалізацію одиниці продукції за рахунок масового випуску й великих обсягів продажу, полегшення планування виробництва продукції й закупівлі товарів у зв'язку з передбаченням замовлень споживачів, забезпечення впізнаваності торговельної марки й розширення меж ринку збуту, одержання інформації щодо переваг і вимог покупців, тобто налагодження зв'язку з кінцевим споживачем, поліпшення ринкових позицій [6].

У розподільчій логістиці останнім часом, подібно тому, як в управлінні закупівлями застосовують системи типу RP. У більш широкому масштабі і з підвищенням рівня комп'ютеризації логістичного управління застосовуються системи типу DRP – Distribution Resource Planning (планування розподілу ресурсів). Системи такого типу визначають необхідний загальний рівень запасів, рівний об'єму попиту або прогнозу продажів, мінімальний запас, необхідний для необхідного рівня сервісу, точний час виконання або тривалість виконання замовлень, структуру і схему розподілу.

Система DRP є базою планування логістичних та маркетингових функцій та їх ув'язування. Вона дає змогу прогнозувати з тією чи іншою мірою достовірності ринкову кон'юнктуру, оптимізувати логістичні витрати за рахунок скорочення витрат транспортних. Планують також поставки й запаси на різних рівнях ланцюга розподілу (центральний – периферійні склади). У системі DRP здійснюється інформаційне забезпечення різних рівнів ланцюга розподілу з питань ринкової кон'юнктури [7].

Отже, очевидно, що робота з організації управління каналами збуту – процес досить складний, однак систематичний підхід до неї дозволяє значно покращити положення компанії на ринку, поліпшити розповсюдження товару на цільових ринках, забезпечити належне позиціонування, досягти багатьох інших успіхів.

Наук. керівн. Сисоєв В. В.

Література: 1. Бевзенко В. Ф. Маркетинг торгівлі / В. Ф. Бевзенко, И. В. Балабанова, И. Х. Баширов. – Донецьк, 2006. – 156 с. 2. Бутенко Н. В. Маркетинг : підручник / Н. В. Бутенко. – К. : Атіка, 2008. – 300 с. 3. Гордон М. Л. Логістика товародвиження / М. Л. Гордон, С. В. Карнаухов. – М. : Центр економіки і маркетинга, 2008. 4. Маркетинг для магістрів : навч. посібн. : у 2-х т. Т. 1 / за заг. ред. д.е.н., проф. М. М. Єрмоленка, д.е.н., доц. С. А. Єрохіна. — К. : Національна академія управління, 2007. – 604 с. 5. Примак Т. О. Маркетинг : навч. посібн. / Т. О. Примак. – К. : МАУП, 2009. – 200 с. 6. <http://www.management.com.ua/marketing/mark030-4>. 7. <http://www.e-mkg.info/>.

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто та досліджено принципи логістичного моделювання збуту, визначено необхідність оптимізації збутової діяльності підприємства.

Аннотация. Рассмотрены и исследованы принципы логистического моделирования сбыта, определена необходимость оптимизации сбытовой деятельности предприятия.

Annotation. In this article the principles of logistics modeling marketing are discussed and studied, a necessity of sales activities optimization is defined.

Ключові слова: збутова діяльність, принципи збутового процесу, мета збуту, логістична модель збуту.

Сучасний стан економіки України вимагає реформування виробничих відносин на основі проведення принципово нової економічної політики, що ґрунтується на ринкових засадах.

Робота підприємства в ринкових умовах господарювання зумовлює об'єктивну необхідність оптимізації діяльності збуту, тобто максимальної реалізації виробленої продукції. У зв'язку з цим потрібна переорієнтація роботи збуту та приведення її у відповідність до вимог ринкової економіки, орієнтованої на споживача.

Постає завдання визначити найкращу збутову модель для сучасних умов. Адже з кожним днем стає все очевиднішим той факт, що у ситуації, коли доводиться боротися за кожного споживача, збутові моделі, побудовані на традиційних принципах, є малоефективними.

Саме тому багато керівників та менеджерів сучасних вітчизняних підприємств у всіх галузях економіки у своїх пошуках, ще донедавна нетрадиційних для нашої практики, але звичних для зарубіжних підприємств – логістичних методів управління збутом.

Дослідженням даної проблеми раніше займалися і такі автори, як М. Гордон, В. Липчук, В. Власова, Д. Костоглодов, Л. Нарисова, А. Семененко, А. Гаджинський та ін.

Метою дослідження є визначення основних принципів логістичного забезпечення збутової діяльності логістики та їх характеристика.

Дослідження теорії і практики як вітчизняної, так і закордонної збутової діяльності показує, що логістичне моделювання збуту забезпечує необхідне підвищення ефективності збутової діяльності при дотриманні певних принципів, що називають принципами логістичного моделювання збуту. Так, зокрема, виділяють такі принципи: системність, цілісність, ієрархічність, функціональність, цілеспрямованість (рисунок).

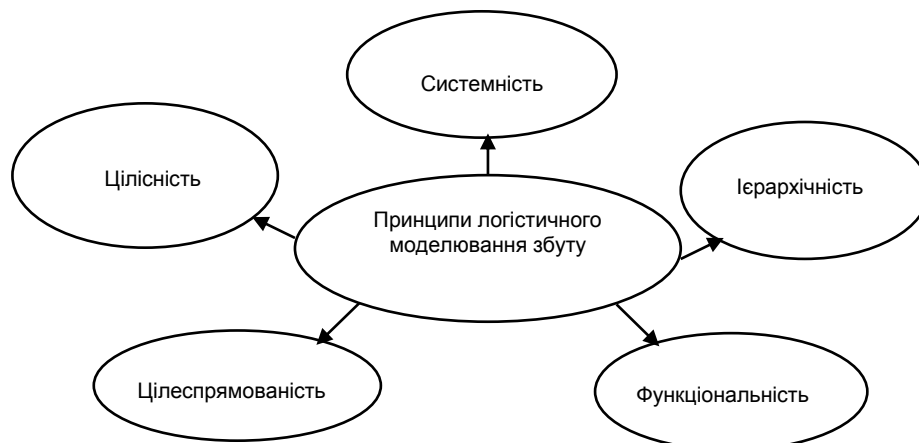


Рис. Принципи логістичного моделювання збуту

Найважливішим принципом, що дозволяє змоделювати складний за своєю економічною природою процес збуту, є принцип системності.



Система збуту – це не довільне об'єднання елементів, а сполучення взаємозалежних і взаємообумовлених частин цілого. Відповідно до цього принципу будь-яка логістична модель збуту повинна включати в себе сукупність елементів, орієнтованих на досягнення загальносистемної мети.

Принцип цілісності припускає наявність властивостей, яких не має в жодного зі складових її елементів. Наприклад, ні склад, ні транспортний цех, ні цех упакування, ні відділ збуту окремо не в змозі здійснити завершений процес збуту, тобто задовольнити платоспроможний попит покупців при максимізації доходів фірми. Іншими словами, неможливо одержати ефективний збут, спираючись лише на окремі елементи служби збуту.

Рівність статусів всіх елементів системи не забезпечує її цілісності. Необхідна наперед визначена ієрархія елементів у системі, що досягається на основі принципу ієрархічності. Цей принцип дає можливість здійснити багаторівневу організацію системи збуту, зняти можливі протиріччя і конфлікти в розподілі повноважень між елементами. Послідовна реалізація цього принципу припускає, що в рамках встановленої компетенції кожна підсистема є досить самостійною у визначенні способів і засобів вирішення поставлених перед нею завдань.

Принцип функціональності обумовлює існування в системі збуту і в кожного з її елементів свого функціонального призначення. Саме розподіл функцій визначає організаційну структуру служби збуту, а не навпаки. Діючи іншим чином, можна зіштовхнутися з проблемою невиконання чи неякісного виконання збутових функцій, що в кінцевому рахунку несприятливо позначається на результатах роботи фірми. Інакше кажучи, у логістичному моделюванні збуту не структурним підрозділам служби збуту підбирають функції, а під певну сукупність функцій створюють (моделюють) структурні підрозділи.

Принцип цілеспрямованості означає, що як процес моделювання, так і процес функціонування логістичних моделей збуту мають бути підпорядковані наперед визначеній меті. Очевидно, що даний принцип є надзвичайно важливим для побудови ефективної моделі збуту, тому що саме від нього залежатиме, наскільки правильно керівництво та відділ збуту визначать основну мету фірми [1].

Логістичні моделі збуту, побудовані на даних принципах, забезпечують необхідну якість і ефективність збутової діяльності фірми.

Отже, збутова діяльність підприємства спрямована на підвищення ефективності фірми, тому у сфері збуту остаточно виявляються всі зусилля маркетингу з підвищення прибутковості. Приспосовуючи збутову мережу під споживача, підприємство має більше шансів вистояти в конкурентній боротьбі. Саме в даній сфері підприємець знаходить ближче до покупця.

Збут товару є ланцюжком, що пов'язує підприємство-виробника із споживачем через проміжні ланки: торгових посередників, ініціаторів покупки.

Організація збутової мережі залежить від каналів реалізації, від об'ємів діяльності торгових посередників, типу товару.

Існують різні моделі підвищення ефективності збутової діяльності. Вибір тих або інших засобів залежить від поставленої мети. Їх можна об'єднати в три великі групи:

- пропозиція ціни (продаж за пониженими цінами, пільгові купони, талони, що дають право на знижку);
- пропозиція в натуральній формі (премія, зразок товару);
- активна пропозиція (конкурси покупців, гра, лотерея) [2].

Оскільки головною метою будь-якого підприємства є отримання максимального прибутку, то збутовій діяльності потрібно приділяти якомога більше уваги. Тому однією з пріоритетних складових господарської діяльності підприємства є опрацювання збутової політики, спроможної забезпечити просування продукції в умовах невизначеності, загострення конкурентної боротьби.

Наук. керівн. Сисоєв В. В.

Література: 1. Гаджинский А. М. Логистика : учебник для высших и средних специальных учебных заведений / А. М. Гаджинский. – 2-е изд. – М. : Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 1999. – 228 с. 2. Липчук В. В. Маркетинг: основы теории и практики / В. В. Липчук. – Львів : "Новий світ – 2000", 2003. – 288 с. 3. Гордон М. Л. Логистика товародвижения / М. П. Гордон, С. В. Карнаухов. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2008.

Чернышева Д. О.

УДК 336.225.621

Студент 2 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ВЫБОР СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ФИЗИЧЕСКОГО ЛИЦА – ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Аннотация. Проведен сравнительный анализ систем налогообложения для выбора наиболее оптимальной системы налогообложения для физического лица – предпринимателя.

© Чернышева Д. О., 2012

IIО

"Управління розвитком", №3(124)2012

Анотація. Проведено порівняльний аналіз систем оподаткування для вибору найбільш оптимальної системи оподаткування для фізичної особи – підприємця.

Annotation. A comparative analysis of tax systems to select the optimal tax system for individual entrepreneur has been carried out.

Ключевые слова: налог, системы налогообложения, ФЛП, предприниматель, общая система налогообложения, единый налог, фиксированный налог, отчетность, первичные документы, выручка, доход, количество наемных работников, ограничения, учет.

В настоящее время налоги и система налогообложения являются не только источниками бюджетных поступлений, но и важнейшими структурными элементами экономики рыночного типа. Поэтому формирование рациональной налоговой системы, не угнетающей предпринимательскую деятельность и позволяющей проводить эффективную бюджетную политику, является необходимым условием полноценного преобразования экономики Украины.

Система налогообложения Украины очень несовершенна, что создает большое количество трудностей и вопросов. Поэтому вся ответственность за правильность исчисления, своевременность уплаты налога и других обязательных платежей и соблюдение законодательства о налогообложении возлагается на плательщиков налогов.

Первоочередной проблемой, с которой сталкивается физическое лицо – предприниматель (далее по тексту – ФЛП), является выбор системы налогообложения, которая в итоге определяет виды налогов, их величину, сроки уплаты, а также формы и сроки сдачи отчетности. Поэтому от выбора системы налогообложения зависит успех любого бизнеса.

Так, в существующих нормативно-правовых актах [1 – 4] рассмотрены существующие системы налогообложения для ФЛП; определены недостатки и преимущества налогового законодательства Украины [5], однако вопросам оптимального выбора системы налогообложения для предпринимателей уделено недостаточно внимания.

Цель работы – выявить наиболее оптимальную систему налогообложения для ФЛП на основе сравнительного анализа.

На данный момент существуют три системы налогообложения для ФЛП: общая; упрощенная; фиксированный патент [1].

В ходе комплексного исследования теоретического материала [1 – 7] автором проведен сравнительный анализ системы налогообложения для ФЛП и систематизирован в виде таблицы.

Таблица

Сравнительный анализ системы налогообложения для ФЛП

Система налогообложения	Достоинства	Недостатки
1	2	3
Общая система налогообложения	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нет ограничений на количество наемных работников. 2. Нет ограничений по размеру налогооблагаемого дохода. 3. Нет ограничений по выбору видов деятельности 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Необходимо вести подробный и сложный учет по установленной форме. 2. Необходимо иметь оригиналы всех первичных документов в подтверждение понесенных расходов. 3. Необходимо знать основания, по которым понесенные расходы могут считаться связанными с получением дохода. 4. Строгая система сдачи отчетности, проверки ГНИ. 5. Необходимость использовать регистраторы расчетных операций (РРО) при наличных расчетах
Уплата единого налога	<ol style="list-style-type: none"> 1. Законная форма уменьшения налогового пресса. 2. Нет необходимости вести подробный учет и иметь оригиналы всех первичных документов в подтверждение понесенных расходов. 3. Фиксированная ставка налога (от 20,00 до 200,00 грн). 4. Меньше проверок контролирующих органов. 5. Простая система сдачи отчетности. 6. Нет необходимости использовать РРО при наличных расчетах. 7. Освобождается от большинства налогов и сборов (обязательных платежей). 8. Возможность возврата на общую систему налогообложения в течение года 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ограничение на число наемных работников (не более 10 чел.). 2. Ограничение на размер годовой выручки от реализации продукции (товаров, работ, услуг) (500 тыс. грн). 3. Ограничения по осуществлению некоторых видов предпринимательской деятельности (розничная торговля ликероводочными и табачными товарами, подакцизными товарами, игровой бизнес, добыча драгоценных камней). 4. Если нет дохода, то единый налог все равно надо платить, в том числе и за работников

1	2	3
Уплата фиксированного налога	<ol style="list-style-type: none"> 1. Законная форма уменьшения налогового пресса. 2. Учет доходов и затрат можно вести в произвольной форме (для определения объема дохода). Книгу по ф. № 10 вести необязательно. 3. Низкая фиксированная ставка налога (от 20,00 до 100,00 грн). 4. Не удерживается налог с доходов физических лиц – 15 % (НДФЛ) (с доходов самого предпринимателя). 5. Нет необходимости использовать РРО при наличных расчетах (кроме торговли подакцизными товарами). 6. Меньше проверок контролирующих органов. 7. Освобождается от большинства налогов и сборов (обязательных платежей) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ограничение на число наемных работников (не более 5 чел.). 2. Ограничение на размер годовой выручки от реализации продукции (товаров, работ, услуг) (119 тыс. грн). 3. Ограничения по осуществлению некоторых видов предпринимательской деятельности (реализация подакцизных товаров). 4. Если нет дохода, то фиксированный налог все равно надо платить, в том числе и за работников

Разобрав все три существующие в настоящий момент на Украине системы налогообложения для ФЛП, отметим, что недостатки одной системы становятся достоинствами другой. Общая система налогообложения предпочтительнее в случаях:

1. Если предприниматель занимается малорентабельным видом деятельности (доходы практически равны расходам) и имеет много работников, в связи с чем единый или фиксированный налог уплачивать невыгодно.

2. Количество работников и размер выручки превышают разрешенный предел.

3. Предприниматель занимается теми видами деятельности, которые запрещены на едином или фиксированном налогах.

Система налогообложения с уплатой единого налога предпочтительнее в случаях:

1. Осуществляемая деятельность не выходит за рамки ограничений, установленных Указом Президента Украины "Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности субъектов малого предпринимательства" и Законом Украины "О государственной поддержке малого предпринимательства" (по размеру выручки, количеству наемных работников, видам деятельности) [6; 7].

2. Если расходов на уплату налогов при работе на едином налоге намного меньше, чем на обычной системе налогообложения.

Система налогообложения с уплатой фиксированного налога предпочтительнее в случаях:

1. Если предприниматель осуществляет торговую деятельность на территории рынка.

2. Осуществляемая деятельность не выходит за рамки ограничений, установленных Декретом КМУ "О подоходном налоге с граждан" (по размеру выручки, количеству работников и видам деятельности) [7].

Таким образом, ни один из описанных способов налогообложения не имеет однозначного преимущества над другими. По мнению автора, окончательный выбор зависит от индивидуальных условий: видов деятельности, объемов дохода и количества наемных работников у каждого предпринимателя.

Научн. рук. Часовникова Ю. С.

Литература: 1. Податковий кодекс України № 2755-VI (3675-17) від 02.12.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua. 2. Господарський кодекс України № 435-IV (3686-17) від 16.01.2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua. 3. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування : Закон України № 2464 від 08.07.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua. 4. Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва : Наказ Президента України № 727 від 03.07.1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua. 5. <http://www.e-kramatorsk.com>. 6. Про державну підтримку малого підприємництва : Закон України № 2063 від 19.10.2000 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua. 7. Про прибутковий податок з громадян : Декрет КМУ № 13–92 від 26.12.1992 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua.

ОБЛІК ДОХОДІВ І ВИДАТКІВ СПЕЦІАЛЬНОГО ФОНДУ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Анотація. Розглянуто теоретичні аспекти сутності доходів та видатків спеціального фонду бюджету. Зроблено аналіз структури спеціального фонду бюджету. За результатами дослідження розроблено пропозиції щодо вдосконалення відображення доходів та видатків спеціального фонду в обліку.

Аннотация. Рассмотрены теоретические аспекты сущности доходов и расходов специального фонда бюджета. Сделан анализ структуры специального фонда бюджета. По результатам исследования разработаны предложения по улучшению отражения доходов и расходов специального фонда бюджета.

Annotation. In the article theoretical aspects of essence incomes and charges special fund of the budget are examined. The analysis structure of the budget special fund is made. By results of research offers on improvement of reflection incomes and charges special fund of the budget are developed.

Ключові слова: бюджетна установа, органи виконавчої влади, спеціальний фонд, доходи, видатки.

Безпосередня участь бюджетних установ у процесі виконання бюджетів зумовлює посилену увагу до їх фінансово-господарської діяльності загалом та ведення бухгалтерського обліку зокрема. Бухгалтерський облік стає невід'ємною стадією процесу виконання бюджету. Доходи, видатки та витрати бюджетних установ є самостійними об'єктами обліку, проте в системі бухгалтерського обліку бюджетних установ розглядаються у взаємозв'язку. Існуюча система бухгалтерського обліку не повною мірою відповідає сучасній господарській практиці державних виконавчих органів. Система господарювання в ринкових умовах, становлення якої відбувається в Україні, об'єктивно передбачає необхідність пошуку і формування варіантів ведення обліку в бюджетних установах, що відповідали б новим соціально-економічним відносинам і процесу реформування бухгалтерського обліку. Отже, дослідження обліково-аналітичних аспектів даних облікових об'єктів на сьогодні є вкрай актуальним.

Проблеми бухгалтерського обліку в бюджетних установах розглянуті в працях відомих вітчизняних та російських економістів: Альошина С. М., Андреева І. А., Білухи М. Т., Белова А. М., Бойко Є. М., Вороніна Є. П., Д. Гризоголазова [1], Джоги Р. Т., Легкоступ І. І. [2], Лондаренко О. О. [3], Міхальчука Ф. С., Онищука В. М., Полевого І. Н., Родіонової В. І., Сенчагова В. О., Чечуліної О. О. та ін. Належне місце у розробці цих питань належить вченим західної школи – Ш. Бланкарту, Р. Масгрейву, У. Уотсу, Ч. Тібу, Х. Циммерману та ін. У більшості робіт бюджетний бухгалтерський облік відображається як інструмент забезпечення централізованого управління діяльністю таких установ. Разом з тим, питання фінансової самостійності місцевих бюджетів, зокрема органів виконавчої влади, не знайшли достатнього відображення в науковій літературі.

Мета наукового дослідження полягає в розробці теоретичних положень і практичних рекомендацій щодо вдосконалення методики й організації бухгалтерського обліку доходів та видатків у бюджетних установах (органах виконавчої влади) за допомогою сучасних облікових систем, форм і методик в умовах застосування автоматизації.

Для даного дослідження поставлені такі завдання: визначити сутність спеціального фонду бюджету; розкрити зміст понять "доходи" та "видатки"; розглянути структуру доходів та видатків спеціального фонду; визначити напрями удосконалення обліку доходів та видатків спеціального фонду; розробити рекомендації з організації обліку спеціального фонду в бюджетних установах на умовах її автоматизації.

Об'єктом даного дослідження є бюджетні установи, зокрема органи виконавчої влади.

Предметом дослідження обрано методику і організацію обліку доходів і видатків спеціального фонду в бюджетних установах, зокрема органах виконавчої влади.

У загальній системі бухгалтерського обліку бюджетних установ саме облік доходів і видатків є найскладнішим і найвідповідальнішим, про що, до речі, свідчить традиційна друга назва системи – бухгалтерський облік виконання кошторису доходів і видатків. Отже, питання організації обліку зазначених напрямків потребує найдокладнішої розробки й опрацювання.



Основним плановим документом, який підтверджує повноваження щодо отримання доходів та здійснення видатків бюджетною установою, є кошторис, який складається зі спеціального та загального фондів. Важливою складовою є кошти спеціального фонду, які розглянуті в даному дослідженні в розрізі доходів та видатків.

У системі фінансування бюджетних установ України значне місце займає спеціальний фонд. Він містить обсяг надходжень зі спеціального фонду бюджету та їх розподіл за повною економічною класифікацією на здійснення видатків спеціального призначення, а також на реалізацію пріоритетних заходів, пов'язаних з виконанням установою основних функцій [4]. Уперше поділ державного та місцевого бюджетів на загальний та спеціальний фонди було здійснено у 2000 р. відповідно до Закону України "Про Державний бюджет України на 2000 рік" [5]. Усі позабюджетні кошти бюджетних установ і організацій, що утримуються за рахунок коштів Державного бюджету України, включено до спеціального фонду Державного бюджету України як власні надходження цих установ і організацій та відповідні спеціальні видатки [3, с. 15]. І це має логічне пояснення, оскільки умови для розвитку госпрозрахункової діяльності бюджетним установам створила держава. Таким чином, бюджетна установа за рахунок надходжень спеціального фонду проводить видатки, які недостатньо покриваються із загального фонду бюджету або не покриваються зовсім [2, с. 23]. Існування спеціального фонду бюджету законодавчо встановлено Бюджетним кодексом України [4]. Ним визначено, що спеціальний фонд бюджету включає:

усі доходи бюджету, що мають спеціальне призначення, у тому числі власні надходження бюджетних установ, гранти або дарунки (у вартісному обчисленні) на конкретну мету;

усі видатки бюджету за рахунок доходів спеціального фонду бюджету [4].

Джерела спеціального фонду бюджету визначаються виключно законами України. Так, згідно з діючим законодавством, до власних надходжень бюджетних установ та організацій належать: спеціальні кошти бюджетних установ, інші власні надходження та кошти, що отримані установою на виконання окремих доручень [5]. У зв'язку з тим, що на сьогоднішній день широко розповсюджено одержання бюджетними установами гуманітарної та благодійної допомоги, добровільних пожертвувань тощо, та суми цих коштів займають значну питому вагу в об'ємі спеціального фонду, доцільно буде запропонувати з переліку коштів, отриманих установами на виконання окремих доручень, вилучити зазначені кошти, при цьому перелік власних надходжень бюджетних установ доповнити розділом "Благодійні внески, спонсорські кошти та гуманітарна допомога".

Під час відображення в обліку доходів спеціального фонду значення має джерело доходів [1, с. 11]. Тому під час розгляду обліку коштів спеціального фонду можна зробити висновок, що існуючий план рахунків у бюджетних установах не зовсім досконалий. Так, його доцільно буде доповнити такими субрахунками:

субрахунок 717 "Доходи за благодійними внесками, спонсорськими коштами та гуманітарною допомогою" – для узагальнення та систематизації інформації щодо надходження спонсорських, благодійних внесків та іншої гуманітарної допомоги;

субрахунок 718 "Кошти на виконання окремих доручень" – для узагальнення та систематизації інформації щодо надходження коштів на виконання окремих доручень;

субрахунок 815 "Видатки за благодійними внесками, спонсорськими коштами та гуманітарною допомогою" – для відокремлення та накопичення видатків за рахунок спонсорських, благодійних внесків та іншої гуманітарної допомоги;

субрахунок 816 "Видатки за рахунок коштів на доручення" – для відокремлення та накопичення видатків, проведених за рахунок коштів, які надійшли на виконання окремих доручень.

Враховуючи те, що залишок за статтю "Результат виконання кошторису за спеціальним фондом" "Балансу" (форма № 1) визначається загальною сумою, варто запропонувати ввести до даної форми додаткові рядки, які будуть повною мірою відображати результат виконання кошторису за окремими коштами спеціального фонду. Так, доцільно буде доповнити статтю двома додатковими рядками з урахування окремих доручень та інших власних надходжень.

У бюджетних установах, зокрема органах виконавчої влади, широко застосовується меморіально-ордерна форма бухгалтерського обліку. Однак дана форма обліку має суттєві недоліки, основними з яких є трудомісткість, недостатня пристосованість облікових реєстрів до системи звітних показників та те, що вона розрахована переважно на обробку інформації вручну. Варто запропонувати застосування в бюджетних установах журнально-ордерної форми обліку, яка буде розроблена з урахуванням особливостей обліку в бюджетних установах.

Враховуючи, що в сучасних умовах ефективного функціонування системи управління доходами і видатками спеціального фонду в бюджетних установах неможливе без застосування сучасних автоматизованих систем і новітніх комп'ютерних технологій, у ході проведення дослідження запропоновано провести комплексну автоматизацію облікових робіт щодо ланки обліку доходів та видатків у бюджетних установах (органах державного управління).

Автоматизовані робочі місця працівників бухгалтерського обліку визначають інформацію, яка обробляється, роблять неможливими дублювання обробки інформації, скорочують час на обробку інформації, виключають час телефонного спілкування між підрозділами для уточнення необхідної інформації та визначають відповідальних за коректність (достовірність) інформації, яка формується для аналізу даних кожного підрозділу бюджетної установи.

Таким чином, розроблені рекомендації та пропозиції сприятимуть удосконаленню методики обліку доходів і видатків спеціального фонду бюджетних установ та визначенню результату виконання кошторису за спеціальним фондом органів державного управління в сучасних умовах господарювання.



У статті обґрунтовано теоретичні й організаційно-методичні положення стосовно вдосконалення методики та організації обліку доходів і видатків спеціального фонду бюджетних установ. Запропоновані положення дадуть змогу спрощеного та більш зручного відображення складових спеціального фонду бюджету, зокрема коштів на доручення та суму матеріальної допомоги. Запропоновані рекомендації щодо вдосконалення обліку доходів і видатків коштів спеціального фонду бюджетних установ, спрямовані на підвищення оперативності та якості обліку, що дозволяє забезпечити високу ефективність процесу управління спеціальним фондом бюджетної установи. Таким чином, розроблені пропозиції дають можливість удосконалити організацію бухгалтерського обліку спеціального фонду в системі управління сучасних бюджетних установ, в тому числі органах державного управління.

Дослідження обліково-аналітичних аспектів таких об'єктів, як доходи та видатки спеціального фонду бюджетних установ, на сьогоднішній день знайшли відображення в науковій літературі. В умовах економіки з ринковим механізмом бюджетні відносини є основним інструментом регулювання соціально-економічних відносин. З огляду на це організація облікового та аналітичного процесу відображення доходів і видатків спеціального фонду бюджетних установ потребує подальшого більш докладного та ретельного дослідження в теорії та на практиці.

Наук. керівн. Жовтопул М. М.

Література: 1. Гризоголазов Д. Доходи місцевих бюджетів: сучасний стан та перспективи / Гризоголазов Д. // Ринок цінних паперів в Україні. – 2008. – № 5–6. – С. 11–12. 2. Легкоступ І. І. Теоретичні та практичні аспекти видатків місцевих бюджетів України в сучасних умовах / Легкоступ І. І. // Економіка, фінанси і право. – 2010. – № 2. – С. 22–26. 3. Лондаренко О. О. Економічна природа видатків та її вплив на обліково-аналітичні аспекти бюджетних установ / Лондаренко О. О. // Економіка, фінанси і право. – 2008. – № 9. – С. 15–18. 4. Бюджетний кодекс України від 21.06.2001 р. № 2542-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 5. Про Державний бюджет України на 2000 рік : Закон України від 17.02.2000 р. № 1458-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.

УДК 657.422:006.32-021.261

Кононенко Ю. В.

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ УЧЕТА ЗАПАСОВ СОГЛАСНО ТРЕБОВАНИЯМ МСБУ И П(С)БУ

Аннотация. Рассмотрен учет запасов согласно международным и национальным стандартам, проведен сравнительный анализ требований по учету.

Анотація. Розглянуто облік запасів згідно з міжнародними і національними стандартами, проведено порівняльний аналіз вимог з обліку.

Annotation. In this article the inventory records in accordance with international and national standards, the comparative analysis of the requirements for accounting are considered.

Ключевые слова: запасы, международные стандарты, национальные стандарты, финансовая отчетность, системы учета запасов.

Присутствие Украины во Всемирной организации торговли предполагает наличие унифицированных бухгалтерского учета и финансовой отчетности для всех входящих в нее стран именно потому, что системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности предприятий должны быть абсолютно понятны всем, кто может и хочет с ними работать.

Каждый руководитель предприятия, которое каким-либо образом работает по импорту, экспорту, пытается привлечь или уже имеет иностранные инвестиции, понимает, что уже нельзя больше отгораживаться от иностранных партнеров, оставаться отличными от других.

Унификация учета и отчетности уже стала неизбежной. При этом надо применять единую унифицированную учетную и отчетную системы, понятные для всего мирового сообщества, прозрачность которых обеспечивается применением единых учетных стандартов.

© Кононенко Ю. В., 2012

115

"Управління розвитком", №3(124)2012



Следует отметить, что почти все совместные предприятия так или иначе ведут "западный бухгалтерский учет" по методам, используемым предприятиями-соучредителями из-за границы. Но ведут его как параллельный, не связанный с национальной системой учета, по их нормам, правилам, формам.

В аналитических материалах Министерства финансов Украины к международным стандартам финансовой отчетности указывается, что "международные стандарты финансовой отчетности...выступают на данный момент эффективным инструментом повышения прозрачности и понятности информации, которая раскрывает деятельность субъектов хозяйствования... У субъектов, составляющих отчетность по МСФО, значительно возрастает возможность привлечь дополнительные источники капитала и партнеров по бизнесу, которые помогут обеспечить экономический рост и процветание... Принципы, заложенные в порядок формирования отчетности согласно МСФО, делают ее более адекватной и способной отразить истинное имущественное состояние организации. В связи с этим ценность МСФО важна не только для иностранных, но и для национальных инвесторов также".

На примере запасов проведем сравнительный анализ порядка учета согласно требованиям МСБУ 2 и П(С)БУ 9 "Запасы".

Согласно МСБУ 2 запасы – это активы, которые: а) содержатся в целях дальнейшей продажи в ходе обычной деятельности; б) находятся в процессе производства с целью дальнейшей продажи производимого продукта; в) содержатся в качестве сырья и материалов, предназначенных для производственного потребления с целью дальнейшей продажи производимого продукта или выполненных с их помощью/использованием работ (предоставленных услуг) [1].

По П(С)БУ 9 запасы – активы, которые содержатся для последующей продажи при условиях обычной хозяйственной деятельности; находятся в процессе производства с целью последующей продажи продукта производства; удерживаются для потребления во время производства продукции, выполнения работ и предоставления услуг, а также управления предприятием [2].

Определения термина можно считать тождественными.

Для целей бухгалтерского учета согласно национальным стандартам запасы включают:

сырье, основные и вспомогательные материалы, комплектующие изделия и другие материальные ценности, предназначенные для производства продукции, выполнения работ, предоставления услуг, обслуживания производства и административных нужд;

незавершенное производство в виде не законченных обработкой и сборкой деталей, узлов, изделий и незаконченных технологических процессов. Незавершенное производство на предприятиях, которые выполняют работы и предоставляют услуги, состоит из расходов на выполнение незаконченных работ (услуг), по которым предприятием еще не признан доход;

готовую продукцию, которая изготовлена на предприятии, предназначена для продажи и соответствует техническим и качественным характеристикам, предусмотренным договором или другим нормативно-правовым актом;

товары в виде материальных ценностей, которые приобретены (получены) и удерживаются предприятием с целью последующей продажи;

малоценные и быстроизнашивающиеся предметы, используемые в течение не более одного года или нормального операционного цикла, если он превышает один год;

текущие биологические активы, если они оцениваются в соответствии с настоящим Положением (стандартом), а также сельскохозяйственная продукция и продукция лесного хозяйства после ее первоначального признания [2].

По международным стандартам запасы включают товары, которые были приобретены и содержатся для перепродажи, например товары, которые приобретены предприятием розничной торговли и содержатся для перепродажи, или земля и другая недвижимость для перепродажи. Запасы включают также готовую произведенную продукцию или незавершенное производство субъекта хозяйствования, основные и вспомогательные материалы, предназначенные для использования в процессе производства. В случае исполнителя услуг запасы включают расходы на услуги, для которых субъект хозяйствования еще не признал соответствующий доход.

Спецификой национальных стандартов является выделение такой категории запасов, как малоценные быстроизнашивающиеся предметы.

Согласно П(С)БУ 9 запасы отражаются в бухгалтерском учете и отчетности по наименьшей из двух оценок: первоначальной стоимости или чистой стоимости реализации. Аналогично в МСБУ предлагается два варианта оценки. Особенностью является то, что при расчете чистой стоимости реализации запасов МСБУ 2 допускает два варианта – списание суммы корректировки на расходы или создание резерва, а национальный стандарт разрешает только списание части стоимости запасов в состав расходов.

По МСБУ могут использоваться две системы учета запасов: периодическая и постоянная. При периодической системе учета поступление и выбытие запасов в течение одного отчетного периода на счетах запасов не отражается, а отражается на счете "Закупки". В конце отчетного периода остатки счетов запасов на начало и saldo счета закупки списывается на счет "Финансовые результаты". Также в конце отчетного периода проводится инвентаризация запасов. При постоянной системе учета приобретение запасов отражается на соответствующих счетах запасов. После реализации происходит списание их себестоимости.

В отличие от МСБУ, в национальных стандартах используется только постоянная система учета.



Согласно П(С)БУ в примечаниях к финансовой отчетности приводится информация о: методах оценки запасов; балансовой (учетной) стоимости запасов в разрезе отдельных классификационных групп; балансовой (учетной) стоимости запасов, отраженных по чистой стоимости реализации; балансовой (учетной) стоимости запасов, переданных в переработку, на комиссию, в залог; сумме увеличения чистой стоимости реализации, по которой произведена оценка запасов.

По МСБУ в финансовых отчетах следует раскрывать: учетные политики, принятые для оценки запасов, включая используемые формулы себестоимости; общую балансовую стоимость запасов и балансовую стоимость согласно принятым классификациям; балансовую стоимость запасов, отраженных по чистой стоимости реализации; балансовую стоимость запасов, отраженных по справедливой стоимости минус расходы на реализацию; сумму любого частичного списания, признанную как расходы периода; балансовую стоимость запасов, переданных как залог для гарантии обязательств.

Информация о запасах в финансовой отчетности согласно МСБУ и П(С)БУ идентична.

Таким образом, существующие различия между национальными стандартами и международными приводят к отсутствию возможности для сопоставления между рынками, разделенными политическими границами.

Если будут использоваться в различных странах международные стандарты финансовой отчетности, то функционирование их финансовых систем должно улучшиться, вероятность и интенсивность кризисов уменьшится. Главными требованиями к учету и отчетности при этом являются понятность, простота и прозрачность для пользователей.

Сегодня предприятия с иностранным капиталом, дочерние предприятия иностранных компаний, иностранные представительства в нашей стране практически вынуждены составлять отчетность и вести учет в соответствии с правилами страны-инвестора параллельно с отечественными учетом и отчетностью. Только детальное изучение западной учетной методологии поможет наладить ведение учета по западным моделям и составление отчетности на его основе. Только в этом случае можно добиться понимания в мире экономических процессов и сущности хозяйственных операций, осуществленных на территории нашей страны.

Научн. рук. Пасенко Н. С.

Литература: 1. Международный стандарт бухгалтерского учета 2 "Запасы" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://buhgalter911.com/Res/MSBO/MSBO.aspx>. 2. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 9 "Запасы" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO.aspx>. 3. Вареня В. Запасы: сравниваем МСФО (МСБУ) и П(С)БУ / Вареня В. // Главбух. – 2008. – № 35. – С. 32–39. 4. Сайт Міністерства фінансів України. – Режим доступу : <http://minfin.gov.ua/>.

УДК [657.36:006.332](100+477)-021.261

Статівка М. Г.

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАННЯ ТА ОЦІНКИ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ МСФЗ

Анотація. Розглянуто основні методологічні принципи визнання й оцінки дебіторської заборгованості відповідно до П(С)БО та МСФЗ, визначено необхідність їх упровадження.

Аннотация. Рассмотрены основные методологические принципы признания и оценки дебиторской задолженности в соответствии с П(С)БУ и МСФО, определена необходимость их внедрения.

Annotation. Basic methodological principles for recognizing and estimation of account receivable in accordance with P(S)BK and IFRS are considered in this article, determining the need of their implementation.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, оцінка, визнання, національні стандарти, міжнародні стандарти.

© Статівка М. Г., 2012



Вивчення особливостей обліку дебіторської заборгованості в сучасних умовах господарювання є актуальним, оскільки організація їх обліку прямо впливає на величину оборотного капіталу компанії, дозволяє раціонально використовувати наявні кошти, а також не допускати виникнення безнадійних боргів.

Проблемами обліку та методами управління дебіторською заборгованістю займалися такі вітчизняні вчені-економісти, як: Ф. Бутинець, С. Голов, Г. Нашкерська, Л. Ловінська, також зарубіжні автори – Б. Нідлз, С. Грей, Дж. Вейгант та ін. [1]. Треба відзначити, що зазначені автори приділяють увагу вивченню обліку дебіторської заборгованості, але питання порівняння національних і міжнародних стандартів залишаються невирішеними.

Метою написання статті є розкриття особливостей визнання й оцінки дебіторської заборгованості відповідно до національних і міжнародних стандартів, визначення МСФЗ, які можуть використовуватися в практиці на вітчизняних підприємствах.

Методологічні засади формування інформації про дебіторську заборгованість у бухгалтерському обліку відображені в Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 10 "Дебіторська заборгованість" [2]. Згідно з П(С)БО 10 дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату. Дебіторами можуть бути юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій повинні підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів [2]. У свою чергу, у МСФЗ немає спеціального стандарту, присвяченого дебіторській заборгованості, однак при складанні звітності необхідно дотримуватися принципу консерватизму. При визначенні дебіторської заборгованості в зарубіжній і вітчизняній практиці особливих відмінностей не існує.

Методологічні підходи до обліку дебіторської заборгованості відповідно до міжнародних стандартів не мають конкретного стандарту, як згадувалося вище, однак можна керуватися МСФЗ 1 "Подання фінансової звітності", МСФО 18 "Дохід", МСФО 39 "Фінансові інструменти: визнання та оцінка", згідно з якими дебіторська заборгованість – сума заборгованості дебіторів на певну дату.

Облік дебіторської заборгованості повинен забезпечувати повну інформацію про стан та оцінку боргових вимог дебітора, які є можливими лише за дотримання принципів ведення обліку.

Так, Соколов Я. В. проблему розрахунків з дебіторами розглядає у двох аспектах: економічному і юридичному [1]. В економічному трактуванні дебіторська заборгованість – це актив, а виходячи з юридичної точки зору – право продавця на отримання грошових коштів за свою продукцію. Для забезпечення ефективного управління майном підприємства необхідно об'єднати економічний та юридичний підходи до визначення дебіторської заборгованості. При цьому увагу слід звернути на вміння розпізнавати в господарській операції економічний і юридичний зміст. Виходячи з цього, кожну облікову процедуру слід інтерпретувати у двох значеннях: якщо процедура розглядається з економічної точки зору, то бухгалтера цікавить правильність відображення функціональної ролі фактів господарської діяльності; якщо дебіторську заборгованість розглядати з юридичної точки зору, то бухгалтер повинен звернути увагу на відносини власності і зобов'язань.

Бутинець Ф. Ф. та Петрук О. М. визнають можливість віднесення договору до первинної документації тільки в разі укладання підприємством угоди. На думку авторів, це твердження є правильним за умови, що правильно будуть визначені об'єкти обліку. У цьому контексті можна виділити вдосконалення методики обліку дебіторської заборгованості та обліку простроченої, безнадійної дебіторської заборгованості та сумнівних боргів. Слід зазначити, що хоча дебіторська заборгованість не має безпосереднього зв'язку з виробництвом продукції, проте такий зв'язок існує.

Відповідно до міжнародних стандартів продавець, який здійснює продаж у кредит, з повною визначеністю може вважати, що певну частину дебіторської заборгованості в кінцевому результаті буде неможливо стягнути. У випадках, коли очікується, що дебіторську заборгованість неможливо буде стягнути повністю, в обліку створюється резерв на покриття безнадійної дебіторської заборгованості [2]. Одним з індикаторів часткової або повної неможливості стягнення дебіторської заборгованості є банкрутство боржника. До інших показників належать ліквідація підприємства, зникнення боржника, наявність декількох невдалих спроб стягнення заборгованості і неможливість стягнення заборгованості за терміном позовної давності.

Відповідно до МСФЗ при первісному визнанні дебіторська заборгованість оцінюється за справедливою вартістю, включаючи витрати зі здійснення угоди, які безпосередньо пов'язані з придбанням або випуском фінансового активу. Виходячи з норм П(С)БО, при первинному визнанні дебіторська заборгованість оцінюється за первісною вартістю [3].

Після первісного визнання дебіторська заборгованість, що розглядається як фінансовий інструмент, відповідно до МСФЗ оцінюється за вартістю, яка амортизується із застосуванням методу ефективної ставки відсотка. При цьому під амортизаційною розуміється вартість фінансового активу, яка була визначена при його первинному визнанні, за вирахуванням вартості його погашення, суми накопиченої амортизації, нарахованій з різниці між первісною вартістю і вартістю на момент погашення.

Відмінності в підходах до оцінки, визнання і розкриття інформації про дебіторську заборгованість у бухгалтерській звітності відповідно до МСБО і національних стандартів узагальнено в таблиці.

Відмінності у вітчизняних та міжнародних підходах до оцінки і визнання дебіторської заборгованості

Показник	Визнання	Оцінка	Припинення визнання	Відображення у фінансовій звітності	Визначення резерву сумнівних боргів
Вимоги П(С)БО	1. Визнається активом, якщо існує ймовірність отримання майбутніх економічних вигод та може бути достовірно визначена її сума. 2. Визнається активом одночасно з визнанням доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг	Оцінюється за первісною вартістю, тобто дебіторська заборгованість відображається в обліку в оцінці, визначеній договором, і залежить від кількості і ціни проданої продукції з врахуванням знижок і надбавок, що надаються постачальником своїм клієнтам і покупцям	Дебіторську заборгованість, по якій пройшов термін позовної давності, інші борги, не реальні для стягнення, списують за рішенням керівника підприємства за рахунок резерву сумнівних боргів або на фінансові результати господарської діяльності комерційної організації	У складі оборотних активів з класифікацією на довгострокову (платежі по якій очікуються більш ніж через 12 місяців після звітної дати) і короткострокову (платежі по якій очікуються протягом 12 місяців після звітної дати)	Величина резерву сумнівних боргів визначається за одним із методів: 1. Застосування абсолютної суми сумнівної заборгованості. 2. Застосування коефіцієнта сумнівності. За першим методом величина резерву визначається на підставі аналізу платоспроможності окремих дебіторів. За другим – величина резерву розраховується множенням суми залишку дебіторської заборгованості на початок періоду на коефіцієнт сумнівності
Вимоги МСФЗ	Визнання фінансового активу відбувається тоді, коли організація стає стороною контракту (договору), при виникненні зобов'язання по інструменту	Визнання дебіторської заборгованості оцінюється за справедливою вартістю (за вартістю операції), включаючи витрати по здійсненню операції, які прямо пов'язані з придбанням або випуском фінансового активу або фінансового зобов'язання). Після первинного визнання дебіторська заборгованість оцінюється за вартістю, що амортизується, із застосуванням методу ефективної ставки відсотка	Припинення визнання фінансового активу або частини фінансового активу відбувається тоді, коли організація втрачає контроль над правами за контрактом (договором) (коли вказані права реалізуються, припиняється їх дія або організація відмовляється від своїх прав або передає їх третій стороні)	У складі поточних активів з класифікацією на короткострокову і довгострокову	1. Визначення вірогідності стягнення заборгованості по кожному дебіторові і нарахування резерву лише по тим дебіторам, стягнення заборгованості з яких є сумнівним. 2. Нарухування резерву в процентному відношенні від виручки за період. 3. Розподіл дебіторської заборгованості на кілька груп залежно від періодів відстрочки і нарахування резерву в процентному відношенні, визначеному для кожної групи

Проаналізувавши національні та міжнародні стандарти обліку, можна сказати, що основними відмінностями обліку дебіторської заборгованості є відображення реалізації продукції (робіт, послуг) і дебіторської заборгованості в повній сумі, оцінка дебіторської заборгованості відповідно з достовірністю її стягнення та розкриття інформації про операції між взаємозалежними сторонами.

Виходячи з положень П(С)БО, дебіторська заборгованість за товари (роботи, послуги) на дату балансу оцінюється за чистою реалізаційною вартістю, а дебіторська заборгованість, що є фінансовим активом, оцінюється за амортизованою вартістю [3].

Необхідно відзначити, що вимоги за МСФЗ та за П(С)БО при оцінці дебіторської заборгованості на дату балансу направлені на дотримання принципу обачності (консерватизму), згідно з яким величина активів не повинна бути завищена, а величина зобов'язань занижена. Для дотримання цього принципу фінансові активи також переважно оцінюються за справедливою вартістю. Щодо припинення визнання дебіторської заборгованості існують різні підходи, зазвичай, це погашення шляхом перерахування грошових коштів на рахунок дебітора [3].



Таким чином, проведені дослідження показали, що дійсно при відображенні дебіторської заборгованості відповідно до вимог П(С)БО та МСФЗ існують як спільні риси, так і відмінності. При зовнішньоекономічній адаптації вітчизняним підприємствам для уникнення подвійної роботи при складанні та поданні фінансової звітності необхідно розробляти її відповідно до норм МСФЗ. Застосування зарубіжного досвіду щодо облікових аспектів розрахункових операцій дозволить удосконалити облікову інформацію з метою підвищення її достовірності та суттєвості для прийняття на її основі управлінських рішень.

Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.

Література: 1. Бухгалтерский учет и аудит: современная теория и практика / под ред. проф. Я. В. Соколова и Т. О. Тереньтевой. – М. : Экономика, 2010. – 438 с. 2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 "Дебіторська заборгованість" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>. 3. Фартушняк О. В. Учет дебиторской задолженности: сравнительная характеристика международного и отечественного опыта / Фартушняк О. В., Пасичник И. Ю. // Бизнес Информ. – 2010. – № 6. – С. 36–40. 4. Голов С. Ф. Бухгалтерский учет и финансовая отчетность по международным стандартам / С. Ф. Голов, В. М. Костюченко. – Х. : Фактор, 2008. – 1008 с. 5. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань та господарських операцій підприємств та організацій, затверджена наказом Міністерства фінансів України від 30.11.99 № 291 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>. 6. Международные стандарты финансовой отчетности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://minfin.gov.ua>. 7. Пасенко Н. С. Сравнение дебиторской задолженности в соответствии с украинскими и международными стандартами учета / Пасенко Н. С., Шушлякова О. В. // Бизнес Информ. – 2011. – № 2. – С. 101–104.

Шокіна Ю. О.

УДК 657.3

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Анотація. Розглянуто особливості побудови та реалізації фінансового механізму бюджетних установ. Обґрунтовано можливі шляхи вдосконалення фінансового механізму.

Аннотация. Рассмотрены особенности построения и реализации финансового механизма бюджетных учреждений. Обоснованы возможные пути совершенствования финансового механизма.

Annotation. The article discusses the features of construction and implementation of the financial mechanism of budgetary institutions. Possible ways to improve the financial mechanism are reason.

Ключові слова: бюджетне фінансування, бюджетна установа, кошторисне фінансування, принципи фінансування.

Найважливішою умовою ефективного функціонування національної економіки є раціональне та економне використання коштів державного бюджету, що спрямовуються на утримання галузей невиробничої сфери.

Кожна бюджетна установа забезпечується засобами для виконання встановлених їй показників. Тому зміцнення української держави на сучасному шляху її розвитку нерозривно пов'язується з ефективним використанням фінансових ресурсів, якими володіє держава, та створенням належного правового регулювання цього процесу. Державний бюджет – це головний фінансовий план утворення і використання фінансових ресурсів для забезпечення функцій, які здійснюються органами державної влади України. Видаткова частина бюджету становить зведення бюджетних асигнувань конкретним міністерствам, відомствам, об'єднанням та установам, управлінням і відділам виконавчих органів місцевого самоврядування. Головним завданням щодо вико-

© Шокіна Ю. О., 2012



нання видаткової частини бюджету є забезпечення раціонального використання державних коштів на всіх етапах бюджетного фінансування. За цих умов актуальним постає дослідження теоретичної сутності бюджетного фінансування, форм і методів його здійснення, а також пошук шляхів ефективного фінансування бюджетної сфери за рахунок коштів бюджету.

Питаннями обліку та вибору раціональних методів бюджетного фінансування займається низка вітчизняних вчених та практиків, серед них: Атамас П. Й. [1], Опарін В. М. [2], Пасічник Ю. В. [3]. Надбання цих учених є значним внеском у теорію, методологію та організацію фінансування різних галузей бюджетної системи, а також у вирішення питань щодо вдосконалення її фінансового забезпечення. Проте, на погляд автора, недостатньо висвітленими залишаються питання реалізації фінансового механізму бюджетних установ на сучасному етапі. Усе вище викладене й обумовило вибір теми даного дослідження, окреслило його мету та основні завдання.

Метою дослідження є визначення особливостей побудови і реалізації фінансового механізму бюджетних установ та обґрунтування можливих напрямків удосконалення фінансового забезпечення, що є складовим елементом фінансового механізму.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання: розкрити теоретичні аспекти бюджетного фінансування; розглянути особливості кошторисного фінансування; визначити пропозиції щодо ефективного функціонування фінансового механізму бюджетної сфери.

Об'єктом дослідження обрано бюджетне фінансування.

Предмет дослідження становить кошторисне фінансування як метод фінансового забезпечення.

Відповідно до Бюджетного кодексу України бюджетна установа – це орган, установа чи організація, визначена Конституцією України, а також установа чи організація, створена у встановленому порядку органами державної влади, органами влади Автономної Республіки Крим чи органами місцевого самоврядування, яка повністю утримується за рахунок державного чи місцевих бюджетів [1].

Основою ефективного функціонування бюджетної сфери є фінансове забезпечення. Бюджетні установи практично не мають власних доходів і свою діяльність здійснюють за рахунок коштів відповідних бюджетів. Отже, основною формою фінансового забезпечення бюджетних закладів є бюджетне фінансування, під яким прийнято розуміти безповоротний, безвідплатний відпуск коштів з державного та місцевого бюджетів на виконання загальнодержавних функцій, функцій місцевого самоврядування та забезпечення функціонування бюджетних установ та організацій.

Основним методом бюджетного забезпечення є кошторисне фінансування.

Розглядаючи поняття "кошторисне фінансування", більшість вітчизняних вчених трактує його з точки зору забезпечення витрат бюджетних установ за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів. На думку автора, зазначений підхід недостатньо повно відображає сучасну практику функціонування зазначених закладів, оскільки ринкові засади передбачають принципово інші, ніж раніше, підходи до організації фінансового забезпечення діяльності бюджетних установ, що характеризується поєднанням бюджетного фінансування з розвитком послуг і виконанням робіт за договорами з підприємствами та організаціями на платній основі [3].

Зміни у бюджетному фінансуванні дозволяють отримати бюджетним установам можливість: на власний розсуд використовувати матеріальні та частину фінансових ресурсів, що знаходяться у їх розпорядженні. Так, бюджетні заклади отримали право здавати в оренду іншим підприємствам і організаціям будівлі та споруди, транспортні засоби, інші матеріальні цінності; надавати послуги на платній основі; установлювати ціни на послуги таким чином, щоб вони відповідали завданню самоокупності та самофінансуванню.

Тому за своїм змістом кошторисне фінансування охоплює не тільки ті кошти, що надаються з бюджетів, але й ті, що надходять за рахунок здійснення господарської діяльності. З точки зору автора, під кошторисним фінансуванням слід розуміти покриття витрат бюджетних установ з метою виконання ними функцій та завдань, спрямованих на досягнення суспільних благ за рахунок бюджетного фінансування та позабюджетних коштів, які надходять у результаті надання платних послуг та отримання спонсорської допомоги.

Отже, задоволення потреб бюджетних закладів лише частково здійснюється шляхом безпосереднього надання коштів з бюджету, які утворилися внаслідок перерозподілу валового внутрішнього продукту.

На сьогодні зростає роль позабюджетних джерел фінансування у забезпеченні функціонування закладів бюджетної сфери. Позабюджетні надходження грошових коштів та доходів у матеріальній чи нематеріальній формі, які отримує бюджетний заклад, є результатом його самостійної фінансово-господарської діяльності. Основними джерелами позабюджетних коштів є кошти за надання платних (договірних) послуг та спонсорські кошти, які останнім часом набувають широкого використання.

Некомерційна діяльність бюджетних установ і організацій не має на меті отримання прибутку і здійснюється у загальнодержавних інтересах з метою залучення додаткових фінансових ресурсів.

Основні джерела формування та напрямки використання коштів бюджетних установ наведено на рисунку [1].

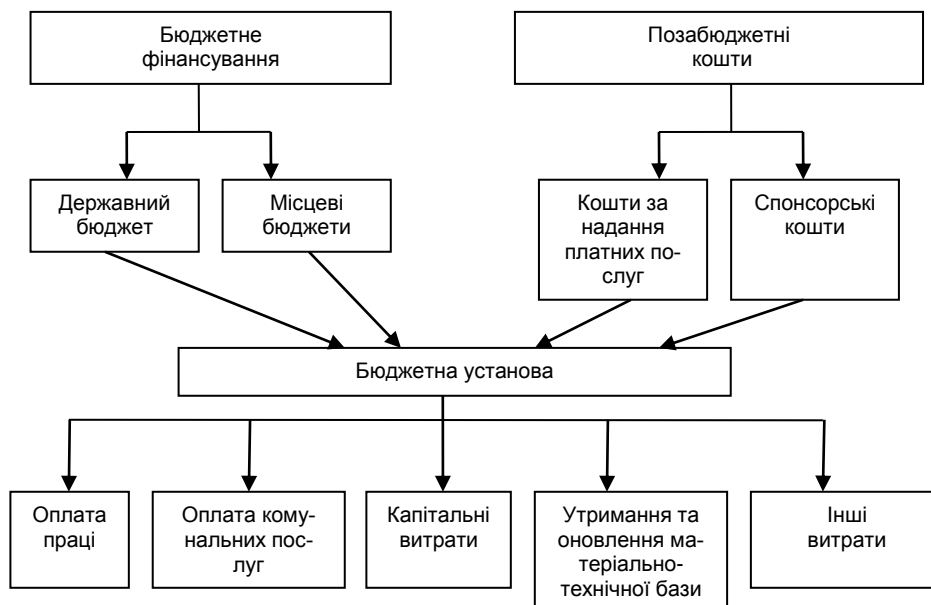


Рис. Джерела формування та напрямки використання коштів бюджетних установ

Реалізація кошторисного фінансування здійснюється на основі принципів плановості, цільового характеру, виділення коштів залежно від фактичних показників, підзвітності.

Плановість означає, що фінансування здійснюється на підставі й у межах установленого плану. Плановим документом є кошторис – документ, у якому розраховані й затверджені планові витрати на відповідний плановий період чи відповідні заходи. Розрахунки планових витрат здійснюються, як правило, на основі нормативного методу.

Сутність цільового характеру кошторисного фінансування полягає в тому, що виділені кошти можуть бути спрямовані тільки на цілі, передбачені кошторисом. При цьому в окремих випадках може надаватися право певного перерозподілу коштів між окремими статтями. Цільове призначення асигнувань дає змогу організації, що здійснює фінансування, контролювати їх раціональне і ефективне використання.

Виділення коштів залежно від фактичних показників діяльності установи означає, що фінансування здійснюється за кошторисом, але на основі не планових, а фактичних значень показників діяльності.

Підзвітність передбачає звітність організацій та установ, що перебувають на кошторисному фінансуванні, перед фінансуючими організаціями. При цьому встановлена відповідальність за порушення принципів і правил кошторисного фінансування.

Слід зазначити, що кошторисне фінансування як метод фінансового забезпечення має як переваги, так і недоліки. Серед переваг кошторисного фінансування слід відмітити те, що за допомогою даного методу забезпечується відповідність дохідної та видаткової частин кошторису, тобто фінансування планових витрат бюджетної установи відбувається в повному обсязі. Крім того, кошторисне фінансування передбачає жорсткий та постійний фінансовий контроль за витрачанням грошових коштів [2].

Одночасно кошторисне фінансування має значні недоліки: незадовільний стан фінансування, брак грошових коштів для оновлення матеріально-технічної бази бюджетних закладів, обмеженість джерел формування фінансових ресурсів та жорстку регламентацію напрямків їх використання. Вирішення зазначених проблем значною мірою залежить від ефективності побудови та реалізації фінансового механізму бюджетних установ.

Слід зазначити, що фінансовий механізм функціонування бюджетних закладів має свої відмінності, що обумовлені неприбутковою природою бюджетної сфери, особливостями джерел мобілізації та порядку розподілу грошових коштів.

Ефективне функціонування фінансового механізму бюджетної сфери повинно ґрунтуватися на таких пропозиціях:

спрямованості кожного елемента фінансового механізму на виконання властивого йому завдання;

спрямуванні дій усіх елементів фінансового механізму на процес отримання передбаченого обсягу фінансових ресурсів з метою покриття витрат відповідної діяльності;

зворотному зв'язку елементів фінансового механізму вертикального та горизонтального рівнів; своєчасності реагування складових фінансового механізму на зміни макро- та мікросередовища.

Таким чином, ефективне функціонування бюджетних установ можливе лише за умови чітко налагодженого фінансового механізму.



Проведене дослідження виявило, що найпоширенішою формою сьогодні є кошторисне фінансування, яке полягає у виділенні бюджетних коштів установам соціально-культурної сфери, оборони й управління в межах їхніх кошторисів доходів і видатків.

Процес кошторисного фінансування здійснюється внаслідок об'єднання грошових коштів, отриманих з двох основних каналів.

Перший – це грошові кошти, отримані через механізм бюджетного фінансування, зміст якого полягає в односторонньому спрямуванні бюджетних коштів – від держави до суб'єктів господарювання. Обсяг цих коштів відображається у загальному фонді кошторису бюджетної установи.

Через другий канал надходять грошові кошти, отримані внаслідок некомерційної діяльності, яка здійснюється бюджетною установою самостійно. У цьому випадку фінансові відносини виникають між бюджетною установою і господарюючими суб'єктами та фізичними особами, а отримані результати відображаються у спеціальному фонді кошторису.

Отже, за сучасних реалій грошові кошти, необхідні для здійснення кошторисного фінансування, мобілізуються з багатьох джерел фінансування і надходять через два основних механізми: бюджетне фінансування і самофінансування, пізніше вони об'єднуються і витрачаються на спільну мету – задоволення суспільних потреб.

Бюджетне фінансування відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку суспільства, але динаміка економічних процесів і реформаторських дій у бюджетній сфері вимагають активізації наукової діяльності й розробки нових теоретичних підходів і пропозицій щодо вдосконалення та розвитку нових форм і методів бюджетного фінансування, що і буде предметом подальших наукових досліджень.

Наук. керівн. Писарчук О. В.

Література: 1. Атамас П. Й. Облік у бюджетних установах : навч. посібн. [для студ. вищ. навч. закл.] / П. Й. Атамас. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 288 с. 2. Опарін В. М. Фінанси (Загальна теорія) : навч. посібн. / В. М. Опарін. – К. : КНЕУ, 2001. – 240 с. 3. Пасічник Ю. В. Бюджетна система : навчальний посібник / Ю. В. Пасічник. – К. : Знання-Прес, 2006. – 607 с.

УДК 658.15

Кутявіна К. В.

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА НЕОБХІДНІСТЬ

Анотація. Проаналізовано сучасні підходи до розкриття поняття "фінансовий стан підприємства" та авторське ставлення до його трактування. Розглянуто питання сутності і необхідності системного аналізу фінансового стану підприємства, а також методи, принципи і методики аналізу фінансового стану підприємств та пропозиції щодо їх вдосконалення.

Аннотация. Проанализированы современные подходы к раскрытию понятия "финансовое состояние предприятия" и авторское отношение к его трактовке. Рассмотрены вопросы сущности и необходимости системного анализа финансового состояния предприятия, а также методы, принципы и методики анализа финансового состояния предприятий и предложения относительно их совершенствования.

Annotation. The modern approaches to the disclosure of the concept of "financial condition of the enterprise" and the author's attitude to its treatment have been analyzed. The article deals with the essence and necessity of the system analysis of the financial condition of the enterprise, as well as the methods, principles and methodology of the analysis of the financial situation of enterprises and the proposals for their improvement.

Ключові слова: фінансовий стан підприємства, прийоми, методи та моделі аналізу.

Господарська діяльність підприємств відбувається завдяки організованому, якісному, своєчасному та ефективному управлінню, що становить сукупність взаємопов'язаних, послідовно здійснюваних функцій.

© Кутявіна К. В., 2012



У сучасних умовах господарювання аналіз фінансового стану – необхідна складова процесу управління підприємством. Головним напрямком його практичної реалізації є виявлення можливостей підвищення ефективності функціонування підприємства, визначення перспектив його розвитку.

Вагомий внесок у розробку теоретичних та методичних засад оцінки фінансового стану вітчизняних підприємств здійснили вчені-економісти: Білик Л. Д., Буряк Л. Д., Барановський О. І., Бутинець Ф. Ф., Бутко А. Д., Василик О. Д., Гадзевич О. І., Даниленко А. І., Зятковський І. В., Івахненко В. М., Ізмайлова К. В., Іонін Є. Є., Ковальчук Т. М., Коробов М. Я., Лахтіонова Л. А., Мендрул О. Г., Мец В. О., Мних Є. В., Павловська О. В., Поддєрьогін А. М., Сопко В. В., Суторміна В. М. та ін. [1].

Питання оцінки фінансового стану підприємств розглядалися в працях зарубіжних науковців і практиків, зокрема: Баканова М. І., Балабанова І. Т., Л. Бернстайна, Брауна С. Дж., Барнгольца С. Б., Д. Блейка, Волкової О. М., Гінзбурга А. І., А. Гропелі, Єфімова О. В., Т. Карліна, Ковальова А. І., Ковальова В. В., Б. Коласса, Крейніної М. Н., Маркар'яна Е. А., Метьюса М. Р. [2].

Аналіз економічної літератури свідчить про наявність різноманітних тлумачень сутності фінансового стану та визначень фінансової стійкості, фінансового стану підприємства, про відсутність єдиної думки щодо групування та способу обчислення показників оцінки фінансового стану, саме тому, віддаючи належне науковим напрацюванням вітчизняних та зарубіжних вчених, слід відзначити, що проблема пошуку нових шляхів удосконалення фінансової діяльності підприємства в умовах стрімких ринкових перетворень потребує подальшого науково-практичного дослідження. Значною мірою це зумовлено трансформаційними процесами в Україні, направленими на досягнення міжнародних стандартів економічної діяльності.

Метою написання статті є теоретичне і методичне обґрунтування системного аналізу фінансового стану підприємств, а також дослідження всіх існуючих методів, принципів і методик аналізу фінансового стану підприємства та розробка практичних рекомендацій щодо їх вдосконалення.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних питань, пов'язаних з формуванням інформації в обліку щодо оцінювання і прогнозування фінансового стану підприємства на підставі його бухгалтерської та фінансової звітності і оперативних даних.

Об'єктом дослідження є процес організації інформаційної бази для оцінки фінансового стану підприємства.

Інформаційною базою для оцінювання фінансового стану підприємства є дані:

- балансу (форма № 1);
- звіту про фінансові результати (форма № 2);
- звіту про рух грошових коштів (форма № 3);
- звіту про власний капітал (форма № 4);
- дані статистичної звітності та оперативні дані.

Інформацію, яка використовується для аналізу фінансового стану підприємств, за доступністю можна поділити на відкриту та закрити (таємну). Інформація, яка міститься в бухгалтерській та статистичній звітності, виходить за межі підприємства, а отже, є відкритою.

Кожне підприємство розробляє свої планові та прогнозні показники, норми, нормативи, тарифи та ліміти, систему їх оцінки та регулювання фінансової діяльності. Ця інформація становить комерційну таємницю, а іноді й "ноу-хау". Відповідно до чинного законодавства України підприємство має право тримати таку інформацію в секреті. Її перелік визначає керівник підприємства.

Фінансова діяльність підприємства має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової і кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості з метою ефективного функціонування підприємства.

Саме цим зумовлюється необхідність і практична значущість систематичної оцінки фінансового стану підприємства, якій належить суттєва роль у забезпеченні його стабільного фінансового стану.

Отже, фінансовий стан – це одна з найважливіших характеристик діяльності кожного підприємства.

Фінансовий стан підприємства треба систематично та всебічно оцінювати з використанням різних методів, прийомів та методик аналізу. Це уможливить критичну оцінку фінансових результатів діяльності підприємства як у статичі за певний період, так і в динаміці – за ряд періодів, дасть змогу визначити "больові точки" у фінансовій діяльності та способи ефективнішого використання фінансових ресурсів, їх раціонального розміщення.

Предметом фінансового аналізу підприємства є його фінансові ресурси, їх формування та використання. Для досягнення основної мети аналізу фінансового стану підприємства – об'єктивної його оцінки та виявлення на цій основі потенційних можливостей підвищення ефективності формування й використання фінансових ресурсів – можуть застосовуватися різні методи аналізу [3].

Методи фінансового аналізу – це комплекс науково-методичних інструментів та принципів дослідження фінансового стану підприємства.

Таким чином, у ході аналізу фінансового стану підприємства можуть використовуватися найрізноманітніші прийоми, методи та моделі аналізу, їхня кількість та широта застосування залежать від конкретних цілей аналізу та визначаються його завданнями в кожному конкретному випадку.

Недосконалість методів оцінки фінансового стану підприємства – це не єдина проблема сьогодення. На сьогоднішній день також існують складності проведення аналізу фінансового стану, що зумовлено:

- а) нестабільністю економіки;
- б) кризовим станом;
- в) політичною невизначеністю.



В умовах постійної зміни інформації багато фінансово-економічних показників, розрахованих на певний час, можуть надалі загубити свою цінність для аналізу у зв'язку з нестабільністю національної валюти.

Повну перешкоду аналізу фінансового стану підприємства дають:

1) різні форми власності, наприклад, чимало показників, що характеризують фінансовий стан акціонерних підприємств, не можуть бути розраховані з причини відсутності або слабого розвитку у державі ринку цінних паперів, де б оберталися акції цих підприємств і за якими можна б було судити про положення емітентів;

2) нестабільність законодавчої бази (фінансового податкового права), це також ускладнює проведення аналізу фінансового стану підприємства [3].

Для подолання даної проблеми необхідно, враховуючи умови фінансової кризи, розробляти нові методи оцінки фінансового стану, а також розробляти методи і способи покращення фінансового стану, підвищення платоспроможності і ліквідності.

Підбиваючи все вищесказане, можна зробити висновок, що сьогодні найнеобхіднішим є:

1) удосконалювати інформаційне та методичне забезпечення фінансового стану підприємства;

2) розробляти методичне забезпечення процесу прогнозування фінансового стану підприємства;

3) удосконалювати структуру аналізу стану підприємства залежно від мети та змісту роботи на кожному етапі;

4) працювати над методикою форм фінансової звітності, що дозволить підвищити її аналітичність можливості та реальність оцінки майна;

5) розробляти методику комплексної бальної оцінки фінансового стану підприємства, яка б дозволила проаналізувати стан підприємства за оптимальною сукупністю фінансових показників та коефіцієнтів;

6) удосконалювати теоретичні засади формування та реалізації інформаційної системи підприємства;

7) удосконалювати форми і методи фінансового забезпечення функціонування підприємства, тобто пошук нових ефективних шляхів фінансової діяльності;

8) адаптувати методики аналізу до сучасних економіко-правових умов.

Наук. керівн. Шушлякова О. В.

Література: 1. Фінанси підприємств : підручник / Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д. та ін. – 6 вид., перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2006. – 552 с. 2. Матеріали п'ятої міжнародної студентської наукової конференції "Економіка і маркетинг 21 століття". – Донецьк : ДОННТУ, 2004. 3. Измайлова К. В. Фінансовий аналіз : навчальний посібник / Измайлова К. В. – 2-ге вид., стереотип. – К. : МАУП, 2001. – 152 с. 4. Бойчик І. М. Економіка підприємств : навчальний посібник / Бойчик І. М., Харів П. С., Хопчан М. І. – Львів : Сполом, 1999. – 211 с. 5. Гончаров А. Б. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник / Гончаров А. Б. – Х. : ІНЖЕК, 2003. – 240 с. 6. Швиданенко Г. О. Сучасні технології діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства : монографія / Швиданенко Г. О., Олесью О. І. – К. : КНЕУ, 2002. – 192 с.

УДК [657.37:006.322] (477)

Пузанова А. І.

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗА МІЖНАРОДНИМИ ТА НАЦІОНАЛЬНИМИ СТАНДАРТАМИ В УКРАЇНІ

Анотація. Досліджено сучасну практику складання та подання звітності підприємств в Україні відповідно до МСФЗ (Міжнародних стандартів фінансової звітності) та П(С)БО (Положень (стандартів) бухгалтерського обліку України). Проведено порівняльний аналіз складання фінансової звітності за міжнародними та національними стандартами.

Аннотация. Исследована современная практика составления и представления отчетности предприятий в Украине в соответствии с МСФО (Международными стандартами финансовой отчетности) и П(С)БУ (Положениями (стандартами) бухгалтерского учета Украины). Проведен сравнительный анализ составления финансовой отчетности по международным и национальным стандартам.

© Пузанова А. І., 2012

125

"Управління розвитком", №3(124)2012



Annotation. Modern practice of drafting and presentation of accounting of enterprises is investigated in Ukraine in accordance with IFRS (International Financial Reporting Standards) and P(S)BU (Regulations (Standards) Of the Accounting In Ukraine). The comparative analysis of drafting of the financial reporting is conducted according to international and national standards.

Ключові слова: фінансова звітність, Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ), Положення (стандарти) бухгалтерського обліку (П(С)БО).

Фінансова звітність є структурованим фінансовим відображенням фінансового стану підприємства і операцій, що здійснюються ним. Її метою є надання інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства, необхідної широкому колу користувачів для прийняття ними управлінських рішень. Сьогодні існують проблеми інтеграції українських компаній на світовий ринок, одна з яких полягає в недоступності інформації, яка розкривається у фінансовій звітності компаній для іноземних партнерів. Даний недолік можна вирішити за допомогою впровадження Міжнародних стандартів фінансової звітності. Ця проблема актуальна для України, оскільки Україна прагне стати членом Європейського Союзу, але процес набуття статусу країни-члену Євросоюзу вимагає перегляду всього чинного законодавства, удосконалення системи обліку, звітності. Тому саме застосування єдиних стандартів дозволяє міжнародним фінансовим ринкам об'єктивно оцінити результати діяльності підприємств та забезпечує для зацікавлених сторін та інвесторів відкритість, прозорість фінансової звітності суб'єктів господарювання.

Значний внесок у дослідження особливостей складання фінансової звітності згідно з МСФЗ в Україні зробили Сопко В. А., Голов С. С., Пархоменко В. О., Зубілевич С. Я., Костюченко О. С., Горяїнова Ю. С. та ін.

Метою дослідження є визначення особливості складання та подання звітності підприємств згідно з МСФЗ та П(С)БО, а також проведення порівняльного аналізу національних і міжнародних стандартів.

Об'єкт дослідження становить фінансово-господарська діяльність підприємства.

Предметом дослідження обрано фінансову звітність згідно з Міжнародними стандартами фінансової звітності і Національними стандартами бухгалтерського обліку.

Міжнародні стандарти фінансової звітності – це набір документів (стандартів та інтерпретацій), що регламентують правила складання фінансової звітності, необхідної зовнішнім користувачам для прийняття ними економічних рішень відносно підприємства [1].

Поштовхом до впровадження МСФЗ в Україні стало прийняття Кабінетом Міністрів України "Програми реформування системи бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів" [2]. Дане впровадження викликане тим, що українські стандарти не відповідали повною мірою потребам сучасних користувачів фінансової звітності – інвесторів, акціонерів, фінансових інститутів та ін. Це пов'язано з тим, що історично українські стандарти формувалися з врахуванням інтересів одного єдиного користувача – держави. Вітчизняна облікова система повністю відповідала моделі функціонування планової економіки і була достатньо ефективною в тих умовах, але не пристосована для відображення господарських фактів у нових економічних умовах. Фінансова звітність, складена згідно з МСФЗ, відповідає інтересам ринкової економіки та великому колу користувачів.

Таким чином, МСФЗ сьогодні – це об'єктивна реальність, єдиний підхід до ведення бухгалтерського обліку в усьому світі, що має велике практичне значення для складання фінансової звітності.

Незважаючи на те, що національні стандарти ґрунтуються на міжнародних стандартах фінансової звітності, вони не тотожні. Зміни, внесені до чинних міжнародних стандартів, поглибили існуючі розбіжності.

Фінансову звітність за міжнародними стандартами регулюють три стандарти, основним з яких є МСБО 1 "Подання фінансових звітів" [3]. Його метою є визначення основ подання фінансових звітів загального призначення суб'єкта господарювання для забезпечення зіставності та порівняння їх за попередні періоди, а також з фінансовими звітами інших суб'єктів господарювання. Для досягнення цієї мети МСБО 1 вимагає розкриття певної інформації безпосередньо в балансі, звіті про прибутки і збитки, звіті про зміни у власному капіталі, а також у примітках, тоді як ці питання у національному законодавстві регулюються такими П(С)БО: 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності", 2 "Баланс", 3 "Звіт про фінансові результати", 4 "Звіт про рух грошових коштів", 5 "Звіт про власний капітал" [4].

Тому у вітчизняній практиці актуальним є вирішення проблеми уніфікації української системи з міжнародною системою бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

Для більш детального ознайомлення з МСФЗ було проведено порівняльний аналіз складання та подання фінансової звітності згідно з МСФЗ та П(С)БО, результати якого наведені в таблиці. Автором були запропоновані основні критерії зіставлення, згідно з якими були визначені найважливіші відмінності у фінансовій звітності відповідно до національних та міжнародних стандартів.

Таблиця

Порівняння фінансової звітності за П(С)БО та МСФЗ

Критерій	П(С)БО	МСФЗ
1	2	3
Визначення фінансової звітності	Це бухгалтерська звітність, що містить інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів за звітний період	Структуроване представлення фінансового положення і фінансових результатів діяльності організації

1	2	3
Склад фінансової звітності	Фінансова звітність складається з таких компонентів: баланс; звіт про фінансові результати; звіт про рух грошових коштів; звіт про власний капітал; примітки до звітів. Фінансовий звіт для СМП складається з таких компонентів: баланс та звіт про фінансові результати. Окремі форми звітності встановлені для банків та бюджетних установ	Повний комплект фінансової звітності включає: звіт про фінансовий стан на дату закінчення періоду; звіт про прибутки та збитки за період; звіт про зміни в капіталі за період; звіт про рух грошових коштів; примітки, що складаються з короткого огляду основних принципів облікової політики та іншої пояснювальної інформації
Звітна дата	Дата, станом на яку необхідно скласти звітність, є фіксованою	Дата для фінансової звітності за МСФЗ не є фіксованою
Грошовий вимірник	У грошовій одиниці України	У будь-якій валюті
Подання додаткової інформації, супутньої фінансової звітності	Не подається	Крім фінансової звітності, багато підприємств представляють фінансовий огляд керівництва, у якому описуються і пояснюються основні характеристики фінансових результатів та фінансового стану підприємства, а також основні ситуації невизначеності, з якими воно зіштовхується

У результаті аналізу національних та міжнародних стандартів було виявлено низку відмінностей:

згідно з МСБО 1 підприємства заохочуються до подання фінансового огляду, складеного керівництвом, який містить опис і пояснення основних рис результатів діяльності підприємства та його фінансового становища, а також виклад основних невизначеностей. Слід зауважити, що у П(С)БО подібного фінансового огляду як додаткового звіту не передбачено;

структурно МСБО 1 включає положення, які визначають методологічні засади формування та подання інформації в усіх компонентах фінансової звітності. Окрім П(С)БО 1 [5], в Україні такі засади викладено ще у чотирьох стандартах: П(С)БО 2 "Баланс", П(С)БО 3 "Звіт про фінансові результати", П(С)БО 4 "Звіт про рух грошових коштів" та П(С)БО 5 "Звіт про власний капітал". Аналогічних МСБО чи МСФЗ немає. На відміну від МСБО 1, перелічені П(С)БО надають детальний опис та характеристику кожної окремої статті, що спрощує методіку складання форм фінансової звітності;

на відміну від МСБО 1, у П(С)БО 1 чітко визначено якісні характеристики та принципи підготовки фінансової звітності. Це означає, що вони відсутні у МСБО 1, проте непослідовність викладення ускладнює їх розуміння та сприйняття;

у МСБО 1 детально визначено перелік користувачів фінансової звітності та їх інформаційні потреби, тоді як П(С)БО 1 дає визначення користувачів без класифікації за певними групами.

У цілому між цими стандартами більше схожості, ніж відмінностей, оскільки П(С)БО в Україні розроблялися відповідно до МСФЗ. Порівняльний аналіз нормативної бази бухгалтерського обліку і формування фінансової звітності за національними та міжнародними стандартами дає підстави стверджувати, що між ними існує певна узгодженість, яка полягає в тому, що окремі стандарти мають однакову мету, призначення, спільні назви [6].

Відірваність вітчизняного бухгалтерського обліку від світової облікової практики виявилася ускладнюючим фактором для інтеграції економіки України у світову економічну систему. Тому нарізла необхідність суттєво реформувати вітчизняну систему бухгалтерського обліку до умов ринкової економіки. Таким чином, вигоди України виявляться не лише в прийнятності фінансової звітності українських компаній іноземцями, але і в більшій ефективності фінансового ринку всередині країни. Отже, перспективним напрямком реформування національної системи бухгалтерського обліку є встановлення порядку ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності за єдиними правилами для всіх суб'єктів, які будуть відповідати вимогам міжнародних стандартів.

Наук. керівн. Пасенко Н. С.

Література: 1. Отчет о международном опыте применения МСФО [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.confcontact.com/2007/mart/3_pirec.htm. 2. Про затвердження Програми реформування системи бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів : Постанова КМУ від 28 жовтня 1998 р. № 1706 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP981706.html. 3. МСБО 1 "Подання фінансових звітів" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua. 4. Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗТМ) 2004 / Фонд Комітету з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (ФКМСБО). – 2007. – Ч. 1. – 1272 с. ; Ч. 2. – 1223 с. 5. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності" : Наказ Міністерства фінансів від 31.03.1999 р. № 87 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua. 6. Сопко В. А. Економіко-правові основи і напрями уніфікації і адаптації термінології бухгалтерського обліку та контролю до потреб міжнародної стандартизації / В. А. Сопко // Фінанси України. – 2006. – № 8. – С. 5–11. 7. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>.

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗА МІЖНАРОДНИМИ ТА НАЦІОНАЛЬНИМИ СТАНДАРТАМИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Анотація. Досліджено економічну сутність понять "облікова політика" та "мале підприємство" за національними стандартами бухгалтерського обліку та міжнародними стандартами фінансової звітності.

Аннотация. Исследована экономическая сущность понятий "учетная политика" и "малое предприятие" по национальным стандартам бухгалтерского учета и международным стандартам финансовой отчетности.

Annotation. The economic substance of the category "Accounting Policies" and "small business" by the national accounting standards and international accounting standards is investigated.

Ключові слова: облікова політика, мале підприємство, фінансова звітність.

Дотримання чіткої облікової політики прямо впливає на фінансові результати діяльності підприємства, тому необхідно адаптувати звітність українських підприємств до МСФЗ, що дозволить зменшити ризики для інвесторів та кредиторів, забезпечити прозорість та зрозумілість інформації, підвищити зростання довіри до показників фінансової звітності.

Метою статті є проведення порівняльної характеристики особливостей організації облікової політики малого підприємства згідно з міжнародними та національними стандартами фінансової звітності.

Відповідно до цієї мети поставлені такі завдання:

висвітлити сутність облікової політики підприємства відповідно до П(С)БО та МСФЗ;

розкрити поняття "мале підприємство", охарактеризувати особливості його функціонування та їх вплив на формування облікової політики згідно з П(С)БО та МСФЗ;

визначити основні недоліки та переваги введення облікової політики за МСФЗ.

Об'єктом дослідження обрано теоретичні та практичні основи організації облікової політики малого підприємства згідно з П(С)БО та МСФЗ.

Предмет дослідження – це процес організації облікової політики малого підприємства згідно з П(С)БО та МСФЗ.

Значний внесок у розвиток теоретичних і практичних аспектів формування облікової політики підприємств зробили такі провідні вчені-економісти, як Голов С. С. [1], Сопко В. А. [2], Пархоменко В. О. [3], Нищенко Л. П. [4] та ін.

В останні роки проводиться активна законодавчо-нормативна робота щодо спрощення системи оподаткування, обліку та звітності малих підприємств. Проте нормативні документи з обліку та фінансової звітності мають недоліки та вимагають доопрацювання. Так, облік на малих підприємствах України визначається Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку (П(С)БО). Підставою П(С)БО є Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку. Як відомо, Україна прагне стати членом Європейського Союзу. Але процес набуття статусу країни – члена Євросоюзу вимагає перегляду всього чинного законодавства, удосконалення системи обліку, звітності. У Законі України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" було визначено обов'язковість безпосереднього застосування підприємствами Міжнародних стандартів фінансової звітності (далі – МСФЗ) [5].

Термін "облікова політика", визначений Законом України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні", означає сукупність принципів, методів і процедур, що використовується підприємством для складання та подання фінансової звітності.

Облікова політика визначається на основі положень (стандартів) бухгалтерського обліку та інших нормативно-правових актів з бухгалтерського обліку і фінансової звітності [5].

Під малим українським підприємством розуміється організація, чий постійний персонал не перевищує 50 осіб. Хоча в деяких галузях малим підприємством вважається фірма з чисельністю менше 100 співробітників, іноді організацію з персоналом менше 250 працівників вважають малим підприємством [6].

Малі підприємства організовують свій бухгалтерський облік за спрощеною формою, яка має певні особливості складання та подання звітності. Залежно від обсягу облікової інформації та роботи на такому підприємстві може створюватися облікова служба або цю роботу доручають фахівцю за угодою. Якщо обсяг облікових робіт незначний, їх може виконувати сам власник підприємства.



Термін згідно з МСФЗ має таке значення:

облікова політика – конкретні принципи, основи, домовленості, правила та практика, застосовані суб'єктом господарювання при складанні та поданні фінансових звітів [7];

суб'єкт господарювання має обирати та застосовувати свою облікову політику послідовно для подібних операцій, інших подій або умов, якщо стандарт або тлумачення конкретно не вимагає чи не дозволяє визначення категорії статей, для яких інші політики можуть бути доречними. Якщо стандарт або тлумачення вимагає або дозволяє таке визначення категорій, слід обирати прийнятну облікову політику та послідовно застосовувати до кожної категорії [3].

Перш за все, потрібно зазначити, що чинні міжнародні стандарти не призначені для застосування підприємствами малого та середнього бізнесу, що значно звужує сферу їх розповсюдження.

МСФЗ не прийнятні для використання середніми, а тим паче малими підприємствами через високі порівняно з доходами та оборотами підприємств витрати на складання комплексу звітності за вимогами міжнародних стандартів. Тому для обліку малих та середніх підприємств був створений окремий стандарт МСФЗ для МСК (IFRS for SMEs) – самостійний стандарт обсягом понад 200 сторінок, що не має номера, оскільки становить виклад окремих вимог повного комплексу МСФЗ.

Малі та середні компанії (МСК) визначаються Стандартом як компанії, які публічно не звітують, тобто не публікують в обов'язковому порядку свою бухгалтерську звітність, але при цьому випускають фінансову звітність для зовнішніх користувачів.

Іншими словами, до МСК не належать компанії, які розміщують свої боргові цінні папери та акції на відкритому ринку (біржі) або бізнес яких заснований на залученні коштів третіх осіб (кредитні установи і страхові та інвестиційні компанії, фонди).

До зовнішніх користувачів тут відносяться власники компанії, що безпосередньо не беруть участь в управлінні її господарською діяльністю, клієнти, дійсні та потенційні кредитори, а також рейтингові фірми, що оцінюють кредитний ризик і інвестиційну привабливість компанії.

Зазначимо, що Рада не вводить ніяких кількісних критеріїв віднесення компаній до МСК, спеціально вказуючи на те, що МСФЗ застосовуються більш ніж у 100 країнах, де такі критерії діють уже багато років.

У результаті аналізу було виявлено низку відмінностей національних стандартів бухгалтерського обліку та міжнародних стандартів фінансової звітності:

облікова політика підприємства, виходячи з МСФЗ, не повинна змінюватися, якщо на це не буде вагомих причин. Виходячи з українських стандартів, облікова політика повинна змінюватися відповідно до змін законодавства;

багато міжнародних стандартів мають відповідні аналоги серед національних. Проте дуже часто відповідні П(С)БО не містять усієї докладної інформації, що наведена в МСБО;

крім обмежень, є також кілька протиріч між чинними П(С)БО і відповідними їм МСБО. Протиріччя пов'язані з тим, що деякі вимоги або підходи, викладені в П(С)БО, відрізняються чи суперечать вимогам і підходам, яких вимагають МСБО;

у МСБО 1 детально визначено перелік користувачів фінансової звітності та їх інформаційні потреби, тоді як П(С)БО 1 дає визначення користувачів без класифікації за певними групами.

У цілому між цими стандартами більше схожості, ніж відмінностей, оскільки П(С)БО в Україні розроблялися відповідно до МСФЗ.

Перехід на МСФЗ надає українським підприємствам можливості для ефективного функціонування інформаційної системи підприємства.

Застосування єдиних стандартів дозволяє міжнародним фінансовим ринкам об'єктивно оцінити результати діяльності підприємств та забезпечує для зацікавлених сторін та інвесторів відкритість, прозорість і зіставність фінансової звітності суб'єктів господарювання.

Порівняльний аналіз нормативної облікової політики за національними та міжнародними стандартами дає підстави стверджувати, що між ними існує певна узгодженість, яка полягає в тому, що окремі стандарти мають однакову мету, призначення, спільні назви [2].

Сьогодні міжнародні стандарти не тільки узагальнюють накопичений досвід різних країн, але й активно впливають на розвиток національних систем бухгалтерського обліку й звітності. Ці причини вплинули на вибір МСБО як орієнтира для реформування системи бухгалтерського обліку й звітності України.

Становлення і розвиток в Україні ринкової інфраструктури докорінно змінюють економічне, інформаційне і правове середовище функціонування підприємств, сутність їхньої діяльності. В останні роки в практиці українського бухгалтерського обліку відбуваються досить серйозні зміни, пов'язані з перебудовою всієї національної облікової системи і приведенням її до вимог міжнародних стандартів обліку.

Питання бухгалтерського обліку, його організації, формування показників звітності залишаються на сьогодні надзвичайно актуальними для підприємств різних форм власності, розмірів та видів діяльності. На особливу увагу серед них заслуговують малі підприємства України, розвиток яких є складовою частиною соціально-економічної політики держави.

Наук. керівн. Пасенко Н. С.

Література: 1. Голов С. С. Ретроспективний погляд на реформування бухгалтерського обліку в Україні / С. С. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – № 1. – С. 16–25. 2. Сопко В. А. Економіко-правові основи і напрями уніфікації і адаптації термінології бухгалтерського обліку контролю до потреб міжнародної стандартизації / В. А. Сопко // Фінанси України. – 2006. – № 8. – С. 5–11. 3. Пархоменко В. О. Принципи і підходи регулюван-



ня і регламентації бухгалтерського обліку / В. О. Пархоменко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2007. – № 11. – С. 12–19. 4. Нищенко Л. П. Гармонізація бухгалтерського обліку та фінансової звітності України з міжнародними стандартами в процесі гармонізації економічних взаємозв'язків / Л. П. Нищенко // Бухгалтерський облік та аудит. – 2006. – № 9. – С. 6–9. 5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>. 6. Про облікову політику : Лист Міністерства фінансів України / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua. 7. Міжнародні стандарти фінансової звітності № 1; 8 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua. 8. Голов С. С. Міжнародні стандарти фінансової звітності: вдосконалення та застосування / С. С. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2007. – № 11. – С. 7–13. 9. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 "Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua.

Бондаренко К. В.

УДК 657.3

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

АНАЛІЗ КОШТОРИСУ ДОХОДІВ ТА ВИДАТКІВ БЮДЖЕТНОЇ УСТАНОВИ

Анотація. Розглянуто програму ревізії фінансово-господарської діяльності будь-якої бюджетної установи, що починається з аналізу кошторису, правильності його формування та внесення змін у процесі виконання.

Анотация. Рассмотрена программа ревизии финансово-хозяйственной деятельности любого бюджетного учреждения, которая начинается с анализа сметы, правильности его формирования и внесения изменений в процессе выполнения.

Annotation. Program of revision of financial economic activity of any budgetary establishment that starts with the analysis of estimate, rightness of its forming and making alteration in the process of implementation is considered.

Ключові слова: аналіз кошторису, бюджетна установа, кошторис доходів та видатків, фінансово-господарська діяльність.

У наш час актуальним є питання: для чого під час ревізії витратити час на аналіз? Адже до акта ревізії слід заносити лише факти порушень фінансово-бюджетної дисципліни, а не аналітичні висновки. На думку автора, без аналізу неможливо встановити факти порушень фінансово-господарських операцій та можливі ризики від їх здійснення. Тому науково-практичним завданням кожного співробітника контрольно-ревізійної служби при проведенні перевірки формування та виконання кошторису бюджетної установи є і його всебічний аналіз.

Значний внесок у теорію та методологію бюджетного планування зробили Барановський О. І., Безгубенко Л. М., Буковинський С. А., Василик О. Д., Гейдор І. І., Гордєєв Л. П., Дьяков І. І., Деркач Н. І., Кириленко О. П., Кравченко В. І., Кузьменко Н. А., Опарін В. М., Павлова Л. Н., Родіонова В. М., Федосов В. М., Юрій С. І. та інші українські науковці.

Питанню обліку та аналізу доходів і витрат кошторису бюджетних установ присвячені праці Атамаса П. Й., Голікова В. І., Л. Гуцайлюк, Джоги Р. Т., Зіміної І. А., Ю. Іванечко, Канєвої І. Т., Матвєєвої В. О., Ткаченко І. Т., В. Сопка та ін. [1, с. 58]. Віддаючи належне науковим напрацюванням учених, слід зазначити, що проблема пошуку нових підходів до формування кошторисів бюджетних установ в умовах стрімких ринкових перетворень та обмеженості фінансових ресурсів потребує подальшого науково-практичного дослідження. Значною мірою це зумовлено трансформаційними процесами в Україні, направленими на досягнення міжнародних стандартів економічної діяльності.

Метою дослідження є обґрунтування аналізу кошторису доходів та видатків бюджетної установи.

У літературі недостатньо уваги приділяли таким питанням, як: важливість аналізу доходів і видатків бюджетної установи як основи для прийняття безпомилкових рішень та зменшення фінансових ризиків, а також удосконалення нормативно-правової бази при складанні і виконанні кошторису, що є одним із найважливіших контрольних заходів.

Для досягнення мети дослідження треба вирішити завдання:

дати відповідь на запитання: про що свідчить аналіз виконання кошторису, а точніше, аналіз відхилень між фінансовими показниками;

обґрунтувати необхідність дотримання законодавства та впровадження нових нормативно-правових актів, які б регулювали питання складання та виконання кошторису;
визначити умови підвищення ефективності управління бюджетними коштами.

Об'єктом дослідження обрано аналіз кошторису доходів та видатків бюджетної установи.

Предмет дослідження становить порядок складання кошторису доходів та видатків у бюджетних установах та його аналіз.

Для того щоб виконувати свої функції, визначені положенням чи статутом, бюджетній установі потрібен план, що визначає доходи, які вона має отримати протягом бюджетного періоду, та відповідні видатки, які будуть проведені для здійснення нею своїх повноважень.

Кошторис і є таким плановим документом бюджетної установи. Кошторис – це основний плановий документ, який надає повноваження бюджетній установі щодо отримання доходів та здійснення видатків, визначає обсяг і спрямування коштів для виконання бюджетною установою своїх функцій та досягнення цілей, визначених на рік відповідно до бюджетних призначень [2]. У бюджетних установах видатки можуть бути двох видів: касові та фактичні. Нараховані і оплачені видатки обліковуються як касові, а нараховані, але не виплачені – вважаються фактичними [3].

Аналіз кошторису – це складання подальшої схеми ревізії, встановлення, над якими питаннями варто працювати детальніше, а які не потрібно опрацьовувати суцільним методом.

Розглянемо деякі випадки відхилень між фінансовими показниками.

1. Перевищення фактичних видатків над затвердженими асигнуваннями може свідчити про: нежиття керівництвом установи необхідних заходів щодо приведення видатків у відповідність до бюджетних асигнувань, взяття зобов'язань понад асигнування, що є бюджетним правопорушенням та призводить до утворення небюджетної заборгованості;

використання наявних на початок року запасів;

отримання робіт, послуг, товарів, які на початок року перебували у складі дебіторської заборгованості.

2. Фактичні видатки, менші за затвержені асигнування, свідчать про:

економічне та раціональне використання бюджетних коштів;

планування зайвих асигнувань;

утворення дебіторської заборгованості, накопичення запасів;

несвоєчасне відображення в бухгалтерському обліку операцій, пов'язаних з фактичними видатками.

3. Перевищення фактичних видатків над касовими свідчить про:

погашення дебіторської заборгованості, що обліковувалася на початок року;

утворення кредиторської заборгованості на кінець звітного періоду;

списання запасів, які були придбані раніше.

4. Касові видатки, менші за затвержені асигнування, свідчать про:

зменшення асигнувань;

неповне фінансування установ.

5. Перевищення касових видатків над фактичними може свідчити про:

погашення кредиторської заборгованості, що обліковувалася на початок року;

збільшення запасів;

утворення дебіторської заборгованості на кінець звітного періоду [4].

Перевірка дотримання законодавства при складанні кошторису, по суті, є одним із найважливіших контрольних заходів. Важливим є аналіз змісту наказів, що видавалися в установі стосовно фінансово-господарської діяльності, зокрема такої статті кошторису бюджетної установи, як "Оплата праці", наказів про виплати премій та матеріальної допомоги, встановлення стимулюючих надбавок, оскільки передумовою таких дій є завищення показників фонду оплати праці.

Найбільше порушень виявляється при перевірках правильності розрахунків фонду оплати праці та видатків на поточне утримання бюджетної установи. Нормативно-правові акти, які забороняли б планувати фонд преміювання, матеріальної допомоги, виплати надбавок стимулюючого характеру, відсутні.

Особливої уваги заслуговує аналіз виконання кошторису спеціального фонду бюджету. Необхідно зазначити, що планування дохідної та видаткової частин спеціального фонду бюджету стосується головним чином тільки основних груп власних надходжень бюджетної установи, до яких, як правило, не належать суми за дорученнями, благодійні внески, гранти, подарунки, але кошти яких у подальшому зараховуються на рахунки обліку спеціального фонду бюджету [5]. На жаль, більшість ревізій і перевірок саме в питанні формування дохідної і видаткової частин кошторису спеціального фонду бюджету розкривається безліч порушень нормативно-правових актів, наслідком чого є незаконні видатки коштів загального фонду бюджету [1].

З метою підвищення ефективності управління бюджетними коштами доцільним є залучення тимчасово вільних бюджетних коштів та їхніх залишків у розпорядників із метою здійснення першочергових бюджетних видатків, недопущення касових розривів у процесі виконання бюджетів. Для цього треба:

надати право органам ДКУ на місцях використовувати різноманітні інструменти управління бюджетними коштами, залучати вільні залишки загального і спеціального фондів бюджетів, давати гарантії;

розміщувати тимчасово вільні бюджетні кошти в установах комерційних банків, що буде вагомим джерелом додаткових бюджетних ресурсів;



встановлювати певний ліміт коштів, який залишається в обласних управліннях ДКУ;
визначити на центральному рівні: норматив ризику залучення коштів, механізм оперативного відшкодування залучених коштів;
чітко визначити й розподілити функції між учасниками бюджетного процесу;
для підвищення ефективності контролю за витрачанням бюджетних коштів слід чітко регламентувати функції, права й відповідальність органів Державної контрольно-ревізійної служби у здійсненні контролю;
організувати дієвий контроль за дотриманням вимог законодавчих і нормативних актів.
Розглянувши найважливіші питання аналізу кошторису бюджетної установи, можна зробити висновок, що аналіз кошторису – не зайвий етап у ревізійному процесі, а метод визначення ризиків порушень фінансово-бюджетної установи.
На думку автора, хто вміє "читати" кошторис, для того план подальших ревізійних дій є зрозумілим і чітким. А ретельне вивчення методів і форм контролю за дотримання законодавства при формуванні, затвердженні і виконанні бюджету – єдиний шлях підвищення професійного рівня ревізора, а також впливу контрольно-ревізійної роботи на зміцнення фінансової дисципліни в державі.
Незважаючи на проведені наукові дослідження з питань аналізу кошторису доходів та видатків бюджетних установ, необхідне подальше вивчення даного питання.

Наук. керівн. Волошан І. Г.

Література: 1. Гражданский кодекс Украины. – Х. : Парус, 2007. – 400 с. 2. Порядок складання, розгляду, затвердження та основних вимог до виконання кошторисів бюджетних установ, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 28.02.2002 р. № 228 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>. 3. Шевчук А. О. Кошторис – основний плановий документ бюджетної установи / Шевчук А. О. // Баланс-Бюджет. – 2009. – № 3. – С. 13–17. 4. Петренко О. Застосування компенсації за неправомірне використання об'єктів права промислової власності / Петренко О. // Юридична Україна. – 2008. – № 5. – С. 81–88. 5. Про затвердження переліку груп власних надходжень бюджетних установ, вимог щодо їх утворення та напрямів використання : Постанова Кабінету Міністрів України від 17.05.2002 р. № 659 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>.

Чернуха О. С.

УДК 658.5:657.422

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ ЗАПАСІВ У ВИРОБНИЧОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Анотація. Визначено поняття виробничих запасів, проаналізовано важливість вибору методу вибуття запасів та окреслено основні проблеми сфери обліку та аналізу виробничих запасів.

Анотация. Определено понятие производственных запасов, проанализировано значение выбора метода выбытия запасов и определены основные проблемы в области учета и анализа производственных запасов.

Annotation. In the given article the notion of production supplies is defined, importance of choice of method of leaving of supplies is analysed and basic problems are outlined in the sphere of consideration and analysis of production supplies.

Ключові слова: виробничі запаси, методи оцінки вибуття запасів, активи, облік, аналіз.

Актуальною проблемою в економіці України є не залучення виробничих запасів і нарощування обсягів, а їх використання. Прискорення обороту виробничих запасів на один лише день дасть змогу, в цілому по країні, вивільнити значну частину коштів, що зайнята у сфері обігу. Для цього потрібний дійовий економічний механізм впливу на ефективність використання виробничих запасів у державному секторі економіки.

Ринкові відносини вимагають перегляду системи бухгалтерського обліку. На сьогоднішній день одним з найбільш складних і суперечливих питань українського обліку є облік виробничих запасів.

© Чернуха О. С., 2012

Дослідженню актуальних проблем обліку виробничих запасів заборгованості присвячені роботи таких вітчизняних вчених, як В. Верхогляд [1], А. Золотухин [2], Т. Поверенная [3], Гончаров Ю. В. [4], Кравченко І. В. [4] та ін.

Метою дослідження є вивчення методичних аспектів обліку і аналізу виробничих запасів.

Для досягнення вказаної мети були поставлені і вирішені такі завдання:

досліджено економічну сутність виробничих запасів як об'єкта обліку і аналізу;

визначено методи вибуття запасів на підприємстві;

окреслено основні проблеми у сфері обліку та аналізу запасів.

Об'єктом дослідження є виробничі запаси.

Предметом дослідження статті є процес аналізу виробничих запасів на підприємстві.

Для здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства використовують виробничі запаси, які є найбільш важливою і значною частиною активів підприємства.

Виробничі запаси займають особливе місце не лише у складі майна підприємства, а й особливе місце їм належить у структурі витрат, оскільки виробничі запаси є основною складовою при формуванні собівартості готової продукції. Враховуючи це, виробничі підприємства особливу увагу приділяють саме обліку й аналізу виробничих запасів.

Для забезпеченості підприємства виробничими запасами та їх ефективного використання необхідно вживати комплекс заходів щодо виявлення, кількісного вимірювання та реалізації виявлених заходів. Для цього необхідно здійснювати систематичний облік і якісний аналіз рівня та динаміки забезпеченості, а також ефективності використання виробничих запасів.

Згідно з П(С)БО 9 запаси визнаються активами, якщо існує імовірність того, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди, пов'язані з їх використанням, та їх вартість може бути достовірно визначена [4].

Верхогляд В. вважає, що матеріальні запаси – це вироби народного споживання та інші товари, які очікують вступ у процес особистого або виробничого споживання і знаходяться на різних стадіях виробництва і обороту продукції виробничо-технічного призначення. Крім того, до виробничих запасів він відносить сировину, матеріали, комплектуючі вироби, купівельні напівфабрикати, моторне паливо, запасні частини, малоцінні швидкозношувані предмети, включаючи ріжучий і вимірювальний інструмент, інвентар, спецодяг [1, с. 12].

Золотухин А. під запасами розуміє предмети праці, які в процесі виробництва перетворюються в ті чи інші продукти, або готову продукцію, призначену для особистого чи виробничого споживання [2, с. 21].

Найбільш оптимальним, на думку автора, є таке визначення виробничих запасів. Виробничі запаси – це складова частина предметів праці, які беруть участь у виготовленні продукції, але безпосередньо ще не задіяні у виробничому процесі, споживаються протягом одного виробничого циклу і всю свою вартість переносять на вартість кінцевого продукту.

Вирішення проблеми ефективного розвитку та зростання виробничого потенціалу підприємств в умовах фінансової кризи вимагає формування якісно нової системи управління виробничими запасами, в якій головну роль відіграє система їх ідентифікації як об'єктів обліку та методів оцінки. Методи оцінки виробничих запасів підприємства напряму пов'язані з ефективністю процесів управління.

Найбільш вагоме значення має оцінка виробничих запасів при їх списанні. Саме тут виникають проблемні питання, пов'язані з вибором найбільш оптимального методу, варіанта впливу на вартість продукції, що виготовляється, ціну готових виробів, попит споживачів і розмір прибутку, одержаного від реалізації, корегуванням економічного ефекту діяльності у звітах для інвесторів.

Згідно з П(С)БО "Запаси" на сьогоднішній день в Україні можуть використовуватися п'ять методів оцінки списання виробничих запасів: ідентифікованої собівартості; середньозваженої собівартості; собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО); нормативних затрат; ціни продажу [4].

Вибір методу оцінки залежить від мети, яку ставить перед собою підприємство, тобто якщо запаси залишаються для власних потреб (у тому числі і для виробництва), зазвичай застосовується оцінка за собівартістю, а якщо на продаж – ринкова. Ринкова вартість застосовується і в інших випадках, наприклад, при залученні інвестицій, коли необхідно підняти вартість активів. Така практика поширена в економічно розвинутих державах, Україна ж не має достатнього досвіду ефективного застосування ринкової вартості щодо активів підприємств, які виставляються на продаж на аукціонах.

Вибір методу вибуття запасів залежить від їх подальшого використання: від утримання для власних потреб чи для реалізації на сторону. Проте у будь-якому випадку вартість вибуття запасів значно впливає на формування фінансового результату наприкінці звітної періоду.

Сьогодні можна застосовувати декілька методів оцінки запасів, кожен з яких має свої переваги та недоліки. Дуже важливо обрати той метод, який дозволяє найточніше провести оцінку з урахуванням інтересів власників підприємства та специфіки виробничої діяльності. У бухгалтерському обліку дуже важлива не кількість методів оцінки запасів, а їх безперечно позитивний вплив під час прийняття рішень щодо ціноутворення на вироблену продукцію та оцінку фінансових результатів діяльності суб'єкта господарювання.

Для підприємств України є важливим виявлення нагальних проблем обліку оборотних активів, що потребують вирішення, оскільки це сприяє забезпеченню формування достовірної, достатньої аналітичної інформації щодо оборотних активів для цілей управління. Крім того, важливе зна-



чення має контроль за збереженням та раціональним використанням у процесі виробництва оборотних активів [3, с. 25].

Важливим напрямом поліпшення використання обігових коштів є раціональне використання матеріальних ресурсів, зниження матеріаломісткості продукції. Крім того, існує проблема щодо складу МШП. Згідно з п.6 П(С)БО 9 України для цілей бухгалтерського обліку до складу запасів включають МШП, що використовуються протягом не більше одного року або нормального циклу, якщо він більше одного року [4]. П(С)БО 9 "Запаси" не містить переліку МШП, тому підприємства самі встановлюють і відображають в наказі про облікову політику склад МШП.

Ще однією проблемою, пов'язаною з організацією аналізу на підприємстві, є складна система цін на оборотні активи. Вивчаючи порядок використання облікової ціни та оптових договірних цін, слід зазначити, що застосування таких цін на підприємстві забезпечує єдність синтетичного й аналітичного обліку. З розвитком ринкових відносин договірні ціни повинні стабілізуватися, а це сприятиме спрощенню методики обліку.

Необхідно зазначити, що порядок формування витрат у фінансовому обліку дає широкі можливості для вуалювання доходів шляхом здійснення недоцільних витрат [5, с. 52].

Отже, для вдосконалення процесу управління оборотними активами потрібно проводити більш різноманітні аналітичні дослідження, звертаючи особливу увагу на специфіку галузі, в якій працює підприємство. Не менш важливим є здійснення прогнозування показників ефективності використання оборотних активів. Оскільки для аналізу ефективного використання виробничих запасів важливим є вибір методу вибуття запасів, то подальші дослідження доцільно проводити саме в цьому напрямі. А саме необхідно більш детально проаналізувати та розробити рекомендації для вибору того чи іншого методу вибуття запасів у певних умовах.

Наук. керівн. Пасенко Н. С.

Література: 1. Верхогляд В. Учет запасов на производственном предприятии / Верхогляд В. // Баланс. – 2007. – № 19. – С. 12–16. 2. Золотухин А. Учет запасов как необоротных активов / Золотухин А. // Баланс. – 2009. – № 47. – С. 20–21. 3. Поверенная Т. Организация учета запасов / Поверенная Т. // Баланс-Бюджет. – 2008. – № 12. – С. 24–27. 4. П(С)БО № 9 "Запаси". Бухгалтерський облік. Правове регулювання, стандарти, контроль // Бюлетень законодавства і юридичної практики України. – 2004. – № 4. – С. 199–206. 5. Гончаров Ю. В. Оцінка виробничих запасів: вітчизняний та зарубіжний досвід / Гончаров Ю. В., Кравченко В. І. // Бухгалтерський облік. – 2011. – № 1. – С. 50–53.

Седашова О. М.

УДК 657.36

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто поняття управління дебіторською заборгованістю. Визначено види дебіторської заборгованості. Визначено алгоритм управління та пріоритетні напрями управління дебіторською заборгованістю.

Аннотация. Рассмотрено понятие управления дебиторской задолженностью. Определены виды дебиторской задолженности. Определены алгоритм управления и приоритетные направления управления дебиторской задолженностью.

Annotation. The concepts of management of account receivable are considered in the article. The types of account receivable are defined. A management algorithm and priority directions of management by an account receivable are determined.

Ключові слова: управління дебіторською заборгованістю, класифікація, алгоритм, напрями управління.

У процесі здійснення господарської діяльності підприємства виникає дебіторська заборгованість за розрахунками з покупцями продукції, персоналом, бюджетом тощо. Дебіторська заборгованість займає вагомий частку в оборотних активах підприємства. Практика свідчить, що на роз-



рахунки з покупцями за відвантажену продукцію припадає більше ніж 80 % загального обсягу дебіторської заборгованості. В таких умовах більшість підприємств не мають змоги нормально функціонувати, адже це відкликає кошти з обороту. В результаті цього дебіторська заборгованість стає одним з основних об'єктів фінансового управління.

Проблемі управління дебіторською заборгованістю значну увагу приділено у наукових розробках українських та зарубіжних фахівців: Бланка І. А., Бутинця Ф. Ф., Власова І. О., Голова С. Ф., Головченка Т. П., Жнякіна Б. О., Іванова Є. О., Р. Каплана, Кірейцева Г. Г., Коваленко Л. О., Красної В. В., Леня В. С., Маслова С. І., Носача Л. Л., Д. Нортон, Рєхачевої А. М., Стоянової Є. С. У цих працях розкриваються більшою мірою загальні аспекти формування дебіторської заборгованості та її оцінки. Проте проблемам оптимізації структури дебіторської заборгованості майже не приділяється увага. Як правило, автори розглядають питання кредитної політики. Значно менше уваги приділено розробці комплексного підходу щодо управління дебіторською заборгованістю.

Метою дослідження є визначення основних напрямів формування політики управління дебіторською заборгованістю підприємств.

Завдання дослідження:

1. Розглянути поняття управління дебіторською заборгованістю.
2. Визначити пріоритетні напрями управління дебіторською заборгованістю.
3. Розглянути існуючі класифікації дебіторської заборгованості.
4. Запропонувати алгоритм управління дебіторською заборгованістю.

Об'єктом дослідження є процес управління дебіторською заборгованістю підприємств.

Предмет дослідження – теоретичні засади управління поточною дебіторською заборгованістю.

Дебіторська заборгованість – це складова оборотного капіталу, яка становить вимоги до фізичних чи юридичних осіб щодо оплати товарів, продукції, послуг.

Управління дебіторською заборгованістю – процес планування, організації та контролю дебіторської заборгованості, що спрямований на досягнення її керованого стану та недопущення виникнення некерованої дебіторської заборгованості. Під управлінням дебіторською заборгованістю розуміють такі дії: визначення політики надання кредиту та інкасації для різних груп покупців і видів продукції; аналіз і ранжирування покупців залежно від обсягів закупівель, історії кредитних відносин і пропонуваному умов оплати; контроль розрахунків із дебіторами; визначення прийомів прискорення погашення боргів та зменшення обсягу безнадійних боргів; розробка умов продажу, що забезпечують гарантоване надходження грошових коштів; прогноз надходжень грошових коштів від дебіторів [1].

Виникнення дебіторської заборгованості – це об'єктивний процес, який зумовлений існуванням ризиків при проведенні взаєморозрахунків між контрагентами за результатами господарської операції. Проте на її розмір та структуру впливає ряд факторів, які можна поділити на три основні групи:

- 1) загальноекономічні (зовнішні) фактори (стан економіки в країні, ефективність грошово-кредитної політики НБУ, рівень інфляції, стан розрахунків тощо);
- 2) галузеві фактори (стан галузі, де працює фірма; динаміка виробництва цього виду продукції та попит на неї);
- 3) внутрішні фактори (організаційно-правова структура та форма власності підприємства, фінансовий менеджмент підприємства тощо) [2].

В основі керування дебіторською заборгованістю знаходиться два підходи:

порівняння додаткового прибутку, пов'язаного з тією чи іншою схемою фінансування, з втратами і втратами, що виникають при зміні політики реалізації продукції та кредитування; порівняння й оптимізація величини і термінів дебіторської і кредиторської заборгованостей.

Сьогодні як пріоритетні напрями управління дебіторською заборгованістю підприємства можна визначити такі:

1. Організація повного та достовірного обліку дебіторської заборгованості підприємства.
2. Аналіз структури та динаміки дебіторської заборгованості.
3. Визначення кола потенційних дебіторів та суворе планування лімітів дебіторської заборгованості підприємства на майбутні періоди.
4. Оптимізація структури дебіторської заборгованості.
5. Постійний моніторинг дебіторської заборгованості.
6. Визначення можливості застосування кредитної політики щодо окремих покупців продукції та формування її принципів і умов.
7. Прискорення процесу погашення дебіторської заборгованості за допомогою сучасних форм її рефінансування.
8. Здійснення ефективного контролю за формуванням та погашенням дебіторської заборгованості підприємства.
9. Розрахунок розміру резерву сумнівних боргів [2].

Для спрощення процесу управління дебіторською заборгованістю велике значення має її класифікація, за основу якої беруть такі критерії:

строк погашення та зв'язок з нормальним операційним циклом (довгострокова та поточна); об'єкти, щодо яких виникла дебіторська заборгованість (за фінансовою орендою; забезпеченням векселями; за наданими позиками; за продукцією, товарами, роботами, послугами; за розрахунками; інша);

своєчасність погашення (безнадійна та сумнівна).



Алгоритм управління дебіторською заборгованістю має такі складові:
розробка кредитної політики організації;
фінансовий аналіз діяльності організації-постачальника;
прийняття рішення про надання кредиту;
контроль за виникненням дебіторської заборгованості;
контроль за фінансовим станом дебіторів;
прийняття рішення про можливість використання факторингу або форфейтингу;
при простроченні боргу встановлення оперативного зв'язку з дебітором на предмет визнання ним боргу;
звернення до господарського суду із позовом про стягнення простроченої заборгованості;
списання неповернених сум на фінансовий результат, компенсація збитків з фонду безнадійних боргів.
Вивчено проблеми управління дебіторською заборгованістю на підприємстві "УПЕК Трейдинг".

Підприємство "УПЕК Трейдинг" має велику частку дебіторської заборгованості в оборотних активах. За даними на початок 2011 року загальна сума дебіторської заборгованості в оборотних активах займає 56,53 %. На розрахунки з покупцями за відвантажену продукцію припадає 38,14 % загального обсягу дебіторської заборгованості. Для загального фінансового стану підприємства така ситуація не є сприятливою, але порівняно з іншими вітчизняними підприємствами такі умови є непоганими.

Для оптимізації розрахунків з покупцями на цьому підприємстві використовуються розрахунки векселями, що дає можливість процедури форфейтингу. Також можливе проведення процедури факторингу.

Існують проблеми при розрахунках з іноземними контрагентами внаслідок невідповідності національних і міжнародних стандартів обліку.

Отже, у сучасних умовах господарювання розробка ефективного управління дебіторською заборгованістю є одним із завдань у вирішенні задач підприємства з позиції забезпечення належного рівня фінансової безпеки та досягнення позитивних результатів у фінансовому оздоровленні. Це дозволить протистояти дестабілізуючим факторам та операційним ризикам, адекватно реагувати на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища.

Подальших досліджень потребують такі напрямки: шляхи оптимізації управління дебіторською заборгованістю за умов використання різних форм розрахунків між підприємствами, факторинг та форфейтинг як інструмент оптимізації структури дебіторської заборгованості, проблеми узгодження обліку дебіторської заборгованості в національних та міжнародних стандартах.

Наук. керівн. Сотнікова О. О.

Література: 1. Дубровська Є. В. Теоретичні положення управління дебіторською заборгованістю / Дубровська Є. В. // *Економіка і управління*. – 2009. – № 4. – С. 16–20. 2. Єдинак Т. С. Проблеми управління дебіторською заборгованістю підприємств в умовах фінансово-економічної кризи / Єдинак Т. С. // *Економіка та підприємництво*. – 2009. – № 3. – С. 54–57.

Агібалова М. Ю.

УДК 301.658.2

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ФАКТОРИ ВИБОРУ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто та узагальнено фактори, які впливають на вибір стратегії інноваційного розвитку підприємств, обґрунтовано доцільність їх урахування в процесі управління інноваційною діяльністю підприємства.

Аннотация. Рассмотрены и обобщены факторы, влияющие на выбор стратегии инновационного развития предприятий, обоснована целесообразность их учета в процессе управления инновационной деятельностью предприятия.

© Агібалова М. Ю., 2012

Annotation. The article examines and summarizes the factors that influence the choice of strategy of innovative development companies expediency of their consideration in the process of innovation enterprise.

Ключові слова: стратегія, інноваційна стратегія.

Стратегічне управління інноваціями є складовою інноваційного менеджменту. Воно вирішує широкий спектр питань планування та реалізації інноваційних проектів і програм, які розраховані на якісні зміни в діяльності організації на ринку, виробництві або соціальній сфері підприємства.

Стратегія – це комплексний план, що орієнтує організацію не на сьогоднішнє, а на перспективу. Метою стратегії є забезпечення не стільки поточного успіху, скільки прискореного постійного розвитку організації в умовах конкуренції, лідерства на ринку.

Інноваційна стратегія – один із засобів досягнення цілей організації, який відрізняється від інших засобів своєю новизною, передусім для даної організації, для галузі ринку, споживачів, країни в цілому.

Стратегія розвитку організації передбачає забезпечення сталих темпів її зростання та функціонування в перспективі і ґрунтується на використанні науково-технічних досягнень у сфері техніки, організації, технології, управлінні, тобто на комплексі інновацій. Проте з метою планування інноваційних процесів доцільно стратегії інновацій розглядати окремо.

Стратегія нововведень (інноваційна політика) передбачає об'єднання цілей технічної політики та політики капіталовкладень і спрямована на впровадження нових технологій та видів продукції, послуг. У цьому розумінні стратегічне управління інноваціями орієнтується на досягнення майбутніх результатів безпосередньо через інноваційний процес.

Проблеми інноваційної стратегії досліджувалися різними авторами, як зарубіжними, так і вітчизняними: Г. Менша, К. Фрімена, Ч. Макміллана, А. Кляйнкнехта, Ш. Тацуно, Е. Менсфілд, Аньшін В. М., Багієв Г. Л., Глазьев С. Ю., Горбунов А. А., Кабаков В. С., Карлик А. Є., Кіперман Г. Я., Крутик А. Б. [1, с. 58–62].

Метою даного дослідження є узагальнення основних факторів, що впливають на вибір стратегії інноваційного розвитку підприємства.

За своїм змістом інноваційна стратегія враховує основні базисні процеси в організації і в її зовнішньому середовищі, можливості зростання інноваційного потенціалу організації.

Саме інноваційні стратегії є основою сучасного інноваційного менеджменту в умовах постійних змін навколишнього середовища.

Інноваційними стратегіями можуть бути: інноваційна діяльність організації, що спрямована на одержання нових продуктів, технологій і послуг; виробництва, маркетингу й управління; перехід до нових організаційних структур; застосування нових видів ресурсів і нових підходів до використання традиційних ресурсів. Відносно внутрішнього середовища інноваційні стратегії підрозділяються на кілька великих груп: продуктові (портфельні, підприємницькі, бізнес-стратегії, скеровані на створення і реалізацію нових виробів, технологій і послуг); функціональні (науково-технічні, виробничі, маркетингові, сервісні); ресурсні (фінансові, трудові, інформаційні, матеріально-технічні); організаційно-управлінські (технології, структури, методи управління). Це спеціальні інноваційні стратегії [2, с. 65–66].

Як правило, стратегія розробляється на кілька років наперед, конкретизується в різноманітних проектах, програмах, планах, практичних діях, і реалізується в процесі виконання їх. Значні витрати праці і часу багатьох людей, необхідних для створення стратегії організації, не дають можливість часто змінювати або серйозно коригувати її, тому вона формулюється в досить загальних виразах.

Стратегічний курс фірми є, власне, продуктом зовнішніх ринкових альтернатив (або обмежень) і внутрішніх факторів: ресурсів, кваліфікації, управлінських переваг. На вибір стратегії впливає безліч факторів: смаки споживачів, звички покупців, технологічні зміни, вплив конкурентів, потреби в інвестиціях, очікуваний прибуток, фінансові можливості (умови) фірми, оцінка кваліфікаційних і управлінських якостей щодо їхньої достатності для досягнення успіху на ринку, диверсифікація, персональний склад управлінського персоналу і його цілеспрямованість, державні акти регулювання, зобов'язання фірми перед суспільством або власниками акцій, а також соціальні, політичні та культурні умови, які обмежують або розширюють спектр дії фірми.

Однак як усередині організації, так і поза нею виникають найчастіше нові обставини, що в концепцію стратегії не вкладаються. Вони можуть, наприклад, відкрити нові напрями діяльності або змусити відмовитися від старих; сприяти розвитку організації або, навпаки, уповільнити його. Для того щоб не змінювати у зв'язку з цим стратегію як таку, організація може ставити й реалізувати стратегічні завдання, які при необхідності доповнюють і вдосконалюють її. Разом з тим якщо ситуація змінюється докорінно, стратегію доведеться оновлювати теж.

У практиці господарювання є певні чинники, які впливають на стратегію будь-якого підприємства і додають їй специфічних властивостей [3, с. 65–92].

Критерії, за допомогою яких можна правильно вибрати або вдосконалити стратегію, класифікують у відповідні групи. Якщо в якійсь з груп існує невідповідність певним умовам, то розглянути стратегію слід переглянути або відхилити.

1. У першу групу включаються критерії, які дають можливість визначити наявність на підприємстві необхідних технологій і ресурсів для реалізації стратегії; розуміння та схвалення ключовими менеджерами основних умов і елементів вибору стратегії.



Оцінці підлягають, у першу чергу, такі фактори: фінансові ресурси, матеріальні ресурси, доступ до ринків технології та сервісні можливості, рентабельність; знання і досвід персоналу підприємства інноваційної діяльності.

2. До другої групи належать критерії, за допомогою яких можливо визначити, чи спроможне підприємство довгий час зберігати свою конкурентну перевагу. Стратегія, яка не дає підстав для майбутнього конкурентної переваги або пристосування до сил, які руйнують поточну конкуренцію, має або коригуватися, або виключатися з розгляду.

До факторів цієї групи належать зміни у: навколишньому середовищі; кон'юктурі ринку; економічному становищі нинішніх і потенційних конкурентів; критичних технологіях і ресурсах.

3. Третя група включає критерії, значення яких доводить або спрощує обґрунтованість обраної стратегії. Стратегія будується на передбаченнях, які виробляються менеджерами. Менеджери мають мало перевірених даних, щоб повністю на них покладатися. Вони повинні вибирати стратегію з ряду альтернативних стратегій, виходячи з міркувань, прогнозів тощо. Проблема полягає в тому, щоб відрізнити раціональні пропозиції від нерозумних.

До факторів третьої групи належать причини, які викликають прогнозні зміни і докази, використовувані для підтримки кожної пропозиції.

4. Четверта група включає критерії, які дають можливість зробити висновок щодо якості інформації, на якій будувалися передбачення при виборі стратегії. Стратегічна інформація становить дані, що пройшли аналітичну обробку та підготовлені для конкретного використання.

Інформація може бути неточною, суперечливою, помилковою або застарілою. Тому потрібно постійно стежити за тим, як зібрані дані, ким, для якої мети.

До факторів цієї групи належать: процес і стан організації ресурсів для збору інформації; процес і методи збору інформації; процес аналізу й обробки інформації; процес зберігання та оновлення інформації; процес визначення потреби в конфіденційних даних; форми надання інформації провідним фахівцям, процес розповсюдження інформації всередині і зовні підприємства; відповідальність учасників інформаційного процесу.

5. У п'яту групу входять критерії, які ідентифікують ризик і невизначеність. Важливу роль при розгляді проблеми прийняття рішень відіграє поняття ризик. У підприємницькій діяльності ризик часто буває неодмінним, і його слід враховувати. Тому при оцінюванні ділової стратегії слід свідомо розглядати рішення, які включають елементи ризику. Негативні результати рішення, прийнятого з урахуванням ризику, можуть виявитися дріб'язковими порівняно з витратами на те, щоб уникнути такої шкоди.

Ділові стратегії, пов'язані з ризиком, завжди залишаються сумнівними, оскільки неможливо завчасно визначити втрати для чіткого, однозначного поділу у всіх випадках виправданого і невинного ризику. Проконтролювати, чи був виправданий ризик, можна лише після наступання небажаних або бажаних подій. Тому підприємницька діяльність не може бути повністю вільною від усякого ризику, а отже, необхідно свідомо йти на необхідний і виправданий ризик.

6. Шоста група включає критерії, які дають можливість відповісти на запитання, яку економічну цінність створює ця ділова стратегія. Прийнята ділова стратегія повинна забезпечувати певну прибутковість у довгостроковому плані. Перевагу стратегічного вибору необхідно оцінювати з точки зору його здатності збільшити вартість підприємства або поліпшити його конкурентну позицію. Прогноз істотного створення економічної вартості або високих норм рентабельності слід обґрунтовувати переконливим доказом конкурентної переваги підприємства.

7. До сьомої групи належать критерії, які дають відповідь на запитання, який рівень і яка вартість адаптованої обраної стратегії в невизначеному середовищі.

Ефективні стратегії можуть формуватися лише як результат спільних ділових розробок між і всередині всіх рівнів менеджменту підприємства. Необхідний діалог, який ґрунтується на розумінні стратегічних результатів та критеріїв оцінювання обраних або вдосконалених стратегій. Стратегія повинна відповідати жорстким вимогам, а саме: створювати економічні або конкурентні цінності; виконуватися за допомогою доступних ресурсів; бути прийнятною для всіх менеджерів; ґрунтуватися на реалістичних прогнозах і точній інформації; бути достатньо гнучкою, щоб адаптуватися до несподіваних змін зовнішнього і внутрішнього середовища [1, с. 12–21].

Вибір стратегії підприємства здійснюється керівництвом на основі аналізу факторів, які характеризують його стан, з урахуванням результатів аналізу портфеля бізнесу. До головних чинників, які повинен бути враховано, перш за все, при виборі стратегії, належать: стан галузі і позиція в ній підприємства, мета підприємства, інтереси і позиція вищого керівництва, фінансові ресурси, кваліфікація працівників, зобов'язання підприємства, міра залежності від зовнішнього середовища, часовий фактор тощо.

Наук. керівн. Ріпка Д. О.

Література: 1. Економіка підприємства : підручник / за ред. С. Ф. Покропивного. – К. : КНЕУ, 2001. – 528 с. 2. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства / Коробов М. Я. – К. : Знання, 2000. – С. 353–377. 3. Фісун А. О. Інноваційна стратегія як фактор інтенсивного розвитку / Фісун А. О. – 2003. – № 7–8 (26–27). 4. Гриньова В. М. Соціально-економічні проблеми інноваційного розвитку підприємств / Гриньова В. М., Козирева О. В. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2006. – 192 с.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ

Анотація. Проаналізовано основні методи оцінки економічного ефекту інноваційного проекту, а саме: розглянуто сутність інтегрального ефекту, індексу рентабельності, норми рентабельності, періоду окупності та наведено основні моменти науково-технічного, соціального та екологічного ефектів.

Аннотация. Проанализированы основные методы оценки экономического эффекта инновационного проекта, а именно: рассмотрены сущность интегрального эффекта, индекса рентабельности, нормы рентабельности, периода окупаемости и представлены основные моменты научно-технического, социального и экологического эффектов.

Annotation. The article analyzes the main methods of assessing the economic impact of innovation project, namely the essence of integrated profitability index, rates of return, payback period and presents the main points of scientific and technical impact, social impact and environmental impact.

Ключові слова: економічний ефект, інтегральний ефект, індекс рентабельності, норма рентабельності, період окупності, науково-технічний ефект, соціальний ефект, екологічний ефект.

В умовах економіки знань та зміни тактики конкурентної боротьби зростає важливість реалізації інноваційної діяльності підприємств як невід'ємного фактора сталого розвитку. Ці обставини обумовлюють зосередження зусиль на вдосконаленні процесів управління інноваційними проектами та правильному визначенні ефекту при їх реалізації, саме це обумовлює актуальність даної статті.

Мета даної статті полягає в загальному виділенні сутності економічного, соціального, науково-технічного, екологічного ефекту від реалізації інноваційного проекту.

Інноваційна теорія економічного розвитку була започаткована в 10 – 30-ті роки минулого століття у працях М. Туган-Барановського, М. Кондратьєва і згодом розвинена Й. Шумпетером. У 40 – 60-ті роки дослідження мають більш практичне, прикладне спрямування, здійснюється розвиток і деталізація базових інноваційних ідей попереднього періоду, суттєве просування вперед теорії інновацій (Д. Берна, С. Кузнец, Б. Твісс, Дж. Брайт). Становлення постіндустріального суспільства в 70-ті рр. ХХ ст. позначилось новим теоретичним проривом (Г. Менш, Ю. Яковець).

У наш час економічний ефект зароджує інноваційні проекти, успішним економічним ефектом можна вважати кінцевий результат, що очікується або фактично досягається за рахунок здійснення інвестицій. Він може виражатися у додатковій сумі товарообігу (обсягу продажу), валового або чистого доходу (прибутку), грошового потоку, тобто суми чистого прибутку і амортизаційних відрахувань з вартості матеріальних та нематеріальних активів фірми.

Ефективність діяльності характеризує кількісне співвідношення показників результатів і витрат на їх досягнення.

Залежно від урахованих результатів і витрат розрізняють такі види ефектів:

1. Економічний ефект інноваційної діяльності проявляється у підвищенні економічної ефективності роботи підприємства, раціональному використанні ресурсів, збільшенні економічних цінностей підприємства, збільшенні динаміки зростання, динаміки прибутку [1].

Слід розрізняти економічний ефект за сферами його отримання, що необхідно враховувати при розрахунках загальної економічної ефективності, обґрунтуванні цін на науково-технічну продукцію, чи економічному стимулюванні учасників інноваційної діяльності.

Залежно від сфери отримання розрізняють економічний ефект [2]:

1) від упровадження науково-технічних розробок, спрямованих на створення прогресивних технологічних процесів, підвищення рівня автоматизації і механізації виробництва (ефект у сфері виробництва);

2) від виробництва та використання нових видів продукції з поліпшеними техніко-економічними параметрами (ефект у сфері споживання).

Аналіз ефективності інновацій проводиться за показниками прибутковості, ліквідності, платоспроможності. Підсумкова економічна оцінка інновацій використовується і для подальшого проектування, і для прогнозування інноваційної діяльності підприємства.

Інтегральний ефект ($E_{\text{інт}}$) становить величину різниці результатів і інноваційних витрат за розрахунковий період, приведених до одного, звичайно, початкового року, тобто з обліком дисконтування результатів і витрат:

$$E_{\text{інт}} = \sum_{t=0}^{T_p} (P_t - Z_t) \times \alpha_t, \quad (1)$$

де T_p – розрахунковий рік;
 P_t – результат у t -й рік;
 Z_t – інноваційні витрати у t -й рік;
 α_t – коефіцієнт дисконтування (дисконтний множник).

Інтегральний ефект має також інші назви, а саме: чистий дисконтований дохід, чиста приведена або чиста сучасна вартість, чистий приведений ефект.

Індекс рентабельності інновацій J_R .

У якості ж показника рентабельності можна використовувати індекс рентабельності. Він має й іншу назву – індекс прибутковості.

Індекс рентабельності становить співвідношення приведених доходів до приведених на цю ж дату інноваційних витрат.

Розрахунок індексу рентабельності ведеться за формулою:

$$J_R = \frac{\sum_{t=0}^{T_p} D_j \times \alpha_t}{\sum_{t=0}^{T_p} K_t \times \alpha_t}, \quad (2)$$

де J_R – індекс рентабельності;
 D_j – дохід у періоді j ;
 K_t – розмір інвестицій в інновації в періоді t .

Наведена формула відбиває в чисельнику величину доходів, наведених до моменту початку реалізації інновацій, а у знаменнику – величину інвестицій в інновації, продисконтованих до моменту початку процесу інвестування. Або інакше можна сказати – тут рівняються дві частини потоку платежів: прибуткова й інвестиційна.

Індекс рентабельності тісно пов'язаний з інтегральним ефектом, якщо інтегральний ефект $E_{\text{інт}}$ позитивний, то індекс рентабельності $J_R > 1$, і навпаки. При $J_R > 1$ інноваційний проект вважається економічно ефективним. У іншому випадку $J_R < 1$ – неефективний [3].

Перевага в умовах твердого дефіциту коштів повинна віддаватися тим інноваційним рішенням, для яких найбільш високий індекс рентабельності.

Норма рентабельності. E_p становить ту норму дисконту, при якій величина дисконтованих доходів за певне число років стає рівним інноваційним вкладенням. У цьому разі доходи й витрати інноваційного проекту визначаються шляхом приведення до розрахункового моменту часу:

$$D = \sum_{t=1}^T \frac{D_t}{(1+E_p)^t} \quad \text{і} \quad K = \sum_{t=1}^T \frac{K_t}{(1+E_p)^t}. \quad (3)$$

Цей показник по-іншому характеризує рівень прибутковості конкретного інноваційного рішення, що виражається дисконтною ставкою, за якою майбутня вартість грошового потоку від інновації приводиться до справжньої вартості інвестиційних засобів.

Показник норми рентабельності має інші назви: внутрішня норма прибутковості; внутрішня норма повернення інвестицій.

Якщо інноваційний проект повністю фінансується за рахунок позики банку, то значення E_p вказує верхню границю допустимого рівня банківської процентної ставки, перевищення якого робить даний проект економічно неефективним.

Період окупності (T_o) є одним з найпоширеніших показників оцінки ефективності інвестицій. Цей підхід актуальний і для галузей, у яких найбільш високі темпи науково-технічного прогресу і де поява нових технологій або виробів може швидко знецінити колишні інвестиції.

Нарешті, орієнтація на показник "період окупності" часто обирається в тих випадках, коли немає впевненості в тому, що інноваційний захід буде реалізований, і тому власник засобів не ризикує довірити інвестиції на тривалий період.

Формула періоду окупності:

$$T_o = K / D, \quad (4)$$

де K – початкові інвестиції в інновації;
 D – щорічні грошові доходи.



2. Науково-технічний ефект, перш за все, становить приріст інформації, отримання нових знань. Однак виміряти приріст інформації кількісно і визначити ступінь ефективності цього приросту практично не уявляється можливим [1].

Ефективність науково-технічних результатів звичайно оцінюється експертним шляхом з використанням шкали характеристик.

Наприклад, таких, як:

- рівень новизни;
- можливість практичної реалізації;
- можливий масштаб застосування;
- перспективність.

У подальшому на стадії практичного використання нових знань їх ефективність можна оцінити опосередковано через ефективність створених на основі цих знань нових товарів, обладнання, машин, технологій.

3. Соціальний ефект інноваційної діяльності проявляється, насамперед, у досягненні якісно нового рівня життя населення, вдосконаленні його побутового середовища проживання. Інноваційна діяльність призводить також до підвищення рівня освіти, до появи нових нематеріальних цінностей – культурних, етичних, естетичних [1].

Крім того, інновації можуть бути чисто соціальними, спрямованими на вирішення соціальних проблем.

Оцінити соціальний ефект досить складно. Зазвичай обмежуються його якісним описом. Проте окремі компоненти соціальної ефективності можуть мати вартісну оцінку і відображатися в розрахунках економічної ефективності проекту, наприклад:

- збільшення кількості робочих місць у регіоні;
- поліпшення житлових і культурно-побутових умов;
- покращення рівня здоров'я людей;
- збільшення їх вільного часу;
- зміна структури виробничого персоналу.

4. Екологічний ефект – це поліпшення показників екологічного середовища: рівня шуму, показників електромагнітного поля, забрудненості, освітленості, вібрацій і т. д. Інновація за своїми цілями може бути чисто екологічною, якщо вона спрямована на підвищення екологічної безпеки виробництва. Але в будь-якому випадку екологічна складова загального ефекту є обов'язковою в тих інноваціях, які засновані на складних технологічних системах, містять екологічний ризик, велику ймовірність аварій та їх тяжкі наслідки [1].

Отже, реалізація кожного інноваційного проекту довготривала та складна, але величина загального ефекту від проекту може в десятки чи навіть у сотні разів перевищувати понесені інвестиції та мати глобальний характер для підприємства чи навіть галузі.

Наук. керівн. Томах В. В.

Література: 1. Дорофеев В. Д. Инновационный менеджмент : учебн. пособ. / В. Д. Дорофеев, В. А. Дресвянников. – Пенза : Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2003. – 189 с. 2. Гриньов В. Ф. Инновационный менеджмент : навч. посібн. / Гриньов В. Д. – К. : МАУП, 2001. 3. Шапиро В. Д. Управление проектами / В. Д. Шапиро. – М. : Юнити, 2004. – 246 с. 4. Попова В. Л. Управление инновационными проектами : учебн. пособ. / Попов В. Л. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 336 с. 5. Лепейко Т. И. Инновационный менеджмент : навч. посібн. / Лепейко Т. И., Коюда В. О., Лукашов С. В. – Х. : ВД "ИНЖЕК", 2005. – 440 с. 6. Инновационный процесс в странах развитого капитализма (методы, формы, механизм) / под ред. Рудаковой И. Е. – М. : Изд-во МГУ, 1991.

УДК 330.341.1(045)

Садуло В. О.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Анотація. Розглянуто зміст інноваційної активності персоналу та запропоновано систему оцінки показників інноваційної активності персоналу.

Аннотация. Рассмотрена сущность инновационной активности персонала и предложена система оценки показателей инновационной активности персонала.

© Садуло В. О., 2012



Annotation. This article deals with the features of staff innovative activity of personnel. System of staff innovative activity metrics is suggested.

Ключові слова: інноваційна активність, персонал організації, інновації, система показників інноваційної активності.

Система показників інноваційної активності персоналу є важливим джерелом інформації для управління інтелектуально-творчим персоналом. Ця система дає можливість визначити інноваційний потенціал працівників, рівень його використання та напрями розвитку, дозволяє отримати інформацію для прийняття управлінських рішень з метою забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Західні дослідники до категорії інтелектуально-творчих працівників відносять не менше 20 – 30 % усього працюючого населення в розвинутих країнах [1, с. 32]. Той факт, що частка таких працівників у загальній чисельності зайнятого населення має тенденцію до зростання, додає актуальності проблемі оцінки й аналізу стану інноваційної активності персоналу та ефективних управлінських рішень на її основі.

Наукова та практична література пропонує різноманітні показники трудової діяльності працівників, методів їхньої оцінки та аналізу, які спрямовані на мотивацію працівників для досягнення визначеної місії та цілей організації. Дослідженням означених питань займалися такі вчені, як Василенко В. О. [2], Вишняков Я. О. [3], Гребнев Е. Г. [4]. Проблеми науково-практичних підходів до створення та використання системи показників трудової діяльності персоналу досліджені в працях вітчизняних учених, зокрема, Колота А. М. [5], Семикіної М. В. [6; 7] та ін. Але актуальною є проблема розвитку та вдосконалення наукової та методичної бази для побудови системи показників інноваційної активності персоналу, використання якої допоможе організації досягти конкурентних переваг у процесі здійснення інноваційної діяльності. У цьому зв'язку метою статті є розроблення пропозицій з формування системи показників оцінки інноваційної активності персоналу організації.

Інноваційна активність працівників є особливим видом трудової діяльності, яка відноситься до інтелектуально-творчої праці [6, с.13]. Природа інтелектуальної та творчої діяльності має низку характерних особливостей. Серед них виокремимо ті, які належить безпосередньо враховувати при побудові системи показників інноваційної активності персоналу, а саме: пошуково-пізнавальний характер праці, пов'язаний з прийняттям складних ризикових рішень при виконанні різноманітних виробничих завдань; високий кваліфікаційно-професійний рівень, систематичне оновлення знань; право власності на нематеріальні засоби виробництва; характеристики продукції, яка виготовляється (рівень новизни, якості, цінності, задоволення потреби споживача тощо); складність вимірювання проміжних і кінцевих результатів діяльності.

З огляду на те, що для інноваційної діяльності організації основним фактором виробництва є знання, втілені в його працівниках, виникає ситуація, коли складно адекватно визначити вартість виробленого продукту через відсутність інформації про грошову оцінку цінності знань, інформації тощо.

Оцінку інноваційної активності працівника доцільно проводити з урахуванням установлених рівнів ефективності його діяльності. Мінімальний рівень ефективності інноваційної активності працівника передбачає чітке виконання встановлених завдань й обов'язків з можливістю застосування керівником санкцій за їх неналежне виконання. Максимальний рівень ефективності інноваційної активності працівника залежить від рівня та міри використання працівником свого творчого потенціалу. Застосування такого підходу при побудові системи показників інноваційної діяльності та безпосередньому здійсненні процесу оцінювання створює такі переваги, як більш точне планування, контроль за якістю праці, вдосконалення мотиваційного механізму (індивідуалізація винагороди за новачі в роботі та підвищення якості праці тощо).

В основі побудови системи показників інноваційної активності персоналу лежить модель управління якістю (планування, виконання, контроль, вдосконалення) [6, с. 36]. Такий підхід дозволяє отримувати повну інформацію про стан інноваційного процесу на кожному окремому етапі від планування інновацій до її кінцевої реалізації.

Система показників інноваційної діяльності персоналу складається з трьох груп, кожна з яких поєднує кількісні й якісні показники.

До першої групи відносяться показники результативності інноваційної діяльності персоналу [7, с. 340]:

1) коефіцієнт раціональності методів праці ($K_{РМП}$) – характеризує ступінь ефективності використання працівником планового фонду робочого часу на виконання завдань, пов'язаних з інноваційною діяльністю;

2) коефіцієнт інноваційної активності працівника ($K_{ІА}$) – показник, який відображає кількість та якість ідей, рішень, розробок і т. п. працівника, які були ним ініційовані, створені та впроваджені на підприємстві в якості раціоналізаторських пропозицій, патентів, ноу-хау та інших вдосконалень у діяльності підприємства;

3) коефіцієнт внеску працівника у результати інноваційної діяльності підприємства ($K_{ВНП}$) – оцінюється за часткою заробітної плати працівника у чистому економічному ефекті від реалізації інноваційного проекту або за часткою прибутку, яка припадає на реалізовані інноваційні проекти за участю даного працівника.

До другої групи відносять показники рівня кваліфікації персоналу:

1) коефіцієнт використання рівня кваліфікації працівника ($K_{КП}$) – відображає відповідність рівня кваліфікації працівника складності виконання завдань інноваційної діяльності;

2) коефіцієнт підвищення рівня кваліфікації працівника ($K_{ПРК}$) – показник, що характеризується співвідношенням між підвищенням рівня продуктивності праці внаслідок підвищення рівня кваліфікації працівника та обсягом витрат на проведення відповідних заходів.



До показників третьої групи відносять показники особистісних якостей персоналу:

1) показник здатності працівника до навчання ($K_{зн}$) – відображає бажання навчатися та ефективність використання працівником набутих знань при виконанні завдань інноваційної діяльності;

2) показник ініціативності працівника (K_i) – відображає міру зацікавленості працівника в інноваційній діяльності. Даний показник визначають за такими напрямками: здатність до створення та упровадження нових ідей і рішень, схильність до ризику (схильний, нейтральний, несхильний), бажання брати на себе додаткову відповідальність;

3) коефіцієнт трудової дисципліни ($K_{тд}$) – відображає стан трудової дисципліни працівника. Визначається величиною втрат місячного фонду робочого часу внаслідок порушення трудової дисципліни (прогули, запізнення тощо);

4) коефіцієнт відповідальності (K_v) – відображає рівень сумлінності, ретельності та надійності виконання працівником завдань інноваційної діяльності. Відповідальність оцінюється за двома рівнями: відповідальність за власну роботу; відповідальність за керівництво підлеглими. Залежно від посади та складності виконання роботи, що аналізується, надається вага кожному рівню відповідальності;

5) показник соціально-психологічної адаптованості працівника ($K_{спа}$) – відображає здатність працівника пристосуватися до змісту й умов інноваційної діяльності та безпосереднього соціального середовища, вдосконалювати свої особистісні якості. Оцінка даного показника проводиться за двома напрямками: вплив працівника на соціально-психологічний клімат у колективі, переваги та недоліки характеру працівника.

Джерелом даних для розрахунків можуть бути інтерв'ю, анкетні дані та оцінка кадрового менеджера або керівника.

Таким чином, на результативність та ефективність інноваційної активності персоналу здійснюють вплив багато факторів. Дослідження стану інноваційної активності персоналу ґрунтується на кількісній оцінці результативності інноваційної діяльності працівників, рівня кваліфікації працівників та їхніх особистих якостей. На думку автора, за допомогою використання запропонованої системи показників можна достовірно та обґрунтовано проаналізувати стан інноваційної активності персоналу та на основі отриманих результатів розробити управлінські рішення для забезпечення конкурентоспроможності організації.

Наук. керівн. Ястремська О. М.

Література: 1. Андреева Т. Е. Работник интеллектуального труда: подход к определению / Андреева Т. Е. // Вестник СПбГУ. – 2007. – Сер. № 8. – Вып. № 4. – С. 32–49. 2. Василенко В. О. Инновационный менеджмент : навчальний посібник / Василенко В. О. – К. : ЦНЛ, 2007. – 440 с. 3. Вишняков Я. Инновационная деятельность / Вишняков Я. // Российский экономический журнал. – 2007. – № 10. 4. Гребнев Е. Г. Управление нововведениями / Гребнев Е. Г. – М. : Экономика, 1995. 5. Колот А. М. Мотивация персонала : підручник / Колот А. М. – К. : КНЕУ, 2002. – 345 с. 6. Семикіна М. В. Інноваційна праця в конкурентному середовищі: загальна методологія, мотиваційні основи регулювання : монографія / Семикіна М. В., Коваль Л. А. – Кіровоград : Степ, 2002. – 212 с. 7. Семикіна М. В. Мотивация конкурентоспособной работы: теория і практика регулювання / Семикіна М. В. ; Інститут економіки НАН України. – Кіровоград : ПiК, 2003. – 426 с.

УДК 339.727.22

Верелюсова М. Є.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРУ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ І РОЗРОБОК ЯК ПЕРЕДУМОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Анотація. Проаналізовано практику управління здійсненням НДДКР корпоративними структурами та узагальнено існуючі механізми взаємодії держави й великого бізнесу в напрямі формування інноваційної економіки.

Аннотация. Проанализирована практика управления осуществлением НИОКР корпоративными структурами и обобщены существующие механизмы взаимодействия государства и большого бизнеса в направлении формирования инновационной экономики.

© Верелюсова М. Є., 2012



Annotation. Practice of management realization of NDDKR by corporate structures is analysed and existing mechanisms of co-operation of the state and large business in direction of forming of innovative economy are generalized.

Ключові слова: корпоративні структури, НДДКР, науково-технічний прогрес (НТП), комерціалізація, корпоративне патентування.

Розвиток наукових досліджень забезпечує потенціал майбутніх наукових відкриттів і нових технологічних можливостей та конкурентних переваг. Компанія, яка виконує наукові дослідження, може бути однією із перших у реалізації технологічних перетворень. Тому сьогодні великі корпорації формують каркас національних інноваційних систем розвинених країн світу, забезпечуючи розробку і виробництво продукції усіма напрямками науково-технічного прогресу (НТП). Корпоративний сектор є важливим структурним елементом національної економіки, а ефективність його діяльності має значний вплив на загальний стан економіки країни в цілому.

Істотними, у даному контексті, є підтримка прагнень корпоративних структур до повного й ефективного використання їх потенціалу, трансформація системи управління адекватна змінам зовнішнього середовища, розробка системи показників, нормативів і критеріїв, що характеризують проміжні і кінцеві результати науково-технічної діяльності. Отже, проблема управління науково-дослідними та дослідно-конструкторськими розробками (НДДКР) у світлі сучасних тенденцій інноваційно-технологічного розвитку економіки є вкрай актуальною.

Питання організації управління НТП завжди були в центрі уваги таких вчених, як: В. Александрова, С. Валдайцева, С. Глазьєва, Н. Гончарова, Г. Доброва, П. Перерви, Ю. Яковець та ін. У їх роботах визначені актуальні проблеми теорії та практики розвитку корпоративного сектору наукових досліджень і розробок. Тому метою статті є аналіз практики управління здійсненням НДДКР корпоративними структурами та узагальнення існуючих механізмів взаємодії держави й великого бізнесу в напрямі формування інноваційної економіки.

Світовий досвід переконливо доводить, що на сьогодні найефективнішим засобом просування результатів НДДКР у практику є взаємовигідна комерційна взаємодія всіх учасників перетворення наукового результату в ринковий товар, тобто комерціалізація результатів науково-технічних досліджень і розробок. У ринковій економіці в умовах високої конкуренції лише 6 – 8 % наукових досліджень перетворюються в новий продукт або процес. Це означає, що економічно доцільно при проведенні досліджень і розробок призупиняти або перепрофілювати ті з них, які не мають або втратили комерційний потенціал [1].

Одним із найважливіших результатів комерційних НДДКР є патент. У провідних країнах світу частка корпоративного патентування в загальнонаціональному має тенденцію до постійного зростання. Зокрема частка корпоративного патентування у США складає близько 80 % від загальної кількості виданих у США патентів. Відмінною рисою фінансування транснаціональними корпораціями (ТНК) є його висока результативність, оскільки витрати НДДКР фактично повністю трансформуються в патенти – вид інтелектуальної промислової вартості, спроможної генерувати інновації.

У результаті реалізації стратегії інноваційного розвитку і оформлення прав на створені при цьому технології компанія формує свій портфель патентів, що дозволяє максимально закріпити за собою права на використання винаходів у даній галузі і блокувати НДДКР конкурентів. Після цього за результатами НДДКР, а також експериментальних досліджень формуються міжнародні стандарти і встановлюються правила ліцензування, в рамках яких повинна розроблятися і випускатися уся продукція, що поступає на даний сегмент ринку. Слід зазначити, що корпорації, виконуючи НДДКР, створюють при цьому не тільки об'єкти промислової власності, але й інші конкурентні переваги. Так, наприклад, уведення нематеріальних активів у свою діяльність і ефективне управління останнім дозволяє не тільки захистити бізнес, але й підвищити вартість компанії, збільшивши розмір активів, а також забезпечити додатковий дохід за рахунок продажу ліцензій [2].

У розвинутих країнах світу значна частина наукового потенціалу галузевої і корпоративної науки, пов'язаної з комерціалізацією результатів наукових досліджень, працює в межах великих корпоративних структур. Останні є замовниками значної частини досліджень і розробок, формуючи таким чином ринок для частини наукового та конструкторського потенціалу, які діють самостійно в рамках малих інноваційних структур.

Глобальною світовою тенденцією останніх десяти років є поступове збільшення наукових витрат як державою, так і корпораціями, а також подолання тенденцій стабілізації показників загальної наукоємності валового внутрішнього продукту (ВВП) (відношення національних витрат на НДДКР до ВВП). Розвинуті країни вже "окупували" найбільш швидкозростаючий і тому найбільш перспективний інноваційно-технологічний сегмент світового ринку. Вкладаючи величезні кошти в наукові дослідження і розробки, вони мають високий рівень експорту високотехнологічної продукції, що дозволяє їм швидкими темпами нарощувати обсяги ВВП, диктувати свої умови на ринках і ще більше йти у відрив від світу, що розвивається.

Науковий бюджет є помітною статтею витрат більшості сучасних корпорацій. Оскільки проведення досліджень пов'язано з невизначеністю і ризиком, то їх фінансування, як правило, здійснюється за власні кошти корпорацій. Джерелом фінансування може бути як нерозподілений прибуток, так і доходи, отримані від випуску акцій. Підвищення рівня фінансування НДДКР у розвинених країнах було здійснено в основному за рахунок корпоративного сектору, який збільшив свої витрати у цій сфері на 50 %, в той час як держава в цілому – лише на 8,3 % [3].



Інтернаціоналізація НДДКР здійснює позитивний вплив на світовий економічний розвиток, у тому числі на економіку країн, що розвиваються та трансформуються. Збільшення коштів, що вкладаються у сферу науки, в тому числі із іноземних джерел, сприяє посиленню наукового потенціалу країни та стимулює його модернізацію, а також посилює науково-технологічну конкурентоспроможність та забезпечує передумови активізації інноваційної активності країни-реципієнта. Підвищуються також стандарти ринку праці робочої сили вищої кваліфікації.

Основна частина фундаментальної науки, як і раніше, базується в університетах, але корпоративні дослідницькі центри найчастіше виступають відповідно до них як рівні партнери. Переважна частина ресурсів на проведення наукових досліджень концентрується у невеликій кількості компаній. Саме вони здатні реалізовувати масштабні дорогі проекти, фінансувати розробку відразу декількох альтернативних нововведень, поєднувати вчених і фахівців різних наукових дисциплін для багатопільових проектів.

Інноваційний розвиток української економіки залежить від ступеня державної підтримки наукомісткого сектору виробництва, стану нормативної бази та коштів, що виділяються підприємницьким сектором на НДДКР. Проте здійснення наукових досліджень ще не розглядається серед національних виробників як обов'язковий фактор успішної діяльності підприємств на внутрішньому і навіть зовнішньому ринках. На відміну від розвинених країн світу переважна частина НДДКР галузевої і заводської (корпоративної) науки в Україні в процесі перебудови економіки (особливо стихійної та неконтрольованої приватизації) виявилася за межами корпоративного сектору і відповідно за межами відтворювальних механізмів їх фінансування. Розірваність зв'язків між заводською, галузевою, вузівською і академічною наукою призводить до все більшого відокремлення науки від виробництва. Тому з урахуванням існуючої ситуації в Україні особливу увагу треба приділяти впровадженню наукових досліджень та розробок на промислових підприємствах.

Наук. керівн. Ястремська О. М.

Література: 1. Інноваційні процеси в змішаній економіці : монографія. Т. 2 / В. Г. Федоренко, М. П. Денисенко, І. М. Грищенко та ін. ; під ред. д.е.н., проф., акад. В. Г. Федоренка, д.е.н., проф., акад. М. П. Денисенка. – К. : ПНК ДСЗУ, 2008. – 239 с. 2. Світовий досвід та вітчизняна практика забезпечення розвитку інноваційної діяльності // Економіст. – 2009. – № 6. – С. 18 – 27. 3. <http://www.technopark.by/business/228.html>.

УДК 330.332

Довгаль Л. В.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

СТРАТЕГІЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Обґрунтовано необхідність формування на підприємстві інвестиційної стратегії, яка є одним з найефективніших інструментів управління інвестиційною діяльністю підприємства в кризових умовах. Визначено можливість коригування інвестиційної стратегії з урахуванням зміни зовнішніх умов і нових можливостей розвитку підприємства.

Аннотация. Обоснована необходимость формирования на предприятии инвестиционной стратегии, которая является одним из наиболее эффективных инструментов управления инвестиционной деятельностью предприятия в кризисных условиях. Определена возможность корректировки инвестиционной стратегии с учетом изменения внешних условий и новых возможностей развития предприятия.

Annotation. In the article the necessity of forming the company's investment strategy, which is an effective means of investment activities of enterprises in crisis management is grounded. The possibility of adjusting the investment strategy to the changing external economic conditions and new opportunities for enterprise development is determined.

Ключові слова: підприємство, інвестиційна діяльність, інвестиційна стратегія, стратегічне інвестиційне планування, інвестиційний менеджмент.

За сучасних кризових умов господарювання особливої актуальності набувають питання формування перспективних напрямів інвестиційної діяльності підприємств і, зокрема, формування ін-



вестиційної стратегії. Ефективним інструментом вирішення вказаної проблеми є стратегічне планування інвестиційної діяльності. На сучасному етапі реалізація інвестиційної стратегії на підприємствах обмежена в основному реальними інвестиціями. Але з розвитком інвестиційного ринку України значно зростають потенційні можливості підприємств підвищити ефективність функціонування шляхом розширення обсягів інвестиційної діяльності, використання нових різноманітних видів фінансових інструментів та нематеріальних активів.

Питанням управління інвестиційною діяльністю підприємства в економічній літературі приділяється досить багато уваги. Серед вітчизняних авторів, проблематика робіт яких стосується цих питань, слід відзначити Бажала Ю. М., Бланка І. О., Козаченко Г. В., Майорову Т. В., Пересаду А. А., Федоренка В. Г., Хрущ Н. А., Ястремську О. М. та ін., а серед зарубіжних вчених-економістів – Г. Александера, Дж. Бейлі, Г. Бірмана, С. Брігхема, Л. Гітмана, М. Джонка, Ф. Фішера, У. Шарпа, Г. С. Шмідта та ін. Проте подальшого вирішення потреби наукова проблема формування інвестиційної стратегії підприємства в кризових умовах господарювання.

Метою даної статті є обґрунтування необхідності подальшої розробки теоретико-методичних основ формування інвестиційної стратегії вітчизняних підприємств.

Етапи стратегічного планування достатньо добре обґрунтовані в науковій літературі і включають такий набір заходів:

- 1) визначення місії організації;
- 2) установлення (коригування) цілей;
- 3) визначення стратегій ("стратегічного набору") та заходів щодо їхньої реалізації;
- 4) передбачення послідовності дій у межах досить тривалого часу та закріплення її у планах, проектах і програмах різного типу, що є інструментами досягнення цілей та реалізації стратегій;

5) організація виконання планових завдань;

6) облік, контроль та аналіз їхнього виконання [1].

За сучасних умов керівники підприємств повинні приймати господарські рішення, зокрема і щодо інвестицій, в умовах невизначеності наслідків таких рішень, в умовах підвищеного ризику. Стратегічне планування має безпосереднє відношення до прийняття інвестиційних рішень, оскільки повинне забезпечити узгодження довгострокових цілей підприємства з необхідними для їхнього досягнення ресурсами. Згідно з обраною базовою стратегією розвитку підприємству необхідно сформувати часткові стратегії, що відображають потенційні можливості окремих сфер його діяльності і окремих підрозділів. Інвестиційна стратегія повинна займати важливе місце в системі стратегічного планування підприємства, оскільки в поєднанні з іншими (наприклад, інноваційною) визначає перспективний розвиток суб'єкта господарювання. Як відомо, інвестиційна стратегія є одним з найважливіших інструментів розробки і реалізації управлінських рішень щодо інвестиційної діяльності підприємства [2].

Більшість науковців подають тлумачення інвестиційної стратегії як системи довгострокових цілей (завдань) інвестиційної діяльності та шляхів (засобів) її досягнення. Водночас спостерігаємо і процесний підхід до визначення сутності поняття "інвестиційна стратегія". Так, на думку Т. В. Майорової, інвестиційна стратегія – це процес формування системи довгострокових цілей інвестиційної діяльності та вибір найбільш ефективних шляхів їх досягнення [3]. Схоже визначення ми зустрічаємо в монографії Н. А. Хрущ, у якому науковець під поняттям "інвестиційна стратегія" розуміє процес її розробки [4]. Водночас низка науковців ототожнюють поняття "стратегічне планування інвестиційної діяльності" та "інвестиційна стратегія". Зокрема, на думку автора, стратегічне планування інвестиційної діяльності є однією з найважливіших складових стратегічного управління підприємством і полягає в розробці системи заходів, взаємоузгоджених за часом, ресурсами та виконавцями.

Окремі економісти схильні ототожнювати поняття інвестиційної стратегії і стратегії фінансового управління, під якою слід розуміти систему рішень та намічених напрямів діяльності, що розраховані на довгострокову перспективу і передбачають досягнення поставлених цілей та фінансових завдань щодо забезпечення оптимальної і стабільної роботи господарської структури, виходячи із обставин, що склалися, і запланованих результатів. Водночас певні науковці, зокрема Ю. Путятін, О. Пушкар, О. Тридід [5], інвестиційну стратегію, поряд зі стратегією фінансування, вважають складовою єдиної фінансової стратегії підприємства. Проте, як слушно вважає Міщенко А. П., в рамках фінансової стратегії розглядається тільки фінансовий аспект інвестиційної стратегії організації. Сама ж інвестиційна стратегія організації – це самостійний, досить складний об'єкт управління [3].

Вважаємо, що інвестиційна стратегія є головним планом дій підприємства у сфері його інвестиційної діяльності, який визначає пріоритети її напрямів і форм, характер формування інвестиційних ресурсів і послідовність етапів реалізації довгострокових інвестиційних цілей, що забезпечують ефективний розвиток підприємства.

Вибір інвестиційної стратегії пов'язаний з пошуком і оцінкою альтернативних варіантів інвестиційних рішень, які найбільше відповідають меті підприємства і перспективам його розвитку. Можна виокремити низку чинників, які впливають на вибір інвестиційної стратегії підприємства, а саме: стадія життєвого циклу підприємства; загальна стратегія розвитку підприємства; стан зовнішнього і

внутрішнього ринків інвестиційних ресурсів; інвестиційна привабливість підприємства як об'єкта вкладання засобів тощо. Процес розробки інвестиційної стратегії включає такі етапи, як:

- 1) визначення загального періоду формування інвестиційної стратегії;
- 2) аналіз поточного стану зовнішнього середовища підприємства;
- 3) формування стратегічних цілей інвестиційної діяльності;
- 4) розробка найбільш ефективних шляхів реалізації стратегічних цілей;
- 5) конкретизація інвестиційної стратегії за періодами її впровадження;
- 6) розробка системи організаційно-економічних щодо забезпечення процесу реалізації інвестиційної стратегії підприємства;
- 7) оцінка результативності розробленої інвестиційної стратегії.

Послідовність і зміст основних етапів розробки інвестиційної стратегії підприємства в цілому відображають загальноприйняті в економічній теорії та практиці принципи і методологічні підходи. Зрозуміло, що необґрунтоване здійснення інвестицій ще не гарантує підприємству ринкового успіху, якщо відсутня узгодженість дій у сфері інвестування, основу якої становить інвестиційна стратегія. Водночас інвестиційна стратегія виходить із загальної стратегії економічного розвитку підприємства і має узгоджуватися з нею за цілями та етапами розвитку. Урахування взаємозв'язку інвестиційної стратегії з іншими складовими стратегічного набору дозволить значно підвищити ефективність її розробки.

Актуальність розробки інвестиційної стратегії підприємства за сучасних кризових умов господарювання обумовлена, перш за все, значними змінами, які відбулися і відбуваються в зовнішньому середовищі суб'єктів господарювання. За таких умов стає неможливим управління інвестиційною діяльністю підприємств лише з використанням традиційних теоретико-методичних основ інвестиційного менеджменту. Необхідним стає розробка основ адаптивного управління даною сферою діяльності підприємства. Сьогодні вироблення інвестиційної стратегії підприємства має виходити з того, що після певного похваллення вітчизняна економіка опинилась у фазі кризи. У цій ситуації виграє те підприємство, яке зуміє використати зміни зовнішнього середовища у своїй інвестиційній стратегії. Так, поширення кризових явищ значною мірою перешкоджає залученню необхідних обсягів інвестицій та реалізації інноваційних ідей. Тому більшість суб'єктів господарювання прийме рішення на користь пасивної інвестиційної стратегії, що дозволить забезпечити непогіршення їхнього фінансового стану. Окрім цього, важливою умовою, що визначає актуальність розробки інвестиційної стратегії підприємств, є її відповідність етапу життєвого циклу підприємства. У цьому ракурсі інвестиційна стратегія дозволить адаптувати інвестиційну діяльність підприємства до можливих кардинальних змін у його економічному розвитку. Водночас зміни цілей операційної діяльності підприємства, що обумовлені диверсифікацією виробництва, також визначають актуальність розробки інвестиційної стратегії. Щоб уникнути періоду "спаду", за яким, як найгірший варіант, може наступити фаза ліквідації, необхідно вчасно диверсифікувати діяльність підприємства, тобто відмовитись від напрямків діяльності, що не приносять дохід, і, навпаки, розробити нові напрямки діяльності, які приносять дохід. Відповідна диверсифікація форм інвестиційної діяльності підприємства за цих умов повинна бути прогнозована й оптимально збалансована з урахуванням ресурсного потенціалу підприємства, що забезпечиться за рахунок розробки ефективної інвестиційної стратегії. В умовах нестабільної економіки, високих темпів інфляції, змін у податковій політиці ефективність реального інвестування значно знижується, а більш ефективними стають фінансові інвестиції. Сформований підприємством портфель цінних паперів за певних умов може використовуватись як фінансовий резерв.

Зростання невизначеності за умов світової фінансово-економічної кризи обумовлює підвищення ролі інвестиційної стратегії у забезпеченні ефективного розвитку підприємства. Процес розробки інвестиційної стратегії є важливою складовою загальної системи стратегічного управління підприємством. Урахування взаємозв'язку інвестиційної стратегії з іншими складовими стратегічного набору підприємства значно підвищить ефективність її розробки. Формування інвестиційної стратегії має здійснюватися на основі всебічного аналізу особливостей зовнішнього економіко-правового середовища, специфіки галузі та внутрішніх особливостей підприємства.

Наук. керівн. Пономаренко О. Е.

Література: 1. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність : навчальний посібник / Т. В. Майорова. – К. : ЦУЛ, 2003. – 376 с. 2. Управління інвестиціями на підприємстві / Г. В. Козаченко та ін. – К. : Лібра, 2004. – 368 с. 3. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент : учебный курс / И. А. Бланк. – К. : Эльга-Н; Ника-Центр, 2001. – 448 с. 4. Бурлан С. А. Кредит як джерело фінансування інвестиційної діяльності [Електронний ресурс] / С. А. Бурлан, О. Б. Філімонова. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Npchdu/Economy/2008_86/86-12.pdf. 5. Балацький О. Ф. Управління інвестиціями : навчальний посібник / О. Ф. Балацький, О. М. Теліжко, М. О. Соколов. – 2-ге вид., переробл. і доп. – Суми : ВТД "Універсальна книга", 2004. – 232 с.

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ НЕМАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ УПРАВЛІНЦІВ

Анотація. Присвячено удосконаленню системи нематеріального стимулювання управлінців. Доведено, що одним із головних нематеріальних стимулів на сучасному етапі розвитку суспільства є забезпечення кар'єрного зростання співробітників підприємства.

Анотация. Посвящено совершенствованию системы нематериального стимулирования управленцев. Доказано, что одним из главных нематериальных стимулов на современном этапе развития общества является обеспечение карьерного роста сотрудников предприятия.

Annotation. Improving non-material incentives system of administrative managers has been regarded in the article. Assuring employees' career development has been proved to be one of the main non-material incentives at present stage of social development.

Ключові слова: система нематеріального стимулювання управлінців, кар'єра.

Однією з причин низької ефективності управління на більшості вітчизняних підприємств є недостатня зацікавленість менеджерів у кінцевих результатах їх діяльності. Дана проблема носить об'єктивний характер через необхідність делегування власниками підприємства певних управлінських функцій менеджерам і неможливість повного контролю за процесом їх реалізації. Протиріччя інтересів власників і менеджерів, що виникають при цьому, негативно впливають на ефективність системи управління та обумовлюють зростання агентських витрат на підприємстві. Отже, зазначене підтверджує актуальність теми дослідження.

Найважливішим фактором зниження гостроти указаної проблеми є нематеріальне стимулювання менеджерів, спрямоване на формування їх зацікавленості в максимально можливому підвищенні ринкової вартості підприємства з урахуванням його економічного потенціалу, оскільки, як свідчить досвід, нематеріальне стимулювання дозволяє підвищити продуктивність праці в середньому на 20 % [1].

Мета даного дослідження полягає в удосконаленні теоретико-методичних положень щодо мотивуючої системи менеджерів організацій, товариств.

Вивчення зарубіжної та вітчизняної спеціальної літератури, яка присвячена теорії й методології стимулюванню персоналу, практичним аспектам управління стимулюванням персоналу, свідчить про безсумнівний інтерес вчених до даної проблеми. Багатогранно і ґрунтовно питання стимулювання персоналу викладені в працях Аширова Д. А., Баткаєвої І. А., Беляєвої І. Ф., Волгіна М. А., Волгіної О. М., Генкіна Б. М., Занюка С. С., Ільїна Є. П., Кібанова А. Я., Колота А. М., Кочеткової А. І., Кокіна Ю. П., Лелейко Т. І., Леонтієва Д. А., Лисюка В. М., Лук'янченка Н. Д., Матрусової Т. Н., Е. Мейо, Наумової Н. Ф., Рожина В. П., Розанової В. О., Русалинової О. О., Ситника Л. С., Соболевської А. А., Токаревої Є. А., Шершньової З. Є., В. Щукіна, Уткіна Е. А., а також Дж. Аткинсона, В. Врума, Ф. Герцберга, К. Левіна, Е. Лоулера, Ф. Лютенса, Д. Макгрегора, Д. Макклеланда, А. Маслоу, Л. Портера, Ф. Тейлора та ін. Але в економічній літературі сьогодні проблема нематеріального стимулювання персоналу недостатньо розглянута з позиції стратегічного управління підприємством, тоді як практика менеджменту диктує нові умови розвитку підприємств, пов'язані з необхідністю їх адаптивності й конкурентоспроможності.

Нематеріальне стимулювання можна поділити на три групи: суспільне визнання окремої особистості (планування кар'єри; почесні винагороди; спеціальні статті у внутрішньоорганізаційній пресі; конференції тощо); суспільне визнання діяльності групи (вручення сувенірів усім співробітникам групи; статті про досягнення групи; організація обідів з вищим керівництвом та ін.); особисте визнання з боку керівництва (подяка в письмовій формі; листівки до дня народження та круглих дат тощо) [2].



Як свідчить практика, основними видами нематеріального стимулювання є: оголошення подяки, нагородження Почесною грамотою, занесення прізвища працівника до Книги пошани, поміщення фотографії працівника на Дошку пошани, до Галереї Трудової Слави, присвоєння почесних звань тощо. Локальні акти підприємств передбачають, наприклад, такі моральні заохочення, як присвоєння почесного звання "Відмінник якості" з врученням власного тавра і переведенням на самоконтроль, присвоєння почесного звання "Кращий за професією", "Майстер – золоті руки", вручення листів подяки сім'ям працівників – відмінників якості праці, присвоєння звання "Кращий цех за якістю".

У деяких випадках гроші не мають стимулюючого впливу зовсім не тому, що людина зайнята винятково одним змістом трудового процесу або на перший план для себе ставить питання кар'єри та соціального престижу. Існують інші причини. По-перше, як показав Ф. Тейлор, розмір премії повинен складати не менше 30 % від основної заробітної плати, оскільки в іншому випадку вона не має стимулюючої сили через низьку "чутливість". По-друге, як визначив у своїх дослідженнях Е. Мейо, найближче соціальне оточення, наприклад бригада, може блокувати активність своїх членів шляхом установа неформальних норм виробітку. Перевищення їх призведе до каральних санкцій відносно "відступника".

Практика побудови стимулюючих схем для менеджерів вищої ланки компанії показує, що найбільш ефективними є такі нематеріальні мотивуючі фактори: надання менеджерам можливості реалізувати особисті ідеї, а також тяжкість та масштаб вирішуваних завдань.

Одним із головних нематеріальних стимулів на сучасному етапі розвитку суспільства є забезпечення кар'єрного зростання співробітників підприємства, тому слід проаналізувати його більш детально. Кар'єра – це суб'єктивно усвідомлені власні судження працівника про своє трудове майбутнє, очікувані шляхи самовираження та задоволення працею [3].

Кар'єрне зростання повинне базуватися на двох поняттях – прагненні та готовності персоналу до його здійснення. Під прагненням розуміють потребу у зміні обсягу, функцій, рівня свободи виконуваної роботи.

Під готовністю до кар'єрного зростання розуміють сукупність характеристик службовців та керівників, які будуть здійснювати безпосередній вплив на ефективність їх роботи на новій посаді, тобто це їх реальні можливості виконувати конкретну необхідну роботу відповідно до визначеної посади. До таких характеристик відносять: систему ціннісних орієнтацій; інтелігентність, культуру; поведінку на роботі; ініціативність; комунікабельність; організованість; працездатність; винахідливість; співробітництво; організаційні здібності, уміння контролювати та координувати роботу; адаптація до роботи; загальний трудовий стаж; освіта; рівень спеціальних професійно-посадових знань, умінь, навичок; результат проходження останнього підвищення кваліфікації; дотримання трудової дисципліни; розумові здібності; вік; стан здоров'я; сімейний стан.

Таким чином, крім матеріального стимулювання, у нашому суспільстві не меншу роль відіграють засоби нематеріального стимулювання. Існує велика кількість способів нематеріального стимулювання (кар'єрне зростання, створення сприятливого морально-психологічного клімату, висловлення подяки, організація корпоративних вечірок, путівки за рахунок підприємства, вручення сувенірів, подарунків, почесних винагород тощо). Але, як свідчать дослідження, на українських підприємствах не достатньо приділяється їм уваги (наприклад, таким заходам, як адаптація, підвищення кваліфікації, просування на посаду). Менеджерам слід чітко усвідомити, що система стимулювання на підприємстві ефективна тільки в тому випадку, якщо вона комплексно охоплює як матеріальні, так і нематеріальні стимули. Причому визначальне значення мають саме стимули нематеріального характеру.

Застосування в практичній діяльності системи нематеріального стимулювання дозволить організаціям підвищити рівень мотивації менеджерів, якість їх управління, а в кінцевому результаті економічну ефективність виробництва, конкурентоспроможність організації.

Отже, можна сказати, що система нематеріального стимулювання стане ефективною в тому випадку, якщо вона буде справедливо та поступово застосовуватися при нагородженні менеджменту.

Наук. керівн. Тонєва К. В.

Література: 1. Афанасьев А. Необходимо исключить личные договоренности об оплате труда между собственниками и менеджерами / Афанасьев А. // Финансовый директор. – 2005. – № 3. 2. Галайко Н. Д. Форми і методи стимулювання персоналу для забезпечення ефективної діяльності банку / Галайко Н. Д. // Регіональна економіка. – 2006. – № 2. – С. 156–162. 3. Варданян И. В. Мотивационная система персонала / Варданян И. В. // Управление персоналом. – 2006. – № 5. – С. 21–24.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА

Аннотация. Проанализированы проблемы социального неравенства в контексте социальной стратификации современного общества.

Анотація. Проаналізовано проблеми соціальної нерівності в контексті соціальної стратифікації сучасного суспільства.

Annotation. The problems of social inequality in the context of the social stratification of modern society are analyzed in the article.

Ключевые слова: социальное неравенство, социальная стратификация.

Вопрос о неравенстве является фундаментальным для современных обществ. Главными при этом выступают различия в собственности, власти и статусе. Исследователи ставили вопросы: почему некоторые группы в обществе богаче или обладают большей властью, чем другие; в чем проявляется неравенство в современных обществах; почему продолжает существовать в современном богатом обществе бедность. Поэтому разработка теоретико-методологических основ исследования неравенства в контексте социальной стратификации современного общества актуальна и отвечает задачам современного научного знания.

Исследованию проблем неравенства и социальной стратификации посвящены работы таких авторов, как: Ж.-Ж. Руссо, А. Смит, Д. Рикардо, К. А. Сен-Симон, О. Конт, Г. Спенсер, К. Маркс, М. Вебер, П. Сорокин, У. Уорнер, Ч. Миллз, Г. Брейверман, А. Турен, Р. Дарендорф, П. Бурдые, И. Валлерстайн и др. Среди российских и украинских ученых следует выделить работы Беляевой Л. А., Гордона Л. А., Голенковой З. Т., Заславской Т. И., Лапиной Н. А., Руткевича М. Н., Старикова Е. Н., Черныша М. Ф., Шкаратана О. И. и др.

Признавая высокую научную ценность исследований, осуществленных перечисленными авторами, вместе с тем необходимо отметить, что выводы и положения, содержащиеся в их трудах, требуют дальнейшего развития как в теоретическом, так и в практическом аспектах, а ряд положений нуждается в корректировке в свете происшедших социальных изменений и развития современной системы социальной стратификации. В связи с этим целью статьи является исследование проблем социального неравенства в современном обществе во взаимосвязи с вопросами социальной стратификации.

Проблема социального неравенства возникла одновременно с формированием человеческого общества. Еще древнегреческий философ Платон размышлял над расслоением людей на богатых и бедных. Он считал, что государство представляет собой как бы два государства. Одно составляют бедные, другое – богатые, и все они живут вместе, строя друг другу всяческие козни. Платон был "первым политическим идеологом, мыслившим в терминах классов", – считает К. Поппер [1, с. 67].

Реалистически размышляя о стабильности государства, Аристотель отмечал, что необходимо думать о бедных, ибо у государства, где множество бедняков исключено из управления, неизбежно будет много врагов. Ведь бедность порождает бунт и преступления там, где нет среднего класса и бедных огромное большинство, возникают осложнения, и государство обречено на гибель. Аристотель выступал как против власти бедняков, лишенных собственности, так и против эгоистического правления богатой плутократии. Лучшее общество формируется из среднего класса, и государство, где этот класс многочисленнее и сильнее, чем оба других, вместе взятых, управляется лучше всего, ибо обеспечено общественное равновесие [2, с. 187].

К. Маркс подчеркивал, что источником социального развития выступает борьба между антагонистическими общественными классами. По К. Марксу, классы возникают и противостоят на основе различного положения и различных ролей, выполняемых индивидами в производственной структуре общества. В противовес К. Марксу М. Вебер, кроме экономического аспекта стратификации, учитывал такие аспекты, как власть и престиж. М. Вебер рассматривал собственность, власть и престиж как три отдельных, взаимодействующих фактора, лежащих в основе иерархий в любом обществе. Различия в собственности порождают экономические классы; различия, имеющие отношение к власти, порождают политические партии, а престижные различия дают статусные группировки, или страты. Отсюда он сформулировал свое представление о "трех автономных измерениях стратификации" и подчеркивал, что "классы", "статусные группы" и "партии" – явления, относящиеся к сфере распределения власти внутри сообщества [3, с. 294].

Существует множество стратификационных критериев, по которым можно делить любое общество. С каждым из них связаны особые способы детерминации и воспроизводства социального неравенства. Характер социального расслоения и способ его утверждения в своем единстве образуют то, что называется стратификационной системой.



Многочисленные подходы к понятию стратификации можно условно разделить на две основные группы – властные и меритократические. В соответствии с первыми, элитой являются те, кто обладают в данном обществе решающей властью, а в соответствии со вторыми – те, кто обладают некоторыми особыми достоинствами и личными качествами, независимо от того, располагают ли они властью или нет. В последнем случае элита выделяется по талантам и заслугам [4, с. 245].

Исходя из вышеизложенного, в самом общем виде неравенство означает, что люди живут в условиях, при которых они имеют неравный доступ к ограниченным ресурсам материального и духовного потребления. Для описания системы неравенства между группами людей в социологии широко применяют понятие "социальная стратификация".

При рассмотрении проблемы социального неравенства вполне оправдано исходить из теории социально-экономической неоднородности труда. Выполняя качественно неравные виды труда, в разной степени удовлетворяя общественные потребности, люди иногда оказываются занятыми экономически неоднородным трудом, ибо такие виды труда имеют разную оценку их общественной полезности.

Структурированное общество может быть представлено как совокупность взаимосвязанных и взаимообусловленных областей социальной жизни: экономической, политической, духовной, общественной, в которой иногда выделяют семейно-бытовую сферу. В каждой из указанных сфер социальной жизни имеет место собственное социальное расслоение, собственная структура. Социальные различия между людьми определяют социальную структуру.

Самое крупное социально-стратификационное образование общества – класс. Класс имеет фундаментальное значение в истории человеческого общества. Слово "класс" пришло из Древнего Рима, где его использовали для деления населения на отдельные группы в целях налогообложения.

Средний класс – совокупность социальных слоев, занимающих промежуточное положение между основными классами в системе социальной стратификации. "Этот класс характеризуется неоднородностью положения, противоречивостью интересов, сознания и политического поведения, вследствие чего многие авторы говорят о нем как о "средних классах", "средних слоях". Различают старый средний класс и новый средний класс" [5, с. 317].

Старый средний класс включает мелких предпринимателей, торговцев, ремесленников, представителей свободных профессий, мелкое и среднее фермерство, владельцев небольших производственных фирм. Стремительное развитие технологий и науки, всплеск в формировании сферы услуг, а также всеохватывающая деятельность современного государства способствовали появлению армии служащих, инженеров и т. п., не владеющих средствами производства и живущих за счет продажи своего труда. Они стали представителями нового среднего класса.

Практически во всех развитых странах доля среднего класса составляет 55 – 60 %. Рост среднего класса выражает тенденцию к уменьшению противоречий между содержанием труда различных профессий, городским и сельским образом жизни. Средний класс является носителем ценностей традиционной семьи, что, однако, сочетается с ориентацией на равенство возможностей для мужчин и женщин в образовательном, профессиональном, культурном отношении. Этот класс представляет собой оплот современного общества, его традиций, норм и знаний. Для средних слоев характерен незначительный разброс вокруг центра политического спектра, что делает их и здесь оплотом стабильности, залогом эволюционности общественного развития, формирования и функционирования гражданского общества.

В современной Украине средний класс находится в зарождающемся состоянии. Продолжает развиваться социальная поляризация – расслоение на бедных и богатых. Те, кто видит возникновение биполярного распределения доходов и малочисленность среднего класса, обеспокоены судьбой украинской демократии. По распространенному мнению социологов, для здоровой демократии необходим здоровый средний класс. В обществе, состоящем из богатых и бедных, отсутствует политическое и экономическое связующее звено.

Неравенство характеризует неравномерное распределение дефицитных ресурсов общества – денег, власти, образования и престижа – между различными стратами, или слоями населения.

"Социальное неравенство включает всю гамму неравенств: социально-экономическое, социально-политическое и правовое. Поэтому имеются проблемы дискриминации не только почти всех групп населения, но и тотальной бедности всей общественной жизни. Не следует путать неравенство и отличия. Ведь культурные отличия (языковые, религиозные, расовые) не становятся причиной дискриминации в демократическом обществе" [6, с. 159]. Тем не менее существуют локально-ситуативные отличия и неравенства, которые наблюдаются в любом обществе, но не приводят к глобальным конфликтам. Например, после Чернобыльской катастрофы огромное количество людей было выбито из устоявшейся повседневной жизни: потеря обычной естественной, культурной и хозяйственной среды, родительского дома и двора, переселение в непривычные условия. Все это привело к социальному неравенству между потерпевшими и остальными украинцами.

"Больше всего страдают от неравенства бедные люди. Это и доступ к образованию, медицине, и неравные возможности в ведении бизнеса, в образе, стиле и качестве жизни. Малообеспеченные люди почти все средства тратят на питание. Кстати, как отмечает Ядов В. А., это один из критериев бедности" [6, с. 253].

Истоки социального неравенства многие современные ученые видят в природных различиях людей по физическим данным, личностным качествам, внутренней энергии, а также по силе мотивации, направленной на удовлетворение наиболее значимых, насущных потребностей. Первоначально возникающее неравенство обычно крайне неустойчиво и не приводит к закреплению социальных статусов. Пока еще нет реальной модели общественного устройства, в которой бы можно было реализовать полное равенство. Люди от рождения не равны по своим способностям –



это не их вина или заслуга. Талант, одаренность – в значительной мере не личное, а общественное достояние, но вместе с тем он имеет право на большее материальное вознаграждение.

Таким образом, вопрос о социальном равенстве или неравенстве может быть решен только относительно конкретной проблемы, то есть только в рамках конкретной социальной ситуации, когда имеется в наличии конкретная задача и известны те характеристики, которыми должен обладать человек, ее решающий, то есть релевантные характеристики, или релевантные черты.

На взгляд автора статьи, одним из возможных путей достижения, если не равенства, то хотя бы справедливого неравенства, может быть реализация принципа пропорционального заслугам распределения позиций в стратификационной структуре общества. Возможен также путь решения проблемы неравенства в каждой конкретной ситуации в зависимости от степени выраженности релевантных ситуации характеристик каждого конкретного человека, что является перспективным для дальнейших исследований в этом направлении.

Научн. рук. Ус Т. В.

Литература: 1. Поппер К. Логика социальных наук / К. Поппер // Вопросы философии. – 1992. – № 10. – С. 65–75. 2. Нерсисянц В. С. Платон / В. С. Нерсисянц. – М. : Юрид. лит.-ра, – 1989. – 210 с. 3. Лапин Н. И. Сборник материалов научной конференции к 180-летию со дня рождения К. Маркса: Карл Маркс и современная философия / Н. И. Лапина. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 380 с. 4. Комаров М. С. Введение в социологию / М. С. Комаров. – М. : Наука, 2004. – 340 с. 5. Косалс Л. Я. Социология перехода к рынку / Л. Я. Косалс, Р. В. Рывкина. – М. : Эдиториал, 2008. – 365 с. 6. Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. – М. : Омега-Л, 2007. – 410 с.

Клисакова А. В.

УДК 33.65.455.5

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ У СФЕРІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Анотація. Проведено аналіз ефективності українських компаній у сфері КСВ за результатами їхньої діяльності згідно з ISO 26 000 та нефінансовою звітністю. Зроблено рекомендації щодо ефективності та результативності діяльності компаній у сфері КСВ в Україні.

Аннотация. Проведен анализ эффективности украинских компаний в сфере КСВ по результатам их деятельности согласно ISO 26 000 и нефинансовой отчетности. Сделаны рекомендации по эффективности и результативности деятельности компаний в сфере КСВ в Украине.

Annotation. The analysis of companies' effectiveness Ukrainian in the CSR area was made according to ISO 26 000 and their non-financial reporting. Recommendations for effectiveness and result-orientation in CSR for Ukrainian companies were given.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, сталий розвиток, нефінансова звітність, ISO 26 000.

Як в Україні, так і в усьому світі, сьогодні компанії починають мислити більш довгостроково, думати про стійке зростання, про партнерство як в корпоративному середовищі, так і про міжсекторне соціальне партнерство. Ця тема є дуже актуальною, бо в умовах обмеженості ресурсів вкрай важливим для бізнесу є бути соціально відповідальним і діяти в напрямі сталого розвитку суспільства, бути його невід'ємною частиною. Ключовими на шляху формування КСВ можна назвати таких авторів: Г. Боуен, К. Девіс, Р. Бломстром, Дж. Мак Гуїр, С. Мережі, А. Керолл, М. Фрідмен. Метою даного дослідження є аналіз та систематизація діяльності компаній згідно з їхньою нефінансовою звітністю та ISO 26 000. Предмет дослідження – успішний, сталий бізнес в Україні, що використовує стратегію КСВ, а об'єкт – формування стратегії КСВ для повноцінного та багатофакторного розвитку бізнесу.

Тема оцінки ефективності компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності сьогодні є питанням, яке потребує додаткового вивчення. У вересні 2011 року центр "Розвиток корпо-

ративної соціальної відповідальності" презентував результати першого в Україні Індексу прозорості та підзвітності компаній [1]. До Індексу увійшли компанії України різних секторів, саме тому можна було оцінити загальний стан КСВ та її висвітлення в Україні (рис. 1).

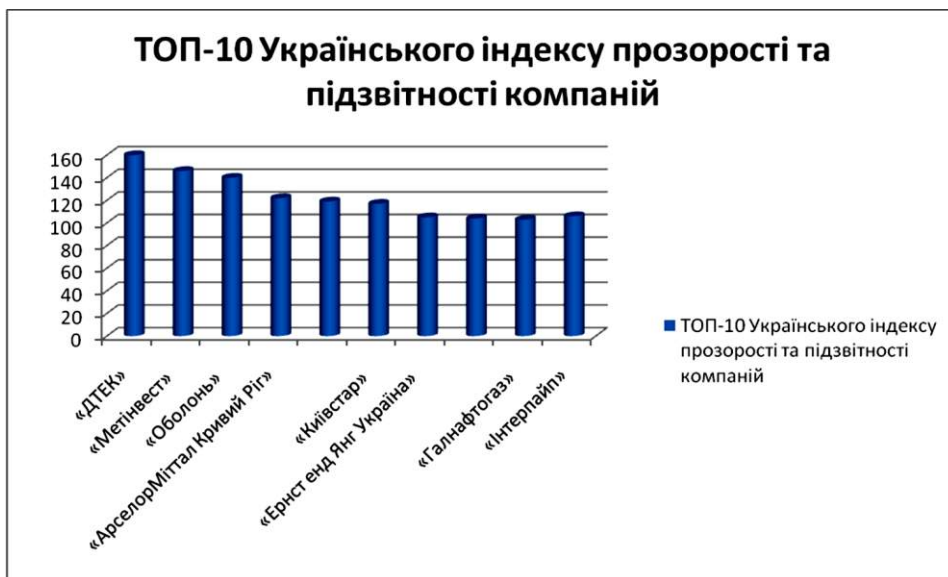


Рис. 1. ТОП-10 компаній українського індексу прозорості та підзвітності компаній

Усі компанії першого десятка мають нефінансові звіти, деталізований опис упровадження соціальних та екологічних проектів та зручну навігацію сайтів.

Головна відмінна ознака Індексу в тому, що перевірити достовірність його результатів може будь-який користувач мережі Інтернет, адже необхідна для цього інформація знаходиться у відкритому доступі, а чіткі та зрозумілі критерії (звітність, навігація, доступність, прозорість) оцінювання значно знижують рівень суб'єктивності [1].

Стандарт ISO 26000 є керівництвом щодо принципів, що покладено в основу соціальної відповідальності, основних питань соціальної відповідальності, а також способів інтеграції соціально відповідальної поведінки у стратегії, практики і процеси діяльності організації. Стандарт ISO 26000 є добровільним, він не містить жодних вимог і не розглядається як стандарт, що підлягає обов'язковій сертифікації (рис. 2) [2; 3].

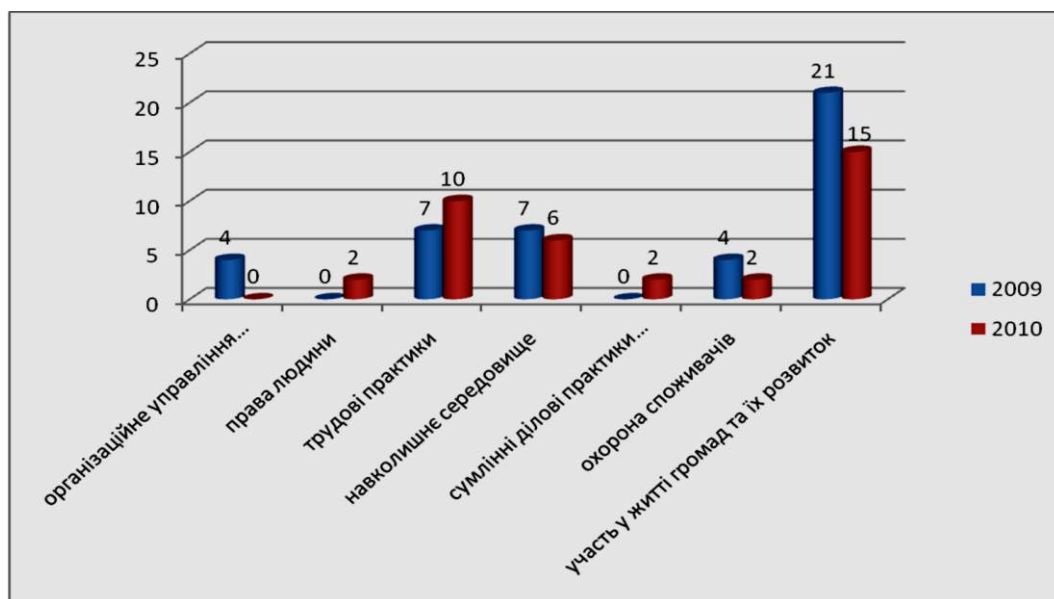


Рис. 2. Розподіл кейсів з КСВ українських компаній у 2009 – 2010 рр. згідно з ISO 26000 [2; 3]



З рис. 2 видно, що більшість українських компаній проявляють свою корпоративну соціальну відповідальність завдяки участі в житті громад та їх розвитку, але якщо у 2009 р. таких кейсів було двадцять один, то у 2010 р. лише п'ятнадцять. Як можна побачити з подальшого аналізу рис. 2, на другому місці – трудові практики, їх кількість, навпаки, збільшилась з семи прикладів до десяти. Українські компанії намагаються впливати на охорону навколишнього середовища активно, сім кейсів у 2009 р. та шість кейсів у 2010 р. Найменші показники ми маємо з використання КСВ у темі "права людини" та "сумлінні ділові практики".

Наявність нефінансової звітності поряд із фінансовою дозволяє зацікавленим особам отримувати інформацію про соціальні та екологічні аспекти діяльності компанії в комплексі з інформацією про економічні результати [2, с. 387]. Це дозволяє ефективно оцінювати ризики бізнесу (зокрема довгострокові), що стає важливим фактором оцінки діяльності компаній з боку акціонерів, інвесторів та кредиторів.

Наук. керівн. Кліменко О. М.

Література: 1. <http://www.csr-ukraine.org>. 2. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика : посібник / Саприкіна М. А., Саєнсус М. А., Зінченко А. Г. та ін. ; за наук. ред. д.е.н., проф., засл. діяча науки та техніки України Редькіна О. С. – К. : Вид. "Фарбований лист", 2011. – 480 с. 3. Саприкіна М. Діалог зі стейкхолдерами: міжнародні та українські реалії сьогодення / Саприкіна М., Каба Д. – К. : Вид. "Фарбований Лист", 2010. – 18 с. 4. Практики КСВ в Україні / під ред. Саприкіної М. А. ; Центр "Розвиток КСВ". – К. : Вид. "Фарбований лист", 2009. – 133 с. 5. Практики КСВ в Україні / під ред. Саприкіної М. А. ; Центр "Розвиток КСВ". – К. : Вид. "Фарбований лист", 2010. – 106 с.

Неминуца І. В.

УДК 005.332.4

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

АНАЛІЗ ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Виявлено та узагальнено вплив конкурентоспроможності на стратегію і тактику діяльності підприємства щодо формування та використання окремих конкурентних переваг на прикладі ВАТ "РОСС".

Аннотация. Вывявлено и обобщено влияние конкурентоспособности на стратегию и тактику деятельности предприятия относительно формирования и использования отдельных конкурентных преимуществ на примере ОАО "РОСС".

Annotation. Impact of the competitiveness strategy and tactics of business on the formation and use of certain competitive advantages in case of JSC "ROSS" is detected and generalized.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, стратегія конкуренції.

Питання конкуренції і конкурентоспроможності перебувають у центрі уваги дослідників протягом усієї історії розвитку економічних відносин. Трансформаційні процеси в економічній системі України передбачають інтенсивний розвиток конкурентного середовища, що зумовлює потребу формування та використання конкурентних переваг на рівні суб'єктів господарювання. Актуальним є обґрунтування організаційно-управлінських взаємозв'язків формування конкурентних переваг у сучасних умовах з метою забезпечення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості підприємства. Адже економічні умови ефективного формування і реалізації конкурентних переваг обумовлюють автономність та ділову активність підприємства щодо власного покращення конкурентного статусу.

Дослідженням проблем конкурентних переваг підприємства та їх аналізом займалися такі вчені: Азов Г. Л. [1], Гринів Л. В. [2], Лупак Р. Л., Приходько Л. О. [3], Отенко І. П. [4; 5], Полтавська Є. О. [5], Войчак А. В., Камишніков Р. В. [6], Иванов Ю. Б. [7], Міценко Н. Г., Смик О. С. [2] та ін. Проте, на думку автора, технологія оцінки процесів формування і розвитку конкурентних переваг функціональних сфер діяльності підприємства заслуговує на більшу увагу з боку науковців.

При цьому недостатньо вивченим є саме рівень окремого суб'єкта господарювання, метою якого є використання конкурентних переваг та забезпечення цільової функції господарювання – максимізації прибутку.

© Неминуца І. В., 2012

Метою дослідження є узагальнення впливу конкурентоспроможності на стратегію і тактику діяльності підприємства щодо формування та використання окремих конкурентних переваг, розробка адекватних засобів регулювання та оцінки конкурентної поведінки підприємства до ступеня розвитку як ринкової інфраструктури загалом, так і її окремих суб'єктів.

Економічні зміни конкурентного середовища підприємства зумовлюють потребу виявлення та системного використання конкурентних переваг як первинного елемента структури забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Необхідно зауважити, що конкурентним на ринку може бути тільки те підприємство, що володіє конкурентною перевагою в певному місці, в певний час (статичне затримання), а також вмінням здобувати та підтримувати (зміцнювати) цю перевагу (динамічне затримання).

Відмітимо, що конкурентні переваги не є вічними, вони завойовуються та утримуються тільки при постійному вдосконаленні всіх сфер діяльності, що є важким та дорогим процесом. Можливості збереження конкурентних переваг залежать від ряду факторів. Однак запропонована споживачеві послуга має розглядатися як єдиний набір конкурентних переваг, які повністю задовольняють його потреби.

Дослідження факторів конкурентних переваг внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства дозволять керівництву підприємства одержувати інформацію про сильні і слабкі сторони діяльності, потенційні шанси і ризики на ринку; усунути слабкі місця; розробляти довгострокову концепцію стратегічного розвитку підприємства, адаптовану до умов навколишньої дійсності, що змінюються, при збереженні своєї провідної функції протягом ряду років.

Стрімке підвищення рівня конкуренції на внутрішньому і зовнішніх ринках, зростання вимогливості споживачів призводить до того, що у найближчі десятиліття сподіватися на процвітання може лише те підприємство, яке володітиме конкурентними перевагами в усіх сферах.

Процеси формування конкурентних переваг взаємообумовлені та взаємопов'язані з процесами ефективного функціонування та розвитку підприємства. Для того щоб залишатися рентабельним у довгостроковому періоді, підприємство повинно постійно посилювати зовнішні конкурентні позиції: підтримувати постійне зростання об'єму продажів, збільшувати відносну частку ринку для підвищення ефективності діяльності підприємства, забезпечувати ресурси для реінвестування – зростання прибутку, залучення нових інвесторів, постійне поповнювання товарного асортименту новими продуктами, розширювати коло покупців тощо.

Аналіз конкурентних переваг підприємства повинен ґрунтуватися на необхідному інструментарії, за допомогою якого можна оперативно оцінити ситуацію, що склалася. Аналітичний інструментарій повинен відповідати найбільш важливим вимогам для обґрунтування, прийняття і реалізації управлінських рішень: формувати єдине інформаційне поле; забезпечувати високу оперативність для оцінки ефективності процесів формування й розвитку конкурентних переваг та їх прогнозування.

Методика комплексного дослідження конкурентних переваг підприємства ґрунтується на маркетинго-орієнтованому підході до управління підприємством і включає дослідження галузі, тобто вивчення стану і тенденцій розвитку ринку в цілому й активності конкурентів зокрема, а також внутрішніх можливостей і компетентностей підприємства (рис. 1).



Рис. 1. Методика комплексного дослідження конкурентних переваг



У результаті проведення подібного аналізу конкурентного середовища керівництво підприємства володіє аналітичною інформацією, що необхідна для вивчення особливостей конкурентних переваг, які притаманні суб'єктам ринку.

Але з огляду на те, що для підприємства більш важливими є внутрішні здібності і компетенції, значну частину в комплексному дослідженні представляє аналіз і оцінка процесів формування та розвитку внутрішніх конкурентних переваг підприємства. Це дослідження включає ряд етапів.

Фінансовий стан є важливою характеристикою діяльності підприємства загалом. Він визначає конкурентоспроможність підприємства та його потенціал у діловому співробітництві, є гарантом ефективної реалізації економічних інтересів усіх учасників фінансових відносин: як самого підприємства, так і його партнерів.

Автором був проведений аналіз конкурентоспроможності Відкритого акціонерного товариства "РОСС" за 2005 – 2009 роки. Організаційна структура емітента відповідно до своєї виробничо-фінансової діяльності має два напрямки: виробництво теплового і холодильного технологічного устаткування; виробництво приладів газового контролю.

Проведений аналіз сфер діяльності підприємства дає можливість виявити найбільш важливі аспекти, тобто конкурентні переваги, та найбільш слабкі позиції в діяльності підприємства, що, в свою чергу, допомагає своєчасно виявити та усунути недоліки в діяльності підприємства та знайти резерви покращення його сфер.

Спочатку були визначені необхідні дані та розраховані відповідні показники, що характеризують конкурентоспроможність як підприємства в цілому, так і окремих сфер його діяльності: виробничої, маркетингової, фінансово-інвестиційної та інноваційної.

На наступному етапі вихідні показники стандартизувалися у відношенні до еталонного підприємства та розраховувалося значення рейтингової оцінки кожного підприємства, далі проводилося ранжування у порядку убуття таких рейтингових оцінок.

Отримані результати представимо у вигляді графіка (рис. 2) та проаналізуємо динаміку та розвиток конкурентних переваг ВАТ "РОСС" за 2005 – 2009 роки.

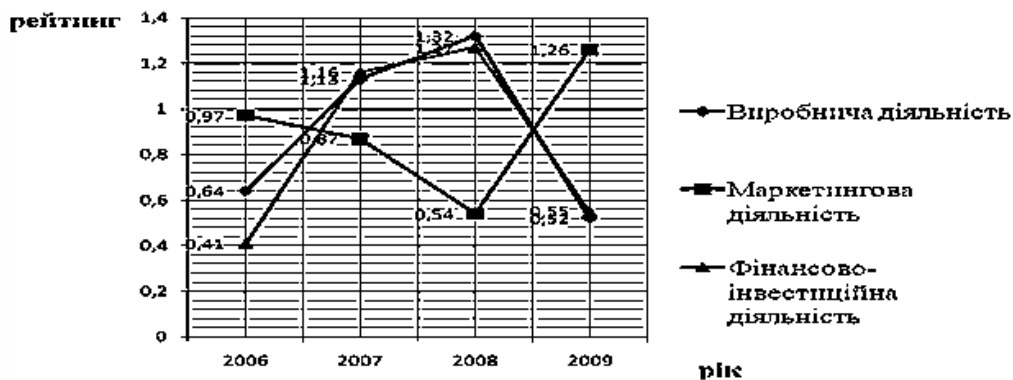


Рис. 2. Рейтингова оцінка сфер діяльності підприємства

Аналізуючи отримані результати, можна говорити про те, що на підприємстві більш розвинутою в 2009 році є виробнича сфера. Це є наслідком того, що збільшилися такі показники, як прибуток на 1 облікового працівника, рентабельність продукції, рентабельність основних засобів, однак негативною характеристикою є те, що дані зміни виникають не за рахунок удосконалення виробництва, а лише за рахунок нарощування прибутку.

Що стосується сфери маркетингу, то необхідно відмітити, що на підприємстві, якщо і виділяється визначена сума на маркетингову діяльність, то вона є недостатньою для просування даного товару на ринок, про це свідчать такі показники, як витрати на маркетинг та збут, які в 2009 році складають половину витрат 2008 року; коефіцієнт обороту запасів та готової продукції, які з кожним роком скорочуються.

Відносно фінансово-інвестиційної діяльності необхідно сказати про те, що значно скоротилося інвестування підприємства зовнішніми інвесторами. Також підприємство має незначну частку залученого капіталу, що значно зменшує загальну вартість засобів підприємства, які необхідні для реалізації його потенціалу та конкурентоспроможності в цілому.

Відносно інноваційної діяльності, то вона за аналізований період не проводилася на підприємстві взагалі. Про що свідчить застаріле устаткування, низький рівень рентабельності підприємства та інші показники ефективності діяльності підприємства. З 2006 року по 2009 рік на підприємстві не виділялися кошти на науково-технічні розробки та розвиток діяльності.

По даним звітності ВАТ "РОСС" можна простежити тенденцію зниження як показника об'єму реалізації продукції та її собівартості, так і скороченням витрат на її збут. Також простежується зменшення коефіцієнта обороту готової продукції, що свідчить про відносне збільшення залишків готової продукції на складах та про зниження попиту на неї.

Отже, щодо конкурентних можливостей аналізованого підприємства, то на даному етапі можна говорити про неповне їх використання. Для підприємства на сьогоднішній день актуальним



питанням залишається недовикористання власних потужностей та неефективність політики розвитку економічного потенціалу, тобто конкурентних переваг, та його використання для досягнення цілей.

Для більш повного аналізу діяльності підприємства надамо наступну інформацію. Товариство виробляє: теплове та холодильне технологічне обладнання, водонагрівальні котли, прилади газового контролю. Усі зазначені напрямки виробництва є перспективними, але імпорту такого обладнання великий на ринку України. Основний ринок збуту – Україна та Росія. Основні клієнти: ВАТ "РОСС", ДП "Маркет_Плазо", ТОВ "Астра". Основними конкурентами є: ЗАТ Харківхолодмаш, Укрінтерм, Красилівський машинний завод, ТМ "Данко" (м. Рівне), Агротепломаш (м. Житомир). Постачальники за основними видами сировини: ТОВ "Газкомплект" (м. Артемівськ); ТОВ "Газкомплект-Два".

Підвищення рівня розвитку конкурентних переваг зводиться, по суті, до аналізу його структури, оцінки та планування впливу великої сукупності факторів на конкурентоспроможність підприємства і його місце на діючому ринку.

Для реалізації стратегії ВАТ "РОСС" та визначення напрямків його діяльності було проаналізовано стан та перспективи розвитку конкурентних переваг за допомогою матриці визначення стратегічних позицій підприємства "Діловий екран" фірм McKinsey та General Electric (рис. 3).



Рис. 3. Матриця визначення стратегічних позицій розвитку економічного потенціалу підприємства "Діловий екран"

Політика розвитку ринкових можливостей та конкурентних переваг ВАТ "РОСС" повинна бути спрямована на збільшення обсягів реалізації продукції, закріплення сформованого ринку і його розширення, а також пошук нових ринків збуту.

Вибір напрямку або стратегії розвитку ринкового потенціалу підприємства залежить в основному від складу, структури і якості наявних економічних ресурсів, рівня конкурентоспроможності виконуваних робіт і послуг, існуючого становища на ринку і майбутніх цілей.

Таким чином, оцінка конкурентоспроможності підприємства дала можливість виявити чинники, що негативно впливають на конкурентоспроможність підприємства, та визначити шляхи її підвищення.

На думку автора, стан та тенденції зростання конкурентоспроможності підприємства значною мірою залежить від ефективного використання визначених конкурентних переваг. Портфель конкурентних переваг дає змогу підприємству адаптуватись до зміни конкурентного середовища, зберегти конкурентний статус і забезпечити власну конкурентоспроможність загалом.

У статті було визначено специфіку впливу внутрішніх та зовнішніх факторів на формування та розвиток конкурентних переваг, розкрито та узагальнено їх вплив на стратегію і тактику діяльності підприємства. Також проведений аналіз та оцінка економічних можливостей та конкурентоспроможності ВАТ "РОСС" на основі даних фінансової звітності підприємства та іншої інформації про його діяльність.

Від того, наскільки вдало підприємство бере участь у конкурентній боротьбі, залежить його конкурентна спроможність, рівень якої визначається здатністю фірми до формування власних конкурентних переваг. Подальші дослідження слід присвятити розробці та обґрунтуванню шляхів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств.

Наук. керівн. Полтавська Є. О.

Література: 1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : ОАО "Типография "НОВОСТИ", 2000. – 256 с. 2. Міценко Н. Г. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги в сучасних ринкових умовах / Міценко Н. Г., Смик О. С. // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.3. – 312 с. 3. Лулак Р. Л. Конкурентні переваги як наслідок відтворення підприємством ресурсних можливостей / Р. Л. Лулак, Л. О. Приходько // Збірник науково технічних праць. – Львів: РВВ НЛТУ України, 2010. – Вип. 20.6. –



332 с. 4. Отенко І. П. Механізм управління потенціалом підприємства : монографія / І. П. Отенко, Л. М. Малайрець. – Х. : Вид. ХДЕУ, 2003. – 220 с. 5. Отенко І. П. Управління конкурентними перевагами : наукове видання / І. П. Отенко, С. О. Полтавська. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 212 с. 6. Войчак А. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / Войчак А. В., Камишніков Р. В. // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50 – 53. 7. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики : монография / Иванов Ю. Б. – Х. : РИО ХГЭУ, 1997. – 248 с. 8. Гринів Л. В. Особливості формування конкурентоспроможної переваги підприємств / Гринів Л. В. // Матеріали Міжнародної конференції "Динаміка наукових досліджень". – Перемишль, 2007. – С. 37–40. 9. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник / С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабась та ін. – К. : КНЕУ, 2008. – 520 с. 10. Сergyoga G. S. Сутність окремих понять проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Г. С. Сergyoga, І. Л. Дибач. – Режим доступу : <http://ev.nuos.edu.ua/content/sutn%D1%96st-okremikh-ponuyat-problemi-p%D1%96dvishchennya-konkurentospromozhnost%D1%96-p%D1%96dpriemstva>. 11. Річна регулярна інформація в загальнодоступній інформаційній базі даних ДКЦПФР. – Режим доступу : <http://smida.gov.ua/teestr/?kod=00223237>. 12. Річна регулярна інформація. – Режим доступу : <http://www.stockmarket.gov.ua/ua-UA/reports/searchFromSmida/00223237>.

Колодяжний І. Ю.

УДК 336.22:352

Студент 6 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

РОЗВИТОК МІСЦЕВОГО ОПОДАТКУВАННЯ У ПРОЕКТАХ ПОДАТКОВИХ КОДЕКСІВ

Анотація. Розглянуто Податковий кодекс як один із найважливіших кроків на шляху інтеграції України до світової та європейської спільноти.

Анотация. Рассмотрен Налоговый кодекс как один из важнейших шагов на пути интеграции Украины в мировое и европейское сообщество.

Annotation. Adoption of the Tax Code was one of the most important steps towards Ukraine's integration to world and European community. The journey was a lot of steps, each of which was an important step in the development of domestic taxation.

Ключові слова: Податковий кодекс, місцеве оподаткування, законопроект, Концепція реформування податкової системи.

Сучасні умови господарювання та новітня стратегія розвитку України, орієнтована на інтеграцію до світової та європейської спільноти, поставили нові вимоги до функціонування економічної та політичної систем держави. Одним із найважливіших кроків на цьому шляху було прийняття нового Податкового кодексу України.

За весь час незалежності України було багато спроб з боку керівництва держави навести лад у податковому законодавстві та прийняти економічну конституцію країни – Податковий кодекс. Протягом останніх 11 років було сформовано 3 варіанти Податкового кодексу, основні моменти яких наведено в таблиці.

Початок історії з розгляду та прийняття Податкового кодексу почався в 2000 році за участі Кабінету Міністрів на чолі з тодішнім прем'єром Віктором Ющенко. В історію даний проект кодексу увійшов як проект "Ющенко" – це був один із перших вагомих проектів реформи податкової системи України. Розробники наступних проектів через декілька років взяли за основу основні засади даного документа.

Перелік місцевих податків та зборів здебільшого зменшується за рахунок виключення комунального податку та інших зборів. У той же час виключення малоефективних зборів з даного списку є досить зрозумілим кроком, але виключення комунального податку, який за час свого існування займав вагомe місце в наповнюваності місцевих бюджетів, є нелогічним кроком.

Перелік місцевих податків і зборів у проектах податкових кодексів

Законопроект № 1868 від 13.07.2000 р.	Законопроект № 4099 від 30.10.2007 р.	Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010 р.
Податок за використання місцевої символіки	Збір за використання місцевої символіки	Податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки
Збір за паркування автотранспорту	Податок за спеціально відведені місця для паркування транспортних засобів	Збір за місця для паркування транспортних засобів
Курортний податок	Туристичний збір	Туристичний збір
Збір за видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі та сфери послуг	Збір за розміщення об'єктів торгівлі та сфери послуг	Збір за провадження деяких видів підприємницької діяльності
Готельний збір	Комунальний податок	Єдиний податок
Податок з реклами	Рекламний збір	
Ринковий збір	Податок за торгові місця на ринку	-
Збір за організацію гастрольних заходів	Збір за проведення місцевих аукціонів	-
Збір за видачу дозволів на будівництво у населених пунктах	Збір з власників собак	-
-	Збір за проведення кіно-і телезіомок	-
-	Збір за розміщення об'єктів грального бізнесу	-
-	Будівельний збір	-

Зазначені податки і збори перекочували зі старих ранішедіючих нормативних актів. Виключені податки, які не мали значної фіскальної ролі. Новим був лише збір за видачу дозволів на будівництво, запровадження якого мало на меті оподатковувати будівельний бізнес, зростання якого прийшлося на початок ХХІ століття та заміну плати на розвиток інженерно-транспортної та соціальної інфраструктури населених пунктів.

Законопроект Податкового кодексу № 1868 2001 року заклав фундамент податкового реформування, засади якого були використані у подальшому формуванні економічної конституції України. У розділі місцевого оподаткування були намічені основні необхідні реформування. Це систематизація законодавства, скорочення чисельності малоефективних податків і зборів, скорочення витрат на адміністрування податків, запровадження нових шляхів наповнення місцевих бюджетів (наприклад у 2001 році завдяки будівельному збору) [1].

У свою чергу, Кабінет Міністрів 19.02.2007 р. схвалив Концепцію реформування податкової системи України (розпорядження Кабінету Міністрів від 19.02.2007 р. № 56), якою визначено основні напрями та етапи реформування системи оподаткування. Відповідно до основних положень Концепції підготовлено проект Податкового кодексу України, враховуючи пропозиції президента В. Ющенка, який 17 жовтня 2007 року схвалено Кабінетом Міністрів та направлено до Верховної Ради за номером 4099.

Проект Податкового кодексу № 4099, підготовлений урядом В. Януковича, мав багато позитивних моментів, які були враховані в сучасному Податковому кодексі. У частині місцевого оподаткування пропонувалися значні нововведення, запропоновано єдиний підхід до встановлення місцевих податків і зборів та чіткої реалізації податкового законодавства і відповідних рішень, які ухвалюються органами місцевого самоврядування.

Зокрема пропонувалося:

скасувати 5 неефективних місцевих зборів: збір за участь у заїгах на іподромі; збір за виграш заїгу на іподромі; збір з осіб, які беруть участь у грі на тоталізаторі на іподромі; збір за видачу ордера на квартиру; збір за право на проведення конкурсного розпродажу і лотерей;

на заміну ринкового збору ввести податок за торгові місця на ринку, замість збору за паркування автотранспорту – податок за спеціально відведені місця для паркування транспортних засобів, замість курортного збору та збору на розвиток рекреаційного комплексу в АРК – туристичний збір, який сплачуватиметься на всій території України;

включити до переліку місцевих податків і зборів збір за розміщення об'єктів грального бізнесу та будівельний збір [2].

Таким чином, дані нововведення є ключовими при реформуванні місцевого оподаткування і деякі з них були використані в попередньому варіанті проекту Податкового кодексу, такі, як: скорочення чисельності неефективних місцевих податків, введення будівельного збору. Та нові аспекти – на заміну ринкового збору – податок за торгові місця на ринку, замість курортного збору та збору на розвиток рекреаційного комплексу в АРК – туристичний збір та введення збору за розміщення об'єктів грального бізнесу, який мав на меті значне фіскальне значення.



Початок розроблення сучасного Податкового кодексу припадає на 2010 рік. Протягом 2010 року було декілька його варіантів і вносилося багато змін. 2 грудня 2010 року Податковий кодекс України за № 2755-VI був прийнятий, а 3 грудня підписаний Президентом.

З прийняттям Податкового кодексу суттєво зменшено перелік місцевих податків і зборів. Так, з 14 податків і зборів залишилось лише 4, одні з яких запозичені з Декрету КМУ "Про місцеві податки і збори", а деякі є зовсім новими:

податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки – відповідно до змін, внесених до частини 1 розділу XIX ПКУ законопроектом № 3609 від 07.07.2011 р., обов'язок сплати даного податку настає з 1 липня 2012 року;

єдиний податок;

збір за провадження деяких видів підприємницької діяльності;

збір за місця для паркування транспортних засобів;

туристичний збір [3].

Отже, історія прийняття Податкових кодексів України починається ще з 2001 року. За 10 років було подано багато варіантів ПКУ, але багато з них повторювали своїх попередників і мало чим відрізнялися. Так, першим був проект Податкового кодексу 2001 року уряду В. Ющенка, який заклав фундамент податкового реформування в Україні в частині місцевого оподаткування. А саме: скорочення чисельності малоефективних податків і зборів, скорочення витрат на адміністрування податків, запровадження нових шляхів наповнення місцевих бюджетів. У проекті 2007 року уряду В. Януковича, окрім раніше зазначених шляхів реформування, запропоновано запровадження збору за розміщення об'єктів грального бізнесу, туристичного збору та реформування ринкового збору, а також збору за паркування автотранспорту, нові шляхи наповнення місцевих бюджетів завдяки збору за розміщення об'єктів грального бізнесу та будівельного збору. У свою чергу, Податковий кодекс, прийнятий у 2010 році, увібрав усі позитивні риси своїх попередників та використав раніше запропоновані шляхи реформування: скасовано місцеві збори, витрати на адміністрування яких вищі, ніж надходження; значне піднесення фіскальної ролі місцевих податків і зборів; введення туристичного збору та довгоочікуваного податку на нерухоме майно, відмінного від земельної ділянки.

Наук. керівн. Найденко О. Є.

Література: 1. Постанова Верховної Ради України від 13 липня 2000 року № 1868, проект Податкового кодексу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1868-14>. 2. Податковий кодекс України. Проект Закону України від 30 жовтня 2007 року № 4099 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.kmu.gov.ua>. 3. Податковий Кодекс України від 02.12.10 № 2755-VI // Голос України. – 2010. – № 229-230.

Нескуба А. В.

УДК 336.717

Студент 6 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ ЗА ОПЕРАЦІЯМИ АГРОКРЕДИТУВАННЯ

Анотація. Наведено результати дослідження щодо моделювання послідовності процесу управління кредитними ризиками за операціями агрокредитування на підґрунті програмного продукту СА ВРwін 4.0.

Анотация. Приведены результаты исследования по моделированию последовательности процесса управления кредитными рисками по операциям агрокредитования на основе программного продукта СА ВРwін 4.0.

Annotation. In the article the results of research on modeling the sequence of the process of credit risk for transactions of agrarian crediting, based on the software СА ВРwін 4.0 are given.

Ключові слова: кредитний ризик, кредитні ризики за операціями агрокредитування, структурно-функціональне моделювання процесу управління кредитними ризиками за агрокредитами.

© Нескуба А. В., 2012



Кредитні операції банку є найбільш прибутковим видом активних операцій. За рахунок цього джерела формується основна частина чистого прибутку, що відраховується в резервні фонди і спрямовується на виплату дивідендів акціонерам банку. Проте їх здійснення споріднене зі значним ступенем ризику, адже одночасно неповернення кредитів, особливо значних, може привести банк до банкрутства, а через його становище в економіці – до низки банкрутств, пов'язаних із ним підприємств, банків і приватних осіб. Тому кредитні ризики – основна проблема банку, а управління ними є необхідною частиною стратегії і тактики його розвитку [1].

В економічній літературі, присвяченій банківській діяльності, дослідження процесів управління кредитним ризиком посідає одне з провідних місць. У ході дослідження даної проблеми, стає зрозуміло, що при аналізі видів кредитного ризику доцільним є врахування не тільки такої істотної характеристики, як масштаб його виникнення, а й аналіз впливу галузевої специфіки діяльності позичальника на рівень ризику за кредитною операцією. Тому все більшого значення набуває дослідження галузевого ризику, особливо за тими секторами економіки, для яких характерним є підвищений ступінь ризику. До таких секторів необхідно, перш за все, віднести сільське господарство.

За наявності значних ризиків кредитування агросектора банку необхідно ефективно управляти портфелем таких кредитів та здійснювати комплекс заходів щодо мінімізації ризиків.

Питанням теорії та практики процесу присвячені праці провідних учених: Стрільчук В. О. [2], Слобода Л. Я. [3], Антонюк Г. А. [4], Благодир Я. Я. [5], Кириченко О. А. [6] та ін.

Таким чином, враховуючи досягнення вчених у галузі управління кредитними ризиками, актуальним залишається дослідження щодо формування послідовності процесу управління кредитним ризиком портфеля агропозичальників у банку.

Метою статті є моделювання процесу управління кредитними ризиками за операціями агрокредитування з декомпозицією його окремих етапів.

Для розкриття сутності та послідовності процесів управління портфелем вказаних кредитів і здійснення комплексу заходів щодо мінімізації ризиків було побудовано модель бізнес-процесу управління кредитними ризиками за операціями агрокредитування у програмному середовищі Computer Associates BPwin 4.0. Отримана процесна модель функціонування організації дозволяє наочно представити існуючі процеси, визначити міру їх взаємозалежності та самостійності з метою підвищення ефективності управління. Структурно-функціональна модель, зображена на рис. 1, формалізує послідовність процесу управління кредитними ризиками за операціями агрокредитування.

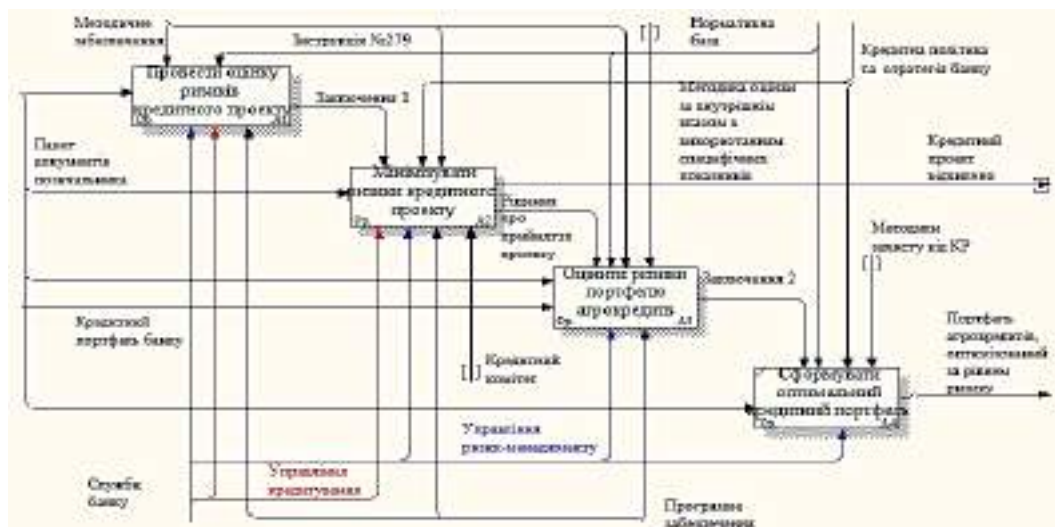


Рис. 1. Процес управління кредитним ризиком банку за операціями агрокредитування

Кінцевою метою процесу управління є формування оптимального портфеля агрокредитів за рівнем ризику. У ході даного процесу служби банку повинні дотримуватися вимог законодавства, кредитної політики та стратегії розвитку банку, а також бути супроводжені необхідним комплексом методичного забезпечення. Вхідною інформацією для здійснення процесу служить пакет документів позичальника, який додатково до стандартного переліку фінансової документації (фінансова звітність, розшифровки основних статей, динаміка грошових надходжень тощо) повинен включати:

- спеціалізовану анкету позичальника сільськогосподарського виробника з інформацією про основні агротехнологічні ознаки;
- звітність за формами 29-сг (річна) та 37-сг (місячна);
- інформацію, підтверджену управлінням агропромислового розвитку щодо кількості земель у користуванні, середньої врожайності, досягнутої підприємством, та середньої в регіоні тощо.

На портфельному рівні управління кредитними ризиками базою для аналізу та розрахунків є кредитний портфель банку, згрупований за галузевою ознакою позичальників.



На рис. 1 подано значимість правильної оцінки ризиків, їх ідентифікації та пошуку шляхів мінімізації як на рівні кожного окремого кредитного проекту, так і на рівні портфеля. При цьому важливо зазначити, що розглянутий процес не можна вважати завершеним, адже актуалізація інформації щодо ризиковості портфеля повинна здійснюватися не рідше ніж раз на місяць та надаватися Правлінню банку. Тобто вихідний кредитний портфель, оптимізований за рівнем ризику, в даний момент часу можна розглядати як вхідну інформацію для оцінки ризиків у майбутньому.

Етап оцінки ризиків кредитного проекту, наведений на рис. 2, носить достатньо стандартизований характер для позичальників будь-яких секторів економіки.

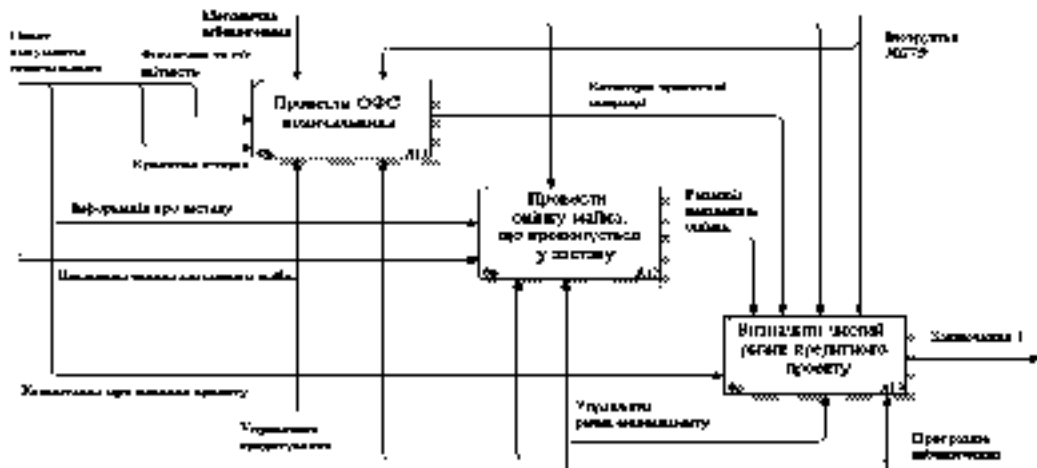


Рис. 2. Процес оцінки ризиків кредитного проекту

Наступним етапом процесу управління кредитними ризиками операцій агрокредитування є мінімізація ризиків операції (рис. 3).

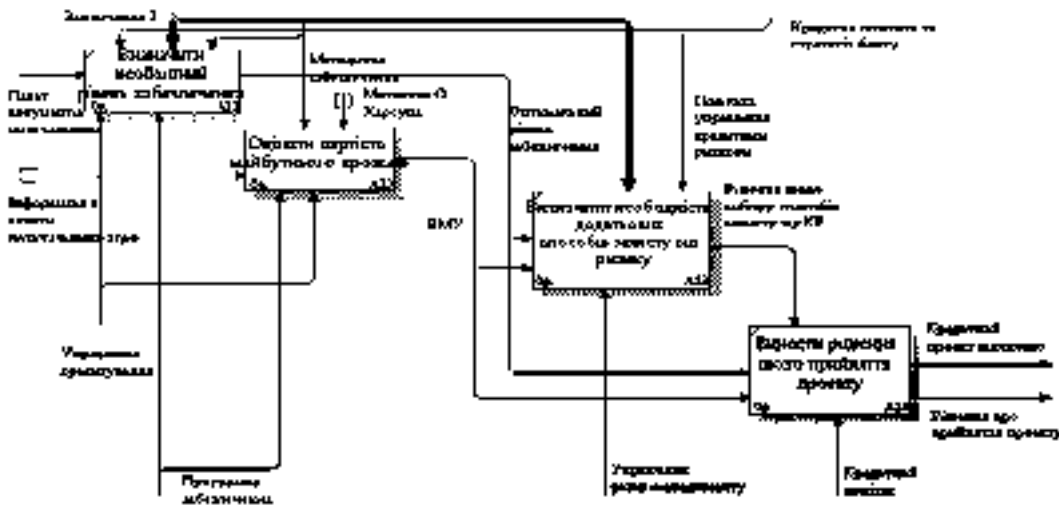


Рис. 3. Процес мінімізації кредитних ризиків за проектом

На даному етапі вирішального значення набуває впровадження в практику оцінки вартості майбутнього врожаю, що приймається у якості забезпечення методики, розробленої О. Харсуном [7]. Декомпозиція процесу на даному етапі демонструє відсутність необхідності залучення до процесу визначення ВМУ фахівців служб ризик-менеджменту, що значно спрощує документообіг між службами, виключає виконання зайвих функцій, оптимізує роботу підрозділів та прискорює процес розгляду кредитної заявки.

Після прийняття рішення щодо кредитування позичальника, визначивши ризики кредитного проекту та здійснивши необхідні для мінімізації кредитних ризиків процедури, важливо оцінити вплив прийнятого ризику окремого проекту та їх сукупності на портфель позичальників за виділеним сегментом.

Для досягнення цієї мети спеціалісти служб ризик-менеджменту повинні проводити оцінку кредитних ризиків на рівні портфеля.

Оцінка проводиться з використанням системи внутрішніх кредитних рейтингів позичальників. Важливого значення за сучасних тенденцій розвитку економіки України та фінансово-

економічного сектору зокрема набуває необхідність розуміння спеціалістами банку впливу галузевої приналежності позичальників на рівень кредитного ризику, який бере на себе банк, у процесі їх кредитування. Тому система кредитних рейтингів груп позичальників за галузевими ознаками має носити певні специфічні особливості для кожної такої групи.

Враховуючи специфіку аграрного сектору, результати діяльності якого тісно пов'язані з впливом агрокліматичних умов та грамотністю ведення бізнесу з точки зору додержання вимог щодо структури посівів, використання сівозмін, додержання строків та технологій вирощування культур тощо, при визначенні ризиків їх кредитування необхідно враховувати значення таких показників.

З огляду на вищезазначене, автором запропоновано систему внутрішніх кредитних рейтингів, розроблену на базі показників діяльності 24 сільськогосподарських підприємств, розрахованих на основі їх фінансової звітності. До системи показників було введено такі додаткові показники: співвідношення фактичного рівня врожайності та РРУ; насиченість сівозміни культурами, пов'язаними з підвищеним ризиком; рівень ліквідності застави.

Місце даної методики в процесі управління кредитним ризиком банку за операціями кредитування сільськогосподарських виробників ілюструє рис. 4.

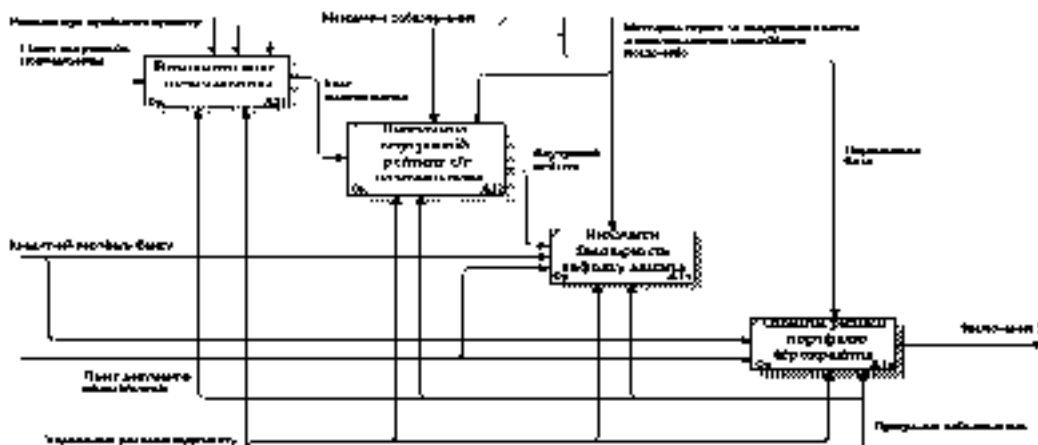


Рис. 4. Процес оцінки ризиків за портфелем агрокредитів

Як видно з рис. 4, на базі запропонованої методики проводиться рейтингування позичальників та ставиться у відповідність певний рівень дефолту. Виконавцями за даним процесом виступають спеціалісти служб ризик-менеджменту.

Маючи інформацію щодо рівня ризику портфеля кредитів, яка подається у висновку, сформованому відповідальним спеціалістом служби ризик-менеджменту, Правління банку приймає рішення щодо встановлення галузевих лімітів (ліміти, які обмежують абсолютний розмір кредитних позицій на підприємства, що працюють в одній галузі). У процесі встановлення та затвердження лімітів активну участь беруть члени кредитного комітету та керівники підрозділів Управління ризик-менеджменту.

Таким чином, процес управління кредитним ризиком банку є складною багаторівневою системою. Чіткий розподіл функцій та обов'язків між службами-учасниками процесу має вирішальне значення для ефективності отриманих результатів. Провідну роль на кожному етапі відіграє підрозділ ризик-менеджменту, який, реалізуючи функції як контролера, так і виконавця, відповідає за якість кредитного портфеля банку та рівень прийнятого ризику.

Наведена функціональна модель демонструє важливість врахування галузевої специфіки роботи позичальника як у процесі управління індивідуальним, так і портфельним ризиками. Отримати на виході оптимізований портфель та правильно визначити способи та методи мінімізації кредитних ризиків можливо лише за умови використання ефективної методики оцінки ризиків та показника ймовірності дефолту позичальника. Визначення ризиків на рівні розгляду кредитної заявки є важливим моментом, адже, визначивши для себе проект як пов'язаний із значними ризиками, кредитний комітет банку має відмовитись від його реалізації. На даному етапі прийняття рішення відбувається на основі висновків фахівців кредитного підрозділу, а отже, ступінь їх кваліфікації повинен відповідати високому рівню.

Наук. керівн. Внукова Н. М.

Література: 1. Шумська С. С. Банківське кредитування в умовах фінансової нестабільності / С. С. Шумська // Економіка і прогнозування. – 2009. – № 3. – С. 18–35. 2. Стрільчук В. О. Рейнжиніринг процесу управління кредитними ризиками / В. О. Стрільчук // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – Суми : Мрія-1, 2005. – Т. 13. – С. 41–145. 3. Слобода Л. І. Класифікація та характеристика чинників кредитних ризиків банківських установ / Л. І. Слобода // Регіональна економіка. – 2010. – № 2. – С. 185–189. 4. Антонюк Г. А.



Управління кредитними ризиками в банківській діяльності / Г. А. Антонюк // Наукові записи. – 2009. – № 15. – 187 с. 5. Благодир Я. Я. Управління кредитними ризиками на основі удосконалення їх оцінки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.08 "Гроші, фінанси та кредит" / Я. Я. Благодир. – Львів : б. в., 2006. – 20 с. 6. Кириченко О. А. Кредитування аграрного сектору економіки в умовах глобальної фінансової кризи / О. А. Кириченко, В. Д. Кудрицький // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 5 (95). – С. 207–222. 7. Харсун О. Методика оцінки майбутнього урожаю для кредитування господарств виробників зернових та олійних сільгоспкультур [Електронний ресурс] / О. Харсун – Режим доступу : <http://www.kharsun.com.ua/articlesfiles/futureharvest/2010-05-methodology-future-harvest-collateral.pdf>.

Чарыева К. К.

УДК 504.03 (575.4)

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРКМЕНИСТАНА НА ПРИНЦИПАХ СОХРАНЕНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Аннотация. Проанализирована экологическая составляющая Национальной программы социально-экологического развития Туркменистана на 2011 – 2030 годы.

Анотація. Проаналізовано екологічну складову Національної програми соціально-екологічного розвитку Туркменістану на 2011 – 2030 роки.

Annotation. Environmental component of the National Programme of socio-ecological development of Turkmenistan for 2011 – 2030 years has been analyzed.

Ключевые слова: экология, устойчивое развитие, окружающая среда.

Природные ресурсы и окружающая среда являются основными источниками богатств Туркменистана. Поэтому охрана окружающей среды, бережное использование природных богатств и обеспечение экологической безопасности страны являются одним из основных направлений государственной политики современного Туркменистана, что показывает актуальность данной статьи.

Целью данной работы является анализ экологической составляющей Национальной программы устойчивого развития Туркменистана на период до 2030 года.

Экологический аспект в принятой Национальной программе социально-экономического развития Туркменистана на 2011 – 2030 годы представляет собой значимую составляющую динамичного и поступательного развития Туркменистана. Стратегической целью государственной экологической политики Туркменистана определена гармонизация развития общества и окружающей природной среды, сохранение природных экосистем, поддержание их целостности и жизнеобеспечивающих функций для устойчивого развития общества, повышения качества жизни, улучшения здоровья населения и демографической ситуации, обеспечения экологической безопасности страны. Экологическая составляющая Национальной программы является гарантом дальнейшего стабильного развития Туркменистана и согласуется с политикой устойчивого развития мирового сообщества, Целями Тысячелетия, сохранения экосистем Земли.

Национальной программой социально-экономического развития Туркменистана на 2011 – 2030 годы [1] предусматривается развитие конкурентоспособных производств, прежде всего, в базовых отраслях экономики – нефтегазовой, энергетической, химической, текстильной промышленности, агропромышленном комплексе, транспорте, связи, а также в промышленности строительных материалов. При этом в контексте экологической политики особо подчеркивается, что создание новых производств в этих отраслях должно осуществляться с учетом рационального использования природных ресурсов, внедрения экологически чистых безвредных и безотходных производственных технологий. В Национальной программе отмечено, что строительство новых заводов, реконструкция и модернизация действующих технологических установок и других объектов производственной инфраструктуры, реализация транснациональных и других инвестиционных проектов должны вестись с использованием передовых технологий и технологических решений, позволяющих предотвратить или значительно уменьшить ущерб, наносимый окружающей среде.

Важным направлением экологической политики является рациональное использование земельно-водных и минеральных ресурсов, развитие экологически чистых сельскохозяйственных технологий с целью сохранения и восстановления естественного плодородия почв на землях сельскохозяйственного назначения.

© Чарыева К. К., 2012



Исходя из задач этого направления, строительство в Туркменистане озера Алтын Асыр является эффективным и уникальным проектом, нацеленным на кардинальное улучшение экологии, рациональное водопользование, развитие сельского хозяйства. Реализация этого проекта позволит решить проблемы утилизации коллекторно-дренажных вод, вернуть в оборот часть земель и пастбищ, повысить потенциал развития регионов и значительно улучшить экологическую обстановку в стране.

В целях обеспечения населения в полном объеме экологически чистой питьевой водой планируется создать необходимые производственные мощности по очистке и опреснению воды.

Одной из составляющих экологической политики государства является также охрана атмосферного воздуха и развитие "зеленых поясов", водных, земельных ресурсов, лесопосадок, сохранение биологического разнообразия, переработка и утилизация производственных и бытовых отходов.

В целом, как отмечается в Национальной программе, дальнейшее устойчивое развитие Туркменистана на период до 2030 года определяет долговременные приоритеты экономики и природопользования как единого целого и направлено на создание оптимальных условий для эффективного и бережного использования природных ресурсов, согласно потребностям экономики страны, обеспечение необходимого уровня воспроизводства и охраны ее природно-ресурсного потенциала.

Меры по сохранению и восстановлению природной среды будут реализовываться на всех трех этапах Национальной программы. Они включают в себя совершенствование нормативно-правовой базы в области охраны окружающей среды и контроля над соблюдением природоохранного законодательства, укрепление и развитие международного сотрудничества в вопросах экологии, совершенствование сети охраняемых территорий, соответствующей международным стандартам, развитие фундаментальных и прикладных исследований в области сохранения флоры и фауны, предотвращение опустынивания, рациональное использование природных богатств, внедрение ресурсосберегающих технологий. При этом намечено развитие сети мониторинга, наблюдательного и государственного (инспекторского) контроля состояния окружающей среды и укрепление материально-технической базы природоохранной отрасли [2].

В местах активной разработки и добычи природных ресурсов планируется проводить активные экологические мероприятия по предупреждению загрязнения окружающей среды, особенно шельфа Каспийского моря и прилегающих территорий. Для сохранения и восстановления целостности природных систем в процессе хозяйственной деятельности, при сооружении различных производственных, инфраструктурных и прочих объектов намечено внедрить новые экологические стандарты. Большое значение придается системе экологического образования и воспитания.

Обладая неисчерпаемыми запасами природных ископаемых углеводородных ресурсов, Туркменистан является сторонником разработки правовых основ их добычи, переработки и транзита без нанесения ущерба окружающей среде, готов к всесторонней активизации и развитию позитивного сотрудничества в этом направлении на международном уровне, – сказано в обращении президента страны Гурбангулы Бердымухаммедова к участникам Международной экологической конференции, проходившей в Ашгабаде [3].

В обращении также указывается, что Туркменистан выступает с предложением о создании в качестве постоянно действующей организации Каспийского экологического совета для рассмотрения вопросов охраны окружающей среды Каспийского региона и разработки соответствующих предложений.

Правительство Туркменистана на 66-й сессии Генеральной ассамблеи ООН выдвинуло инициативы по улучшению экологического состояния Центральноазиатского региона, обеспечению стабильного развития Прикаспийского региона и сохранению экологической чистоты моря. Указанные инициативы вызваны тем, что в современных условиях имеется целый ряд предпосылок для возможного загрязнения Каспия. Среди них, в первую очередь, можно выделить разработку запасов углеводородного сырья в море и на прилегающих территориях, высокую плотность населения и промышленности на прилегающих территориях, интенсивное сельскохозяйственное освоение земель в долинах впадающих рек, отсутствие четко выраженного геохимического барьера "река – море", замкнутость бассейна и др.

А ведь Каспийское море, омывающее берега Азербайджана, Туркменистана, Казахстана, России и Ирана, является самым крупным в мире внутриконтинентальным водоемом, не связанным с мировым океаном и имеет климатообразующее значение. Оно уникально тем, что донесло разнообразную реликтовую флору и фауну, в том числе крупнейшее в мире стадо осетровых рыб, а это 90 % мирового запаса. Кроме того, Каспий является и главным миграционным путем, и местом обитания водоплавающих и береговых птиц. Мелководье и прибрежные водно-болотистые угодья являются высокопродуктивными участками и важной средой обитания морских организмов: рыб, тюленей и птиц, имеющих международное значение.

Следует также отметить, что в условиях постоянно меняющегося в мире климата Туркменистан является сторонником целей Киотского протокола к Рамочной Конвенции ООН об изменении климата и для их достижения готов сотрудничать с международными организациями [4].

В этой связи Туркменистан предлагает создать Межрегиональный центр ООН по решению вопросов изменения климата. Ведь возникли угрозы, связанные с изменением климата во всем мире, разрушением озонового слоя, опасностью опустынивания, нехваткой пресной воды в отдельных регионах, загрязнением окружающей среды, сокращением биологического разнообразия растений и животных.



Таким образом, все основные перечисленные мероприятия в рамках Национальной программы социально-экономического развития Туркменистана на 2011 – 2030 годы позволяют решить проблемы осуществления устойчивого развития Туркменистана на принципах сохранения окружающей среды.

Научн. рук. Крюкова О. Н.

Литература: 1. Национальный План действий президента Туркменистана Сапармурата Туркменбаши по охране окружающей среды [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.turkmenistan.ru>. 2. Глобальное экологическое обозрение (ГЭО-3) // Нац. доклад. стран Центральной Азии, 1972 – 2002 гг., Ашхабад, 2001. 3. Сайт Министерства природопользования и охраны окружающей среды Туркменистана. – Режим доступа : <http://www.turkmenistan.ru/ru/articles/36504.html>. 4. Сайт Научно-производственного Центра Экологического Мониторинга Министерства Природопользования и охраны окружающей среды Туркменистана. – Режим доступа : <http://www.turkmenistan.ru/ru/articles/36902.html>.

Искандеров Я. Н.

УДК 504.03

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация. Рассмотрены экологические приоритеты устойчивого социально-экономического развития.

Анотація. Розглянуто екологічні пріоритети сталого соціально-економічного розвитку.

Annotation. The environmental priorities for sustainable socio-economic development has been considered in the article.

Ключевые слова: устойчивое социально-экономическое развитие, экология.

Жизнь на нашей планете зародилась около 4 миллиардов лет тому назад, но за последние 200 тысяч лет существования человечеством был нанесен Земле существенный ущерб. На современном этапе развития человечество переживает период, когда многочисленные экономические, социальные и экологические проблемы свидетельствуют о том, что выбранный человечеством путь развития неправильный и требует кардинального пересмотра. В настоящее время антропогенное воздействие на окружающую среду все возрастает, экологическая ситуация на планете с каждым днем продолжает ухудшаться, однако на сегодняшний день рецепт устойчивого развития экономики не найден, поэтому тема статьи является очень актуальной.

Целью данной статьи является анализ состояния экологической ситуации в мире на современном этапе, исходя из концепции устойчивого развития.

На сегодняшний день удовлетворить всемирно возрастающие потребности человечества все сложнее и сложнее, так как за последние 60 лет население Земли увеличилось почти в три раза, а концентрация населения в мегаполисах практически удваивает уровень потребления и выбросов отходов [1].

По оценкам специалистов Международного института управления водными ресурсами, пресная вода на Земле может закончиться через 25 лет, и это произойдет из-за увеличения численности населения и увеличения объемов потребления жидкости [2].

Большую тревогу вызывает положение с лесными массивами, так как они выполняют роль "легких" Земли. Общая площадь лесов мира значительно сократилась за последнее время и составляет около 3 млрд га, то есть примерно 0,4 га на одного человека, так как ежегодно в мире вырубаются и горят сотни тысяч гектаров леса, лес уступает место скотоводческим хозяйствам и фермам по выращиванию овощей [3].

В связи со значительными выбросами в атмосферу так называемых "парниковых газов" поверхностная среднегодовая температура в северном полушарии в 2010 г. стала на 0,6°C выше, чем в 1956 – 1980 гг. К 2000 г. ее повышение в среднем составило 1,3°C. По оценкам Межправительственной группы экспертов по изменению климата (МГЭИК) "IPCC – Intergovernmental Panel on Climate Change", предполагается, что в XXI веке средняя температура поверхности Земли может повыситься на величину от 1,1 до 6,4°C [4].

© Искандеров Я. Н., 2012



Проблема биоразнообразия является еще одной проблемой, требующей особого внимания, так как жизни людей и жизни всех других живых существ на планете являются частью биологического разнообразия и зависят от него. Проще говоря, биоразнообразие – это система жизни, включающая все организмы, которые можно найти во всех ареалах Земли.

Современная экономика практически любой страны целиком и полностью зависит от нефти и энергоресурсов. По прогнозам развития энергетики корпорации "Эксон Мобил", к 2040 г. с ростом численности населения и удвоением ВВП во всех странах мира спрос на энергоносители вырастет примерно на 30 % по сравнению с 2010 г., а в развивающихся странах рост спроса составит почти 60 %. Нерациональная разработка месторождений может привести к истощению природных запасов уже к концу XXI в. [5].

Стремительный рост народонаселения, истощение природных ресурсов, ухудшение состояния экологии, многочисленные экологические бедствия и катаклизмы заставили человечество серьезно задуматься о выбранном пути развития цивилизации. Были предприняты многочисленные меры по решению экологических проблем и улучшению экологической ситуации, а именно были созданы: организации, программы (Программа ООН по окружающей среде (ЮНЕП); Европейское агентство по окружающей среде; Межправительственная группа экспертов по изменению климата (МГЭИК) и многие другие), действующие в мировом масштабе.

Вопросы об устойчивом пути развития человеческой цивилизации были затронуты в трудах ученых очень давно. Еще во времена античных философов возникли идеи создания идеальной модели существования общества. Работы Платона, Аристотеля, Томаса Мора и многих других могут быть тому примером [5].

Однако, несмотря на усилия и внимание со стороны ученых к проблемам взаимоотношений человека и природы, особенных изменений в человеческом развитии долгое время не появлялось. Наоборот, антропогенная нагрузка на природные экосистемы продолжала увеличиваться, что привело к негативным экологическим последствиям. Возрастание негативного влияния на окружающую среду становилось все более очевидным, так же как и необходимость решения сложившихся проблем.

Во второй половине XX в. человечество осознало, что стремительно возрастающие потребности населения планеты несопоставимы со строго ограниченными размерами и ресурсами самой планеты. Главную роль в становлении "биосферного мышления" сыграла Организация Объединенных Наций, созданная в 1945 г. В 1962 г. ЭКОСОС рекомендовал "Комплекс мер по охране и улучшению природной среды", а Генеральная Ассамблея ООН приняла резолюцию "Экономическое развитие и охрана природы", в которой был сделан упор на сочетание интересов развития общества и охраны окружающей среды. Возникла необходимость в пересмотре содержания категории "экономическое развитие".

Термин "устойчивое развитие" получил широкое распространение после публикации доклада, подготовленного для ООН в 1987 г. специально созданной в 1983 г. Международной комиссией по окружающей среде и развитию. До сегодняшнего дня предпринято ряд значительных мер по снижению антропогенного воздействия на среду и улучшению экологической обстановки. Одним из таких событий была Конференция ООН по проблемам окружающей человека среды, прошедшая в Стокгольме в июне 1972 г., где был впервые включен в международную повестку дня вопрос о взаимосвязи между экономическим развитием и ухудшением состояния окружающей среды. Также большое значение имеет учреждение Программы ООН по окружающей среде (UNEP, ЮНЕП), которая остается и сегодня ведущим учреждением в мире по проблемам окружающей среды [6].

Конференция в Рио-де-Жанейро стала самой эпохальной за всю историю человечества, в ней приняло участие более 17 тыс. человек из 179 государств. Результатом конференции было принятие 27 основных принципов устойчивого развития, а также рекомендации странам по разработке национальной стратегии устойчивого развития для обеспечения надежного социально-экономического развития с учетом необходимых природоохранных мероприятий. Дальнейшими международными событиями, посвященными проблемам устойчивого развития, являются Встреча на высшем уровне "Планета Земля"+5 в 1997 г. в г. Нью-Йорке, посвященная обзору и оценке осуществления Повестки дня на XXI век, и Всемирный саммит ООН по устойчивому развитию в Йоханнесбурге в 2002 г., на котором был представлен обзор десятилетнего опыта продвижения к устойчивому развитию.

Таким образом, человечество в конце прошлого тысячелетия выбрало новую парадигму развития – парадигму устойчивого развития.

В рамках этой парадигмы в XXI в. в мире было сделано следующее. В 2007 году прошла Конференция ООН по изменению климата в Бали. Кроме того, вопросы об изменении климата обсуждались в ходе многих других встреч на высшем уровне во всем мире, включая Совет Безопасности ООН, Экономический и Социальный Совет ООН, Неофициальные тематические прения по изменению климата и Совещание экономических лидеров ОПЕК.

В своей резолюции 61/203 Генеральная Ассамблея ООН провозгласила 2010 г. "Международным годом биоразнообразия".

20 сентября 2011 г. лидеры всех государств – членов ООН – были приглашены принять участие в совещании Генеральной Ассамблеи высокого уровня по борьбе с опустыниванием, деградацией земель и засухой в контексте устойчивого развития и искоренения нищеты. От международного сообщества ожидалось принятия усилий к решению потребностей более одного миллиарда жителей засушливых районов путем внесения соответствующих инвестиций, которые будут способствовать достижению Целей Развития Тысячелетия [7].



За счет лесопосадок за период с 2000 по 2010 гг. удалось сократить уменьшение лесной площади на 5,2 млн га в год, а это площадь приблизительно равна территории Коста-Рики. В период с 1990 по 2000 гг. этот показатель был равен 8,3 млн га в год. Коста-Рика в течение более 50 лет не имеет армии, так как ориентировала свои расходы на экотуризм и охрану первобытного леса. В Габоне, несмотря на то, что деревья являются самым главным экономическим ресурсом, с каждого гектара вырубается по одному дереву. Благодаря такому подходу к вырубке лес может восстанавливаться [3].

Жителей Фрайбурга можно смело назвать пионерами экологически чистого энергосбережения. Дома этого района используют энергию солнца, так как они построены в рамках новой концепции "активного дома", то есть они производят больше энергии, чем потребляют. Ежедневник *Wirtschaftswoche* назвал его "самым энергетически современным поселком Европы" [8].

По меньшей мере 43 государства мира разработали и реализуют планы по переходу на использование возобновляемых источников энергии. Переход на "чистую энергетику" запланировали все страны Европейского Союза. Кроме того, аналогичные программы существуют в 18 штатах США (плюс Федеральный Округ Колумбия – особая административная единица, включающая столицу страны – город Вашингтон) и трех провинциях Канады. Кроме индустриально развитых государств, аналогичные программы есть у Бразилии, Китая, Доминиканской Республики, Египта, Индии, Мали, Малайзии, Филиппин, ЮАР и Таиланда [9].

Исследование Йельского университета показало, что постепенный отказ от использования традиционного углеводородного топлива и сокращение объемов эмиссии способны позитивно повлиять на мировую экономику. По прогнозам аналитиков, повышение цены на нефть и газ неизбежно приведет к массовому использованию возобновляемых источников энергии и будут стимулировать потребителей более экономно расходовать энергию. Одним из последствий этого будет замедление процесса глобального потепления и улучшение экологической обстановки, другим — экономический бум, связанный с переходом мировой энергетики на "зеленые" рельсы [9].

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что на пути к экологически устойчивому развитию сделан довольно значимый шаг. Экономика возобновляемых источников энергии имеет перспективу дальнейшего развития. Обострение экологической ситуации и негативные прогнозы обуславливают переход большинства стран к использованию возобновляемых источников энергии и отказа от углеводородных. То есть на современном этапе развитие человечества без экологических приоритетов невозможно устойчивое социально-экономическое развитие любой страны мира.

Научн. рук. Крюкова О. Н.

Литература: 1. Природа.SU – Экология и окружающая среда [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.priroda.su/item/1271>. 2. International Water Management Institute (IWMI) [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.iwmi.cgiar.org/>. 3. Документ ФАО по лесному хозяйству. Глобальная оценка лесных ресурсов 2010 года: основной отчет [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.fao.org/docrep/014/i1757r/i1757r.pdf>. 4. "Global Warming/ Each Country's Share of O₂ Emissions" [Electronic resource]. – Access mode : http://www.ucsusa.org/global_warming/science_and_impacts/science/each-countrys-share-of-co2.html. 5. Exxon Mobil Corporation [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.exxonmobil.com/Corporate/>. 6. Институт проблем устойчивого развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.cosd.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid=13. 7. Официальный сайт Организации Объединенных Наций. – Режим доступа : <http://www.un.org/ru/development/sustainable/>. 8. Информационный портал о Германии Germania-Online.ru. – Режим доступа : <http://www.germania-online.ru/gesellschaft/obshchestvo-detat/datum/2010/11/04/Gorod-solnca.html>. 9. Continent media group. Энергетическая альтернатива [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.kontinent.org/article_rus_47f7d1f019763.html.

Зміст

Бондар О. В. Комуникативна компетентність керівника як здатність до передачі та створення смислів.....	3
Лоба К. О. Управління змінами в корпоративній культурі підприємства.....	5
Сайфуліна А. В. Розвиток категоріального апарату управління творчим потенціалом персоналу.....	6
Бережна О. М. Аналіз можливостей створення управлінської команди на підприємстві.....	9
Серіков Д. О. Використання положень теорій мотивації для формування системи мотивації персоналу підприємства.....	13
Касьмін Д. С. Організаційна модель підвищення компетентності фахівця.....	16
Мастепанова Ю. Б. Використання інтерактивних технологій навчання при формуванні міжособистісних стосунків.....	18
Ляшко И. В. Психологический механизм восприятия как фактор эффективной деятельности менеджера.....	20
Чернова К. О. Комплексний підхід щодо визначення організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	23
Черновалова В. О. Організаційно-економічний механізм підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства в сучасних умовах.....	24
Очкусь О. П. Особливості застосування маркетингових досліджень у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.....	26
Чирьева О. И. Управление рисками во внешнеэкономической деятельности в современных условиях.....	28
Решетняк К. Е. Экспортно-импортні операції як основа зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	30
Гуреева А. Ю. Аналіз методів просування товарів на зовнішній ринок.....	32
Новобранець Є. С. Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств України.....	34
Іваненко К. В. Інформаційне забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	37
Ilna I. Guidelines in the Standardization Process at Ukrainian Enterprises.....	39
Агаркова К. С. Економічна конкуренція в площині фінансової глобалізації.....	41
Хохлова М. Ю. Особливості міжнародного економічного співробітництва підприємств галузі літакобудування України.....	43
Шкурко А. В. Шляхи вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств.....	46
Гринько В. Г. Зв'язок особистих характеристик людини з розвитком її практичного та емоційного інтелектів.....	48
Губенко А. В. Розрахунок коефіцієнта відносної податкоспроможності району.....	50
Таран П. В. Международные маркетинговые стратегии промышленных предприятий Украины.....	52
Пантелеева О. С. Етапи організації рекламної кампанії.....	53
Шляхова Є. В. Тенденції та перспективи розвитку брендингу в Україні.....	55
Череватий О. С. Тендери як один з елементів маркетингових комунікацій підприємства.....	57
Равлюк О. С. Конкурентоспроможність України: оцінка Всесвітнього економічного форуму.....	59



Кириленко І. В. Забезпечення результативності та ефективності міжнародних бізнес-процесів.....	61
Федченко А. Г. Процесс организации международной рекламной деятельности предприятия на рынках принимающих стран.....	63
Яковлева А. В. Розвиток інноваційних процесів в Україні під впливом глобалізації.....	65
Сидорчук А. О. Розвиток методичного забезпечення зростання конкурентоспроможності промислових підприємств.....	67
Василенко Д. Ю. Методика оценки конкурентоспособности отечественных предприятий.....	69
Світлицева С. М. Формування міжнародної маркетингової стратегії підприємства ТОВ "АНТАРЕС-ЮВ" на зовнішньому ринку.....	71
Мороз М. В. Вплив світової фінансової кризи на глобалізацію.....	74
Рубан А. О. Напрями підвищення ефективності міжнародної інвестиційної діяльності підприємства.....	79
Винниченко А. В. Теоретико-методические основы управления хозяйственными рисками во внешнеэкономической деятельности предприятия.....	80
Кокіна В. Ю. Проблема вибору методу обчислення вартості людського капіталу.....	83
Вацко В. В. Підготовка до зовнішньоторгівельних переговорів та методи впливу на партнерів.....	86
Циліорик А. О. Формування стратегій конкурентних переваг логістичної системи.....	89
Колодяжний А. С. Аналіз ринку логістичних послуг у Харківській області.....	92
Базарова О. В. Підвищення ефективності виробництва на засадах логістики.....	94
Козарь К. П. Типология економіко-математичних моделей у логістиці.....	97
Гринченко А. Ю. Определение критериев эффективного использования cross-docking на предприятиях.....	99
Колодій О. О. Оптимізація управління логістичною діяльністю підприємства.....	101
Родіонова О. В. Логістичне забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції.....	104
Хамідуліна В. Р. Удосконалення системи розподілу продукції регіонального дистриб'ютора.....	107
Пасюта О. А. Основні принципи логістичного забезпечення збутової діяльності підприємства.....	109
Чернышева Д. О. Выбор системы налогообложения для физического лица - предпринимателя.....	110
Куліш О. М. Облік доходів і видатків спеціального фонду бюджетних установ.....	113
Кононенко Ю. В. Сравнительный анализ учета запасов согласно требованиям МСБУ и П(С)БУ.....	115
Статівка М. Г. Особливості визнання та оцінки дебіторської заборгованості на вітчизняних підприємствах відповідно до вимог МСФЗ.....	117
Шокіна Ю. О. Особливості реалізації фінансового механізму бюджетних установ.....	120
Кутявіна К. В. Оцінка фінансового стану підприємства: сутність та необхідність.....	123
Пузанова А. І. Особливості складання фінансової звітності за міжнародними та національними стандартами в Україні.....	125
Хачіна О. В. Облікова політика малого підприємства за міжнародними та національними стандартами фінансової звітності.....	128

Бондаренко К. В. Аналіз кошторису доходів та видатків бюджетної установи.....	130
Чернуха О. С. Організація обліку та аналізу запасів у виробничому менеджменті.....	132
Седашова О. М. Проблеми управління дебіторською заборгованістю підприємства.....	134
Апбалова М. Ю. Фактори вибору інноваційної стратегії підприємства.....	136
Овчаров С. М. Оцінка ефективності інноваційного проекту.....	139
Садуло В. О. Система показників оцінки інноваційної активності персоналу організації.....	141
Верелюсова М. Є. Розвиток корпоративного сектору наукових досліджень і розробок як передумова інноваційного розвитку.....	143
Довгаль Л. В. Стратегія інвестиційної діяльності підприємства.....	145
Беззуб Л. О. Удосконалення системи нематеріального стимулювання управлінців.....	148
Беренов А. Д. Проблемы социального неравенства.....	150
Клисакова А. В. Аналіз ефективності українських компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності.....	152
Неминуца І. В. Аналіз процесів формування конкурентних переваг підприємства.....	154
Колодяжний І. Ю. Розвиток місцевого оподаткування у проектах податкових кодексів.....	158
Нескуба А. В. Структурно-функціональне моделювання процесу управління кредитним ризиком за операціями агрокредитування.....	160
Чарыева К. К. Устойчивое развитие Туркменистана на принципах сохранения окружающей среды.....	164
Искандеров Я. Н. Экологические приоритеты устойчивого социально-экономического развития.....	166