

Харківський національний
економічний університет

*Управління
розвитком*

Збірник наукових робіт

№ **16**(113) 2011

видається щомісячно

Харків · ХНЕУ · 2011

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 № 1 від 31.08.2011 р.

Редакційна колегія

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

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

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

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

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

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

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:

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

Головний редактор **Пономаренко В. С.**

Конт. телефон: (057)702-03-04

Поштова адреса редакції:

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

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

Редакція (057)758-77-04

Редактори: **Лященко Т. О., Замазій О. Є.,
Семенова І. М.**

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 31.08.2011 р.

Формат 84×108 1/16. Панір MultiCopy.

Ум.-друк. арк. 21,0. Обл.-вид. арк. 26,46. Тираж 500 прим. Зам. № 535.

Ціна договірна.

Видавець і виготівник — видавництво ХНЕУ, 61001, 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, 2011.

© Видавництво ХНЕУ,
дизайн, оформлення обкладинки, 2011.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ "КОНКУРЕНЦІЯ"

Анотація. Розглянуто підходи до визначення поняття "конкуренція" різних вчених. Проведено їх аналіз з метою доцільності використання певного підходу у практиці окремо або в сукупності.

Аннотация. Рассмотрены подходы к определению понятия "конкуренция" различных ученых. Проведен их анализ с целью целесообразности использования определенного подхода в практике отдельно или в совокупности.

Annotation. The article examines the approaches of different to the definition of "competition" scientists. In particular, their analysis is conducted for the feasibility of using a particular approach to practice, alone or in combination.

Ключові слова: конкуренція, ринкові відносини, конкурентні переваги, інновації.

У наш час головною метою діяльності кожного підприємства є прибуток, який тісно пов'язаний з випуском високоякісної продукції і конкурентами на ринку. Постійна боротьба змушує випробовувати нові способи впливу на конкурентоспроможність підприємств на вітчизняному і міжнародному ринках. Конкуренція є рушійною силою розвитку суспільства, головним інструментом економії ресурсів, підвищення якості товарів і рівня життя населення. На сучасному етапі конкуренція є важливим та дієвим механізмом, який забезпечує високу ефективність, пропорційність та динамічність ринкових відносин як у галузі виробництва, так і реалізації товарів чи послуг, тому тема конкуренції є актуальною на сьогодні.

Метою статті є дослідження підходів до визначення конкуренції різних вчених та проведення аналізу щодо застосування обраного поняття в сучасних умовах.

Науковці приділяли немало уваги конкуренції та зробили свій внесок у дослідження цього феномена. Вагомий внесок у дослідження сутності та проявів конкуренції, крім Сміта, зробили такі зарубіжні вчені, як: М. Портер, К. Макконелл, С. Брю, Хайек Ф. А., Й. Шумпетер, які розробили фундаментальні положення теорії економічної конкуренції, Хейне, Хайек Ф. А., Ф. Найт. Проблеми конкуренції також досліджували такі українські та російські фахівці, як Г. Азоєв, Ю. Юданов та ін.

Згідно зі статтею 1 Закону України "Про захист економічної конкуренції" економічна конкуренція (конкуренція) – змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначити умови обороту товарів на ринку [1].

Важлива роль у розвитку сучасної конкуренції належить антимонопольному комітету, метою діяльності якого згідно із Законом України "Про антимонопольний комітет" є забезпечення державного захисту конкуренції у підприємницькій діяльності та у сфері державних закупівель; сприяння розвитку добросовісної конкуренції; контролю за концентрацією, узгодженими діями суб'єктів господарювання та регулюванням цін (тарифів) на товари, що виробляються (реалізуються) суб'єктами природних монополій [2].

Уперше поняття конкуренції як суперництва сформулював Адам Сміт. Теорія конкуренції була узагальнена Адамом Смітом у праці "Дослідження про природу й причину багатства народів" (1776).

Новизна теорії конкуренції А. Сміта полягає в тому, що він уперше:

сформулював поняття конкуренції як суперництва, що підвищує ціни (при скороченні пропозиції) і знижує ціни (при надлишку пропозиції):

сформулював головний принцип конкуренції – принцип "невидимої руки", відповідно до якого "смикаючи" за ниточки маріонеток-підприємців, "рука" змушує їх діяти відповідно до якого-небудь "ідеального" плану розвитку економіки, безжалісно витіснити фірми, зайняті виробництвом непотрібної ринку продукції;

відпрацював теоретично дуже тонкий і гнучкий механізм конкуренції, що об'єктивно врівноважує галузеву норму прибутку, приводить до оптимального розподілу ресурсів між галузями.



Тонкість механізму конкуренції полягає в тому, що при скороченні попиту на товар найбільші труднощі випробовують фірми, що випускають неякісну або занадто дорогую продукцію. Гнучкість механізму конкуренції проявляється в його миттєвій реакції на будь-які зміни обстановки в зовнішньому середовищі. Швидко адаптуються до середовища мобільні фірми;

визначив основні умови ефективної конкуренції, що включають наявність великої кількості продавців і покупців, що вичерпує інформацію, мобільність використовуваних ресурсів, неможливість кожного продавця впливати на зміну ринкової ціни товару (при збереженні його якості або якості сервісу);

розробив модель посилення й розвитку конкуренції, довів, що в умовах ринкових відносин можливо максимальне задоволення потреб споживачів і найкраще використання ресурсів у масштабі суспільства в цілому [3].

Макконелл К. Р. та Брю С. Л. вважають, що конкуренція – це наявність на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців будь-якого конкретного продукту або ресурсу та можливість продавців і покупців вільно виступати на тих чи інших ринках або залишати їх [4].

Зовсім інший підхід до визначення конкуренції знаходимо у Шумпетера Й., який визначив конкуренцію як суперництво старого з новим, з інноваціями.

У своїй книзі "Міжнародна конкуренція" М. Портер відзначає, що конкуренція – динамічний процес, що розвивається, безупинно мінливий ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси й нові ринкові сегменти [5].

Найт Ф. визначає конкуренцію як ситуацію, в якій конкуруючих одиниць багато й вони незалежні.

Нобелівський лауреат з економіки 1974 р., австрійський учений Фрідріх А. фон Хайек відзначає, що конкуренція – процес, за допомогою якого люди одержують і передають знання. На його думку, на ринку тільки завдяки конкуренції приховане стає явним [5].

Азоєв Г. Л. під конкуренцією розуміє суперництво на якому-небудь полі між окремими юридичними або фізичними особами (конкурентами), зацікавленими в досягненні однієї й тієї ж мети [5].

Юданов А. Ю. стверджує, що ринкова конкуренція – боротьба фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, що ведеться ними на недоступних сегментах ринку [5].

Крім закордонних науковців, питанню визначення сутності конкуренції присвятили свої праці багато вітчизняних дослідників. Так, на думку Рибінцевої В. А., конкуренція – це така ситуація на ринку, коли кожний із багаточисленних економічних суб'єктів прагне того, щоб за допомогою коштів, якими він розпоряджається, досягти у процесі обміну максимально можливого ефекту у свою користь [6].

У сучасній економічній теорії виділяють три концептуальні підходи до визначення поняття конкуренції:

поведінковий, який розглядає конкуренцію як зіткнення, боротьбу, змагання суб'єктів господарювання (його представники – А. Сміт, М. Портер, А. Юданов та ін.);

структурний, що передбачає аналіз структури ринку і конкурентного середовища, тобто умов та факторів, що визначають і впливають на розвиток підприємництва (К. Макконелл, С. Брю);

функціональний підхід, що акцентує увагу на ролі конкуренції в економіці (А. Сміт, Й. Шумпетер, Ф. Хайек та ін.) [3].

На думку багатьох учених, поведінкове трактування повніше розкриває сутність конкуренції (слово "конкуренція" у перекладі з латинського *competitio* означає "змагання", "суперництво"), тому в більшості випадків у науковому світі вживається саме воно. Прикладом може служити визначення конкуренції американським економістом П. Хайне. Він виходить з того, що у світі кількість необхідних благ (товари, послуги, ресурси) значно перевищує їх наявність. "Конкуренція – це прагнення якнайкраще задовольнити критерії доступу до рідких благ", – пише автор [7].

Розглядаючи структурний підхід, можна відзначити, що акцент зміщується у бік аналітичної роботи в дослідженні ринку й умов, які його характеризують. Таким чином, у центрі уваги стає не суперництво фірм за залученням покупців, а виявлення можливостей впливу на загальний рівень цін на ринку. Цей факт підкреслює Ожегов С. І., визначаючи конкуренцію як суперництво, боротьбу за досягнення великих вигод і переваг [8].

Прихильник третього підходу Шумпетер Й. визначає конкуренцію як суперництво старого з новим, з інноваціями. При такому підході вчені, в першу чергу, звертають увагу на важливість наслідків конкурентної боротьби [9].

Таким чином, аналіз структури і змісту різних трактувань поняття "конкуренція" дозволяє зробити висновок, що в даний час існує безліч різноманітних підходів і кожний з них характеризує один із безлічі аспектів конкуренції. У практиці підходи до конкуренції суттєво розглядають залежно від того, яку мету переслідує те чи інше підприємство. Якщо головною метою діяльності підприємства є виробництво продукції для задоволення потреб населення, то треба використовувати поведінковий підхід; якщо головна мета – досягнення переваг за допомогою аналізу ринку, то слід використовувати структурний підхід; і, нарешті, якщо головна мета – досягнення переваг шляхом інновацій, то слід використовувати функціональний підхід. У той же час, застосовувати три підходи відокремлено один від одного неможливо, бо кожна фірма, виходячи на обраний ринок, спочатку виробляє продукцію для задоволення своїх цільових споживачів, потім настає момент, коли вона прагне стати найкращою в цій галузі та починає переманювати покупців конкурентів вигідними

пропозиціями; вдається до удосконалення, інновацій, виробництва нової продукції. Тому поведінковий, структурний і функціональний підходи до визначення поняття "конкуренція" треба застосовувати разом.

Наук. керівн. Юлегіна І. В.

Література: 1. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 1 січня 2001 р. № 2210 // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 12 – С. 64. 2. Про Антимонопольний комітет України : Закон України від 29 листопада 1993 року № 3659 // Закони України. – К., 1996 – С. 114–125. 3. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Е. Портер ; пер. с англ. – М., 2005 – С. 452. 4. Макконелл Кэмпбл Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / Р. Макконелл Кэмпбл, Л. Брю Стэнли ; пер. с англ. 11-го изд. – М. : Республика, 1995. – С. 122–126. 5. <http://library/if/ua/book/14/1227.html>. 6. Грецький Р. Теоретичні підходи до визначення природи та сутності конкуренції / Р. Грецький // Формування ринкових відносин в Україні – 2007. – № 12. – С. 35–38. 7. Эффективное управление фирмой: современная теория и практика / Бондарь Н. П., Васюхин О. В., Голубев А. А. и др. – СПб. : Бизнес-пресса, 1999. – С. 416. 8. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю Шведова ; Русская академия наук. – М. : Азбуковник, 1998. – С. 944. 9. Лепа Н. Н. Управление конкурентными преимуществами предприятия / Н. Н. Лепа ; НАН Украины Институт экономики промышленности. – Донецк : ООО "Юго-Восток", 2003. – С. 296.

УДК 339.138:004.738.5

Шапошникова О. Н.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА АТРИБУТИВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ТРАДИЦИОННОГО И ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Аннотация. На основе сравнительного анализа приведены отличия Интернет-маркетинга от традиционного маркетинга и выделены основные преимущества электронных видов коммуникаций в построении современных систем продвижения товара.

Анотація. На основі порівняльного аналізу наведено відмінності Інтернет-маркетингу від традиційного маркетингу та виділено основні переваги електронних видів комунікацій у побудові сучасних систем просування товару.

Annotation. In the article characteristic of the main elements of Internet marketing received the further elaboration. Based on comparative analysis the distinctions between Internet-marketing and traditional marketing were listed and the major benefits of electronic forms of communication in building modern systems of product promotion were highlighted.

Ключевые слова: традиционный маркетинг, Интернет-маркетинг, атрибутивные элементы.

Актуальность темы данной статьи определяется потребностью использования новых информационных технологий наряду с интенсивным развитием технологий маркетинга. Новые информационные технологии в маркетинговой деятельности способствуют эффективному изучению спроса и потребностей рынка, снижению издержек, связанных с продвижением товаров на рынок, совершенствованию структуры каналов товародвижения.

Различным аспектам маркетинговой деятельности посвящено значительное количество исследований и публикаций зарубежных и российских ученых и экономистов-практиков. Теоретические основы Интернет-маркетинга разработаны такими зарубежными учеными, как: Брайан Халлиган, Дхармеш Ша, Брайан Д. Смит, Френк Каталано и др. [1]. Развитию теории и практики Интернет-маркетинга посвящены работы и российских ученых, таких, как: Алашкин П. А., Голик В. С., Успенский И. В., В. Холмогоров, Мартовой А. М., Байков В. Д. и ряда других специалистов [2]. Различным аспектам формирования маркетинга в сети Интернет посвящены исследования: Т. Кеглера, Б. Тейлора, Д. Эймора, У. Хэнсона, Багина Ю. А., Гурова В. В., Костяева Р. А., Ойхмана Е. Г., Панкрухина А. П., Черенкова А. А. [3].



Однако недостаточно изученной является структура элементов Интернет-маркетинга и анализа его преимуществ в сравнении с традиционным маркетингом. Все большее количество современных маркетинговых коммуникаций приобретают электронную форму. Разработка фирменного сайта, формирование его семантики и позиционирование в сети Интернет являются начальным этапом продвижения практически любого вида бизнеса. Данные тенденции стремительного развития Интернет-маркетинга подтверждаются статистическими данными о темпах роста пользователей данной сети в Украине. Процент пользователей Интернета в Украине в 2010 году вырос по сравнению с 2006 годом на 193 % (с учетом изменения населения). Данные представлены в табл. 1 [4].

Таблица 1
Количество Интернет-пользователей в Украине

Год	Пользователи Интернета, чел.	Население, чел.	% населения
2000	200,000	49,084,600	0,4 %
2006	5,278,100	45,833,977	11,5 %
2010	15,300,000	45,415,596	33,7 %

Существенная динамика развития использования Интернет-ресурса в области принятия маркетинговых решений и их реализации обусловлена наличием существенных отличий данного инструмента маркетинга от традиционных в области структуры функционирования и особенностей использования. В результате проведенного в работе теоретического исследования выделены следующие основные отличия системы коммуникаций Интернет-маркетинга и традиционного маркетинга [5; с. 54], которые приведены в табл. 2.

Таблица 2
Основные отличия системы коммуникаций Интернет-маркетинга и традиционного маркетинга

Параметры	Традиционный маркетинг	Интернет-маркетинг
Модель коммуникации	Один отправитель – много получателей	Один отправитель – один получатель или много отправителей – много получателей
Информирование потребителей	Компания информирует потребителей	Потребители сами находят интересующую их информацию
Ориентация на определенный целевой сегмент	Массовый маркетинг	Индивидуальный подход к каждому клиенту
Обмен информацией	Монолог	Диалог
Подход к брендингу	Традиционный подход, невысокая степень участия потребителей	Высокая вовлеченность потребителей в процесс формирования бренда, дополнительные возможности добавления ценности
Позиция компании по отношению к потребителям	Со стороны предложения	Со стороны спроса
Вклад потребителей в создание продукта	Покупатель в качестве объекта маркетинговых усилий	Покупатель в качестве партнера
Подход к определению целевых сегментов	Сегментация	Сетевые сообщества
Роль географических границ рынка	Высокая. Интернационализация связана со значительными финансовыми затратами	Незначительная. Не существует никаких препятствий для привлечения на свой Web-сайт потребителей из любых стран

Изучение отличительных характеристик Интернет-маркетинга позволяет выделить четыре основных атрибутивных элемента, присущих электронным коммуникациям в сети Интернет (рисунок). Стоит отметить, что каждый из них имеет ряд преимуществ для каждой из заинтересованных сторон, принимающих участие в коммуникации.

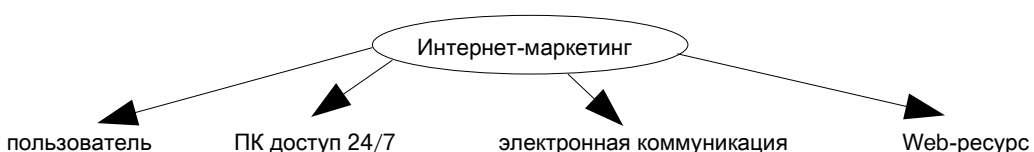


Рис. Основные атрибутивные элементы Интернет-маркетинга



Для пользователей ПК главным преимуществом является доступность информации о продукте или услуге. Покупатели могут найти значительное количество информации, не покидая при этом своего дома или офиса. Очень важным элементом есть "доступ 24/7". Потребитель может найти сравнительные данные о компаниях, продуктах и конкурентах, а также заказать товар 24 часа в сутки вне зависимости от места нахождения. Не только для потребителей, но и для маркетологов важным элементом является "электронная коммуникация". Этот элемент позволяет быстро получать и анализировать ответы пользователей, получать о них дополнительную информацию, а также пересылать на компьютеры клиентов полезные советы, рекламные материалы и др. Это все помогает маркетологам улучшать свои предложения и рекламу. В свою очередь, у потребителя присутствует быстрая и доступная обратная связь с производителями и наличие более качественного сервисного обслуживания.

Web-ресурс является неотъемлемой частью всего Интернет-маркетинга. Вся информация о продукте, услуге или компании представлена на Web-сайтах. Таким образом, маркетолог имеет возможность быстро приспосабливаться к рыночным условиям, эффективно использовать данные вторичных источников информации, проводить PR-акции в сети Интернет. В области усовершенствования системы продвижения данный элемент Интернет-маркетинга позволяет быстро изменять ассортиментную структуру предложения, изменять цены и описание товаров.

Таким образом, в результате данного исследования получила дальнейшее развитие характеристика атрибутивных элементов Интернет-маркетинга и системы их преимуществ в результате сравнительного анализа с традиционными маркетинговыми подходами. Формирование электронных коммуникаций на основе указанных атрибутивных элементов позволит отечественным предприятиям проводить тестирование различных видов продукции в ограниченном временном промежутке, устанавливать непосредственный контакт с потребителями и коллегами по бизнесу, организовывать эффективные крупномасштабные рекламные и PR-акции, что способствует достижению минимальных затрат и вызывает увеличение экономического эффекта.

Научн. рук. Полякова Я. А.

Литература: 1. Каталано Фрэк. Интернет-маркетинг для "чайников" / Фрэк Каталано, Бад Смит. – М. : Вильямс, 2007. – 304 с. 2. Буренина Т. А. Маркетинг на базе Интернет-технологий / Т. А. Буренина. – М. : Благовест-В, 2005. – 152 с. 3. Байков В. Д. Интернет: поиск информации и продвижение сайтов / В. Д. Байков. – СПб. : БХВ-Санкт-Петербург, 2000. – 288 с. 4. www.internetworldstats.com. 5. Таганов Д. Н. Интернет как новый элемент системы маркетинговых коммуникаций / Д. Н. Таганов // Маркетинг. – 2003. – № 3 (70). – С. 66–73. 6. Алашкин П. Все о рекламе и продвижении в Интернете / П. Алашкин. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2009. – 220 с. 7. Голик В. С. Эффективность Интернет-маркетинга в бизнесе / В. С. Голик. – Мн. : Дикта, 2008. – 196 с. 8. Гуров Ф. Продвижение бизнеса в Интернет. Все о PR и рекламе в Сети / Ф. Гуров. – М. : Вершина, 2009. – 152 с. 9. Успенский И. В. Интернет-маркетинг : учебник / И. В. Успенский. – СПб. : Изд-во СПбГУЭиФ, 2007. – 240 с.

УДК 339.543

Прокопенко В. В.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКИ ТАМОЖЕННОГО ОФОРМЛЕНИЯ

Аннотация. Рассмотрены основные принципы таможенного оформления в странах Европейского Союза и Соединенных Штатах Америки и их сравнение с принципами таможенного оформления в Украине.

Анотація. Розглянуто основні принципи митного оформлення у країнах Європейського Союзу і Сполучених Штатах Америки та їх порівняння з принципами митного оформлення в Україні.

Annotation: The basic principles of customs legalization in the European Union and the United States of America are described and compared with the basic principles of customs legalization in Ukraine in this article.

Ключевые слова: таможенная служба, таможенное регулирование, таможенное оформление, эффективное таможенное оформление.

Для Украины, как и для любого другого государства, таможенная политика играет такую же большую роль, как экономическая, социальная, валютная и др. Пошлины, взимаемые при пересече-



чении границы государства, составляют доходную часть бюджета. Поэтому эффективное таможенное регулирование может намного увеличить бюджет страны. Так, например, таможенная политика – один из базисных принципов Европейского Союза. Функционирование общего рынка невозможно без общих правил. Эта группа правил формирует таможенную политику и является причиной того, почему 27 таможенных администраций государств-членов действуют как одно целое [1].

Поэтому знание практики таможенного оформления за рубежом является необходимым условием при утверждении таможенного оформления в Украине.

Вопросами таможенного оформления в Украине занимались такие ученые: Анисимов С. А., Дубинина А. А., Кредисов А. Б., Поддубный И. А.

Проблема данного вопроса состоит в том, что Украине малоизвестны принципы таможенного оформления в других странах.

Целью данной статьи является изучение опыта таможенного регулирования, в особенности таможенного оформления, в других странах, определение эффективности таможенного оформления в Украине. Задача данной темы – сравнение практики таможенного оформления в Украине и за рубежом.

Важное место в создании эффективной таможенной политики занимает таможенное оформление. Целью таможенного оформления является засвидетельствование сведений, полученных во время таможенного контроля товаров и транспортных средств, которые перемещаются через таможенную границу государства, и оформление результатов такого контроля, а также статистического учета ввоза на таможенную территорию государства, вывоза за границы государства и транзита через территорию государства товаров и транспортных средств. Таможенное оформление осуществляется должностными лицами таможенного органа.

Реализация общего таможенного тарифа Европейского Сообщества требует применения единой системы таможенных формальностей. Эта единая система, применительно к импорту товаров, распространяется на все стадии таможенного оформления, начиная с момента пересечения таможенной границы и заканчивая либо: а) приданием товару таможенного статуса товара Сообщества, что позволяет товару свободно обращаться внутри таможенной территории; б) обратным вывозом товара за пределы таможенной территории; в) уничтожением товара. При вывозе товаров за пределы таможенной территории ЕС единая система формальностей обеспечивает либо утрату товаром статуса товара Сообщества (экспорт), либо сохранение таможенного статуса товара с последующим возвращением товара на таможенную территорию ЕС [1].

Для каждого таможенного режима ЕС применяется своя процедура таможенного оформления. В обобщенном виде таможенные процедуры осуществляются после подачи декларантом таможенной декларации. Предусмотрены следующие формы декларации: письменная, устная и электронная. В некоторых случаях в качестве письменной декларации допускаются и другие формы и документы, в частности, товарно-транспортные документы, предусмотренные международными конвенциями о транспортном сообщении, такими, как МДП, АТА и др. Декларация должна быть подписана и содержать все данные, необходимые для применения к товару избранной таможенной процедуры. Кодекс ЕС допускает упрощенную процедуру для письменной формы подачи таможенной декларации. Основанием для упрощенной процедуры служит общий, периодический или повторяющийся характер экспортно-импортных операций. Правила декларирования, относящиеся к письменной форме, применяются и для электронного декларирования. Устная форма не применяется для товаров, в отношении которых может возникнуть обязательство о возврате пошлин или других сборов; товаров, запрещенных или ограниченных для ввоза (вывоза); товаров, на которые распространяются особые таможенные формальности.

Помимо устной формы таможенной декларации для тех же категорий товаров Кодекс допускает декларирование в форме других актов (действий), приравненных к таможенной декларации: проход по "зеленому коридору"; разрешенный проход через таможенный контроль без предъявления декларации; установка специального знака ("nothing to declare") под стекло пассажирского автомобиля (если это предусмотрено национальными правилами); в случаях освобождения товаров от обязательной доставки в таможенное учреждение или другое установленное таможенными властями место – пересечение таможенной границы Сообщества.

Разрешение на реализацию экономических процедур выдается лицам, domiciliрованным в Сообществе, за исключением процедуры временного ввоза. Разрешение не требуется в случаях: помещения товара на таможенный склад, управляемый таможенным органом; временного ввоза личных вещей и товаров для спортивных целей; временного ввоза паллет, контейнеров и средств транспорта.

По общему правилу заявлению о выдаче разрешения на проведение экономической таможенной процедуры подается в таможенные органы по месту нахождения заявителя либо проведения части операций над товарами. Для процедуры временного импорта заявление подается в таможенные органы первой страны, где товар будет использован [2].

В ЕС очень часто применяется процедура транзита. Целью этой процедуры является упорядочение транспортировки товаров внутри Сообщества и, в особенности, упрощение формальностей, необходимых при пересечении таможенных границ Сообщества. Процедура транзита позволяет таможенное оформление товаров в таможенном учреждении по месту нахождения импортера (экспортера). Не применяется такая процедура при перемещении товаров в пределах таможенной территории ЕС, поскольку такое перемещение, в принципе, регулируется положениями о свободе перемещения товаров, содержащихся в Договоре о ЕС.

При ввозе иностранных товаров процедура транзита позволяет отложить уплату импортных пошлин и применение других мер торговой политики, пока товар не достигнет пункта назначения или не покинет таможенную территорию ЕС. Транзитные товары не облагаются НДС и акцизами. Такие товары находятся под таможенным надзором для контроля за соблюдением таможенных правил.

При вывозе товаров процедура транзита позволяет избежать уплаты экспортных пошлин, а также импортных пошлин в случае последующего обратного ввоза товаров на таможенную территорию Сообщества. В то же время вывоз транзитных товаров не дает права на получение экспортных возмещений.

Можно сказать, что ЕС использует общие правила при проведении таможенного регулирования, что позволяет не отделять одно государство от другого [2].

Таможенное оформление товаров в США состоит из двух этапов. Сначала импортер заполняет в течение 5 дней соответствующий формуляр и документы, необходимые для оценки размера таможенной пошлины таможенным агентом. Затем импортер должен в течение 10 дней заполнить импортное досье, в отношении которого таможенная служба определяет таможенные пошлины, подлежащие уплате. По общему правилу товары становятся доступными по окончании первого этапа. Для ввозной таможенной декларации необходимо представить следующие документы: коносамент, авианакладная или сертификат перевозчика с указанием имени получателя, чтобы этот получатель мог приступить к таможенному оформлению; коммерческий счет, содержащий описание и стоимость товара; уведомление о ввозе; другие сопроводительные документы, необходимые для допуска товаров на территорию США.

Как только формуляры будут заполнены, импортер указывает тарифный код товаров и, если необходимо, уплачивает надлежащие таможенные пошлины. Не исключено, что в этот момент у него могут потребовать депозит для покрытия возможных дополнительных таможенных пошлин.

На таможенных документах указывается двузначный код. Он облегчает таможенной службе электронный контроль над импортируемыми товарами в рамках Автоматизированной торговой системы, к которой таможенные агенты имеют непосредственный доступ.

Определенный ряд товаров должен сопровождаться экспортным сертификатом. Этот документ свидетельствует о том, что товары вывезены из страны происхождения легально. Такое обязательство чаще всего вытекает из международных договоров или таможенного законодательства стран-экспортеров и касается, например, текстиля.

По не менее чем одному из десяти комплектов документов проводится проверка, цель которой – установить стоимость и тарифный код товаров, страну происхождения, правильность оформления счета, отсутствие в грузовой партии запрещенного к ввозу товара [3].

Любой товар, ввозимый на территорию США, или, в некоторых случаях, его упаковка должны содержать четкое и недвусмысленное указание на английском языке, позволяющее розничному покупателю этого товара в США узнать страну происхождения товара. Импортер обязан проверить и обеспечить указание страны происхождения на последней упаковке продукта в момент ввоза на территорию США.

Продукты, не содержащие указания страны происхождения в момент пересечения таможенной границы, должны быть реэкспортированы или под контролем таможенной службы на них указывается страна происхождения. В ином случае товары подлежат уничтожению. Кроме того, оплачивается штрафная пошлина в размере 10 % от стоимости товаров, ставших объектом нарушения.

Таможенное оформление в Украине отличается от таможенного оформления в США. Так, таможенное оформление происходит в один этап и осуществляется таможенным органом, как правило, в течение одних суток со времени предъявления товаров и транспортных средств, которые подлежат таможенному оформлению, предоставления таможенной декларации и всех необходимых документов и сведений [4].

Таможенное оформление начинается после предоставления таможенному органу таможенной декларации, а также всех необходимых для осуществления таможенного контроля и оформления документов, сведений относительно товаров и транспортных средств, подлежащих таможенному оформлению.

Засвидетельствование таможенным органом принятия товаров, транспортных средств и документов на них к таможенному контролю и таможенному оформлению осуществляется путем предоставления соответствующих отметок на таможенной декларации и товаросопроводительных документах.

Также предприятия, которые перемещают товары через таможенную границу Украины, в присутствии должностного лица таможенного органа составляют акты о несоответствии товаров сведениям, указанным в необходимых для осуществления таможенного контроля документах, о повреждении товаров или их упаковки или маркирования. Указанные акты направляются соответствующим таможенным органам.

Документы, необходимые для осуществления таможенного контроля и таможенного оформления товаров и транспортных средств, которые перемещаются через таможенную границу Украины при осуществлении внешнеэкономических операций, направляются таможенному органу на украинском языке, официальном языке таможенных союзов, членом которых является Украина, или на другом иностранном языке, который распространен в мире. Если оригиналы таких документов составлены на другом языке, декларант должен обеспечить их перевод на украинский язык за собственный счет.



Таможенное оформление считается завершенным после выполнения таможенным органом таможенных процедур, определенных им на основании Таможенного кодекса в соответствии с заявленным таможенным режимом [5].

Ни одна политика в мире не является совершенной, идеальной и полностью правильной. Это касается и таможенного регулирования, таможенной политики, поэтому нельзя однозначно сказать, что деятельность таможенной службы Украины должна ориентироваться на деятельность этих служб в других странах. Это касается и таможенного оформления товаров, так как оформление зависит от особенностей государства. Поэтому, в первую очередь, Украина должна учитывать особенности и интересы своей страны.

Научн. рук. Рогожин В. Д.

Литература: 1. Кредисов А. Всемирная таможенная организация как институт управления таможенным делом на международном уровне / А. Кредисов // Журнал европейской экономики. – 2009. – № 2. – С.192–202. 2. Лавриненко Ю. Особенности таможенной политики стран – членов Европейского Союза / Ю. Лавриненко // Трансмаркет+. – 2008. – № 1. – С. 32–35. 3. Анисимов С. А. О внешней торговле, налогах и таможенных пошлинах / С. А. Анисимов // Финансы и бюджет: проблемы и решения. – 2006. – № 10. – С. 28–31. 4. Дубініна А. А. Митна справа : підручник / А. А. Дубініна. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 320 с. 5. Таможенный кодекс Украины // ВВР. – 2002. – № 38–39. – 288 с.

Гурєєва А. Ю.

УДК 338.124.4:658

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Розглянуто поняття фінансової кризи, визначено її основні причини, проведено аналіз впливу світової фінансової кризи на вітчизняні підприємства та наведено можливі шляхи поліпшення їх стану в сучасних умовах.

Аннотация. Рассмотрено понятие финансового кризиса, определены его основные причины, также проведен анализ влияния мирового финансового кризиса на отечественные предприятия и приведены возможные пути улучшения их состояния в современных условиях.

Annotation. In this article the concept of financial crisis is considered, its principal causes are defined, the analysis of influence of world financial crisis on the domestic enterprises is carried out and possible ways of improvement of their condition to modern conditions are resulted.

Ключові слова: світова фінансова криза, фактори впливу, фінансовий стан підприємства, фінансові ресурси.

Останні кілька років сучасний світ розвивався та продовжує розвиватися під впливом процесів глобалізації. Формами прояву процесів глобалізації є зростання ролі світової торгівлі та інвестицій, диверсифікація світових фінансових ринків та ринку робочої сили, збільшення впливу транснаціональних корпорацій в міжнародних господарських процесах, загострення глобальної конкуренції, виникнення глобального стратегічного менеджменту. У світлі теперішніх кризових економічних умов на міжнародному ринку дослідження та реалізація проектів управління підприємствами є особливо актуальними.

Метою цієї роботи є визначення можливих дій підприємців під час світової фінансової кризи, які б могли сприяти покращенню фінансового стану вітчизняних підприємств у цей період.

Вивчення позицій вітчизняних учених та вчених країн СНД (А. Грязновой, О. Василика та К. Павлюка, С. Мочерного, Л. Дробозіної, А. Єліфанова, І. Сало, І. Д'яконової, К. Рудого, Н. Заяц, В. Попова і М. Монтеса, А. Анкіна й інших) про суть фінансової нестабільності дає підстави припустити, що у сучасному науково-термінологічному обігу найбільш усталеним є розуміння фінансової кризи як порушення рівноваги у функціонуванні системи фінансових відносин, яке проявляється в нестабільності інститутів фінансів та кредитно-фінансових установ і виражається в різкому падінні ВВП, що дестабілізує процес формування та розподілу централізованих фондів держави. Зокрема, на думку О. Василика, фінансова криза – це явище, а показник її наявності – дефіцит. Проте, як

© Гурєєва А. Ю., 2011

справедливо зазначають В. Попов та М. Монтес, фінансова криза може розгорнутись і без бюджетних дефіцитів як наслідок погіршення умов торгівлі та балансу у поточних операціях, які разом призводять до підриву валютного курсу, що, у свою чергу, через взаємопов'язаність валютного і фінансового ринків, може негативно вплинути на стан фінансового сектору країни. Фінансова криза складається з валютної, банківської, фондової, боргової та структурної криз [1, с. 104].

Валютну кризу формують зростаючі кризові явища на фінансовому ринку – внаслідок різкої зміни курсу однієї валюти щодо інших. Це призводить до зміни системи економічних інтересів у міжнародних і внутрішніх фінансах та економіці країн, які зазнали впливу валютної кризи та криз платіжного балансу.

Банківські кризи виникають при накопиченні проблемних активів у окремих банках та їх неплатоспроможності, що призводить до банківської паніки – масового вилучення депозитів, різкого скорочення міжбанківського кредитування та ін.

Фондові кризи виникають унаслідок шоків на ринку цінних паперів у вигляді масштабних падінь курсів цінних паперів, розривів ліквідності ринку, різкого підвищення відсотку, що зумовлює подальше зростання кризових явищ до повномасштабної фінансової кризи.

Боргові кризи виникають через втрати впевненості у платоспроможності позичальника або небажанні частини позичальників обслуговувати власні поточні зобов'язання.

Структурна криза – це кризові явища тривалого нециклічного характеру, що проявляються в занепаді окремих галузей і комплексів (груп) галузей народногосподарського значення, порушують ключові загальноекономічні (відтворювальні) пропорції.

Основними причинами фінансової кризи експерти називають надмірно експансивну грошову політику Федеральної резервної системи (ФРС) США, наявність величезного дисбалансу у світовій економіці, зокрема, великий профіцит у зовнішній торгівлі Китаю, значний торговельний дефіцит у США, недоліки системи управління ризиками в інвестиційних банках, недосконалість регулювання фінансових ринків на національному і міжнародному рівнях [2].

Ступінь та глибина наслідків світової фінансової кризи залежать від стійкості фінансово-економічної та банківської систем. В Україні криза трансформується, перш за все в, кризу управління, яка, у свою чергу, веде до фінансової, економічної, політичної криз.

Сьогодні залучити кредит з-за кордону – дуже складна і довгострокова процедура, а українські банки кредитують на короткі терміни та під великі відсотки (13 – 20 % у доларах, 17 – 28 % у гривнях, вартість корпоративних позик у деяких банках сягає 35 % річних). Випуск облігацій, як один із способів залучення фінансових ресурсів, став проблематичним, адже продати всі емітовані папери вдається не кожному. Відсоткові ставки нині набагато вищі від тих, що були раніше [3, с. 4].

За умов нестачі фінансових ресурсів українські компанії намагаються вийти на нові ринки збуту, щоб продати нагромаджену на складах продукцію чи, навпаки, відмовляються від експансії з метою скорочення витрат на просування, переорієнтуються на випуск нової продукції або, що імовірніше, об'єднуються з конкурентами під одним найсильнішим брендом чи продають контрольний пакет акцій успішному гравцеві ринку. Можливим варіантом є скорочення постійних (зменшення заробітної плати, звільнення не ключових для компанії працівників, зниження орендної плати, аутсорсинг кадрів) та змінних (пошук дешевших джерел сировини, аутсорсинг технологічних процесів) витрат. Але знизити їх без шкоди для обсягу виробництва вдається небагато. Наприклад, у металургії та будівельній галузі частка постійних витрат порівняно зі змінними є доволі незначною, а знайти джерела дешевої сировини практично нереально, тому доведеться зменшувати обсяги виробництва [3].

Деякі компанії (наприклад, автодилери, банки, інвесткомпанії) відмовляються від маркетингових досліджень, урізають рекламні бюджети, а в деяких випадках навіть звільняють працівників. Масове звільнення фахівців спостерігається на фондовому ринку, де жертвами здебільшого стають новачки-аудитори. Багато підприємств відмовляється від інвестиційних програм (будівельна галузь, металургія, ритейл), дехто застосовує ціновий демпінг з метою утримання позицій на існуючих ринках збуту [3].

Отже, світова фінансова криза, яка набирає обертів, не оминула Україну, і спостерігається її негативний вплив на стан підприємств. Зважаючи на таку ситуацію – обмеженість фінансових ресурсів в умовах ускладнення доступу до зовнішніх кредитів та відсутності вигідних умов внутрішнього кредитування, керівники підприємств повинні зробити нелегкий вибір: або зупинити виробництво і, тримаючи високі ціни на продукцію, втратити ринки збуту, або знизити ціни і зберегти попит на продукцію та споживача. Перший шлях – це шлях спекулянтів, що отримують у короткостроковому періоді прибутки і виходять з виробництва, а другий шлях – це шлях виробників, які дбають про майбутнє. Тому, щоб "вижити" за цих умов, керівникам підприємств доведеться докласти багато зусиль для пошуку способів здешевлення продукції, утримання існуючого рівня рентабельності або його нульового значення.

Наук. керівн. Юлегіна І. В.

Література: 1. Орлова О. В. Основні причини виникнення світової фінансової кризи: її вплив на економіку України та шляхи її подолання / О. В. Орлова, Л. Д. Будей // Науковий вісник БДФА / Міністерство фінансів України. – 2009. – Вип. 1. – С. 104 – 113. 2. Курипак В. С. Міжнародний менеджмент / Курипак В. С. // Карт бланш. – 2004. – С. 268. 3. Мільйон у кошику. Спецпроект "Корпоративні фінанси" / К. Дружеченко, Н. Губенко, І. Лук'яненко та ін. // Контракти. – 2008. – № 41. – С. 26–29. 4. Унаслідок світової фінансової кризи в Україні катастрофічно знижуються темпи виробництва [Електронний ресурс] // УВС – Український Бізнесканал. – Режим доступу : http://www.ubcu.tv/index.php?option=com_content&task=view&id=3368&Itemid=27.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У СИТУАЦІЯХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА РИЗИКУ

Анотація. Присвячено питанню вивчення процесу прийняття управлінських рішень у ситуаціях невизначеності і ризику. Розкрито суть понять "невизначеність" та "ризик", а також основні взаємозв'язки між ними. Висвітлено особливості кожного етапу процесу прийняття рішень.

Аннотация. Посвящена вопросу изучения процесса принятия управленческих решений в ситуациях неопределенности и риска. Раскрыты сущность понятий "неопределенность" и "риск", а также основные взаимосвязи между ними. Освещены особенности каждого этапа процесса принятия решений.

Annotation. This article is dedicated to the problem of administrative decision making analysis in situations of uncertainty and risk. The nature of uncertainty and risk, as well as the basic interactions between them are researched. The peculiarities of each stage of decision making process are also elucidated in this article.

Ключові слова: управлінське рішення, невизначеність, ризик, ефективність управління, інформація.

Завдання підвищення ефективності роботи в усіх сферах діяльності та покращення на цій основі благополуччя всього суспільства – це першочергові завдання, що у теперішній час постають перед державою. Результати вирішення цих питань безпосередньо залежать від ефективності роботи кожного суб'єкта, незалежно від його рівня та розміру. Саме від ступеня ефективності роботи первинної ланки економіки – суб'єкта господарської діяльності – залежить майбутнє усієї країни та суспільства в цілому.

Як відомо, ефективність кожного окремо взятого суб'єкта господарської діяльності у найбільшій мірі залежить від рівня організації управління та ефективності управлінських рішень. Саме тому питання прийняття управлінських рішень та підвищення їх ефективності ставали предметом наукових досліджень багатьох вітчизняних та закордонних авторів, таких, як: М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі, Ф. Харрісон, Віханський О. С., Наумов А. І., Шишкова Г. А., Смирнов Є. А. та ін. Ці питання носять фундаментальний характер, що обумовлено, в першу чергу, важливістю процесу прийняття рішень у всіх без винятку сферах діяльності людини [1].

Метою даної роботи є загальне розкриття основних аспектів процесу управління та детальне ознайомлення зі специфікою прийняття управлінських рішень у ситуаціях невизначеності і ризику, що на практиці дасть змогу особам, що приймають управлінські рішення, розв'язувати виникаючі проблеми більш ефективно та швидко.

Управлінське рішення – це результат аналізу, прогнозування, оптимізації, економічного обґрунтування і вибору альтернативи із безлічі варіантів досягнення конкретної цілі системи менеджменту [2]. З наведеного вище визначення стає зрозумілим, що процес прийняття управлінських рішень стає на підприємствах саме тією ланкою, що пов'язує різні сфери діяльності організації. Саме тому вивчення проблеми прийняття рішень відносять до категорії міждисциплінарних досліджень.

Невизначеність у науковій літературі найчастіше визначається як не цілком чітка, неточна, неясна або ухильна інформація про який-небудь об'єкт або процес, а ризик трактується як можливість отримання запланованого результату. Ця можливість може призвести як до позитивних, так і до негативних результатів.

Невизначеність важко вимірюється, зазвичай її оцінюють якісно і рідко вона оцінюється у відсотках. Зазвичай невизначеність пов'язують з підготовкою УР, а ризик – з реалізацією УР, тобто з результатами [3] (рисунок).



Рис. Прийняття управлінського рішення

Саме невизначеності під час підготовки рішень стають причинами виникнення ризиків, тому для менеджменту організацій в першу чергу постає завдання зменшення існуючих невизначеностей, а у другу – виявлення каналів збільшення ризиків та спроби їх усунення. Крім того, логічна послідовність "невизначеність – ризик" не є константою, також існує зворотний зв'язок, коли ризики, що були наслідками одних рішень, перетворюються на невизначеності наступних.

Загалом поняття невизначеності можна розділити на два типи – це невизначеності об'єктивного та суб'єктивного характерів. Об'єктивні невизначеності загалом не залежать від організації та суб'єктів, що приймають рішення, оскільки їх причини знаходяться за межами організації і майже не піддаються впливу. Даний тип невизначеностей складає лише невелику частину сукупних причин невизначеностей, що пов'язані з діяльністю кожної конкретної організації. Найбільш вагома їх частина відноситься до суб'єктивних невизначеностей, що виникають через професійні помилки, неузгодженість, нестачу часу, інформації або сумнівів щодо її достовірності. На відміну від об'єктивних причини суб'єктивних невизначеностей можуть знаходитись як у межах організації, так і за її межами, якщо особа, яка приймає рішення, може впливати на ці причини.

Ефективне вирішення проблем невизначеності у межах організацій може мати місце лише за умови постійного циклічного обміну інформацією. Так, особі, яка приймає рішення, в першу чергу необхідно зібрати та обробити інформацію, що має безпосереднє відношення до поставленого завдання. На цьому етапі потрібно приділяти велику увагу критеріям відбору потрібної інформації. Основу формування критеріїв повинні складати часові рамки, у межах яких приймаються рішення. Відведений на вирішення проблеми час є не тільки критерієм для вибору методів вирішення завдання, але й критерієм визначення релевантності інформації та її кількості.

Наступним етапом на шляху прийняття рішення є генерування альтернативних варіантів розв'язання проблеми. На цьому етапі ключовими моментами стають не тільки наявність декількох вірогідних шляхів розвитку, але й обов'язкова розробка для кожного варіанта прийняття рішення трьох типів результатів: песимістичного, реалістичного та оптимістичного. Перший та останній варіанти є екстремумами від функції прийняття рішення, становлять найгірший та найкращий варіанти розвитку подій. Реалістичний сценарій загалом повинен описувати найбільш вірогідну ситуацію, яка може скластись, але тут необхідно зазначити, що реалістичні результати не завжди можуть знаходитись рівновіддалено від екстремальних значень, дуже часто може мати місце зміщення у бік оптимістичних рішень або, навпаки, у бік найгірших варіантів розвитку подій. Таке потрібне розшарування кожної альтернативи завжди обумовлено нестачею інформації та різного роду невизначеностями.

Наступний етап – це вибір конкретного варіанта, найбільш поширеною, та грубою помилкою тут може стати делегування відповідальності або ж її колективізація. Очевидним є факт, що ефективність рішень безпосередньо пов'язана з прийняттям відповідальності особи, яка приймає рішення. Так, якщо обов'язок за рішення та відповідальність за нього буде нести будь-який колегіальний орган, що входить до складу організації, то мотивація кожного члена такого органу критично знизиться, адже кожен зі співробітників не нестиме повної відповідальності за рішення у разі невдачі і не отримає повну винагороду у разі успіху. У результаті це призведе до "розчинення" ефекту мотивації серед членів колективу, що, у свою чергу, призведе до зниження ефективності управління в цілому.

У світлі вивчення процесу прийняття рішень у ситуаціях невизначеності варто підкреслити, що не тільки економічні науки займаються цією проблемою, але також і психологи приділяють посилену увагу цьому питанню. Так, в останні роки психологами була висунута теорія, у якій стверджується, що відношення особи, яка приймає рішення, в першу чергу, визначається прагненням до успіху [1]. Ця теорія стверджує, що людина, яка прагне успіху, буде приймати такі рішення, які б у повній мірі застрахували її від невдач, але якщо людина прагне уникнути невдач, то вона буде приймати лише рішення, що позбавлені ризику, або такі, у яких ризик на стільки великий, що невдача може бути пояснена лише надзвичайною складністю завдання. Такі теорії експериментально доводять не лише залежність рішень від прагнення до успіху, але й від характеру та особистих рис особи, яка приймає рішення.



Як показує досвід діяльності успішних корпорацій, ризик є невід'ємною частиною ефективного менеджмент управління, але лише такий ризик, що буде обдуманим, зваженим та прогнозованим. Так, відповідальні за прийняття рішень особи, стиснуті у рамки безризикованості, втрачають стимули до створення та розвитку нових проектів, пошуку нових нестандартних рішень та ін. В обставинці накладення табу на ризик організація втрачає динамізм свого розвитку.

Таким чином, основним засобом успішної діяльності підприємства є не лише ефективна система управління з відповідним набором методів, засобів і функцій управління, але й продуманий синтез формалізованих підходів до прийняття рішень з нестандартними, більш ризикованими підходами, що в перспективі може надати організації додаткових конкурентних переваг та вивести її на якісно новий рівень управління. Такий підхід загалом забезпечує формування та реалізацію варіанта розвитку організації, що дозволяє отримати найкращі в ситуації, що склалася, кінцеві результати і забезпечити досягнення поставленої мети.

Наук. керівн. Стахорська С. І.

Література: 1. Шишкова Г. А. Управленческие решения : учебн. пособ. / Г. А. Шишкова. – М. : Иннолитова, 2002. – 352 с. 2. Фатхутдинов Р. А. Управленческие решения : учебн. для вузов / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 314 с. 3. Смирнов Э. А. Управленческие решения : учебн. пособ. / Э. А. Смирнов. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 264 с.

Кротюк Д. В.

УДК 005.591.6:621

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ДО ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. Висвітлено основні тенденції розвитку та проблеми машинобудівної галузі, виділено чинники, що свідчать про необхідність ефективної інноваційної політики на промислових підприємствах. Розглянуто базисні принципи формування інноваційної політики.

Аннотация. Освещены основные тенденции развития и проблемы машиностроительной отрасли, выделены факторы, которые свидетельствуют о необходимости эффективной инновационной политики на промышленных предприятиях. Рассмотрены базисные принципы формирования инновационной политики.

Annotation. Fundamental tendencies of development and problems of the engineering industry, factors which indicate the necessity of effective innovative policy forming on the industrial enterprises are highlighted in the article. Basic principles of innovative policy forming are considered.

Ключові слова: інноваційна політика, інноваційна діяльність, конкурентоспроможність, машинобудівна галузь.

Машинобудування є комплексною галуззю, яка базується на використанні надбань і досягнень практично усіх галузей (хімічної, енергетичної, легкої, металообробної тощо). Воно є основою промисловості та відіграє вирішальну роль у реалізації досягнень науково-технічного прогресу в усіх сферах господарства. Проте далеко не усі конкурентні переваги українських підприємств реалізується на практиці, наслідком чого є низький рівень конкурентоспроможності вітчизняних товарів, особливо наукомістких виробів. Особливий наголос можна зробити на низькій технічній та технологічній інноваційності продукції, недостатньому рівні якості та ресурсозбереження, вузькому асортименті та номенклатурі продукції машинобудування тощо. Разом з тим успішне функціонування українських машинобудівних підприємств, забезпечення їх високої конкурентоспроможності можливе лише на передовій технологічній основі, шляхом реалізації ними інноваційної політики, успіх якої визначається науково обґрунтованим складанням планів інноваційного розвитку.

Поняття, проблематику та особливості формування інноваційної політики аналізують у своїх працях такі автори, як: Йохна М. А. [1], Карлей М. В. [2], Козик В. В. [3], Кузьменко О. М. [4], Шарафутдінов С. Г. [5] (таблиця).

© Кротюк Д. В., 2011

Метою даної роботи є обґрунтування існуючих в економічній практиці підходів до формування інноваційної політики з точки зору їх застосування до високотехнологічної продукції машинобудівної галузі. Виходячи із вищезазначеної мети, можна сформулювати такі завдання:

проаналізувати існуючі підходи до визначення та змістовного наповнення поняття "науковий потенціал";

дослідити сучасні тенденції та потенціал виробництва високотехнологічної машинобудівної продукції в Україні;

обґрунтувати необхідність впровадження інноваційної політики на підприємствах машинобудівної галузі.

У сучасній економічній науці категорія "інноваційна політика" має велику кількість трактувань, деякі з яких наведено у таблиці.

Таблиця

Підходи науковців до визначення поняття "інноваційна політика"

№ п/п	Автор	Погляд автора на дефініцію поняття "інноваційна політика"
1	Йохна М. А. [1]	форма стратегічного управління, що визначає мету й умови здійснення інноваційної діяльності підприємства, спрямованої на забезпечення його конкурентоспроможності та оптимальне використання наявного виробничого потенціалу
2	Кузьменко О. М. [4]	сукупність необхідних техніко-технологічних і соціально-економічних, а також фінансових і маркетингових, юридичних, кадрових й інформаційних заходів щодо реалізації нової бізнес-ідеї
3	Козик В. В. [3]	сукупність певних принципів і норм, які стали засадою для прийняття управлінських рішень у сфері інноваційної діяльності підприємства, внаслідок чого підвищено ефективність виробництва та конкурентоспроможність підприємства на довгострокову перспективу
4	Шарафутдинов С. Г. [5]	реалізація визначених керівництвом підприємства і його науково-технологічними підрозділами завдань інноваційних стратегій і способів підтримки нових та пріоритетних програм і проектів

На думку автора даної статті, слід зробити наголос на тому аспекті, що інноваційна політика є, з одного боку, функціональною політикою, а з іншого – вона не існує поряд з усіма іншими функціональними напрямками діяльності підприємства, а пронизує їх. Інноваційна політика є частиною загальної політики підприємства, що регламентує взаємодію науково-технічної, маркетингової, виробничої та економічної діяльності в процесі реалізації нововведень.

Задля подальшого аналізу особливостей формування інноваційної політики доцільно навести дані про стан підприємств машинобудівної галузі України з точки зору їх інноваційної діяльності.

Рівень інноваційної діяльності промислових підприємств загалом є дуже низьким. За останнє п'ятиріччя питома вага підприємств, що впроваджували інновації, не перевищувала 12 %; питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової складала менше 7 %; кожного року було освоєно не більш як 2 700 інноваційних видів продукції та впроваджено в середньому 1 500 нових технологічних процесів [6].

Як свідчать дані роботи [7], за віковим складом технологічне обладнання машинобудування морально та фізично застаріло, що робить виробництво якісної продукції малопродуктивним або неможливим: середній розрахунковий вік обладнання перевищує 20 років, тоді як за прийнятою у провідних країнах практикою термін служби технологічного обладнання не повинен перевищувати 7 – 10 років. Зношеність основних засобів у середньому в машинобудівній галузі складає 70 – 80 %, в той же час щорічний відсоток оновлення обладнання є надзвичайно низьким – 0,01 % (у порівнянні із 10 – 12 % оновлення обладнання у країнах з розвиненим машинобудуванням). До того ж останнім часом вітчизняні підприємства широко практикують імпорт обладнання, яке було у використанні, що значно ускладнює виготовлення сучасної, високоефективної інноваційної продукції.

Що стосується експорту машинобудівної продукції, то попри значне похвалення товарообігу (зростання експорту в середньому на 161 % у 2010 році), питома вага експортованої продукції даної галузі у загальному обсязі у грошовому еквіваленті становить лише 17,3 %, тоді як середньосвітовий показник частки машинобудівної продукції в структурі експорту складає близько 54 % [6; 7].

Крім того, за даними Держкомстату та Мінекономіки, структура експорту продукції машинобудування за територіальною ознакою є невтішною – майже 90 % виробів експортується до країн СНД, лише 7 % – до Європи, решта – до Азії та Америки.

Таким чином, макроекономічні та мікроекономічні показники свідчать про незадовільний рівень використовуваних технологій та готової продукції підприємств машинобудівної галузі, з огляду на що їм слід переорієнтуватись на інноваційний шлях розвитку.

Формування інноваційної політики слід здійснювати на основі певних принципів, які мають відображати загальний, системний підхід до управління інноваційними процесами на підприємстві, окреслювати межі інноваційної діяльності. Інноваційна політика має забезпечувати реалізацію



стратегічних цілей підприємства з врахуванням його наявних і потенційних ресурсних можливостей та з огляду на ринкову ситуацію. При цьому інноваційна політика не повинна опиратися на метод екстраполяції. Щоб вирішити ці завдання, вона повинна: носити стратегічний характер; бути нерозривно пов'язаною з ринковою ситуацією; враховувати ресурсні можливості підприємства; ґрунтуватися на системному і цілеспрямованому підході до її формування; забезпечувати неперервність і комплексність інноваційної діяльності підприємства, охоплення нею всіх внутрішніх елементів; забезпечувати нерозривність інноваційної політики і сучасних досягнень НТП. З огляду на ці вимоги формування інноваційної політики слід здійснювати на основі таких принципів: переважання стратегічної спрямованості, орієнтація на потреби ринку, цілеспрямованість, комплексність, плановірність, інформаційна забезпеченість.

Необхідність розроблення інноваційної політики обумовлена потребою в ефективному управлінні інноваційною діяльністю на промислових підприємствах. За умов стрімкого НТП своєчасне та оперативне впровадження новацій забезпечує гнучкість, маневреність підприємства, його здатність пристосуватися до мінливого оточення (технічного, організаційного, господарського, політичного, культурного та ін.). Тому інноваційна політика підприємства має передбачати послідовну цілеспрямовану комплексну інноваційну діяльність щодо зміни будь-якого з елементів бізнесу.

Наук. керівн. Юлегіна І. В.

Література: 1. Йохна М. А. Економіка і організація інноваційної діяльності : навч. посібн. для студ. вищ. навч. закл. / М. А. Йохна. – К. : Вид. центр "Академія", 2005. – 400 с. 2. Карлей М. В. Формирование сбалансированной инновационной политики промышленного предприятия : автореф. дис. канд. экон. наук : спец. 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством" / М. В. Карлей. – Новосибирск, 2006. – 23 с. 3. Козик В. В. Особливості формування інноваційної політики підприємства / В. В. Козик // Проблеми науки. – 2009. – № 6. – С. 4–8. 4. Кузьменко О. М. Інноваційні підходи до управління комплексом робіт в умовах інтенсифікації виробництва / О. М. Кузьменко. – Донецьк : Норд-прес, 2006. – 117 с. 5. Шарафутдинов С. Г. Управление инновационными процессами разработки и модернизации промышленных продуктов на основе нормы потребительской стоимости : автореф. дис. канд. экон. наук : спец. 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством" / С. Г. Шарафутдинов. – СПб., 2008. – 20 с. 6. <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 7. Касич А. О. Стратегічні орієнтири інноваційного розвитку машинобудування України / А. О. Касич // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 7. – С. 32–40.

Житіна А. В.

УДК 334.7(477):339.56

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ШЛЯХИ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАРУБІЖНІ РИНКИ

Анотація. Розглянуто основні шляхи виходу підприємств на зарубіжні ринки та варіанти, які є оптимальними для українських підприємств.

Аннотация. Рассмотрены основные пути выхода предприятий на зарубежные рынки и варианты, которые являются оптимальными для украинских предприятий.

Annotation. The article considers the main methods of enterprises entering foreign markets and variants that are optimal for Ukrainian enterprises.

Ключові слова: глобалізація, активний експорт, нерегулярний експорт, підприємства спільного володіння, прями іноземні інвестиції.

Серед процесів, що відбуваються у світовій економіці, спостерігаємо зростання глобалізації та лібералізації. Поступово стираються відмінності між внутрішнім та зовнішніми ринками, розмиваються кордони та ринки різних країн зливаються в одне ціле. Підприємства, що орієнтуються лише на внутрішній ринок, наражають себе на небезпеку відстати від своїх конкурентів, які займаються і зовнішньоекономічною діяльністю, та втратити свої ринкові шанси. Саме тому під-

© Житіна А. В., 2011

приємства мають активно виходити на зарубіжні ринки та закріплювати свої ринкові позиції за кордоном. Виживання українських фірм в умовах гострої конкуренції на світовому ринку потребує присутності традиційних навичок міжнародного співробітництва, а також маркетингового аналізу, економічного та культурного аналізу іноземної країни.

Питаннями виходу українських підприємств на зарубіжні ринки займалися: Скрипник М. В., Ляліков С. В., Колодинський С. Б., Щербак В. Г.

Проблема полягає у виборі українськими підприємствами оптимальної стратегії виходу на зарубіжні ринки.

Досвід діяльності провідних закордонних фірм дає можливість виділити основні шляхи виходу на іноземний ринок. Це може бути експорт готових виробів (прямий і непрямий), експорт фірмових переваг (спільне підприємництво) та прямі іноземні інвестиції (ПІІ) [1].

Перша з вищевказаних стратегій – експорт готових виробів – відноситься до найменш ризикованих. Компанія зазвичай починає з експорту через посередників (непрямий експорт). Доцільність такого способу безперечно при виході на нові ринки, коли власна система збуту або ще не створена, або її створення неефективне. До міжнародних посередників відносяться професійні експортери, агенти по експорту, що вносять в цю діяльність свої специфічні знання, вміння, послуги і тому фірма-продавець допускає менше помилок. Якщо керівництво фірми приймає рішення про самостійний експорт продукції (прямий експорт) шляхом створення експортного відділення на власній території чи іноземного відділення продажу, то це одночасно призводить до підвищення витрат на збут, збільшення ризику та зменшення витрат на оплату послуг посередника [1]. Слід зазначити, що експорт розділяється на нерегулярний та активний. Нерегулярний експорт – це пасивний рівень вступу фірми на іноземний ринок зі своєю продукцією, коли фірма час від часу експортує дрібні партії товарів, продаючи їх як місцевим оптовим покупцям, що представляють зарубіжні фірми, так і самостійно займається їх реалізацією. Однак досвід вітчизняних комерсантів, що займаються так званою "човниковою комерцією", показує, що саме така діяльність приносить не тільки прибуток, а й дозволяє придбати цінний досвід спілкування з іноземними підприємцями, виробниками, налагодити постійні партнерські контакти, а також дозволяє перейти до більш високого ступеня стратегії. Активний експорт застосовується в тих умовах, коли ставиться мета розширити свої експортні операції на конкретному ринку. В цьому фірма, що виробляє товари у власній країні, пропонує на експорт ці товари в модифікованому, з урахуванням вимог потенційних покупців, вигляді [2].

У практиці роботи іноземних фірм експорт продукції все більш поступається місцем різним формам спільного підприємництва. Підприємства спільного володіння – це об'єднання можливостей іноземних та місцевих вкладників капіталу з метою утворення комерційного підприємства, котрим вони володіють і управляють разом. Партнери обмінюються технологією, інформацією, потенціалом у сфері маркетингу і управління. У цілому можна виділити такі типи договорів про спільне підприємництво:

1) договірні форми про різні форми співробітництва без утворення нової юридичної особи (ліцензійні і коопераційні угоди, лізинг, контракти на виробництво, управління, інжиніринг і т. д.);

2) договори про створення спільного підприємства (нової юридичної особи). Вони укладаються, якщо іноземній компанії не вистачає фінансових, матеріальних чи управлінських ресурсів [2].

Але практика спільного підприємства має певні недоліки. Партнери можуть розійтися в питаннях відносно капіталовкладень, стратегії та тактики маркетингу [3].

Найбільш повною формою включення підприємств в міжнародну діяльність є пряме інвестування в іншій країні. Його мета – створити власні виробничі потужності у вигляді збірних підприємств або заводів повного чи часткового технологічного циклу.

Згідно із сучасними уявленнями торгівельні відносини не достатньо надійні, адже чутливі до кон'юнктури, протекціонізму, конкуренції тощо. Підконтрольне іноземне підприємство з цієї точки зору більш привабливе: воно дає можливість обходити тарифні бар'єри, тісніше вивчати смаки і вподобання споживача, полегшує конкуренцію з місцевим та іноземним капіталом.

Незважаючи на важливість і швидкі темпи розвитку експорту фірмових переваг, він поки не може конкурувати з ПІІ. Так, при виборі двох рівнодоступних шляхів – ліцензування або ПІІ – за інших рівних умов виробник більш схильний до другого, бо ніякий, навіть найтісніший ліцензійний зв'язок двох самостійних компаній не може бути надійнішим за зв'язок у транснаціональній структурі. Ліцензійна винагорода ж ніколи не сягає величини того прибутку, який ліцензіар мав би змогу отримати при самостійному використанні всієї комбінації. Таким чином, порівняно з комерційною передачею технології організація власного виробництва краще. Але цей висновок правильний лише за умови рівнодоступності [1].

Українським підприємствам, щоб успішно витримувати конкуренцію на світових ринках, необхідно:

- 1) підвищувати ефективність економіки;
- 2) всебічно збільшувати експортну спрямованість у зовнішньоекономічній діяльності до розрахунків у вільноконвертованій валюті;
- 3) скорочувати обсяг бартерних операцій та забезпечити перехід;
- 4) підвищити конкурентоспроможність вітчизняної продукції та послуг, їх відповідність міжнародним стандартам [4].



Отже, для кожного окремого українського підприємства необхідно підбирати такий шлях виходу на зарубіжні ринки, при якому воно б реалізувало всі свої потенціали та можливості, а також враховувати досвід фірми, корисні зв'язки за кордоном та політику країни-реципієнта, складність виробництва та унікальність технології, місткість внутрішнього та зовнішнього ринків тощо.

Наук. керівн. Рогожин В. Д.

Література: 1. Ляліков С. В. Стратегії виходу фірми на зовнішній ринок та оцінка їхньої ефективності / С. В. Ляліков // Сборник научных трудов по экономике. – Д. : ООО "Китис", 2006. – 376 с. 2. Колодинський С. Б. Методологічні аспекти виходу фірми на зовнішній ринок / С. Б. Колодинський // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2002. – № 3. – С. 236–242. 3. Щербак В. Г. Проблеми проникнення вітчизняних підприємств на зовнішні ринки / В. Г. Щербак // Фінанси України. – 2007. – № 2. – С. 41–43. 4. Скрипник М. В. Шляхи стимулювання ЗЕД підприємств малого та середнього бізнесу / М. В. Скрипник // Економіка. Фінанси. Право. – 2002. – № 6. – С. 34–37.

Даниленко А. О.

УДК 005.591.6:005.21

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Розглянуто основні поняття стратегічного управління. Виділено інноваційні стратегії управління промисловими підприємствами. Проведено аналіз головних рис, переваг та недоліків інноваційних стратегій, що використовуються українськими підприємствами.

Анотация. Рассмотрены основные понятия стратегического управления. Выделены инновационные стратегии управления промышленными предприятиями. Проведен анализ основных черт, достоинств и недостатков инновационных стратегий, используемых украинскими предприятиями.

Annotation. In the article the basic concepts of strategic management are considered. Innovative strategies of management by the industrial enterprises are established. Analysis of the main points, advantages and disadvantages of the basic innovation strategies used by Ukrainian enterprises is carried out.

Ключові слова: стратегічне управління, стратегія, інноваційний розвиток, інноваційна стратегія, інноваційний ризик.

В умовах жорсткої конкурентної боротьби підприємства повинні не лише концентрувати увагу на внутрішньому стані справ, але і дотримуватись довгострокової інноваційної стратегії поведінки, яка давала б їм змогу встигати за змінами, що відбуваються в їх оточенні. Зміни відбуваються постійно в усіх сферах сучасного життя.

Сутність проблеми полягає в тому, що зростання конкуренції за ресурси, інтернаціоналізація бізнесу, широка доступність сучасних технологій, зміна ролі людських ресурсів, поява нових несподіваних можливостей для бізнесу, стрімкий розвиток науки і техніки, розвиток інформаційних мереж, що роблять можливим блискавичне поширення і здобуття інформації, а також ряд інших причин привели до різкого зростання значення стратегічного інноваційного управління.

Бізнес має сприймати інновації не як хобі та тим паче не як обов'язок перед владою, а як життєво необхідну для перспектив розвитку компанії, підвищення ефективності та посідання лідерських позицій модель поведінки.

Виходячи з цього, метою цієї статті є аналіз існуючих інноваційних стратегій та пошук єдиної ефективної для українського підприємства.

Вибір стратегії є запорукою успіху інноваційної діяльності. В умовах ринкової економіки керівнику недостатньо мати гарний продукт, він має уважно слідкувати за появою нових технологій та планувати їх впровадження на своєму підприємстві, щоб не відставати від конкурентів. Стратегія визначає форми інноваційної діяльності та найбільш ефективні дії для здійснення цієї позначеної цілі [1].

© Даниленко А. О., 2011

Існує чотири головні інноваційні стратегії (таблиця):

1. Наступальна – характеризує підприємства, які випускають продукцію з абсолютно новими споживчими властивостями.

2. Оборонна – використовується не для лідируючого місця в певній галузі, а для утримання стабільної позиції серед інших підприємств у техніко-технологічному розвитку; її основна функція – оптимізувати співвідношення "витрати – результат".

3. Імітаційна – копіювання основних споживчих властивостей нововведень, випущених на ринок малими інноваційними фірмами або фірмами-лідерами.

4. Поглинальна – залучення інноваційних технологій за рахунок купівлі ліцензій [2].

Таблиця

Аналіз інноваційних стратегій

Види стратегії	Переваги	Недоліки
Наступальна	1. Рентабельна у довгостроковій перспективі. 2. Високий рівень ефективності. 3. Виправдовує себе, коли вибрана відповідна перспективна область виробництва, на якій підприємство зосереджує усі сили. 4. Наявність принципово нових споживчих характеристик	1. Високі витрати на нововведення. 2. Високий рівень ризику. 3. Охоплює дуже вузький сегмент діяльності. 4. Потребує високої кваліфікації робочої сили та великої організаторської роботи
Оборонна	1. Невисокий рівень ризику. 2. Є здобута частка ринку. 3. Достатньо високий рівень технічних розробок. 4. Можливість перейняти досвід та досягнення підприємств-лідерів у цій інноваційній сфері та вносити свої корективи. 5. Зменшення витрат на інноваційні процеси	1. Менше можливостей закріпитися на ринку. 2. Порівняно низький прибуток
Поглинальна	1. Наявність можливості масового впровадження продукції у виробництво. 2. Значний потенціал у сфері просування. 3. Використання цінового фактора для підвищення рентабельності. 4. Можливість купувати ліцензії	1. Відсутність сильної НДДКР бази. 2. Відсутність високого прибутку. 3. Значні витрати на підтримання ліцензії
Імітаційна	1. Не здійснюється великих витрат на нововведення. 2. Використання унікального досвіду новатора	1. Залежність відносно лідера. 2. Відсутність стабільності на ринку. 3. Відсутність репутації та визнання бренда

Загальним для усіх стратегій є стимулювання інноваційної діяльності з метою досягнення прогресу в економіці та переходу до інноваційного розвитку та те, що вищезазначені інноваційні стратегії тією чи іншою мірою пов'язані з інноваційним ризиком. Але єдиної та успішної для всіх промислових підприємств моделі інноваційної стратегії не існує. Вибір стратегії залежить від різноманітних виробничих, технічних, ринкових, соціальних, культурних та інших факторів.

Узагальнюючи викладений матеріал, можна зробити висновок, що в умовах ринкової конкуренції для того, щоб протистояти змінам, підприємства вимушені реалізовувати інноваційну стратегію, збільшуючи обсяги виробництва, товарообігу, прибутку, підвищуючи продуктивність праці, прискорюючи оборотність вкладеного капіталу створенням нових потреб у своїх покупців [3].

В умовах підвищеного ризику промисловим підприємствам найдоцільніше використовувати одну з таких стратегій: імітаційну, поглинальну чи оборонну. Вибір саме однієї з перелічених стратегій ґрунтується на необхідності залучення інноваційних технологій, які не потребують особливих витрат на дослідження і впровадження, але дають змогу упродовж певного періоду гарантовано зберегти стабільну позицію серед інших підприємств у техніко-технологічному розвитку. Наступальну стратегію доцільно використовувати тільки, коли підприємство дійсно має необхідні ресурси, висококваліфікований персонал та стійку позицію на ринці.

Наук. керівн. Стахорська С. І.

Література: 1. Ковтун О. І. Стратегія підприємства : підручник / О. І. Ковтун. – Львів: Новий Світ – 2000, 2009. – 680 с. 2. Черваньов Д. М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / Д. М. Черваньов, Л. І. Нейкова. – К. : Т-во "Знання", КОО, 1999. – 514 с. 3. Поляков С. Г. Модель інноваційного розвитку підприємства / С. Г. Поляков, І. М. Степнов // Інновации. – 2003. – № 2–3. – С. 36–38.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ЗАСОБИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Анотація. Проведено аналіз конкурентоспроможності виробництва вітчизняних підприємств в умовах глобалізації, виявлено залежність розвитку промисловості від рівнів технологічного укладу та запропоновано заходи підвищення рівня національної економіки.

Аннотация. Проведен анализ конкурентоспособности производства отечественных предприятий в условиях глобализации, определена зависимость развития промышленности от уровней технологического уклада, а также предложены мероприятия по повышению уровня национальной экономики.

Annotation. In this article the manufacturing competitiveness analysis of domestic enterprises in globalization conditions was made, the industry development dependence on levels of technological order was determined, also steps for increasing the level of national economics were offered.

Ключові слова: глобалізація, конкурентоспроможність, рівні технологічного укладу, національна економіка.

Україна входить у число провідних мінерально-сировинних держав світу. Вона займає всього 0,4 % земної суші, її населення складає 0,8 % населення планети, але має в своїх надрах 5 % мінерально-сировинного потенціалу світу. Актуальність обраної теми полягає в тому, що Україна, володіючи значним ресурсним потенціалом та займаючи вдале географічне положення, є не конкурентоспроможною на світовому ринку.

Підтвердженням цьому є те, що 31 жовтня 2007 року Всесвітній економічний форум (ВЕФ, незалежна і неприбуткова міжнародна організація, створена у 1971 р. у Женеві з метою поліпшення стану світової економіки) представив до уваги світової спільноти Звіт про глобальну конкурентоспроможність, 2007 – 2008 [1]. Результати такі: перша трійка – США, Швейцарія, Данія. Висновки зроблені на основі аналізу двох індексів – індекс глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, GCI) і індекс конкурентоспроможності бізнесу (Business Competitiveness Index, BCI). Показники України – 73-тє і 81-ше місця відповідно.

Метою даної статті є пошук засобів забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації.

На сьогодні відбуваються істотні зміни в процесах виробництва при використанні нових матеріалів, електронної техніки, біотехнологій. Структура світової економіки демонструє явну перевагу наукоємних виробів, які складають усе більшу частку світового товарообміну. Слід зазначити, що в умовах глобалізації найбільша частина міжнародного обміну припадає на економічно розвинені країни зі схожими факторними характеристиками. Зростає роль набутих переваг, пов'язаних з випереджаючою розробкою та впровадженням нових технологій.

Однією із найважливіших проблем економічної відсталості України від провідних країн світу є те, що в промисловості нашої держави переважають галузі з низьким рівнем технологічного укладу, продукція кінцевого призначення яких в основному є не конкурентоспроможною на зовнішніх ринках, а це сповільнює темпи зростання національної економіки.

Технологічні уклади були розглянуті у роботах О. Резяпкіна, Т. Ціхана, С. Глазьева, А. Самарського та ін. На сьогодні постає питання щодо формування в промисловості України технологічних укладів п'ятого та шостого рівнів.

Характеристика рівнів технологічних укладів наведена у таблиці.

Таблиця

Характеристика рівнів технологічного укладу [2]

Технологічні уклади	Період	Базисна інновація	Галузі
1	2	3	4
1	1770 – 1830 рр.	водяний двигун, текстильні машини	Текстильна промисловість, виплавка чавуну і обробка заліза, будівництво магістральних каналів
2	1830 – 1880 рр.	паровий двигун, верстати	Залізничний і пароплавний транспорт, машинобудування, верстатобудування, вугільна промисловість

1	2	3	4
3	1880 – 1930 рр.	електродвигун, сталь	Електротехнічне і важке машинобудування, виробництво і прокат сталі, лампові електроприлади, важке озброєння, кораблебудування, неорганічна хімія
4	1930 – 1970 рр.	двигун внутрішнього згоряння, нафтохімія	Автомобілебудування, тракторобудування, моторизоване озброєння, синтетичні матеріали, кольорова металургія, органічна хімія, електронна промисловість
5	1970 – 2010 рр.	мікроелементи	Електронна промисловість, ЕОМ, програмне забезпечення, телекомунікації, оптоволоконна техніка, роботовиробництво, інформаційні послуги, авіаційна промисловість
6	2010 – 2040 рр.	нанотехнології, клітинні технології	Генна інженерія, альтернативна енергетика (водородна енергетика, використання енергії вітру, сонця)

Для України дуалізм глобалізації виявляється у такому: по-перше, країна може користуватися благами, які дає глобалізація шляхом усунення негативних наслідків відсутності у сфері виробництва тих чи інших ресурсів в достатній мірі, насамперед, технологій п'ятого, шостого та більш високих укладів; по-друге, природною платою за ці блага є залежність економіки країни від політики успішних мультинаціональних фірм та стану світових ринків (така сторона глобалізації є причиною підвищення ризиків для країн зі слабкою економікою). Існує загроза погіршення умов для конкурентоспроможного позиціонування вітчизняних підприємств не тільки на зовнішніх, але й на внутрішніх ринках, якщо не буде вжито заходів щодо істотного підвищення якості управління діяльністю суб'єктів господарської діяльності України, насамперед, у сфері виробництва засобів виробництва.

Світові тенденції розвитку соціальних та економічних процесів обумовили необхідність створення якісно нових систем управління конкурентоспроможністю.

Спроби здійснення економічних реформ в Україні показали, що для її виходу з кризи недостатньо тільки ринкових перетворень на макрорівні. Тому розвитку вітчизняних підприємств і, як наслідок, конкурентоспроможності економіки нашої держави сприятиме створення та безперервне удосконалення операційних систем за такими напрямками: 1) інтенсивне впровадження досягнень науково-технічного процесу у виробничих підрозділах підприємств; 2) розвиток виробництва засобів виробництва за принципами гнучкої автоматизації, тобто широке використання систем автоматизованого проектування, комплексне впровадження верстатів з числовим програмним управлінням, створення гнучких автоматизованих ліній та виробництв); 3) застосування адаптивних систем управління виробничими процесами та комерційними операціями, в тому числі міжнародними комерційними операціями; 4) забезпечення безпосередньої взаємодії автоматизованих робочих місць керівників та спеціалістів виробничих підрозділів у межах їх повноважень, із загальною інформаційною системою підприємства та мережею інтернаціонального бізнес-сервісу.

Наук. керівн. Черкасов В. І.

Література: 1. <http://www.dt.ua/newspaper/articles/51822#article>. 2. Офіційний сайт Глазьева С. Ю. – Режим доступу : http://www.glazev.ru/econom_polit/233/.

УДК 659.127.3

Коростецкая М. В.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

БРЕНДИНГ: БИТВА ЗА УЗНАВАЕМОСТЬ

Аннотация. Рассмотрено брендинг для владельца как важный и дорогой актив компании, для потребителя – как фактор, позволяющий идентифицировать товар или услугу.

Анотация. Розглянено брендинг для власника як важливий та коштовний актив компанії, для споживача – як фактор, що дозволяє ідентифікувати товар або послугу.

© Коростецкая М. В., 2011



Annotation. The brand is important for the owner as the important and expensive asset of the company, for the consumer – as the factor allowing to identify the goods or service.

Ключевые слова: торговая марка, бренд, брендинг, потребитель, позиционирование, конкурентные преимущества, лояльность.

...что Вам требуется, чтобы быть лучшим?
Сосредоточенность. Дисциплина. Мечта...
Флоренс Гриффит Джойнер

Актуальность брендинга обусловлена стремительным развитием рынков, являющихся привлекательными с точки зрения покупательской способности, высокого спроса на товары и услуги. Это порождает все новые предложения товаров и услуг и, как следствие, возникает конкуренция. Когда конкуренция растет, рынок становится насыщенным, и каждому игроку рынка становится все сложнее работать и получать прибыль. Это осложняется тем, что, учитывая привлекательность рынка, на него приходят новые компании. Эти игроки рынка зачастую самые сильные – они имеют четко определенную стратегию развития, четко организованную внутреннюю работу и сильные бренды. Соответственно, чтобы успешно конкурировать и с другими игроками рынка, и с входящими "лидерами", компании должны стремиться к повышению эффективности деятельности, использовать новые технологии и, прежде всего, технологии брендинга.

Тема брендинга – сегодня одна из самых востребованных. Это не мода и даже не желание выделиться, это конкуренция. В условиях современного рынка стало очевидным, что успешное существование обеспечат себе только те компании, которые смогут создать по-настоящему сильный бренд и сделать ему отличную рекламу. Решить задачу создания успешного, процветающего бренда реально с помощью технологии брендинга. В новом тысячелетии брендинг развился и стал сильной системой, так называемым "оружием маркетинга". Практически все товары на сегодняшний день брендингованы. Уже с начала XXI века на рынке появляются бренды нового поколения, они глубже закрепляются в умах потребителей [1].

На сегодняшний день для многих компаний принципиально важно знать, что зарегистрированная торговая марка (бренд) компании или ее продуктов – это непереносимое условие для успешной работы на конкурентном рынке. При этом совершенно неважно, какого рода продукт имеет компания – потребительский товар или товар производственного назначения, услугу или нематериальные активы. Для привлечения потребителей, а следовательно, выживания на рынке необходимо в первую очередь заниматься брендингом [2].

В современном мире избалованному потребителю уже требуется нечто большее, чем просто товары с какими-то преимуществами, ориентированные на какой-то сегмент с определенным доходом [3].

В. Тамберг и А. Бадьин утверждают, что "брендинг не просто является частью маркетинга, брендинг – нечто большее, намного большее. Это философия бизнеса, это часть психологии потребителя, часть его внутреннего мира... Но самое главное – брендинг есть значимый инструмент ведения бизнеса. Об этом не стоит забывать. Брендинг в наше время – самое важное связующее звено в цепи "производство – потребление"... Именно превращение заурядной торговой марки в бренд способно сделать товар привлекательным для потребителя..." [4].

Несмотря на то, что брендинг является достаточно новым явлением, изучению данной темы уделяется большое внимание. Дэвид Огилви, Дэвид Аакер, Ж.-Н. Капферер, Селия Лури, Питер Йорк, Торстен Нильсон, Ян Элвуд, Ф. Джозеф Ле Пла, Пол Темпорал, Линн М. Паркере являются всемирно известными специалистами в области брендинга.

Брендинг можно назвать искусством в бизнесе, не больше и не меньше, именно такую значимость имеет брендинг – фундаментальная составляющая маркетинга, важность которого сегодня трудно переоценить [5].

Целью данной статьи является выявление ценности технологии брендинга для компаний, конкурирующих на рынке, исследование необходимости создания и развития бренда, определение важности бренда для потребителей.

Понятие "бренд" употребляется в отношении почти всего, с чем мы сталкиваемся в жизни: бренды – товары, бренды – страны, бренды – люди, бренды – организации и т. п. Бренд – это не модная штучка и не волшебная палочка, наличие которой поможет решить все ваши проблемы. Бренд должен быть эффективным инструментом развития бизнеса, мощным средством защиты от конкурентов и острейшей атаки при освоении новых рынков и покорении новых целевых групп. Являясь производным от слова бренд, слово брендинг не имеет четкого и однозначного определения. Тем не менее, на функциональном уровне этот процесс можно описать как создание и развитие отношений с группой потребителей при помощи набора выгодных отличий и неизменно высокого качества [6].

Такое определение, являясь верным, по сути, требует некоторых дополнительных пояснений. Прежде всего, необходимо отметить, что группа потребителей должна быть заинтересована в бренде, обладать общими характеристиками, иметь одинаковые предпочтения. Так, многие сильные бренды уделяют определению стратегически важной группы потребителей весьма большое внимание. Делается это для того, чтобы создать своего рода привилегии, доступные только приверженцам данного бренда. Кроме того, важно, чтобы отношения с потребителем были добровольными. Если потребитель вынужден покупать товар определенного бренда, когда производитель является монополистом в определенной области, то потребитель становится своего рода "заложником" бренда и о положительном отношении к бренду с его стороны говорить не приходится.

Учитывая все вышесказанное, можно предложить следующее определение брендинга – процесса создания брендов: брендинг – управление коммуникативным воздействием для создания уникального и привлекательного образа объекта потребления [4].

Брендинг призван повышать идентификацию компании и увеличивать лояльность клиентов к компании. Таким образом, основную задачу брендинга можно сформулировать так: заставить потребителей влюбиться в предлагаемый товар.

Вместе с тем необходимо знать, какие из богатого ассортимента инструментов брендинга лучше всего способствуют выполнению задачи привлечения потребителей и удержания их внимания. Брендинг оперирует множеством инструментов, сравнительную характеристику которых можно представить в виде таблицы.

Таблица

Сравнительная характеристика инструментов брендинга

Инструмент брендинга	Роль данного инструмента в завоевании и удержании потребителя
Товарный знак	Упрощает идентификацию потребителем товаров или услуг одного (или группы) продавца или производителя, которая позволяет однозначно отличить их от товаров и услуг других продавцов (в том числе конкурентов)
Дизайн и упаковка	Делают товар отличным от конкурентов, передают потребителю те или иные сообщения, дают производителю возможность выделить товар из ряда аналогичных, сделать его узнаваемым и запоминаемым, помогают выразить личность бренда и привлечь цветом, текстурой и упаковкой потребителя на подсознательном, эмоциональном уровне
PR	Помогает товарам или услугам компании поддерживать прочные связи со своими приверженцами, а также привлекать внимание новых потребителей (постоянство в коммуникационных сообщениях, приверженность одной идее, воплощение своей миссии через систему долгосрочных социально значимых акций, регулярных, ярких, привлекающих общественное внимание мероприятий)
Web-сайт	Дают возможность легко выделить целевую аудиторию компании и направлять все усилия именно на нее (например, с помощью баннеров)
Колл-центр	Позволяют получать и анализировать сигналы непосредственно от конечных потребителей о продуктах, услугах и качестве обслуживания; измерять эффективность действия рекламы на конкретные целевые группы
Фирменный стиль	Упрощает клиенту идентификацию компании, усиливает эффективность рекламных контактов с потребителями, формирует уважение к фирме и доверие к ее предложениям, а также (хоть и косвенно) гарантирует высокое качество товаров и услуг компании
Брендбук	Осуществляет повышение доверия партнеров, а также повышение общего имиджа и репутации компании на рынке, закрепляет правила использования фирменного стиля, а следовательно, упрощает стандартизацию визуального представления бренда, а значит, улучшает и повышает узнаваемость марки

Следует отметить, что если за раскрученным брендом стоит низкое качество товаров или услуг, то данная технология не принесет ощутимых результатов в завоевании и удержании потребителей.

Таким образом, можно сделать вывод, что брендинг – это высокоэффективная технология завоевания и удержания потребителя (проведение большого объема работы, связанного с позиционированием продукции), выявления и изучения деятельности основных конкурентов, разработки и внедрения торговой марки. Только сильный бренд приносит организации дополнительный доход. Потребителю требуется не просто удовлетворение его базовых потребностей, ему требуется помощь в реализации его мечтаний, его грез. На это и ориентирован брендинг. Узнаваемости товара способствуют все идентифицирующие элементы, позволявшие выделить его из множества конкурирующих на рынке аналогов: наименование, знак, цвет, звук, запах, упаковка.

Брендинг – это искусство. Для того чтобы создать качественный бренд, требуется, кроме времени, усилий и капитала, еще и талант. Ведь бренды неподвластны времени, многие из них пережили свои товары, и теперь позиционируются по-другому. Но сами бренды сохранились и продолжают существовать и приносить пользу компаниям, владеющим ими.

Научн. рук.. Астахова И. Э.

Литература: 1. Анхолт Симон. Брендинг: дорога к мировому рынку / Симон Анхолт ; [пер. с англ. Ю. В. Алабина]. – М. : КУДИЦ-ОБРАЗ, 2004. – 270 с. 2. Скоробогатых И. И. Сравнительный анализ существующих методик оценки стоимости торговой марки / И. И. Скоробогатых, Д. А. Чиняева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4–5. 3. Ванэкен Брэд. Бренд-помощь / Брэд Ванэкен ; [пер. с англ. И. Малковой, под ред. В. Домнина]. – СПб. : Питер, 2005. – 384 с. 4. Тамберг Виктор. Бренд: Боевая машина бизнеса



/ Виктор Тамберг, Андрей Бадьин – М. : Олимп-Бизнес, 2005. – 240 с. 5. Дэвид Аакер. Создание сильных брендов / Дэвид Аакер ; [пер. с англ. С. А. Старов и др.]. – М. : Издательский дом Гребенникова, 2003. – 435 с. 6. Годин А. М. Брендинг : учебное пособие / А. М. Годин, А. А. Дмитриев, И. Б. Бабленков. – М. : ИТК "Дашков и К°", 2004. – 364 с. 7. Торстен Нильсон. Конкурентный брендинг: Заставьте чужой опыт работать на себя! / Нильсон Торстен ; [пер. с англ. С. Жильцова]. – СПб. : Питер, 2003. – 207 с.

Звягіна Д. В.

УДК 659.23:339.5

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

МЕТОДИКА ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ В2В-КОМУНІКАЦІЙ

Анотація. Удосконалено методику формування В2В-комунікацій, розглянуто основні етапи, запропоновано обґрунтований вибір засобів В2В-комунікацій із можливістю оптимізації психологічних та економічних ефектів комунікативної діяльності підприємства залежно від стадії життєвого циклу, що дозволяє формувати інтегровані системи маркетингових комунікацій промислового підприємства на міжнародному ринку.

Аннотация. Усовершенствована методика формирования В2В-коммуникаций, рассмотрены основные этапы, предложен обоснованный выбор средств В2В-коммуникаций с возможностью оптимизации психологических и экономических эффектов коммуникативной деятельности предприятия в зависимости от стадии жизненного цикла, что позволяет формировать интегрированные системы маркетинговых коммуникаций промышленного предприятия на международном рынке.

Annotation. In the article B2B communication forming methodology is improved, main stages are reviewed, substantiated choice of B2B communication techniques that provides forming of integrated marketing communication systems of an industrial enterprise at the international market including opportunity of psychologic and economic communication effects optimization according to the life cycle stage is suggested.

Ключові слова: міжнародний промисловий ринок, маркетингові В2В-комунікації, комунікативна стратегія, інформаційна система, інтегровані системи маркетингових комунікацій, комунікативна діяльність.

Вітчизняні промислові підприємства забезпечують сьогодні значну частину експорту України та є основою формування зовнішньоекономічного потенціалу країни. Більшість вітчизняних промислових підприємств уперше розробляють структуру комунікаційної політики та аналізують її сутність з метою формування маркетингової позиції підприємства у висококонкурентних нішах міжнародного бізнесу на основі пошуку унікальності. Завдяки появі нової для вітчизняних промислових підприємств сфери маркетингової діяльності потребує подальшого удосконалення теоретико-методичний інструментарій щодо маркетингового позиціонування підприємства за умов інтенсивного розвитку глобальної економічної системи.

Питаннями формування комунікаційної політики підприємства (КПП) займалися такі іноземні вчені-економісти. Ф. Уебстер запропонував поетапну розробку програми комунікації в промисловому маркетингу, обґрунтував взаємозалежність між завданнями та процесом оцінки рекламної кампанії [1, с. 370–371]. С. Мінетт розробив методику брендингу на промисловому ринку та вдосконалив методи управління комунікаційними каналами підприємства [2, с. 116]. Р. Райт приділив увагу формуванню стратегії управління маркетинговими комунікаціями підприємства [3, с. 318].

Однак теоретична спрямованість наукових досліджень у сфері В2В-комунікацій, недостатність дослідження вітчизняних особливостей формування комунікативної політики, низький рівень адаптації визначених закономірностей маркетингового позиціонування до умов економічних систем, що знаходяться на ранній стадії свого розвитку у міжнародному бізнес-середовищі, спричиняють необхідність розробки методики формування комунікаційної політики підприємства, що дозволить ефективно залучати сучасні засоби маркетингових комунікацій на міжнародному В2В-ринку за умов обмежених внутрішніх резервів підприємства.

Відмінність промислового ринку від ринку споживчих товарів, що полягає, насамперед, у масштабах ринку, концентрації на здебільшого вузькому колі споживачів, функціональній взаємозалежності, технічній складності продукції, високій компетентності покупців, тривалості та багатфакторності прийняття маркетингових управлінських рішень потребують застосування інших засад формування комплексу методів КПП, вибір яких доцільно здійснювати на основі запропонованої методики, що становлять логічну послідовність етапів, схематично представлених на рисунку.

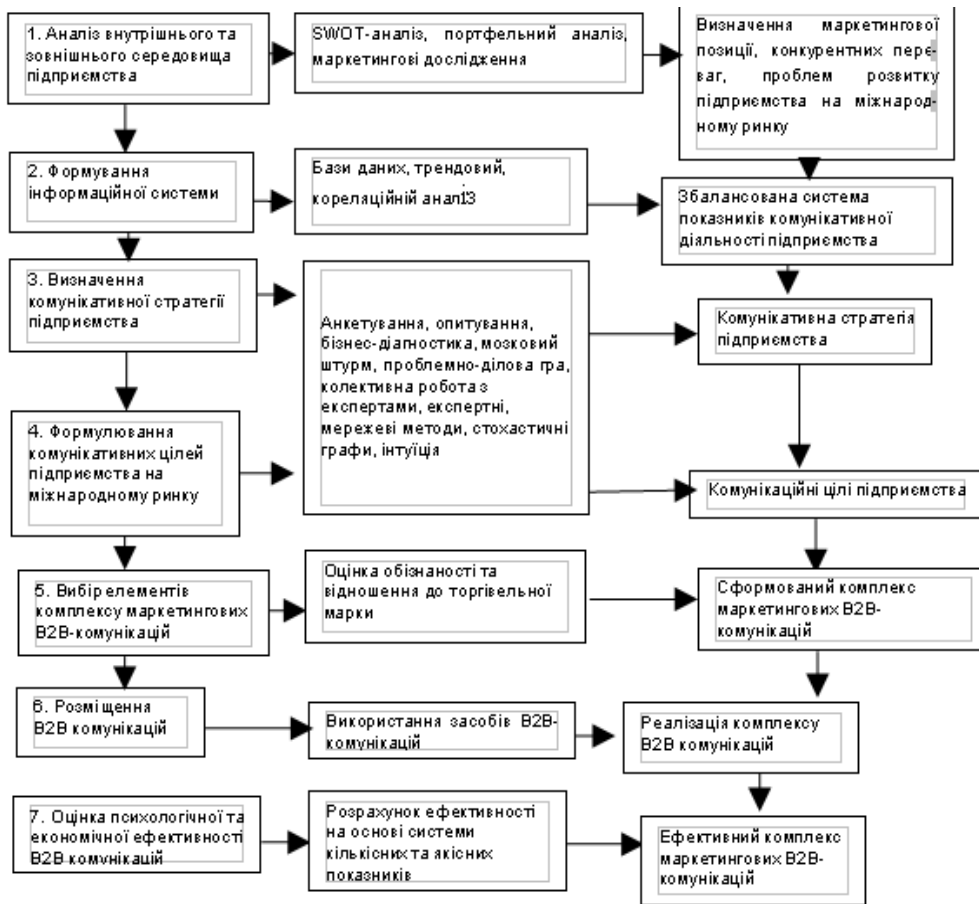


Рис. Методика формування комунікаційної політики промислового підприємства на міжнародному ринку B2B-комунікацій

Методика включає такі етапи:

1. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовищ промислового підприємства на міжнародному ринку із залученням методів портфельного, SWOT-аналізу, маркетингових досліджень, що дозволяє визначити маркетингову позицію, освідомити конкурентні переваги та проблеми розвитку промислового підприємства на міжнародному ринку. Аналіз повинен залучати збір даних відносно обізнаності та ставлення споживачів до продукту/торгівельної марки визначеної цільової аудиторії/аудиторій.

2. Формування інформаційної системи здійснюється за умов використання баз даних, трендового та кореляційного аналізів, що дозволяє створити збалансовану систему показників комунікативної діяльності підприємства – джерело інформації як щодо внутрішніх процесів підприємства, так і щодо зовнішніх наслідків комунікаційної діяльності, що здатне забезпечити чіткіше формулювання у майбутньому стратегічних планів та їхню реалізацію. Інформаційна система устанавлює цілі, показники, завдання, заходи та оцінює взаємозв'язок.

3. Визначення комунікативної стратегії підприємства повинно базуватися на даних попереднього аналізу середовищ підприємства, а також загальної стратегії промислового підприємства. Використання методів анкетування, опитування, бізнес-діагностики, мозкового штурму, проблемно-ділової гри, колективної роботи з експертами, експертні, мережеві методи, стохастичні граfi, інтуїція дозволяють окреслити коло перспективних напрямів комунікативної діяльності та визначити вектор розвитку підприємства у зовнішньому інформаційному просторі.

4. Формулювання комунікаційних цілей підприємства на міжнародному ринку становить побудову довгострокових та короткострокових цілей та передбачає створення системи якісних та кількісних показників підприємства, які повинні обиратися за даними обраної інформаційної системи на основі аналізу діяльності та можуть бути вимірні з невеликою ймовірністю похибки. При побудові цілей важливо приділити уваги двом типам завдань, а саме: загальним завданням усієї комунікаційної стратегії (згідно з якою будуть визначені пріоритети у використанні медіаканалів) та завданням для кожного конкретного медіаканалу протягом певного періоду часу.

5. Вибір елементів комплексу маркетингових B2B-комунікацій передбачає вибір перед-продажних засобів, засобів реклами та інтегрованих маркетингових комунікацій для місць прийняття рішень з урахуванням внутрішніх (бюджет, наявність кваліфікованого персоналу, ефективність корпоративних комунікацій) та зовнішніх (наявність постійних клієнтів, обізнаність (розпізнавання та пригадування) продукту, позитивне/негативне ставлення – низький/високий рівень залучення,



інформаційність/трансформаційність) ресурсів підприємства, а також масштабу ринку, географічної обмеженості, кола споживачів. Урахування таких зовнішніх даних, як обізнаність та ставлення аудиторії, дає можливість обрати потрібний вид маркетингових комунікацій для кожного окремого підприємства та корегувати їх використання на основі психологічних ефектів, що надано у таблиці. Потрібно пам'ятати, що розпізнавання важливе на стадії зародження та зростання, а пригадування – на стадії зрілості та спаду. Важливо зауважити, що вибір засобів комунікації повинен здійснюватися з урахуванням культурних та соціальних особливостей споживачів кожного окремого ринку.

Таблиця

Вибір маркетингових комунікацій на основі обізнаності про торгову марку та ставлення до неї

Вид маркетингових комунікацій	Обізнаність		Ставлення цільової аудиторії			
	Роспізнавання	Пригадування	Низька залученість/інформаційність	Низька залученість/трансформаційність	Висока залученість/інформаційність	Висока залученість/трансформаційність
Масові засоби B2B-комунікацій						
Спеціалізовані каталоги, довідкові таблиці	ОБМ (к)	ТАК	ТАК	ОБМ (к)	ТАК	ОБМ (к)
Спеціалізовані журнали	ТАК	ОБМ (ч)	ТАК	ОБМ (ч)	ТАК	ТАК
Зовнішня реклама (стаціонарна)	ТАК	ОБМ (кк)	ТАК	ОБМ (кк)	ОБМ (кк)	ТАК
Зовнішня реклама (пересувна)	ТАК	ОБМ (кк)	ТАК	ОБМ (кк)	ОБМ (чої)	ТАК
Передпродажні засоби B2B комунікацій						
Паблік рилейшнз	ОБМ(ч)	ОБМ(ч)	ТАК	ТАК	ТАК	ТАК
Спонсорство	ТАК	ТАК	ТАК	ТАК	ОБМ (чої)	ТАК
Маркетинг подій	ОБМ (пк)	ОБМ(ч)	ТАК	ТАК	ОБМ (чої)	ТАК
Пабліситі	ОБМ (віз)	ОБМ(ч)	ТАК	ОБМ (віз)	ТАК	ОБМ (віз)
Розповсюдження безкоштовних зразків, пробне використання, демонстрація	ОБМ (пк)	ОБМ(ч)	ТАК	ТАК	ТАК	ТАК
Торгові виставки	ТАК	ТАК	ТАК	ТАК	ОБМ (чої)	ТАК
Ділові візити	ОБМ (пк)	ОБМ(ч)	ТАК	ТАК	ТАК	ТАК
Засоби B2BK в місцях прийняття рішень						
Стимулювання у момент продажу	ОБМ (пк)	НІ	ТАК	ТАК	ОБМ (чої)	ТАК
Телефоний маркетинг	НІ	НІ	ТАК	ОБМ (віз)	ТАК	ОБМ (віз)
Пряме поштове розсилання	ОБМ (пм)	ОБМ (ч)	ТАК	ТАК	ТАК	ТАК
Журнали НР	НІ	ОБМ (ч)	ТАК ТАК	ОБМ (віз)	ТАК	ОБМ (віз)
Інтернет	ОБМ (цп)	ОБМ (к)		ТАК	ОБМ (чої)	ТАК
повністю стандартизовані / частково стандартизовані / адаптовані до національних умов						
<p>ТАК = засіб є доцільним для досягнення даної мети; НІ = засіб не підходить для досягнення даної мети; ОБМ = засіб повинен використовуватися з певними обмеженнями: к = обмеження за кольором; ч = обмеження за частотою; чої = обмеження за часом обробки інформації; кк = обмеження за кількістю контактів; віз = візуальні обмеження; пк = потребує попередніх контактів; цп = обмеження за циклом придбання; пм = тільки для прямого маркетингу.</p>						

6. Розміщення B2B-комунікацій передбачає реалізацію комплексу маркетингових комунікацій на практиці, при цьому важливим є постійний моніторинг щодо придатності обраних комунікативних методів на кожному окремому ринку.

7. Оцінка психологічної та економічної ефективності B2B, що передбачає розрахунок ефективності КПП на основі системи кількісних показників (обсягу продажів, прибутковості, зміни в обізнаності та ставлення до продукту/торгової марки з боку цільової аудиторії). На даному етапі завершується формування комунікаційної політики підприємства, можливе вдосконалення обраного комплексу маркетингових комунікацій.

Таким чином, удосконалено методику формування B2B-комунікацій за рахунок комплексного поєднання основних методів аналізу внутрішньої та зовнішньої інформації й обґрунтованого вибору засобів B2B-комунікацій із можливістю оптимізації психологічних та економічних ефектів комунікативної діяльності підприємства залежно від стадії життєвого циклу, що дозволяє формувати інтегровані системи маркетингових комунікацій промислового підприємства на міжнародному ринку за умов обмеженості внутрішніх резервів, виходячи із принципу цілей та завдань.

Наук. керівн. Полякова Я. О.

Література: 1. Уэбстер Ф. Основы промышленного маркетинга / Ф. Уэбстер-младший ; пер. с англ. – М. : ЗАО "Издательский дом Гребенникова", 2005. – 415 с. 2. Минетт С. Маркетинг B2B и промышленный брендинг / Стив Минетт ; пер. с англ. – М. : ИД "Вильямс", 2008. – 208 с. 3. Райт Р. B2B-Маркетинг / Рей Райт ; пер. с англ. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 624 с.

УДК 65.012.34

Башевский А. А.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОЙ АНАЛИЗ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. Рассмотрена современная разработка положений ФСА бизнес-процессов и повышение его эффективности машиностроительных предприятий с массовым типом производства.

Анотація. Розглянуто сучасну розробку положень ФВА бізнес-процесів та підвищення його ефективності машинобудівних підприємств з масовим типом виробництва.

Annotation. A modern elaboration of the Activity Based Costing business analysis positions and development of its efficiency in machine-building plants with the massive type of engineering is regarded.

Ключевые слова: функционально-стоимостной анализ (ФСА), машиностроение, бизнес-процесс, процессный подход, массовый тип производства, ФСА-метод.

Согласно стратегии развития Украины основной задачей национальной экономики является переход на инновационный путь развития. Ключевая роль в этом процессе принадлежит машиностроению как системообразующей отрасли. Машиностроение определяет состояние производственного потенциала Украины, обеспечивает функционирование всех отраслей народного хозяйства (топливно-энергетического комплекса, транспорта, связи, агропромышленного комплекса, оборонно-промышленного комплекса и т. д.), а также наполнение отечественного потребительского рынка.

В настоящее время машиностроительный комплекс Украины переживает общие для всех отраслей промышленности проблемы: неудовлетворительное состояние основных фондов, большая часть которых физически и морально устарела, недостаток оборотных средств, ослабление кадрового потенциала, низкая конкурентоспособность продукции на внешнем рынке, слабая инвестиционная активность и др. По мнению экспертов, наиболее важной для отечественного машиностроения является проблема низкой эффективности внутренних бизнес-процессов [1].

© Башевский А. А., 2011



Целью статьи является теоретическое обоснование и разработка положений функционально-стоимостного анализа (ФСА) бизнес-процессов машиностроительных предприятий с массовым типом производства.

Объектом являются машиностроительные предприятия с массовым типом производства, использующие процессный подход к управлению организацией. Предметом выступают методические инструменты ФСА бизнес-процессов машиностроительных предприятий с массовым типом производства. Теоретической основой послужили труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные проблемам функционально-стоимостного анализа, функционально-стоимостного управления, функционального учета затрат.

Методологическую основу составили общенаучные методы познания: анализ и синтез, определение, сравнение, моделирование, обобщение. Новые возможности для развития бизнес-процессов машиностроительных предприятий открывает процессный подход к управлению организацией. Большинство специалистов сходятся во мнении, что переход от функционального управления к процессному требует применения тех инструментов, которые фокусируются на развитии бизнес-процессов. Многие из них склоняются к тому, что в качестве такого инструмента следует использовать ФСА бизнес-процессов. Особенно актуально применение ФСА бизнес-процессов на машиностроительных предприятиях с массовым типом производства. Это обусловлено ростом накладных расходов, обострением конкурентной борьбы, динамичностью внешней среды, развитием информационных технологий, "несовершенством" исполнителей, индивидуализацией продукции.

Функционально-стоимостный анализ как инструмент развития бизнес-процессов позволяет рассчитать затраты, связанные с выполнением бизнес-процессов, оценить их эффективность, выявить сильные и слабые стороны организации бизнеса с точки зрения создания потребительской стоимости. На основании данных функционально-стоимостного анализа разрабатывается будущая модель организации бизнеса. Тем самым использование предприятиями метода ФСА создает условия для постоянного развития и совершенствования бизнес-процессов, способствует созданию конкурентных преимуществ, которыми должно обладать каждое предприятие [2].

Теоретические и методические аспекты функционально-стоимостного анализа нашли широкое отражение в работах отечественных и зарубежных исследователей. Среди трудов отечественных ученых можно выделить работы Моисеевой Н. К., Майданчика Б. И., Барышникова А. А. Среди трудов зарубежных ученых следует отметить работы Майлса Л. Д., Х. Эберта, К. Томаса, Курьяна А. Г. и др.

В настоящее время существуют различные мнения об эффективности применения функционально-стоимостного анализа (ФСА) или в английской аббревиатуре Activity Based Costing (ABC). Одни пользователи считают ФСА достаточно сложным для понимания и применения. Другие наоборот, простым известным методом, но им не совсем понятна технология его применения, как в методическом плане, так и в плане использования программных средств его поддержки. Третья категория менеджеров вообще не видит возможности его практического применения. Повышение производительности включает в себя три этапа. На первом этапе осуществляется анализ функций для определения возможностей повышения эффективности их выполнения. На втором – выявляются причины непроизводительных расходов и пути их устранения. И, наконец, на третьем этапе осуществляется мониторинг и проведение нужных изменений на предприятии [3].

Что касается снижения стоимости, трудоемкости и времени, то с помощью ФСА-метода можно так реорганизовать деятельность, чтобы было достигнуто устойчивое их сокращение. Для этого необходимо сделать следующее:

- 1) сформировать ранжированный перечень функций по стоимости, трудоемкости или времени;
- 2) выбрать функции с высокой стоимостью, трудоемкостью и временем;
- 3) сократить время, необходимое для выполнения функций;
- 4) устранить ненужные функции;
- 5) организовать совместное использование всех возможных функций;
- 6) перераспределить ресурсы, высвободившиеся в результате усовершенствований.

Очевидно, что вышеперечисленные действия улучшают качество бизнес-процессов. Кроме того, повышение качества бизнес-процессов осуществляется за счет проведения сравнительной оценки и выбора рациональных (по стоимостному или временному критерию) технологий выполнения операций или процедур, являющихся элементами бизнес-процессов [4].

Анализ научных трудов позволяет сделать вывод, что внимание ученых, в основном, сконцентрировано на теоретических и методических положениях ФСА продукции. Вопросы же, связанные с особенностями применения функционально-стоимостного анализа как инструмента развития бизнес-процессов организаций, недостаточно теоретически исследованы и методически проработаны в научной литературе. Актуальность и слабая проработанность этой проблемы оказали влияние на выбор темы научной статьи, определили его целевую направленность и содержание.

Для достижения поставленной цели требуется решение следующих задач:

1. Обоснование необходимости использования ФСА для развития бизнес-процессов современных машиностроительных предприятий с массовым типом производства.
2. Изучение теоретических основ функционально-стоимостного анализа бизнес-процессов.

3. Исследование особенностей применения ФСА бизнес-процессов на машиностроительных предприятиях с массовым типом производства.
4. Анализ существующих методик проведения ФСА на предприятиях.
5. Анализ и выбор показателей, методов оценки значимости, результативности и стоимости бизнес-процессов машиностроительных предприятий с массовым типом производства.
6. Выбор программного обеспечения для проведения ФСА бизнес-процессов на машиностроительных предприятиях с массовым типом производства.
7. Разработка и апробация методики ФСА бизнес-процессов машиностроительных предприятий с массовым типом производства [5].

После внедрения предложенного варианта перераспределения функций максимальные значения показателей времени и средств стали приходиться на выполнение основных бизнес-процессов, связанных с реализацией товаров через торговые подразделения компании. Научная новизна научной статьи состоит в теоретическом обосновании и разработке методических инструментов ФСА бизнес-процессов машиностроительных предприятий с массовым типом производства. Практическая значимость данной статьи заключается в возможности применения содержащихся в работе положений и выводов в качестве основы для проведения функционально-стоимостного анализа бизнес-процессов предприятий машиностроительного профиля, что, в свою очередь, позволит им постоянно развиваться и совершенствовать внутренние бизнес-процессы, тем самым повышая эффективность своей деятельности. Кроме того, результаты исследования могут быть применены в педагогической деятельности преподавателей высших учебных заведений при разработке курсов "Функционально-стоимостной анализ", "Управленческий учет".

Научн. рук. Рогожин В. Д.

Литература: 1. Моисеева Н. К. Функционально-стоимостной анализ в машиностроении [Электронный ресурс] / Н. К. Моисеева. – М. : Машиностроение, 2007. – Режим доступа : <http://www.logistics-gr.com/index.php?option=com>. 2. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – М. : Институт новой экономики, 2002. 3. Шарипов Р. Х. Функционально-стоимостной анализ (ФСА) [Электронный ресурс] / Р. Х. Шарипов. – Режим доступа : <http://www.metodolog.ru/00940/00940.html>. 4. Функционально-стоимостной анализ деятельности предприятия как методическая основа оценки результативности и эффективности менеджмента качества [Электронный ресурс] / А. Г. Курьян и др. – Режим доступа : <http://www.smis-bntu.com/content/view/5/7/278>. 5. Функционально-стоимостной анализ и управление эффективностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.iso.ru/journal/articles/490.html>. 6. Андерсен Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования [Электронный ресурс] / Б. Андерсен. – М. : Стандарты и качество, 2004. – Режим доступа : reading.org.ua/downloadhtml.php?book=115072. 7. Кибанов А. Я. Управление машиностроительным предприятием на основе функционально-стоимостного анализа [Электронный ресурс] / А. Я. Кибанов. – М. : Машиностроение, 2001. – Режим доступа : <http://masters.donntu.edu.ua/2001/fem/kolesnichenko/diss/statia/fsa.htm>.

УДК 657.212

Каліберда Є. Л.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Присвячено проблемі ефективного управління дебіторською заборгованістю підприємства. Запропоновано алгоритм дій фінансового менеджера, який враховує необхідність підвищення прибутку та мінімізації витрат за рахунок впровадження кредитної політики.

Аннотация. Посвящена проблеме эффективного управления дебиторской задолженностью предприятия. Предложен алгоритм действий финансового менеджера, который учитывает необходимость повышения прибыли и минимизации издержек за счет внедрения кредитной политики.

© Каліберда Є. Л., 2011



Annotation. The article deals with the problem of effective accounts receivable management. The sequence of financial manager's actions is offered, which takes into consideration the necessity to increase profit and minimize costs through the implementation of credit policy.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, безнадійні борги, стандарти кредитоспроможності, облік векселів, факторинг, форфейтинг, сек'юритизація.

На сучасному етапі розвитку України її економіка характеризується такими показниками, що підприємства, які є дебіторами, намагаються відстрочити свої платежі. Це призводить до нестачі грошових коштів у кредиторів і, у свою чергу, підриває їх кредитну репутацію. До того ж підприємства та організації об'єктивно не можуть відмовитись від надання кредитів своїм покупцям, адже це підвищує обсяги продаж. З огляду на такі тенденції виникає гостра необхідність у ефективному управлінні дебіторською заборгованістю фінансовими менеджерами підприємств. Тобто актуальність даної теми полягає ще й у тому, що виникає потреба не лише у максимізації грошових потоків за рахунок впровадження кредитної політики, а й у пошукові шляхів фінансування зростання дебіторської заборгованості для зниження витрат.

Свого часу цю проблему розглядали Бланк І. А., Джеймс К. Ван Хорн, Бригхем Ю. Ф., Эрхардт М. С.

Визначення методів та етапів управління дебіторською заборгованістю є досить складною проблемою, але алгоритмізація дій управління дебіторською заборгованістю сприятиме її розв'язанню для досягнення оптимального співвідношення між вигодою та ризиком.

Якщо систему регулювання дебіторської заборгованості розглядати як послідовність певних дій, то першим етапом буде прийняття рішення про надання кредиту, адже комерційне кредитування всіх охочих призведе не до підвищення прибутку, а, навпаки, до його зниження, через зростання безнадійних боргів і відсутність грошових коштів для виплат по власній кредиторській заборгованості. Для прийняття такого рішення кожна фірма розробляє власні стандарти кредитоспроможності і за ними оцінює потенційних дебіторів. Для цього проводиться аналіз не тільки строку роботи з даним партнером, його платіжна дисципліна та загальний об'єм закупівель, але й фінансового стану потенційного партнера і його ділової репутації. Джерелами такої інформації можуть послужити фінансова звітність, рейтинги кредитоспроможності та звіти про кредитні операції, банківські перевірки, комерційні перевірки і власний досвід фірми.

Теоретично фірмі слід знижувати вимоги, які вона ставить до якості акцептованих нею рахунків, доти, доки рентабельність продаж на таких умовах перевищує додаткові витрати по дебіторській заборгованості [1].

Коли рішення про кредитування прийнято, постає питання про умови, на яких кредит буде наданий. До формування кредитних умов входять строк надання кредиту, його ліміт, система знижок за негайний розрахунок та штрафні санкції за умови несвоечасного виконання зобов'язань або їх невиконання. Визначення цих умов повинно базуватися на висновках аналізу партнера та на аналізі можливостей власного підприємства, що включає формування бюджету дебіторської заборгованості, який дозволяє прогнозувати її рівень на майбутній період і вчасно його коригувати. На цьому етапі важливим є укладання договору, у якому необхідно передбачити і зазначити усі важливі пункти партнерських відносин, що у майбутньому допоможе уникнути конфліктних ситуацій.

Наступним етапом є безпосередній контроль за виконанням зобов'язань, тобто своєчасне виставлення рахунків і контроль виплат з боку боржника. На цьому етапі робота фінансового менеджера також полягає у складанні реєстру "старіння" дебіторської заборгованості, визначення її оборотності, структури і динаміки в цілому та за окремими статтями. Для уникнення формування безнадійних боргів необхідно розроблювати чітку політику інкасації дебіторської заборгованості. У формуванні заходів стягнення боргів необхідно враховувати причини несплати – це можуть бути причини економічного, політичного характеру або форс-мажор, які змушують сумлінних дебіторів відстрочувати платежі, з іншого ж боку, це можуть бути причини недобросовісного характеру.

Можна виділити такі заходи щодо впливу на боржників:

1. Заходи первинного порядку є дієвими для сумлінних дебіторів, адже мають здебільшого психологічний вплив. Вони передбачають нагадування по телефону, факсу або пошті.
2. Заходи вторинного порядку можуть привести до погіршення фінансового стану боржника. До цих заходів слід віднести можливі штрафні санкції, пеню або неустойку.
3. Заходи третинного порядку передбачають претензійну роботу, досудове листування та крайній випадок – подання позову до суду.

Загалом будь-яке рішення фінансового менеджера повинно базуватися на порівнянні економічного ефекту, якого може досягти фірма завдяки кредитній політиці, з витратами. Оптимальною політикою буде вважатися та, при якій граничний дохід буде дорівнювати граничним витратам.

Слід пам'ятати, що усі ці заходи потребують коштів на їх виконання та існує певний взаємозв'язок між витратами по стягненню платежів та втратами по безнадійних боргах, який відображає графік (рисунк).

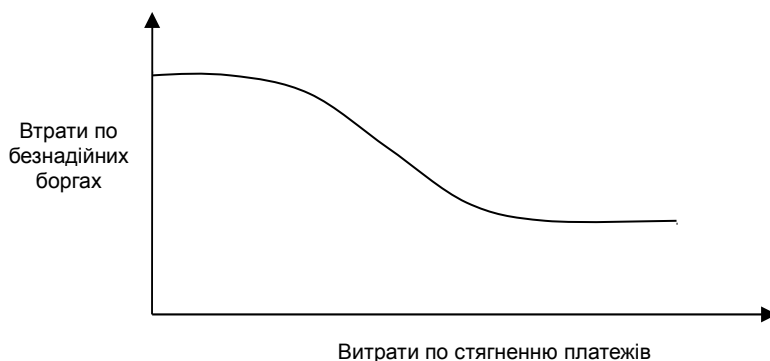


Рис. Взаємозв'язок між втратами по безнадійних боргах та витратах підприємства по стягненню платежів [1]

Також слід зазначити, що існують схеми рефінансування дебіторської заборгованості, тобто переведення її в інші форми обігових коштів підприємства. Серед них можна виділити облік векселів, факторинг, форфейтинг та сек'юритизацію. Облік векселів полягає у їх продажі банку за певною ціною, яка встановлюється залежно від їх номіналу, строку погашення та облікової вексельної ставки. Факторинг – інструмент рефінансування дебіторської заборгованості шляхом переведення цього обігового активу в грошові кошти через продаж права отримання дебіторської заборгованості факторинговій фірмі. Форфейтинг об'єднує в собі риси обліку векселів і факторингу. За кордоном використовується також нова прогресивна схема рефінансування – сек'юритизація, яка проводиться за допомогою емісії цінних паперів на ринку капіталу.

Отже, управління дебіторською заборгованістю – складний і багатогранний процес і саме від того, наскільки грамотно і ретельно розроблена кредитна політика фінансовими менеджерами підприємства, залежить чи буде його діяльність ефективною, а значить, прибутковою. Існує багато різноманітних факторів, які чинять вплив на вибір тих чи інших методів цієї політики, і вони мають бути враховані у розробці алгоритму поведінки керівництва щодо управління дебіторською заборгованістю. А вищенаведений узагальнений план дій може стати у нагоді в проведенні фінансового менеджменту дебіторської заборгованості на підприємствах у сучасних умовах.

Наук. керівн. Бестужева С. В.

Література: 1. Ван Хорн Дж. К. Основы финансового менеджмента / Ван Хорн Дж. К., Вахович Джон ; пер. с англ. – 12-е изд. – М. : ИД "Вильямс", 2008. – 1232 с. 2. Бригхем Ю. Финансовый менеджмент : в 2-х т. Т. 2 / Ю. Бригхем, Л. Гапенски ; пер. с англ., под ред. В. В. Ковалева. – СПб. : Экономическая школа, 1997. – 669 с.

УДК [005.591:005.334]:620.9

Чумаченко В. И.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ РИСКОВ МІЖНАРОДНОГО ІНЖИНИРИНГА В ЕНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СФЕРІ

Аннотація. Посвящено изучению особенностей системы международного инжиниринга. Изучены и систематизированы проектные риски в зависимости от влияния формирующих их факторов в энергетической сфере.

Анотація. Присвячено вивченню особливостей системи міжнародного інжинірингу. Вивчено та систематизовано проектні ризики залежно від впливу чинників, що формують їх, в енергетичній сфері.

© Чумаченко В. И., 2011



Annotation. The article is devoted to studying of the international engineering system features. Project risks are studied and systematized depending on influence of factors forming them in a power sphere.

Ключевые слова: международный инжиниринг, инжиниринговый проект, фактор, риск, ЕРС/М-контрактинг, электроэнергетика.

Реалии современного бизнеса уже доказали целесообразность инновационных методов развития предприятий как условия перехода от развивающейся к развитой рыночной экономике. Инновационная деятельность в электроэнергетике также подразумевает некий импульс к развитию всего социально-экономического строя общества [1].

Энергосберегающий характер экономики развитых стран и ожидаемый прирост потребления электроэнергии развивающихся стран, необходимость технического перевооружения существующих энергосистем, эволюция требований к исполнителю подрядных работ определяют решающую роль инжинирингового подхода к бизнесу.

Из-за быстро нарастающего старения оборудования электростанций (износ достигает почти 65 %) [2] и необходимости его реконструкции многие энергоемкие промышленные производители начинают сами строить и модернизировать электростанции, стремясь ограничить свою зависимость от энергетиков, и потому уделяют больше внимания поиску эффективных инжиниринговых решений.

Так, актуальным фактором создания и сохранения стратегических конкурентных преимуществ компаний энергетической сферы становится применение услуг инжиниринга в подготовке и реализации проектов строительства и модернизации энергетических объектов.

Вопросами данной тематики занимаются специалисты в сфере энергетики в большей степени с практической точки зрения, поэтому теоретическим и методологическим аспектам инжиниринга посвящены немногочисленные труды ученых: Балабанова И. Т., Мазур И. И., В. Шапиро, Кондратьева В. В., Лоренца В. Я., Полякова В. В., Попова В. Л., Лихолетова В. В., Морозова В. В., а также представляют интерес статьи экспертов периодических и Интернет-изданий.

В справочной литературе инжиниринг – это совокупность интеллектуальных видов деятельности, направленных на получение наилучших результатов от капиталовложений за счет системного, междисциплинарного подхода к осуществлению проектов, рационального подбора и эффективного использования всех видов ресурсов и современных методов управления, базирующихся на научно-технических достижениях [3].

Специалисты крупнейшей российской инжиниринговой и строительной компании "Стройтрансгаз" и авторитетной бизнес-инжиниринговой компании "Big Management" определили термин "инжиниринг" как "деятельность на коммерческой основе по обеспечению функционирования искусственно создаваемых объектов и решений транспортных и информационных систем, систем управления, бизнес-систем и т. д." [4].

Авторы пособий и статей освещают современное состояние рынка, организационные формы, типовые и инновационные схемы реализации договорных стратегий инжинирингового бизнеса (ЕРС/М-контрактинг) [5; 6] и т. д., но при этом не исследованной остается система факторов, вызывающих разного рода сбои и помехи в ходе выполнения работ по инжиниринговому проекту.

В. Кондратьев и В. Лоренц [4] акцентируют внимание на применении в инжиниринге проектных методов. Инженерное сопровождение проекта от его зарождения до вывода объекта из эксплуатации – процесс, который требует непрерывного моделирования на всех стадиях его жизненного цикла [6]. Проблематика любой модели организации процессов управления международными инжиниринговыми проектами состоит в идентификации и управлении их рисками.

При заключении контрактов на оказание инжиниринговых услуг стороны распределяют между собой риски по проекту, каждый из которых вызван негативным влиянием разного рода факторов. Системно определяя значимость фактора, участники могут принять меры по управлению рисками и получить уверенность в надежности вложенных средств.

В связи с этим целью написания статьи является систематизация потенциальных проектных рисков международного инжиниринга по вызывающим их факторам в энергетической сфере.

В классификации рисков инновационных проектов, типичных для ЕРСМ-контрактинга, выделяют множество критериев [7; 8]. Однако при наступлении событий, наносящих ущерб, последний, так или иначе, отражается в четырех основных параметрах [9]: цена, срок, мощность и качество.

Под параметром "цена" следует понимать все риски, связанные с финансовой стороной проекта, например: риск превышения планируемой стоимости проекта или согласованной суммы прямых расходов, риски непредвиденных затрат. Риски задержек в реализации проекта или нарушения субподрядчиками своих обязательств (организационные) проявятся в увеличении сроков, а качество выполняемых работ может оказаться под угрозой из-за производственных проблем и того же нарушения субподрядчиками своих обязательств. Еще один основной параметр "мощность" обозначает риск недостижения производственной мощности энергетического объекта или достижения избыточной мощности (таблица).

Значимость факторов в сфере электроэнергетики для рисков международного инжинирингового проекта

Группа факторов	Факторы	Риски участников проекта			
		цена	срок	мощность	качество
Региональные	природно-климатические условия, геология и геодезия	++	+++	--	--
	инфраструктура	++	+++	--	--
	снабжение сырьем, электроэнергией, стоимость стройматериалов	+++	++	--	--
	обеспеченность рабочей силой необходимой квалификации, стоимость рабочей силы	+++	+	--	++
	особенности местных строительных и экологических нормативов	++	+	+++	--
Государственная политика	события форс-мажора (стихийные бедствия)	+	++	+	+++
	политические и экономические кризисы	++	+++	--	+
	изменение законодательства (неопределенность реформ в энергетической сфере)	+++	++	--	--
	изменения таможенных пошлин, введение ограничений на поставки	++	+++	+	+
	события форс-мажора	+	++	+	+++
Отраслевые	уровень энергопотребления в регионе	++	+	+++	--
	тенденции производства и потребления электроэнергии	+++	--	++	--
	уровень либерализации рынка, инвестиционной привлекательности	+++	--	--	--
	конкуренция	+++	++	--	+
	инфляция, ценовые колебания, колебания валютных курсов	+++	++	--	--
Внутренние	изменение тарифов на оплату труда	+++	++	--	+
	уровень организации производства	--	+++	--	++
	уровень организации менеджмента (управление качеством и управленческий учет)	+++	+	--	++
	выбор договорной стратегии, готовность брать ответственность	+++	+++	+	++
	лимит денежных средств	+++	++	--	++
Внутренние	наличие свободных строительно-монтажных мощностей	--	+++	--	++
	уровень техникой безопасности, аварии и отказы оборудования	--	+++	++	+++
	кадровый дефицит	--	++	--	+++
	уровень технической квалификации	++	++	++	+++
	уровень квалификация команды менеджеров	++	+	--	+++
Внутренние	партнерские отношения (личностный фактор)	+++	+	--	+
	степень отработанности кооперативных связей, знание местных подрядчиков	+	+++	--	++
	внутренние качества работников (целеустремленность, мобильность и др.)	+	+++	--	++
Примечание: +++ наибольший риск; ++ высокий риск; + низкий риск; -- фактор не значим					



Факторы, наиболее характерные для сферы электроэнергетики, систематизированы следующим образом: 1) региональные факторы, воздействие которых обусловлено территориальными особенностями оказания инжиниринговых услуг; 2) государственная политика, экономическая и внешнеэкономическая политика как система государственного регулирования; 3) отраслевые или рыночные факторы, так как деятельность инжиниринговых компаний в электроэнергетике неразрывно связана со структурой отрасли; 4) внутренние факторы как ресурсная база инжиниринговой компании.

Как видно из таблицы, каждая группа факторов влияет на возникновение рисков в разной степени. На удорожание проекта в большей степени оказывают влияние внешние факторы: отраслевые, затем региональные и государственные, а среди внутренних – организационный, кадровый и финансовый ресурсы. Превышение сроков инжинирингового контракта чувствительно ко всем факторам, а особенно: природно-климатическим условиям проведения работ, событиям форс-мажора, государственной политике, организации управления в инжиниринговой компании, а также к изменениям рынка. Показатель мощности энергетического объекта в первую очередь зависит от территориальных и рыночных особенностей, в меньшей степени – от внутренних факторов подрядчика. События форс-мажора и все внутренние факторы критичны по отношению к рискам несоблюдения качества выполняемых работ.

Систематизация факторов в управлении рисками участников инжинирингового проекта дает возможность определить, какие факторы являются для них доминирующими на определенном этапе выполнения работ по проекту, и в соответствии с ними разработать комплекс антирисковых мероприятий.

Таким образом, элемент научной новизны работы состоит в предложении усовершенствования механизма моделирования проектов международного инжиниринга путем формирования матрицы рисков относительно факторов их вызывающих. В ходе дальнейшего изучения проблем управления рисками проектов энергетического инжиниринга приоритетными направлениями могут стать:

- 1) разнесение процессов управления рисками по циклу управления проектом;
- 2) разработка конкретных мероприятий по снижению проектных рисков.

Научн. рук.. Стахорская С. И.

Литература: 1. Балабанов И. Т. Внешнеэкономические связи / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 512 с. 2. Байков Н. Перспективы развития мировой энергетики до 2030 г. / Н. Байков, Г. Безмельницкая, Р. Гринкевич // Мировая экономика и международные отношения – № 5. – 2007. – С. 19–30. 3. Бизнес, коммерция, рынок : словарь-справочник. – М. : Информпечать, 1993. – 320 с. 4. Кондратьев В. В. Даешь инжиниринг! Методология организации проектного бизнеса / В. В. Кондратьев, В. Я. Лоренц. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Эксмо, 2007. – 568 с. 5. Осика Л. Современный инжиниринг: определение и предметная область / Л. Осика // Энергорынок. – 2010. – № 4. 6. Осика Л. Формы бизнеса в строительном инжиниринге / Л. Осика // Энергорынок. – 2010. – № 9. 7. Управление инновационными проектами : учебн. пособие / под ред. Попова В. Л. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 336 с. 8. Инвестиционные риски в строительной индустрии [Электронный ресурс] – Режим доступа : www.greencash.ru. 9. Малахов В. И. ЕРС/М-холдинг – новое слово в строительной инкорпорации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.cfin.ru.

Стеценко А. В.

УДК 338.51:339.944

Студент 5 курса
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ ЦІНОУТВОРЕННЯ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Розкрито особливості формування стратегії ціноутворення на продукцію вітчизняних промислових підприємств при здійсненні ними зовнішньоекономічної діяльності, проаналізовано основні фактори, які впливають на вибір стратегії ціноутворення, розкрито алгоритм формування ціни на продукцію промислових підприємств.

Аннотация. Раскрыты особенности формирования стратегии ценообразования на продукцию отечественных промышленных предприятий при осуществлении ими внешнеэкономической деятельности, проанализированы основные факторы, которые влияют на выбор стратегии ценообразования, раскрыто алгоритм формирования цены на продукцию промышленных предприятий.

© Стеценко А. В., 2011

Annotation. The article reveals the features of formation of pricing strategies for products of domestic enterprises in carrying out foreign economic activities, the key factors that influence the choice of pricing strategy have been analyzed, the algorithm pricing for the products of industrial enterprises has been disclosed.

Ключові слова: стратегія, ціноутворення, промислові підприємства, зовнішньоекономічна діяльність

У сучасних умовах глобалізації економіки та розширення зовнішньоекономічних зв'язків України формуються нові вимоги до підприємств – суб'єктів ЗЕД – як до соціально-економічної системи. Успіх діяльності підприємств залежить від здатності адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі: передбачати та змінювати структуру бізнесу, обґрунтовано підходити до розробки гнучкої стратегії розвитку підприємств, впроваджувати стратегічно адаптовані рішення на підґрунті гнучкого ціноутворення. В умовах господарювання, коли ціноутворення вважається одним з ключових факторів, які безпосередньо впливають на результативність, багато підприємств займаються впровадженням нових підходів у цій сфері, але цього недостатньо. Ціноутворення має стати невід'ємною частиною стратегічного управління промисловим підприємством як усередині країни, так й за її межами. Система пошуку стратегічних рішень на рівні ціноутворення підприємства повинна найбільш повно враховувати зовнішню та внутрішню інформацію про надані можливості й ресурси. У системі стратегічного ціноутворення промислової продукції враховуються загальні економічні умови, ситуація на ринку, певні стратегічні рішення, внутрішні фінансові, технологічні й організаційні обмеження. Враховуючи значний ступінь невизначеності кон'юнктури вітчизняного промислового ринку, стратегія ціноутворення підприємств – суб'єктів ЗЕД – повинна бути гнучкою, пристосованою до змін у ринковій кон'юктурі, що дозволить швидко, за допомогою операційного аналізу, вносити зміни у товарний асортимент та цінову політику, передбачати наслідки цих заходів, їх вплив на фінансові показники діяльності промислових підприємств, а також приймати стратегічно адаптовані рішення відповідно до змін ринкової ситуації. Проблема розвитку стратегії ціноутворення завжди була, є й залишається актуальною, оскільки ціна як один із засобів досягнення цілей підприємства та ціннісних пріоритетів споживачів визначає обсяг збуту, є параметром оцінки конкурентоспроможності товарів промислових підприємств.

Теоретичні та практичні питання стосовно вдосконалення ціноутворення і формування цінової стратегії промислового підприємства досліджено у наукових працях багатьох учених-економістів та практиків. Вагомий внесок у розвиток цієї проблематики зробили Абрютіна М. С., Книш В. К., Коріньєв Л. В., Ж.-Ж. Ламбен, Чубаков Г. Н., Наливайко А. С., Дейлі Дж. Л та інші автори [1 – 3]. Однак сучасні дослідження з цієї проблеми переважно зорієнтовані на теоретичні чи практичні аспекти планування цінової діяльності без конкретизації за окремими галузями виробництва. Іншими словами, прикладні моделі стратегії ціноутворення не враховують особливості природи ринку, до якого адаптуються промислові підприємства, а також формування стратегії ціноутворення залежно від факторів мінливого зовнішнього середовища у вигляді ринків збуду промислових підприємств. Тому актуальним на даний час розвитку економічних відносин в Україні є аналіз особливостей стратегії ціноутворення вітчизняних промислових підприємств при здійсненні ними ЗЕД.

Ринок промислової продукції належить до традиційних ринків, тому варто відмітити, що стратегія ціноутворення повинна розроблятися відповідно до можливостей підприємства та умов вітчизняного ринку. Проте вітчизняні промислові підприємства відчувають дефіцит досліджень у сфері теоретико-методологічних положень щодо впровадження механізму гнучкого ціноутворення в умовах галузі машинобудування. Відомо, що в основі визначення ціни на промислову продукцію лежить витратний метод. Цей підхід забезпечує задану норму прибутку на інвестований підприємством капітал, проте в концептуальному плані є помилковим, оскільки не враховує, що саме ціна визначає рівень попиту на продукцію промислових підприємств на основних ринках збуту – у країнах СНД.

Цінові стратегії промислових підприємств є динамічними, такими, що постійно потребують аналізу цінових рішень та їх корегування залежно від ринкових умов. З розвитком ринку з'являються різні модифікації стратегій конкурентного ціноутворення. Поєднання стратегій конкурентного та диференційованого ціноутворення, виходячи з ринкових умов, забезпечує високу ефективність комплексу заходів стосовно ціни та її управління (рисунок).

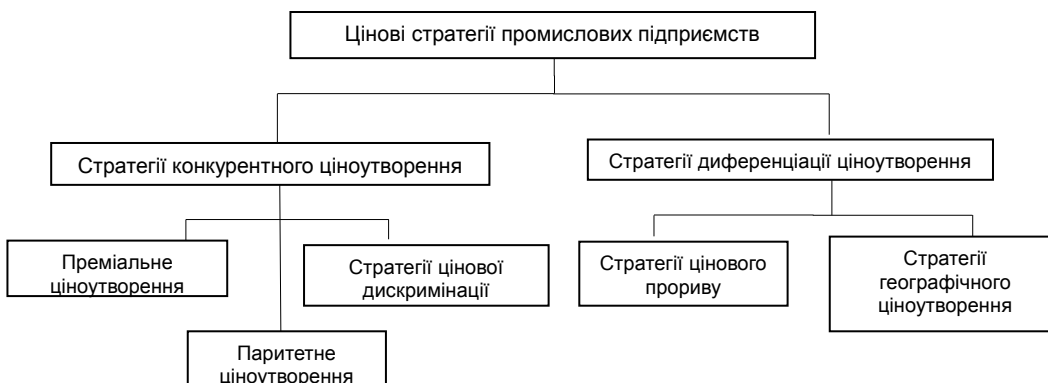


Рис. Класифікація стратегій ціноутворення промислових підприємств



Таким чином, особливості прийняття цінових рішень у ЗЕД вітчизняних промислових підприємств з урахуванням специфіки виробництва дали змогу дійти висновків щодо процесу ціноутворення. На сьогодні процес визначення рівня ціни на продукцію промислових підприємств в основному базується на витратах на виробництво, нормі прибутку, обсягах продажів та рівні цін конкурентів. При цьому процес ціноутворення зводиться до простої реакції на зміну ринкових умов. Однак в основі стратегічного ціноутворення промислового підприємства повинна лежати стратегія, що розроблена на тривалу перспективу, яка дає йому змогу адаптуватися до реалій ринку, своєчасно реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища. Саме тому впровадження стратегічного ціноутворення є одним з основних завдань і умов забезпечення ефективності промислового виробництва в умовах сучасної економіки.

Отже, на сьогодні існує реальна потреба вдосконалення стратегічного ціноутворення з урахуванням галузевих особливостей виробництва та реалізації промислової продукції. Значною мірою це стосується процесу формування цінової стратегії на промислових підприємствах. Тому подальші наукові дослідження повинні бути спрямовані на вдосконалення цього процесу формування при використанні гнучкої цінової стратегії, що базується на врахуванні взаємозв'язку обсягу попиту та ціни на продукцію, життєвого циклу продукції.

Наук. керівн. Стахорська С. І.

Література: 1. Кныш В. К. Конкурентные стратегии : учебн. пособ. / В. К. Кныш. – СПб. : Любович, 2000. – 283 с. 2. Корінев В. Л. Оцінка ефективності маркетингового ціноутворення в системі управління підприємством / В. Л. Корінев // Актуальні проблеми управління : монографія / В. Огаренко, В. Корінев, К. Райхель та ін. ; [за наук. ред. д-ра наук з держ. упр., професора В. Огаренка]. – Запоріжжя ; Жешув : Вид-во ГУ "ЗІДМУ", 2008. – С. 99–151. 3. Кудлай В. Г. Маркетинговий підхід у ціноутворенні / В. Г. Кудлай // Економіка. Фінанси. Право. – 2006. – № 4. – С. 3–7. 4. Абрютіна М. С. Ценообразование в рыночной экономике : учебник / М. С. Абрютіна. – М. : Дело и Сервис, 2002. – 256 с. 5. Дейли Дж. Л. Эффективное ценообразование – основа конкурентного преимущества / Дж. Л. Дейли ; пер с англ. – М. : Вильямс, 2004. – 304 с. 6. Длігач А. О. Формування маркетингової цінової стратегії / А. О. Длігач // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 12. – С. 80–93.

Іваненко О. В.

УДК 657.3

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК УПРАВЛІНСЬКОЇ ТЕХНОЛОГІЇ

Анотація. Узагальнено існуючі підходи до визначення поняття "бюджетування", проведено порівняльний аналіз сутності бюджетування з точки зору його ролі в процесі управління підприємством. Обґрунтовано визначення сутності бюджетування як управлінської технології з точки зору системного підходу.

Аннотация. Обобщены существующие подходы к определению понятия "бюджетирование", проведен сравнительный анализ сущности бюджетирования с точки зрения его роли в процессе управления предприятием. Обосновано определение сущности бюджетирования как управленческой технологии с точки зрения системного подхода.

Annotation. The critical assessment of existing approaches to budgeting is conducted. Analysis of budgeting definitions and comparison of essential approaches to budgeting identification in terms of its role in the management process is held. The interpretation of budgeting as a management technique on the basis of system approach is grounded.

Ключові слова: бюджет, бюджетування, управлінська технологія, системний підхід, інструмент, фінансове планування.

У сучасних умовах господарювання управління підприємством має бути засновано на використанні таких підходів, які здатні забезпечити не тільки ефективне функціонування підприємства, а й успішну діяльність у довгостроковій перспективі. Це знижує вплив невизначеності зовніш-

нього середовища на підприємство, підвищує обґрунтованість рішень, що приймаються на різних етапах управління. Важливу роль у досягненні цього відіграє бюджетування. Проте можливості бюджетування на вітчизняних підприємствах реалізуються не в повному обсязі, формальний підхід до складання бюджетів здебільшого спричиняє додаткові витрати, призводить до погіршення фінансового стану підприємств, знижує привабливість для інвесторів, підриває основу майбутнього розвитку. Саме тому проблеми впровадження бюджетування в процес управління підприємством є актуальними.

Основною теоретико-методичною базою при дослідженні бюджетування на підприємстві є роботи закордонних економістів, таких, як К. Дж. Шим, Г. Дж. Сігел, І. Мейтленд, а також російських економістів А. Карпова, В. Хруцького, К. Щиборща. Серед українських вчених у сфері бюджетування можна назвати І. Бланка, В. Савчука, С. Голова, С. Ковтун. Критичний огляд сучасних публікацій дав змогу зробити висновок, що недостатньо розкриті питання про місце й роль бюджетування в управлінні підприємством. У той час як значна увага приділена складу бюджетних статей та різновидам бюджетів, управлінський аспект бюджетування недостатньо висвітлений, тому потребує подальшого розвитку.

Метою статті є узагальнення існуючих теоретичних підходів до сутності бюджетування та визначення особливостей бюджетування як управлінської технології.

У науковій літературі існує багато визначень поняття "бюджетування". Думки, що бюджетування – це процес планування майбутньої діяльності підприємства, результати якого оформляються системою бюджетів, дотримується В. Савчук [1] та С. Голова [2], як вид фінансового планування розглядає бюджетування М. Бухалков [3]. До процесу складання та реалізації бюджету зводиться розуміння бюджетування К. Щибощем [4].

У системі оперативного контролінгу бюджетування розглядається як інструмент з вирішення проблем підвищення рівнів ефективності та координованості процесів оперативного планування та контролю діяльності [5].

Бюджетування трактується фахівцями як комплексна система оперативного управління ресурсами підприємства на всіх його рівнях, що реалізує тактичні цілі керівництва в рамках прийнятої стратегії, тобто, по суті, як система внутрішньофірмового фінансового управління [6]. Більш загальне визначення говорить про бюджетування як про процес регулярного планування, обліку, контролю та аналізу фінансово-економічного стану підприємства [7]. Бюджетування розглядають як регламентований процес формування, розгляду та затвердження бюджету підприємства і контролю його виконання [8].

У літературі детально розглянуті питання, пов'язані з загальною послідовністю складання бюджетів та вибору статей, що їх формують. Так, при впровадженні бюджетування використовують та коригують відповідно до потреб кожного окремого підприємства типовий набір бюджетів. Проте зводити зміст бюджетування тільки до процесу складання та виконання бюджетів не можна, адже це значно ширше поняття.

Деякі автори, зокрема С. Ковтун [9], визначає бюджетування як технологію фінансового планування, обліку та контролю доходів та витрат бізнесу на всіх рівнях управління, яка дозволяє аналізувати прогностичні та отримані фінансові показники.

Головною перевагою бюджетування є надходження інформації в реальному режимі часу, що надзвичайно важливо для керівництва. Такий режим зберігається за умови своєчасної та злагодженої взаємодії ланок процесу бюджетування: планування, контролю та аналізу результатів діяльності структурних підрозділів та підприємства в цілому.

За допомогою бюджетування можна спланувати, дати економічну оцінку наслідкам запроваджених заходів, управляти фінансовими результатами компанії та окремих бізнес-підрозділів, визначити напрями, масштаби, темпи розвитку, виражені у фінансових показниках. Воно спрямоване на розробку і підвищення фінансово-економічної обґрунтованості управлінських рішень.

Бюджетування дає можливість координувати всі види та аспекти діяльності всіх підрозділів щодо досягнення результатів, як наслідок, підвищувати ефективність діяльності. У рамках процесу бюджетування підприємство реалізує основні функції управління – організацію, планування, контроль, мотивацію, регулювання – щодо забезпечення фінансово-економічної результативності та збалансованості бізнесу. Тому, на думку автора, бюджетування слід розглядати не просто як інструмент або технологію планування показників діяльності, а як технологію управління підприємством.

У загальному розумінні управлінська технологія – це комплекс організаційних заходів, що поєднує в собі методи, прийоми, послідовність операцій та процедур, науковий опис способів управлінської діяльності, у тому числі формування управлінських рішень для досягнення цілей підприємства [10].

Виходячи з цього, бюджетування можна вважати технологією управління, яка дає можливість погоджувати і підпорядкувати діяльність підрозділів досягненню стратегічних цілей підприємства. Бюджетування складає методичну, організаційну, інформаційну основу управління підприємством.

Дуже важливо розглядати бюджетування з точки зору системного підходу, який складає основу управлінської діяльності. Відповідно до системного підходу, бюджетуванню як управлінській технології притаманні системні закономірності, зміст яких детально розкрито в таблиці.

Системні закономірності бюджетування як управлінської технології

Закономірності функціонування систем [11]	Особливості бюджетування
Цілісність	<p>Система бюджетів підприємства описує його фінансово-господарську діяльність як ціле, що знаходить своє відображення у консолідованому (зведеному) бюджеті підприємства. Складання кожного бюджету окремо не надасть тієї інформації для прийняття управлінських рішень, що її можна отримати проводячи аналіз системи бюджетів та зведеного бюджету.</p> <p>Аналітичне наповнення консолідованого бюджету залежить від складу операційних, фінансових, інвестиційних бюджетів, проте на відміну від них, консолідований бюджет надає інформацію про стан підприємства в цілому, враховуючи стан окремих підсистем.</p> <p>Чим менше при складанні бюджетів враховується загальна мета функціонування підприємства, тим більше значення прогресуючої факторизації, тобто окремі бюджети складаються незалежно один від одного (елементи системи стають все більше незалежними, що знижує ефективність функціонування системи та ускладнює досягнення мети). Та навпаки, коли взаємозв'язок між окремими бюджетами посилюється, тобто в процесі складання окремих бюджетів враховуються інтереси як окремих підрозділів, так і підприємства в цілому, це характеризує процес прогресуючої систематизації – збільшення цілісності системи</p>
Інтегративність	<p>Інтегративність підкреслює те, що, незважаючи на неоднорідність та суперечливість елементів системи, вони все ж створюють єдине ціле. Так, при складанні бюджетів різних підрозділів існує певні суперечки щодо поділу грошових коштів між напрямками, різні інтереси фінансових, маркетингових, виробничих служб. Усе це вимагає узгодження та досягнення компромісу в процесі затвердження бюджету на наступні бюджетні періоди</p>
Комунікативність	<p>Ця закономірність систем втілюється в тому, що при складанні бюджетів будь-якого рівня менеджери враховують фактори зовнішнього середовища підприємства, а також зовнішнього середовища кожного окремого відділу та служби, тобто підприємства в цілому. Крім того, особливою частиною системи бюджетування є складання графіка документообігу, який і представляє взаємозв'язки підрозділів у процесі їх взаємодії при затвердженні бюджетів</p>
Ієрархічність	<p>Система бюджетів має ієрархічну структуру. Бюджети складаються на рівні структурних підрозділів та на рівні підприємства в цілому (консолідовані бюджети). Затвердження бюджетів також проходить відповідно до ієрархічної структури організації.</p> <p>Оскільки саме консолідований бюджет подається керівництву підприємства для прийняття рішень та оцінки діяльності підприємства щодо досягнення стратегічних цілей, то відповідно до змін цілей системи змінюється й консолідований бюджет. При цьому згідно із закономірністю ієрархічності системи бюджетів зміни у бюджетах відповідних підрозділів та служб також мають відбуватися</p>
Закономірність необхідної різноманітності	<p>Наповнення системи бюджетів здійснюється поступово по мірі необхідності (збільшення підприємства, розширення напрямків діяльності). На перших етапах упровадження бюджетування не має потреби розробляти всі можливі види бюджетів, а тільки найбільш основні. Різноманітність бюджетів, що складають систему бюджетів на підприємстві, повинна бути виправданою потребами управління, проте мінімально необхідною. Аналогічно, при розробці фінансової структури не треба вводити велику кількість проміжних центрів консолідації.</p> <p>Ускладнення схеми фінансової структури підвищує рівень аналітики звітів про бізнес-напрямки, проте зростають витрати часу та грошових коштів на підтримку функціонування такої системи. Тому в системі бюджетування дотримуються закономірності необхідної різноманітності</p>

Таким чином, бюджетування слід розглядати як технологію управління підприємством, що дозволяє визначити необхідні напрями та впорядкувати поточну діяльність, установити відповідність та обґрунтувати послідовність дій щодо досягнення стратегічних цілей, саме за його допомогою підприємство може узгодити свої стратегічні та поточні плани.

Наук. керівн. Плоха О. Б.

Література: 1. Савчук В. П. Практическая энциклопедия. Финансовый менеджмент / В. П. Савчук. – 3-е изд. – К. : Corporation Group, 2008. – 880 с. 2. Голов С. Ф. Управленческий бухгалтерский учет / С Ф. Голов. – К. : Либра, 2004. – 704 с. 3. Бухалков М. И. Внутрифирменное планирование / М. И. Бухалков. – М. :

ИНФРА-М, 2000. – 400 с. 4. Щиборщ К. В. Бюджетирование деятельности промышленных предприятий России / К. В. Щиборщ. – М. : Издательство "Дело и Сервис", 2001. – 544 с. 5. Дьоміна О. М. Бюджетування як інструмент координації в системі оперативного контролінгу / О. М. Дьоміна // Проблеми науки. – 2008. – № 9. – С. 13–19. 6. Крючков А. Взаємозв'язок управлінського обліку і бюджетування: досвід промислових підприємств / А. Крючков // Бізнес-консультант. – 2004. – № 1. – С. 8–12. 7. Шумило Ю. О. Бюджетування як важливий елемент операційного планування / Ю. О. Шумило // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 7. – С. 105–111. 8. Балкін В. Бюджетування на промисловому підприємстві / В. Балкін, С. Кийко, Є. М'ягков // Бухгалтерський облік і аудит. – 2005. – № 3. – С. 23–31. 9. Ковтун С. Бюджетування на сучасному підприємстві, або Як ефективно управляти фінансами / С. Ковтун. – Х. : Фактор, 2005. – 336 с. 10. Смирнов Э. А. Управленческие технологии как объект функционального аудита / Э. А. Смирнов // Менеджмент в России и за рубежом. – 1998. – № 6. – С. 95–104. 11. Системный анализ в экономике и организации производства : учебник для студентов, обучающихся по специальности "Экономическая информатика и АСУ" / С. А. Валуев, В. Н. Волкова, А. П. Градов и др. ; под общ. ред. С. А. Валуева, В. Н. Волковой. – СПб. : Политехника, 1991. – 398 с.

УДК 620.9

Лутай М. В.

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ

Анотация. Розглянуто існуючі методики оцінки енергетичної ефективності діяльності підприємства та запропоновано узагальнений набір показників.

Аннотация. Рассмотрены существующие методики оценки энергетической эффективности деятельности предприятия и предложен обобщенный набор показателей.

Annotation. The existing methodology for assessing the energy efficiency of the company and a generic set of indicators is proposed.

Ключові слова: енергетична ефективність, показники енергетичної ефективності.

На сьогоднішній день усе більше загострилася проблема видобування та споживання енергетичних ресурсів, адже з кожним роком їх запаси у земній корі зменшуються, а зарекомендується вартість цих ресурсів. Тому необхідно оптимізувати споживання ресурсів, тобто покращити енергетичну ефективність діяльності підприємств.

Енергетична ефективність – ефективне (раціональне) використання енергетичних ресурсів – досягнення економічно обґрунтованої ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів при існуючому рівні розвитку техніки та технології і додержування вимог до охорони навколишнього середовища [1].

Проблемою покращення енергетичної ефективності займається багато вчених, зокрема: Вороновський Г. К. [2], Жовтянський В. А. [3], Кулик М. М. [3], Шидловський А. К. [4], Гейман М. І. [5], Єгупов Ю. О. [6], Хараїм О. О. [7].

Оцінка енергетичної ефективності здійснюється через ряд показників, тому метою статті є запропонування більш повної методики оцінки споживання енергетичних ресурсів. Проте кожен науковець має свій запропонований набір показників. Так, у таблиці запропоновані показники таких вчених: Жовтянського В. А., Хараїма О. О., Вороновського Г. К. та Єгупова Ю. О.

Так, Жовтянський В. А. робить акцент на аналізі натуральних показників використання енергетичних ресурсів, однак економічні показники майже не розглядаються. Хараїм О. О. аналізує в більшій мірі також натуральні показники, але аналіз за цими показниками не є повним. Крім того, економічні показники майже не розглядаються. Вороновський Г. К. робить акцент навпаки на аналізі економічних показників, але аналіз за технічними показниками енергоефективності не є повним. Єгупов Ю. О. не розглядає економічний аспект аналізу використання енергетичних ресурсів.

Аналіз показників, що застосовуються для оцінки енергетичної ефективності різними авторами

Показник	Жовтянський В. А.	Хараїм О. О.	Вороновський Г. К.	Єгупов Ю. О.
Коефіцієнт енергоємності випуску (кг у.п./грн)	+	+	+	+
Обсяг споживання первинних енергетичних ресурсів (ПЕР) на енергетичні цілі (кг у.п.)	+	-	-	-
Паливоємність (кг у.п./грн.), електроємність (кВт х год/грн), теплоємність (Гкал/грн)	+	+	+	+
Вартість спожитого палива	+	-	-	-
Частка витрат на ПЕР у собівартості продукції	+	-	-	-
Середня ціна одиниці спожитого органічного палива	+	-	-	-
Енергоємність та електроємність ОВФ	+	-	-	+
Питомі витрати палива, електроенергії, теплової енергії на одиницю продукції, робіт, послуг	+	+	+	-
Коефіцієнт енергоозброєності праці за чисельністю промислово-виробничого персоналу або за людино-годинами	+	-	-	+
Коефіцієнт корисної дії	-	+	+	-
Втрати енергії	-	-	+	-
Собівартість одиниці продукції	-	+	+	-
Корисний відпуск електричної та теплової енергії	-	+	+	-
Витрати електричної енергії на власні потреби	-	-	+	-
Питома вартість ремонтного обслуговування	-	-	+	-
Прибуток з одиниці продукції; валовий прибуток	-	-	+	-

Однак, на думку автора, при аналізі використання енергетичних ресурсів має бути врахований як технічний аспект (натуральні показники), так і економічний. На основі цього пропонується застосовувати такий перелік показників при аналізі використання енергетичних ресурсів:

1. Вартісні показники: собівартість відпущеної продукції, середня ціна одиниці спожитого органічного палива, частка витрат енергетичних ресурсів у собівартості, прибуток з одиниці продукції та валовий прибуток, вартість спожитого палива.

2. Натуральні показники: питомі витрати енергетичних ресурсів, коефіцієнт енергоємності випуску, обсяг споживання ПЕР на енергетичні цілі, електроємність, коефіцієнт корисної дії, паливоємність (кг у.п./грн), електроємність (кВт год/грн), теплоємність (Гкал/грн), корисний відпуск електричної та теплової енергії, витрати електричної енергії на власні потреби.

3. Узагальнюючі показники: енергоємність ОВФ, енергоозброєність праці, втрати енергії, питома вартість ремонтного обслуговування.

За даною методикою можна провести різносторонній аналіз енергетичної діяльності на підприємстві. Крім того, даний перелік показників дозволяє провести повний аналіз технічної сторони ефективності використання енергетичних ресурсів (від результуючих показників діяльності до використання ПЕР), а також економічний аналіз енергетичної ефективності, зокрема від витрат на паливо до валового прибутку. Отримані результати дають обґрунтовані пропозиції щодо напрямку зниження споживання енергетичних ресурсів.

Наук. керівн. Чумак Г. М.

Література: 1. www.wikipedia.org. 2. Вороновский Г. К. Избранные труды: в 5-ти т. Т. 3. Современная тепловая электростанция / Г. К. Вороновский. – Х. : Институт системных исследований в энергетике, 2006. – 492 с. 3. Стратегія енергозбереження в Україні: Аналітично-довідкові матеріали: в 2-х т. : Загальні засади енергозбереження / за ред. В. А. Жовтянського, М. М. Кулика, Б. С. Стогнія. – К. : Академперіодика, 2006. – Т. 1. – 510 с. 4. Шидловський А. К. Енергетичні ресурси та потоки / А. К. Шидловський ; під заг. ред. Шидловського А. К. – К. : Українські енциклопедичні знання, 2003. – 472 с. 5. Гейман М. И. Еще раз об энергосбережении на предприятиях / М. И. Гейман // Энергосбережение, энергетика, энергоаудит. – 2006. – № 5. – С. 51–52. 6. Организация производства на промышленном предприятии / под ред. Егупова Ю. А. – Одесса : Автограф, 2004. – 436 с. 7. Хараїм А. А. Бюджетно-енергетический баланс – основа для функционально-стоимостного анализа целесообразности энергосберегающих мероприятий на предприятиях электроэнергетики / А. А. Хараїм // Новости теплоснабжения. – 2004. – № 3. – С. 10–13.

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ КОНТРОЛІНГУ ТА ЙОГО ІНСТРУМЕНТІВ

Анотація. Визначено, що якісно новою концепцією управління є контролінг, який покликаний сучасними методами та інструментами забезпечити дієвість механізму керування підприємством.

Аннотация. Определено, что качественно новой концепцией управления есть контролинг, который призван современными методами и инструментами обеспечить действенность механизма руководства предприятием.

Annotation. Most enterprises today ran into a problem, that the old methods of management an enterprise already cannot provide their effective functioning. New conception of management is controlling that must provide effectiveness of mechanism of management of an enterprise by modern methods and instruments.

Ключові слова: контролінг, інструменти контролінгу.

Питання управління підприємством сьогодні набуває дедалі більшої актуальності. Удосконалення системи управління, підвищення результативності та ефективності виробництва стає головною стратегією розвитку сучасних підприємств. Як показує досвід передових країн світу, досягнення необхідного результату за допомогою традиційних підходів управління вже неможливе. Актуальність теми підтверджується тим, що в умовах нестабільності, підвищеної конкуренції та обмеженості ресурсів контролінг є якісно новим підходом, інструментом керування підприємством для забезпечення більш ефективного функціонування. Мета статті – розкрити сутність поняття "контролінг" та визначити його інструментарій.

До причин, які призвели до виникнення нового поняття в економіці, можна віднести той факт, що існуюча система управління та обліку перестала задовольняти керівництво та не відповідала умовам економіки, яка динамічно розвивається, і конкуренції, що постійно загострюється. До основних проблем, вирішити які була покликана нова концепція контролінгу, можна віднести:

- зростання динаміки змін у зовнішньому середовищі;
- застійність ринків;
- поява нових технологій;
- мінливість інформаційних потоків;
- скорочення життєвих циклів продуктів;
- підвищення важливості постійного моніторингу діяльності підприємства та аналізу, спрямованого на майбутнє.

Серед науковців, які займалися питанням контролінгу, слід відзначити таких, як: Р. Манн, Є. Майєр [1], Д. Хан [2], Карминский А. М., Фалько С. Г., Фольмут Х. Й. [3], Попова Л. В., Ісакова Р. Е., Головіна Т. А. [1], Ананькіна Є. А., Данилочкіна Н. Г. [4].

Протягом останніх двадцяти років система контролінгу постійно удосконалювалася, але на сьогодні й досі не існує єдиної думки у визначенні терміна "контролінг". У роботах Фалько С. Г. та Карминського А. М. зустрічається твердження, що термін контролінг походить від англійського *to control* – контролювати, управляти [3]. Ареф'єва О. В. та Дякон Л. Л. дотримуються судження, що походження терміна "контролінг" йде від латинського *contra* і *rotules* (франц. – *contrerle*, англ. – *countre-roullour*) і в перекладі означає "зустрічна роль" [1]. На сьогодні в США та Англії використовується поняття "управлінський облік", тому до пострадянських країн слово "контролінг" прийшло з Німеччини, адже саме там цей термін застосовується. Не слід порівнювати контролінг з контролем. Контроль направлений на минуле, виявлення помилок відхилень. Контролінг – управління майбутнім для забезпечення довгострокового функціонування підприємства.

Для кращого розуміння сутності контролінгу слід розглянути визначення даного поняття різними авторами. Карминський А. М., Фалько С. Г. [3] визначають контролінг як філософію управління: контролінг – філософія та образ мислення керівництва, орієнтоване на ефективне використання ресурсів та розвитку в довгостроковій перспективі. Ананькіна Є. А., Данилочкіна Н. Г. [4] бачать контролінг як самостійний окремий напрям управління для реалізації намічених цілей: контролінг – функціонально відокремлений напрям економічної роботи на підприємстві, пов'язаний з реалізацією фінансово-економічною функцією в менеджменті для прийняття оперативних і стратегічних управлінських рішень. Башкатова Ю. І. [5] визначає контролінг як цілу систему



управління: контролінг – комплексна система, котра об'єднала управлінський облік, планування, розробку бюджетів, а також аналіз і контроль відхилень фактичних результатів діяльності від планових, підтримку прийняття оптимальних управлінських рішень.

На думку автора, визначення терміна, яке найбільш повно розкривають поняття сутності контролінгу, є визначення Карминського А. М., Фалько С. Г. та Башкатової Ю. І., але повної узгодженості в їх визначеннях немає, тому автор наводить своє визначення даному поняттю: контролінг – управлінська концепція, покликана сучасними методами координувати діяльність підприємства та надавати необхідну інформацію для забезпечення ефективних управлінських рішень.

Досить добре представлений перелік інструментарію за сферами застосування Е. Поповим та Ф. Писчановим [6]. Але автор вважає його не зовсім повним, а тому допрацював та розширив інструменти, які можуть використовуватися в контролінгу. У таблиці наведено можливі інструменти контролінгу за галузями застосування.

Таблиця

Інструментарій контролінгу за галузями застосування

Сфера використання	Складові	Інструменти
Планування	Фінансове планування, бюджетування, планування прибутку, планування інвестицій	ABC-аналіз, оптимальний розмір партії, планування рівня завантаження потужностей, розрахунок рівня запасів, вибір між поставками зі сторони та власним виробництвом; розрахунок сум покриття (поетапний), аналіз вузьких місць, аналіз точки беззбитковості, левериджу, маржинальний аналіз, CVP-аналіз; методи аналізу інвестиційних проектів: NPV, ROI, IRR; методи розрахунку комісійної винагороди; методи аналізу конкуренції та конкурентоспроможності товару: кола якості, матриця БКГ, матриця Мак-Кінзі, аналіз конкурентних сил за Портером; функціонально-вартісний аналіз (ФВА), аналіз знижок, визначення верхніх граничних цін виробництва, аналіз галузей збуту, бенчмаркетинг, логістичні методи, методи портфельного аналізу, аналіз потенціалу та міцності ринку, аналіз структури споживання, аналіз життєвого циклу, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, аналіз бар'єрів входу на виходу з галузі; аналіз сценаріїв, карти сприйняття, аналіз якості обслуговування, діаграма Ганта, аналіз ланцюжка цінностей, бюджетування, оцінка різних методів ціноутворення, мережне планування, збалансовані розрахункові карти, визначення цільових витрат, методи лінійного програмування, аналіз чуттєвості, аналіз ризиків
Облік	Звіти, показники, індикатори	Система управлінської звітності: звіти, що відображають стан господарської діяльності, показники управлінського обліку, методи аналізу звітності
Інформаційне забезпечення	Звітність, автоматизовані програми документообороту	Система документообороту, карта бізнес-процесів
Контроль, моніторинг	Прийняття рішень, внутрішня ревізія, порівняння показників	Система раннього попередження, аналіз відхилень та розривів (GAP-аналіз), аналіз витрат за центрами відповідальності, обліку та звітності, контроль відповідності фактичних показників до планових, аналіз ліквідності та фінансової стійкості, аналіз платіжних потоків, аналіз працюючого капіталу, побудова фінансової "павутини"

Кожне підприємство самостійно обирає, який саме набір інструментів підходить йому для аналізу результативності діяльності залежно від сфери функціонування. Наведений автором перелік інструментів контролінгу може допомогти підприємствам у побудові системи контролінгу та вибору показників, які забезпечать повноцінний аналіз за рахунок спрощення процесу планування, прийняття рішень, використання своєчасної та змістовної інформації про діяльність підприємства для отримання значного економічного ефекту.

Наук. керівн. Чумак Г. М.

Література: 1. Попова Л. В. Контроллинг : учебное пособие / Л. В. Попова, Р. Е. Исакова, Т. А. Головина. – М. : Издательство "Дело и Сервис", 2003. – 192 с. 2. Хан Д. ПиК: Планирование и контроль: концепция контроллинга / Д. Хан ; пер. с нем. ; под ред. и с предисл. А. А.Турчака, Л. Г. Головача, М. Л. Лукашевича. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 221 с. 3. Контроллинг: учебник / А. М. Карминский, С. Г. Фалько, А. А. Жевага и др. ; под ред. А. М. Карминского, С. Г. Фалько. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 336 с. 4. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Е. А. Ананькина, С. В. Данилочкин, Н. Г. Данилочкина и др. ; под ред. Н. Г. Данилочкиной. – М. : ЮНИТИ, 2002. – 279 с. 5. Башкатова Ю. И. Контроллинг : учебно-методический комплекс / Ю. И. Башканова. – М. : Изд.центр ЕАОИ, 2008. – 108 с. 6. http://www.cfin.ru/management/controlling/controlling_overview.shtml. 7. Ареф'єва О. В. Історія виникнення контролінгу та сутність контролінгу бізнес-процесів / О. В. Ареф'єва, Л. Л. Дякон // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 8(62). – С. 165–171. 8. Манн Р. Контроллинг для начинающих / Р. Манн, Э. Майер ; пер. с нем. – М. : Финансы и статистика, 1992. – 208 с. 9. Фольмут Х. Й. Инструменты контроллинга от А до Я / Х. Й. Фольмут ; пер. с нем. ; под ред. и с предисл. М. Л. Лукашевича и Е. Н. Тихоненковой. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 288 с.

УДК 005.22

Яковчук А. С.

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ БЮДЖЕТНОГО УПРАВЛІННЯ НА ОСНОВІ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ

Анотація. Розглянуто основні функціональні підсистеми бюджетного управління. Обґрунтовано впровадження процесно-орієнтованого бюджетного управління на основі формування підсистем забезпечуючих функцій.

Аннотация. Рассмотрены основные функциональные подсистемы бюджетного управления. Обосновано внедрение процессно-ориентированного бюджетного управления на основе формирования подсистем обеспечивающих функций.

Annotation. The main functional subsystems of budget management are investigated. The implementation of the activity-based budget management through the forming of the providing functions subsystems is justified.

Ключові слова: процесно-орієнтоване бюджетування, бюджетне управління, бізнес-процес, підсистема забезпечуючих функцій, процесне управління.

У динамічному середовищі функціонування підприємства утримання стійких конкурентних позицій значною мірою обумовлено своєчасним застосуванням прогресивних управлінських підходів та побудовою на їх основі системи управління, що відповідає складності об'єктів управління. Одним із новітніх управлінських підходів, спрямованих на подолання невизначеності діяльності підприємства, є впровадження бюджетного управління, що полягає у реалізації повного циклу управління підприємством через розробку та ухвалення бюджетів його діяльності.

На результати впровадження бюджетного управління на підприємстві значною мірою впливає вибір об'єкта бюджетування. Практичне застосування традиційного бюджетування у розрізі функціональних підрозділів виявляє ряд суттєвих недоліків, серед яких – неможливість об'єктивно обґрунтувати зв'язок робочого навантаження діяльності підрозділу та обсягу необхідних



ресурсів, справедливо розподілити відповідальність за планові показники між структурними одиницями, виявити непродуктивні витрати. Усунення названих недоліків знаходить відображення у методиці процесно-орієнтованого бюджетування, об'єктом якого виступають бізнес-процеси підприємства. Теоретичним та прикладним аспектам процесно-орієнтованого бюджетного управління присвячено роботи таких зарубіжних та вітчизняних вчених, як Дж. Брімсон, Дж. Антос, Р. Каплан, Р. Купер, І. Немировський, О. Карпов, О. Матюшко та інші, проте методологічне підґрунтя впровадження бюджетного управління на основі процесного підходу є недостатньо розробленим та обґрунтованим, чим і обумовлено актуальність статті.

Метою статті є формування підсистеми забезпечуючих функцій бюджетного управління у ході впровадження процесно-орієнтованого бюджетування.

Підґрунтям формування системи бюджетного управління на підприємстві виступає концептуальна модель управління підприємством в цілому. Структурно-функціональна модель управління, заснована на виділенні функціональних зон та формуванні на їх основі організаційної структури, породжує функціональний підхід до бюджетування на підприємстві, що у науковій літературі відомо також і як традиційне бюджетування [1]. Впровадження ж процесно-орієнтованого бюджетування неможливо без переходу на процесну модель управління, що спирається на виділення бізнес-процесів організації та побудову на їх основі організаційної структури [2]. Слід зазначити, що терміни "бюджетне управління" та "бюджетування" можливо розглядати як тотожні лише на позначення технології управління через бюджети, а не інструменту планування діяльності підприємства, хоча у деяких літературних джерелах [3; 4] бюджетування саме і розглядається у вузькому значенні інструмента планування через бюджети.

Бюджетне управління, побудоване на засадах процесного підходу, дозволяє охопити повний контур циклу управління підприємством та забезпечує виконання основних функцій управлінської діяльності, таких, як планування, організація, мотивація, контроль та регулювання.

Сутність функції бюджетного планування полягає у розробці бюджетів у розрізі обраних об'єктів бюджетування та закладенні у них цільових показників діяльності підприємства на плановий період. Саме особливості здійснення функції планування в рамках бюджетного управління складають найбільш принципову відмінність процесного та функціонального підходів до бюджетування. Вихідною точкою при плануванні ресурсів, необхідних для забезпечення діяльності структурних підрозділів, що є об'єктами бюджетування, згідно із функціональним підходом є припущення, що об'єкти бюджетування споживають ресурси, в той час як у процесному бюджетуванні вважається, що об'єкти бюджетування споживають операції. Процесний підхід передбачає, що для створення доданої вартості необхідною є не просто певна кількість ресурсів, а набір конкретних бізнес-процесів. У простому вигляді процесно-орієнтоване бюджетне планування можна уявити у вигляді ланцюжка "об'єкт витрат – операції – ресурси". У традиційному бюджетуванні відсутній проміжний, але важливий крок планування: перехід з об'єктів витрат на рівень планування процесів (операцій), і тільки після цього – планування ресурсів виходячи з необхідного обсягу операцій [3]. Функція планування охоплює також і визначення цільових показників результативності бізнес-процесів, досягнення яких є необхідною умовою забезпечення цілей вищого порядку, таких, як обсяг реалізації, величина чистого прибутку, рентабельність підприємства, закладених у консолідованому бюджеті підприємства.

Організація як функція бюджетного управління полягає у формуванні та упорядкуванні організаційної структури відповідно до цілей процесно-орієнтованого бюджетного управління. Наприклад, з метою запобігання розірвання виконання бізнес-процесу між двома підрозділами у цілях бюджетного управління доцільно переглянути організаційну структуру та об'єднати усі операції в рамках єдиного бізнес-процесу в одному підрозділі. Окрім того, функція організації охоплює також встановлення "власників" процесів, відповідальних за досягнення результатів, визначення організаційних процедур формування, виконання та контролю за виконанням бюджетів.

Бюджетне управління на основі процесного підходу шляхом встановлення ключових показників ефективності бізнес-процесів та формування бюджетів у розрізі бізнес-процесів дозволяє також виконувати мотиваційну функцію, заохочуючи працівників на досягнення заданих бюджетних показників, встановлюючи розмір преміальних доплат у випадку обґрунтованої економії витрат. Виконанню функції мотивації процесно-орієнтованого бюджетного управління сприяє також усвідомленню кожним із працівників, задіяним у виконанні бізнес-процесу, своєї ролі у ланцюжку формування споживчої цінності продукції або послуг для клієнта, а отже, й забезпеченні фінансових результатів діяльності підприємства.

Функція бюджетного контролю полягає у виявленні відхилень фактичних показників від показників, запланованих у бюджеті підприємства. Здійснення функції регулювання тісно пов'язано із результатами реалізації функції бюджетного контролю та спрямоване на розробку та прийняття заходів щодо усунення негативних факторів, що спричинили виникнення відхилень від планових показників. Бюджетне управління, організоване у розрізі бізнес-процесів підприємства, дозволяє швидше виявити джерела відхилень та усунувати фактори, що негативно впливають на досягнення результативності того чи іншого бізнес-процесу.

Реалізація основних функцій бюджетного управління є напрямом управлінського впливу суб'єкта управлінської діяльності на об'єкт управління у системі бюджетного управління. Перелік функцій як відособлених видів діяльності управлінського персоналу у системі бюджетного управління має бути сформований за критерієм забезпечення функціональної повноти системи. Отже, для забезпечення ефективної організації бюджетного управління на підприємстві недостатнім є забезпечення лише підсистеми названих вище основних функцій. Важливою умовою забезпечення

високого рівня виконання основних функцій стає формування підсистеми конкретних (специфічних) та забезпечуючих функцій бюджетного управління.

Формування підсистеми конкретних функцій спрямоване на забезпечення відповідності системи бюджетного управління специфіці самого об'єкта управління – бізнес-процесів підприємства. Серед головних у підсистемі конкретних функцій можливо виділити такі функції, як виявлення непродуктивних витрат у ході реалізації бізнес-процесів, виділення дублюючих та надлишкових операцій, удосконалення організації бізнес-процесів з метою досягнення економії ресурсів на їх реалізацію, розробка заходів щодо підвищення результативності виконання бізнес-процесів та ін.

Проте на етапі впровадження бюджетування на підприємстві найбільшого значення набуває саме формування підсистем методичного, організаційного, кадрового та інформаційно-технічного забезпечення бюджетного управління, що надалі стають підґрунтям реалізації його основних та специфічних функцій. У таблиці розглянуто основні роботи із формування підсистем забезпечуючих функцій бюджетування у процесі впровадження процесно-орієнтованого бюджетного управління. Поєднання у процесно-орієнтованому бюджетуванні методології як процесного підходу, так і власне бюджетного управління ускладнює процедуру впровадження на підприємстві процесного бюджетування та зумовлює необхідність виконання ряду робіт, пов'язаних окремо із постановкою процесного управління.

Таблиця

Формування підсистем забезпечуючих функцій при впровадженні процесно-орієнтованого бюджетного управління

Назва забезпечуючої підсистеми	Перелік робіт із формування забезпечуючої підсистеми
1	2
1. Підсистема методичного забезпечення бюджетного управління	1.1. Розробка бюджетного регламенту
	1.2. Формування положення про бюджетування
	1.3. Розробка методики аналізу виконання бюджетних показників
	1.4. Розробка методики вартісної оцінки бізнес-процесів та розподілу накладних витрат між процесами
2. Підсистема організаційного забезпечення бюджетного управління	2.1. Виділення основних бізнес-процесів підприємства. Проведення класифікації бізнес-процесів. Визначення внутрішньофункціональних та міжфункціональних бізнес-процесів
	2.2. Деталізація бізнес-процесів до рівня окремих операцій. Обґрунтування меж деталізації бізнес-процесів відповідно до вимог управління
	2.3. Регламентація основних бізнес-процесів. Установлення ключових показників ефективності для кожного з бізнес-процесів
	2.4. Призначення "власників" бізнес-процесів, відповідальних за результати їх реалізації
	2.5. Визначення центрів фінансової відповідальності
	2.6. Виділення центрів процесної відповідальності для функціональних підрозділів, що задіяні у реалізації декількох бізнес-процесів
	2.7. Побудова проєкції процесної структури підприємства на функціональну структуру. Встановлення підпорядкованості центрів процесної та фінансової відповідальності між собою
	2.8. Ухвалення фінансової організаційної структури управління підприємством
	2.9. Ухвалення організаційних процедур формування планових та фактичних показників бюджетів бізнес-процесів
	2.10. Ухвалення організаційних процедур здійснення контролю за виконанням бюджетів
	2.11. Розподіл функціональних обов'язків щодо реалізації бюджетного управління між відповідальними особами. Розробка посадових інструкцій учасників бюджетного процесу
3. Підсистема кадрового забезпечення	3.1. Проведення підготовки та перепідготовки фахівців, задіяних у процесі бюджетування
	3.2. Розробка мотиваційних програм за виконання бюджетних показників
	3.3. Розробка положення про преміювання працівників підприємства за виконання та перевиконання бюджетних показників.
	3.4. Ухвалення положення про формування фондів оплати праці центрів відповідальності з урахуванням виконання бюджетних показників

1	2
4. Підсистема інформаційного забезпечення бюджетного управління	4.1. Побудова інформаційних моделей бізнес-процесів підприємства
	4.2. Формування довідника нормативів споживання ресурсів кожним із бізнес-процесів
	4.3. Визначення переліку та форми управлінських та бухгалтерських звітів, необхідних для здійснення бюджетування
	4.4. Побудова інформаційної моделі формування планової та фактичної інформації у розрізі центрів фінансової відповідальності, окремих бізнес-процесів
	4.5. Побудова інформаційної моделі аналізу виконання бюджетів підприємства, структурних підрозділів, бізнес-процесів
5. Підсистема технічного забезпечення бюджетного управління	5.1. Вибір програмного продукту, що відповідає вимогам процесно-орієнтованого бюджетного управління
	5.2. Автоматизація процесу бюджетування, налагодження та усунення недоліків інформаційної системи

Таким чином, важливого значення при впровадженні процесно-орієнтованого бюджетування набуває формування підсистеми забезпечуючих функцій, що дозволяє закласти фундамент системи бюджетного управління та забезпечити її коректне функціонування під час подальшого використання. Постановка на підприємстві бюджетного управління на основі процесного підходу дозволяє досягати синергетичного ефекту, що знаходиться не лише у площині фінансового управління (як за умови впровадження традиційного бюджетування), а і сприяє зростанню ефективності управління підприємством в цілому.

Наук. керівн. Плоха О. Б.

Література: 1. Бюджетирование: шаг за шагом / Е. Ю. Добровольский, Б. М. Карабанов, П. С. Боровков и др. – СПб. : Питер, 2005. – 448 с. 2. Елиферов В. Г. Бизнес-процессы: регламентация и управление : учебник / В. Г. Елиферов, В. В. Репин. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 319 с. 3. Бримсон Дж. Процессно-ориентированное бюджетирование. Внедрение нового инструмента управления стоимостью компании / Дж. Бримсон, Дж. Антос. – М. : Вершина, 2007. 4. Манюшко Е. В. Процессно-ориентированное бюджетирование в промышленной компании : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Е. В. Манюшко. – Ростов н/Д, 2009. – 27 с. 5. Каплан Р. Функционально-стоимостной анализ: практическое применение / Р. Каплан, Р. Купер ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2008. – 344 с. 6. Никогосян Г. Л. Процессно-ориентированное бюджетирование в системе стратегического управления / Г. Л. Никогосян // Актуальные проблемы естественных и гуманитарных наук. – 2010. – № 4. – С. 145–153. 7. Kaplan, Robert S. Time-Driven Activity-Based Costing: a simpler and more powerful path to higher profits / Robert S. Kaplan and Steven R. Anderson. – Harvard Business School Press, 2007. – 266 p. 8. Cooper R. The rise of activity based costing – part two: when do I need an activity based costing system? / R. Cooper // Journal of Cost Management. – 1988. – June. – P. 45–53.

Шеноголець А. В.

УДК 657.471

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Проведено аналіз та узагальнення понять і категорій щодо формування механізму управління витратами підприємства з використанням функціонального підходу.

Аннотация. Проведены анализ и обобщение понятий и категорий относительно формирования механизма управления расходами предприятия с использованием функционального подхода.

Annotation. In this article an analysis and generalization of concepts and categories is conducted in relation to forming of mechanism of management of enterprise charges with the use of functional approach.

Ключові слова: управління витратами, механізм, механізм управління витратами, структура механізму управління витратами підприємства.

В умовах ринкової економіки прибуток є основним джерелом розвитку господарської діяльності будь-якого підприємства, стимулом його розвитку та головною рушійною силою ринкової економіки. Це обумовлює необхідність управління витратами, оскільки від ефективності управління витратами залежить прибутковість підприємства.

Управління витратами впливає на усі аспекти підприємницької діяльності, на фінансові результати діяльності окремих підприємств та їх структурних підрозділів, а проблема визначення, аналізу та управління формуванням витрат набуває особливої актуальності.

Теоретичні й методичні аспекти даної проблеми знайшли своє відображення в роботах вітчизняних і закордонних учених і фахівців: Цал-Цалко Ю. С., Круглової Н. Ю., Лесюка В. В., К. Друрі, Нападовської Л. В., Пушкаря М. С., Черепа А. В. та ін.

Метою статті є аналіз та узагальнення понять і категорій щодо формування механізму управління витратами підприємства.

Ефективне управління витратами на підприємстві передбачає побудову на підприємствах відповідних організаційно-методичних систем забезпечення цього управління, знання основних механізмів управління витратами, використання сучасних методів аналізу і планування. На сьогоднішній день для вирішення проблем управління витратами особливого значення набуває створення такого механізму, який надавав можливість підвищити ефективність діяльності підприємств.

Для досягнення поставленої мети необхідно проаналізувати й узагальнити сутність системи понять і категорій: механізм, механізм управління, механізм управління витратами підприємства.

Механізм (з греч. *tekhale* – машина, знаряддя): 1) послідовність станів, процесів, які визначають собою якусь дію, явище; 2) система, пристрій, порядок якого-небудь виду діяльності; 3) внутрішній пристрій (система ланок) машини, приладу, апарату, що приводить їх у дію [1].

Механізм – певна складна організована система, яка формує вихідні умови в бажаний результат, процес [2].

Економічний механізм можна визначити як сукупність певних ресурсів: методів, засобів, інструментів та важелів впливу на виробничі процеси, застосовувані керівництвом для досягнення поставлених цілей розвитку підприємства [3].

Механізм управління – це спосіб розв'язання суперечностей явища чи процесу, послідовна реалізація дій, які базуються на основоположних принципах, цільовій орієнтації, функціональній діяльності з використанням відповідних їй методів управління та спрямованої на досягнення певної мети [4]. Головне призначення механізму – забезпечувати ефективне досягнення цілей [2; 5]. Управління витратами – це динамічний процес, який полягає у досягненні високого економічного результату діяльності підприємства. Цей процес не зводиться лише до зниження витрат, а поширюється на всі елементи управління. Це обумовлює необхідність розгляду витрат як об'єкта управління.

Отже, механізм слід сприймати як систему, що складається з певних взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів [2]. Для забезпечення ефективності його використання важливим є момент виділення головної ланки та визначення місця кожного елемента в механізмі.

Управління витратами на підприємстві здійснюється свідомо суб'єктами управління, якими є керівники, фахівці підприємства та його структурних підрозділів (цехів, відділів, дільниць тощо). Об'єктом управління витратами на підприємстві є витрати, пов'язані з реалізацією його господарської діяльності. Управління витратами можна розглядати в декількох аспектах: функціональному, організаційному та мотиваційному.

Для мікроекономічного рівня з метою проведення аналізу ефективності управління витратами можна виділити основні блоки (функціональний аспект) механізму управління витратами підприємства, що містять:

- завдання механізму управління витратами;
- функції механізму управління витратами;
- методи механізму управління витратами.

Головним завданням механізму управління витратами підприємства є визначення їх обґрунтованої величини в усіх структурних підрозділах підприємства з метою контролю, а також підвищення ефективності діяльності підприємства (зростання прибутку та рівня рентабельності). Формування витрат здійснюється на усіх етапах виробництва супроводжує усі стадії життєвого циклу підприємства, починаючи зі створення підприємства та закінчуючи його ліквідацією, процес формування витрат виробництва має регулярний характер, є безперервним.

Функції механізму управління витратами можна розглядати через основні функції управління: планування, організацію, мотивацію і контроль; специфічні функції управління витратами – залежно від видів витрат (управління витратами виробництва, управління витратами збутової діяльності, тощо); забезпечуючі функції управління витратами – інформаційно-технічного забезпечення, кадрового забезпечення, ресурсного забезпечення, організаційного забезпечення, методичного забезпечення.

Механізм за своєю структурою поєднує методи впливу. До основних методів впливу традиційно відносять адміністративні (організаційно-розпорядчі) та економічні. Структура розглянутого механізму управління витратами подана на рисунку.

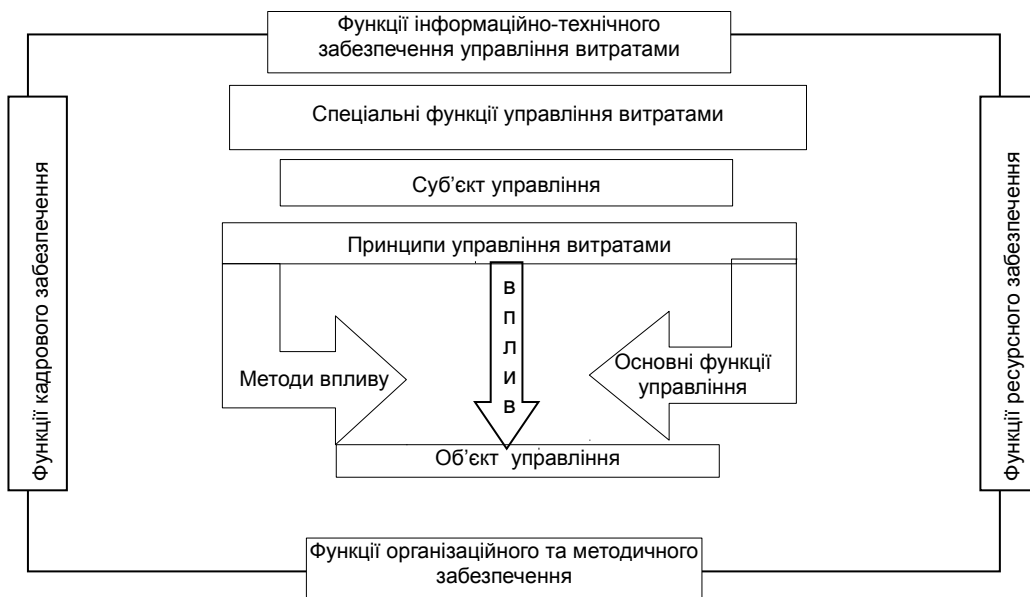


Рис. Структура механізму управління витратами підприємства

Механізм формування витрат має детермінований і регульований характер (детермінованість характеризується кількісною визначеністю витрат у часі, за обсягом і структурою). Ефективне формування витрат є важливою умовою фінансової стійкості підприємства.

Управління витратами – це процес цілеспрямованого формування витрат щодо їх видів, місць та носіїв за постійного контролю рівня витрат і стимулювання їх зниження. Воно є важливою функцією економічного механізму будь-якого підприємства.

Управління витратами потрібно розглядати як комплексну систему, що забезпечує розроблення управлінських рішень, оскільки всі управлінські рішення щодо ефективного використання ресурсів взаємопов'язані та впливають на кінцеві результати підприємства. Знижувати витрати постійно неможливо, оскільки від цього залежить якість продукції, а відповідно, рівень платоспроможного попиту.

Із зазначеного можна констатувати, що будь-яке підприємство повинно використовувати такий механізм формування витрат, який надасть змогу отримати повну інформацію про витрати на виготовлення продукції або реалізацію послуг. Саме така інформація є гарантом успіху підприємства в конкурентному середовищі. Вчасне реагування на відхилення витрат від нормативних значень дасть змогу попередити зростання витрат, що прямо пропорційно впливають на собівартість продукції і прибуток підприємства. Тому удосконалення управління витратами підприємств слід розглядати як один із головних чинників підвищення ефективності будь-якої виробничо-господарської діяльності, що забезпечить поліпшення позицій підприємства в конкурентній боротьбі, його стабільне функціонування та динамічний розвиток.

Наук. керівн. Плоха О. Б.

Література: 1. Круглова Н. Ю. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / Н. Ю. Круглова, М. И. Круглов. – М. : Издательство РДЛ, 2003. – 464 с. 2. Дороніна М. С. Управління економічними та соціальними процесами підприємства : монографія / М. С. Дороніна. – Х. : ХДЕУ, 2002. – 432 с. 3. Цал-Цалко Ю. С. Витрати підприємства : навч. посібн. / Ю. С. Цал-Цалко. – К. : Вид-во ЦУЛ, 2002. – 656 с. 4. Державне управління і менеджмент : навч. посібник / Г. С. Одінцева, Г. І. Мостовий, Ю. Амосов ; заг. ред. Г. С. Одінцової. – Х. : ХарPI НАДУ, 2002. – 492 с. 5. Отпущеннікова О. М. Формування механізму управління прибутком підприємства : дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами / О. М. Отпущеннікова ; Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля ; Міністерства освіти і науки України. – Луганськ, 2005. 6. Череп А. В. Управління витратами суб'єктів господарювання : монографія. Ч. I / А. В. Череп. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2007. – 368 с.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВО-ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ

Анотація. Розкрито сутність підходів до управління збутовою діяльністю на підприємстві, визначено їх переваги та недоліки, обґрунтовано доцільність використання маркетингово-логістичного підходу з метою одержання синергетичного ефекту у процесі управління збутовою діяльністю.

Аннотация. Раскрыта сущность подходов к управлению сбытовой деятельностью на предприятии, определены их преимущества и недостатки, обоснована целесообразность использования маркетингово-логистического подхода с целью получения синергетического эффекта в процессе управления сбытовой деятельностью.

Annotation. Essence of the approaches to sales management is revealed, their strengths and weaknesses are defined, and necessity of use marketing and logistics while achieving synergy within organizations is justified.

Ключові слова: управління збутовою діяльністю, маркетинговий підхід, логістичний підхід, синергетичний ефект від використання маркетингово-логістичного підходу.

У сучасних умовах господарювання, які характеризуються поступовим перенасиченням ринку продукцією, обсяг збуту визначається не внутрішніми виробничими можливостями підприємства, а диктується потребами ринку. Функціонування підприємства в таких умовах викликає об'єктивну необхідність удосконалення управління збутовою діяльністю. Однак у ринковій, орієнтованій на споживача, економіці збутові моделі, побудовані на традиційних принципах, є мало-ефективними. Саме тому доцільним є використання нових для вітчизняної практики, але звичних для зарубіжних підприємств підходів до ведення збутової діяльності, що ґрунтуються на засадах інтегрування функцій маркетингу та логістики. Використання такого підходу дає змогу досягти синергетичного ефекту при управлінні збутовою діяльністю. Саме цим і зумовлена актуальність роботи та її значення для господарської діяльності підприємства.

Науковим підґрунтям роботи стали дослідження вчених та спеціалістів у цій сфері. Проблемам збутової діяльності та управлінню цим процесом у своїх працях велику увагу приділяють такі вчені, як Балабанова Л. В., Баркан Д. І., Дж. Болт, Д. Джоббер, Г. Стюарт, Шпитонков С. В. Питання маркетингової логістики розглянуті в роботах М. Крістофера, Х. Пека, Пономарьової Т. Н., Старикової М. С.

Однак питання використання маркетингово-логістичного підходу при управлінні збутовою діяльністю підприємства досі залишаються недостатньо висвітленими. Особливої уваги потребує обґрунтування переваг та недоліків використання маркетингового та логістичного підходу, а також необхідності їх інтегрування в процесі управління збутовою діяльністю підприємства.

Метою роботи є узагальнення теоретико-методичних засад щодо управління збутовою діяльністю підприємства на основі маркетингово-логістичного підходу, спрямованого на отримання синергетичного ефекту.

Управління збутовою діяльністю підприємства в умовах ринкової економіки більшістю вчених розглядається як процес планування, організації, мотивації та контролю політики збуту підприємства [1; 2].

Практика економічно розвинених країн доводить значущість використання синергетичного підходу, заснованого на інтеграції функцій маркетингу та логістики, на противагу традиційному, для підвищення ефективності управління збутовою діяльністю підприємства. Реалізація маркетингового підходу полягає в управлінні збутом продукції, орієнтованої на попит, при цьому необхідно дати відповіді на такі питання: який товар потрібен потенційному споживачеві, де, коли, в якій кількості та якій якості. Використання ж логістичного підходу полягає в управлінні збутовою діяльністю, орієнтованому на матеріальні, інформаційні та фінансові потоки, при цьому основною метою є ефективне використання потенційних можливостей при доведенні продукції, що користується попитом, до кінцевого споживача. Таким чином, синергетичний підхід передбачає забезпечення вчасної доставки товарів у необхідне місце, в потрібній кількості відповідно до запитів споживачів, а також до запланованого рівня обслуговування з мінімальними витратами. Основною метою



використання синергетичного підходу є підвищення споживчої цінності продукції, тоді як традиційний підхід ґрунтується на досягненні максимальної різниці в ціні між закупівлями та реалізацією. Крім того, використання маркетингово-логістичного підходу дає змогу оперативно реагувати на мінливість зовнішнього середовища, в той час як традиційний підхід в основному направлений на управління внутрішніми процесами [3].

На сучасних українських підприємствах управління збутовою діяльністю ведеться в основному за трьома сценаріями: на основі використання виключно традиційного підходу в управлінській діяльності; ґрунтуючись на використанні маркетингової концепції; на основі використання маркетингового та логістичного підходів при управлінні збутом.

Щодо традиційного підходу, то він втратив свою актуальність ще в середині 1950-х років, коли концепція маркетингу, орієнтована на продаж, поступилася концепції маркетингу, орієнтованій на споживача.

Однак управління збутом виключно на основі маркетингового підходу також не є доцільним. На ринку, що тяжіє до переповнення, все важче втримати споживача, систематично пропонуючи йому удосконалену продукцію. Тому для успішного функціонування на ринку використання лише маркетингового підходу, спрямованого на виявлення та стимулювання попиту, стає недостатнім. У той час як основні зусилля підприємця повинні бути спрямовані на постійне зниження витрат не лише на виробництво, а й на реалізацію продукції, що зумовлене зниженням платоспроможності споживачів. Саме для цих цілей маркетинговий підхід до управління збутом доцільно доповнити логістичним підходом, що направлений на задоволення сформованого попиту з мінімальними витратами та достатнім рівнем сервісу.

Ті ж вітчизняні підприємства, що пропагують використання синергетичного підходу в процесі своєї управлінської діяльності, використовують маркетинговий та логістичний підходи окремо на певних етапах управління збутовою діяльністю. Маркетинговий аспект (дослідження ринку, аналіз ринкової кон'юнктури, прогнозування обсягів збуту з огляду на зміни ринкових тенденцій) в основному використовується на стадії планування збутової діяльності, логістичний аспект (оптимізація процесів транспортування, складування, управління запасами, обслуговування замовлень) – на стадії її організації (рис. 1). У той час як найбільш ефективним є інтегрування даних підходів на кожній стадії управлінського процесу з метою отримання синергетичного ефекту від діяльності підприємства (рис. 2).

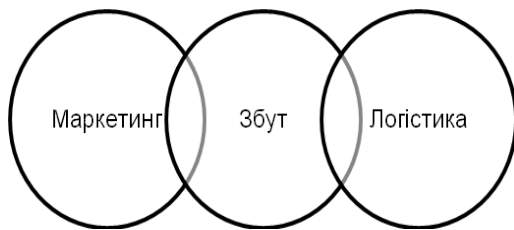


Рис. 1. Управління збутовою діяльністю на основі несистемного використання маркетингово-логістичного підходу

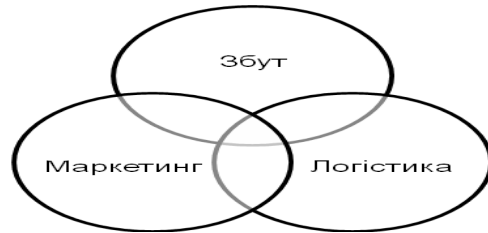


Рис. 2. Управління збутовою діяльністю на основі системного використання маркетингово-логістичного підходу

У таблиці наведено перелік переваг і недоліків використання маркетингового та логістичного підходів в процесі управління збутовою діяльністю, а також ефект від їх інтегрування.

Таблиця

Порівняльна характеристика використання маркетингового та логістичного підходів у процесі управління збутовою діяльністю

Підхід до управління збутовою діяльністю	Переваги	Недоліки
1	2	3
Маркетинговий підхід	1) визначення потреб покупців і більш повне їх задоволення в контексті підвищення споживчої цінності; 2) проведення сегментації ринку для збільшення обсягів реалізації і зниження торгових витрат; 3) прогнозування потенційного попиту та його залежності від змін ринкової кон'юнктури; 4) прогнозування дій конкурентів та оцінка впливу їх діяльності; 5) розробка відповідних заходів стимулювання продажу у розрізі кожного сегменту ринку з метою розширення ринків збуту	1) не дає можливості оцінити ресурсний потенціал торгового підприємства; 2) не враховує структуру підприємства та рівень маржинальних і середніх витрат; 3) не дає оптимізувати фінансові, товарні та інформаційні потоки

1	2	3
Логістичний підхід	1) визначення найбільш ефективних методів і каналів реалізації товарів; 2) мінімізація товарних запасів на всьому шляху руху матеріального потоку; 3) удосконалення організації діяльності складського і транспортного підрозділів підприємства, задіяних у процесі продажу, з метою зниження витрат на перевезення та зберігання продукції; 4) нормалізація обсягів, оперативності та напрямів товарного, фінансового та інформаційного потоків на підприємстві	1) не дає уявлення про тенденції потреб споживачів; 2) не дозволяє визначити реальні обсяги ринкового попиту та його залежність від зміни кон'юнктури ринку; 3) не дає уявлення про методи ведення збутової діяльності конкурентів на ринку
Синергетичний (маркетингово-логістичний) підхід	можливість нівелювання недоліків, які виникають при несистемному використанні маркетингового чи логістичного підходів у процесі управління збутовою діяльністю	необхідність у висококваліфікованих робітниках, що мають не тільки спеціальні знання у сфері маркетингу та логістики, однак й навички з їх інтеграції при управлінні збутовою діяльністю підприємства

Таким чином, можна зробити висновок про те, що маркетинг та логістика становлять дві рівноправні концепції з єдиним полем функціонального використання, єдиними кінцевими цілями, але різним інструментарієм. Тому використання маркетингово-логістичного підходу можливе і навіть бажане при управлінні збутовою діяльністю з метою отримання синергетичного ефекту. При цьому використання маркетингово-логістичного підходу можливе на всіх етапах управлінського процесу.

Наук. керівн. Плоха О. Б.

Література: 1. Баркан Д. И. Управление продажами : учебник / Д. И. Баркан ; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб. : Издат. дом С.-Петербур. гос. ун-та, 2007. — 908 с. 2. Джоббер Д. Продажи и управление продажами : учебн. пособие для вузов / Д. Джоббер, Дж. Ланкастер. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 622 с. 3. Безноева А. Основы формирования споживчої цінності як результату взаємодії та інтеграції маркетингу і логістики / А. Безноева // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 4. – Т. 2. – С. 226–232.

УДК 658.152

Михайленко А. С.

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Розглянуто та проаналізовано основні підходи до оцінки інвестиційної привабливості підприємства, виявлено їх переваги та недоліки.

Аннотация. Рассмотрены и проанализированы основные подходы к оценке инвестиционной привлекательности предприятия, выявленные их преимущества и недостатки.

Annotation. The article examines and analyzes the basic approaches to the estimation of the investment attractiveness of enterprise, reveals their advantage and deficiencies.

Ключові слова: інвестиційна привабливість, підходи до оцінки інвестиційної привабливості підприємства.

У сучасних умовах господарювання забезпечення економічного розвитку підприємств в Україні пов'язане передусім із підвищенням їхньої інвестиційної привабливості як для залучення іноземних інвестицій, так і для міжгалузевого перерозподілу інвестиційних ресурсів. Оцінка



інвестиційної привабливості підприємства має вагоме значення у процесі прийняття рішення щодо його інвестування. На сьогоднішній день не існує єдиної загальноприйнятої системи оцінювання інвестиційної привабливості, майже кожен автор пропонує свою. У рамках даної статті будуть розглянуті основні підходи до оцінки інвестиційної привабливості підприємства.

Проблему методики оцінки інвестиційної привабливості розглядали у своїх працях такі автори, як Бланк І. А. [1; 2], Донцов С. С. [3], Іванов А. П. [4], Балацький О. Ф., Теліженко О. М., Соколов М. О. [5], Ястремська О. М. [6; 7] та ін.

Метою статті є аналіз і систематизація різних підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємства, виявлення їх переваг та недоліків при використанні в сучасних умовах України. Досягнення поставленої мети забезпечується використанням в роботі таких методів, як аналіз і синтез, наукове абстрагування, аналогія, порівняння.

У сучасній науковій літературі існує багато підходів до трактування терміна "інвестиційна привабливість підприємства". Зокрема, Міністерство юстиції [5] визначає його як рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного підприємства, яке може визначатися чи оцінюватися значеннями відповідних показників, у тому числі інтегральної оцінки. Найбільш чітким та вичерпним, на думку автора, є таке визначення. Інвестиційна привабливість підприємства – це збалансована система інтегральних та комплексних показників доцільності вкладання капіталу інвестором в об'єкт інвестування, яка відображає сукупність об'єктивних та суб'єктивних умов, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування [8].

Як вже було зазначено, кожен автор пропонує свою методологію оцінки інвестиційної привабливості підприємства. У зв'язку з цим важливо дослідити основні принципи і методи оцінки інвестиційної привабливості, що використовуються у вітчизняній та закордонній практиці, виявити їх позитивні та негативні якості. Результати аналізу основних підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємства, їх переваги та недоліки наведено у таблиці.

Таблиця

Переваги та недоліки деяких підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємства [1 – 11]

Автор методики	Основні положення	Переваги	Недоліки
1	2	3	4
Ястремська О. М.	Методика базується на визначенні моделі оцінки інвестиційної привабливості підприємства із узагальненням результатів господарювання не тільки за фінансовими, але й за всіма видами економічних ресурсів підприємства	Запропоновані показники характеризують привабливість підприємства повною мірою і можуть бути визначені на підставі даних діючих в Україні офіційних статистичних форм річної і квартальної звітності	Значна кількість показників ускладнює застосування факторного аналізу, деякі показники взагалі не впливають на інвестиційну привабливість підприємства
Донцов С. С.	Оцінка інвестиційної привабливості підприємства за допомогою надійності його цінних паперів. Для оцінки інвестиційної привабливості цінних паперів конкретного підприємства можна використовувати низку коефіцієнтів, що характеризують його фінансову стійкість і економічну ефективність. Надійність цінних паперів оцінюється за фінансовою звітністю емітента. Аналізуючи бухгалтерський баланс і звіт про результати фінансово-господарської діяльності, розраховують три групи показників, що характеризують фінансовий стан емітента: 1) надійність підприємства в цілому; 2) надійність емітента з погляду повернення коштів, вкладених інвестором у цінні папери підприємства; 3) надійність емітента з погляду гарантії одержання інвестором доходу за конкретними цінними паперами	За допомогою даного методу можна швидко, розрахувавши вісім показників, оцінити інвестиційну привабливість підприємства та доцільність вкладання коштів у його цінні папери	За допомогою цього методу можна оцінити лише підприємства акціонерної форми власності; не враховує майбутніх перспектив розвитку підприємства

1	2	3	4
Нечипорук О. В.	Методика на основі єдиного загального показника інвестиційної привабливості (узагальнена функція Харрінгтона), за допомогою якого можна оцінити інвестиційну привабливість промислового підприємства та вибрати найкращий варіант для інвестора з-поміж ряду альтернативних. Автор пропонує застосування методології та математичного апарату теорії нечітких множин. Узагальнена функція Харрінгтона є кількісним, однозначним, єдиним та універсальним показником якості досліджуваного об'єкта, її можна використовувати як критерій оптимізації. Для застосування даної методики потрібно провести фінансовий аналіз декількох підприємств. Необхідно всі досліджувані показники, які визначаються аналітиком, привести до безрозмірного вигляду відповідно до осі абсцис та розрахувати величини частинних функцій Харрінгтона. Число отри-маних частинних функцій дорівнює числу показників інвестиційної привабливості промислових підприємств. Далі обчислюється узагальнений показник інвестиційної привабливості промислового підприємства на основі значень частинних функцій, які визначені для кожного підприємства окремо	За допомогою даного показника можна оцінити інвестиційну привабливість промислового підприємства та вибрати найкращий варіант для інвестора з-поміж ряду альтернативних	Проблемами рейтингової оцінки є нечіткість критеріїв при визначенні класів рейтингу. Точність наданих рейтинговими агентствами деяких рейтингів підлягає сумніву з боку професійних учасників фондового ринку, адже рейтинг – це лише якісна експертна оцінка, яка не є досить об'єктивною
Рейтингове агентство "Експерт-Рейтинг"	Методика, побудована на базі вдосконаленої моделі Дюпона, в якій виділяється чотири групи показників: 1) підсумкова прибутковість – група показників, яка вказує на здатність компанії приносити прибуток, виходячи з наявних в її розпорядженні ресурсів; 2) фінансова незалежність – визначає фінансову безпеку компанії, ступінь її насиченості борговими ресурсами; 3) якість корпоративного управління; 4) вплив кон'юнктури ринків сировини, готової продукції і інших ресурсів, від яких залежить компанія	За допомогою даної методики можна досить детально оцінити інвестиційну привабливість підприємства за значною кількістю показників	Складність у розрахунках, оскільки рейтингова оцінка привласнюється компанії з урахуванням чотирнадцяти статистичних показників, дванадцяти розрахункових коефіцієнтів і восьми додаткових фундаментальних чинників
Шульга Г. Ю.	Метод полягає в розрахунку інтегрального показника, який є досить легким у застосуванні і дозволяє урахувати усі фактори інвестиційної привабливості підприємства. Залежно від розміру інтегрального показника визначається рівень інвестиційної привабливості підприємства за 3-бальною шкалою: 0,1 – 0,4 – низький рівень; 0,5 – 0,7 – середній рівень; 0,8 – 1 – високий рівень	Дана методика є достатньо легкою у застосуванні й не потребує довготривалих розрахунків, а також підходить для розрахунку підприємств всіх форм власності	Недостатня кількість показників для точних розрахунків; не достатньо чіткий опис окремих показників
Бланк І. А.	Оцінка інвестиційної привабливості підприємства, що базується на визначенні стадії життєвого циклу підприємства	Методика враховує стадію життєвого циклу підприємства на момент оцінки	Неможливість за умов негативного інвестиційного клімату в країні правильно визначити стадію життєвого циклу підприємства

1	2	3	4
Агентство з питань запобігання банкрутства підприємств та організацій	Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій	Дозволяє інвестору комплексно оцінити теперішнє становище підприємства	Не враховує майбутніх перспектив розвитку суб'єкта господарювання
Іванов А. П.	Підхід, який базується на двох етапах – аналізі економічної спроможності емітента цінних паперів і оцінці ризику та дохідності акцій у ринковому обороті. Таким чином, при оцінці інвестиційної привабливості підприємства можливості фундаментального аналізу доповнюються методами технічного аналізу	Методика дозволяє інвестору комплексно оцінити теперішнє та майбутнє становище підприємства	Дана методика адаптована тільки для акціонерних товариств; недостатня об'єктивність та інформативність аналізу графіків, оскільки вітчизняний ринок цінних паперів не має ще достатньої історії свого функціонування
Балацький О. Ф., Теліженко О. М., Соколов М. О.	Експертно-рейтингова система оцінки інвестиційної привабливості регіону. Запропонована система базується на складанні рейтингу регіону на основі експертних оцінок, визначенні інвестиційної привабливості регіону на базі показника "дистанції віддалення від еталона"	Методика враховує інтереси різних груп інвесторів: експортно-орієнтованих підприємств, місцевих ринково-орієнтованих підприємств, транснаціональних корпорацій, малих підприємств, іноземних інвесторів, місцевих інвесторів	Характеристика інвестиційної привабливості регіону не дає точного уявлення про інвестиційну привабливість одного підприємства; імовірна неточність при використанні експертних оцінок, тому що рейтинг розраховується як середньозважена експертних оцінок регіону

Таким чином, проведено дослідження деяких підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємства дає змогу зробити висновок щодо великої їх кількості та різноманітності. Завдяки роботі сучасних вчених-економістів вони постійно удосконалюються і стають більш пристосованими для оцінки того чи іншого суб'єкта господарювання. Кожна з методик має свої переваги, є унікальною й має право на існування. Відповідно, кожен підхід має свої недоліки. Проте це спонукає до появи нових, більш універсальних формул, розробок інших методів розрахунку і, як наслідок, виведення більш універсальної методики взагалі. Отже, проблема методології оцінювання інвестиційної привабливості підприємства недостатньо вивчена і потребує подальшої розробки.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент / И. А. Бланк. – К. : МП "ИТЕМ, Лтд", "Юнайтед Лондон Трейд Лимитед", 1995. – 448 с. 2. Бланк И. А. Стратегия и тактика управления финансами / И. А. Бланк. – К. : МП "ИТЕМ, Лтд", "АДЕФ-Украина", 1996. – 534 с. 3. Донцов С. С. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия посредством анализа надежности его ценных бумаг / С. С. Донцов // Финансовый менеджмент. – 2003. – № 3. – С. 78–84. 4. Иванов А. П. Инвестиционная привлекательность акций / А. П. Иванов. – М. : Изд. центр "Акционер", 2002. – 192 с. 5. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій: Затв. наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій 23.02.1997 р. № 22 // Державний інформ. бюл. про приватизацію. – 1998. – № 7. – С. 18–28. 6. Ястремська О. М. Стратегічне управління інвестиційною діяльністю підприємства : навчальний посібник / О. М. Ястремська. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2006. – 192 с. 7. Ястремська О. М. Теоретико-методологічні аспекти оцінки інвестиційного клімату / О. М. Ястремська // Стратегія економічного розвитку України : наук. зб. – 2005. – № 3(10). – С. 250–255. 8. Брюховецька Н. Ю. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства: визначення недоліків деяких існуючих методик [Електронний ресурс] / Н. Ю. Брюховецька, О. В. Хасанова. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>. 9. Балацький О. Ф.

Управління інвестиціями : навч. посібн. / О. Ф. Балацький, О. М. Теліженко, М. О. Соколов. – 2-ге вид., переробл. і доп. – Суми : ВТД "Університетська книга", 2004. – 232 с. 10. Нечипорук О. В. Методика рейтингової оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств / О. В. Нечипорук // Научно-технічний збірник. – 2006. – № 75. 11. Шульга Г. Ю. Матрична модель оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств / Г. Ю. Шульга // Фінанси України. – 2003. – № 1. – С. 3–12. 12. Шапран В. Иррациональный рынок / В. Шапран, В. Духненко, Р. Корнелюк // Експерт. – 2007. – № 26. – С. 60–69. 13. Ляш О. І. Оцінювання інвестиційної привабливості підприємства у ринкових умовах і напрями її забезпечення / О. І. Ляш // Інвестиційна діяльність. – 2006. – № 5. – С. 34–36. 14. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність: навч. посібн. / Т. В. Майорова. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. 15. Мойсеєнко І. А. Основи інвестиційної привабливості / І. А. Мойсеєнко // Інвестиційні проекти в Україні. – 2005. – № 6. – С. 12–18. 16. Носова О. В. Інвестиційна привабливість підприємства / О. В. Носова // Стратегічні пріоритети. – 2007. – № 1(12). – С. 120–126.

УДК 005.336.2:005.91

Касьмін Д. С.

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ДІАГНОСТИКА АКТУАЛЬНИХ ЕЛЕМЕНТІВ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦЯ З УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Анотація. Розглянуто проблему формування професійної компетентності фахівця з управління персоналом, сформовано бажаний профіль компетенцій співробітника з боку роботодавця.

Аннотация. Рассмотрена проблема формирования профессиональной компетентности специалиста по управлению персоналом, сформирован желаемый профиль компетенций сотрудника со стороны работодателя.

Annotation. The problem of professional competence of the personnel manager is regarded and the profile of competencies of the employee on the employer's side is formed.

Ключові слова: компетенції, компетентність, компетентнісний підхід, професійна компетентність, кваліфікація.

Соціально-економічна ситуація в нашій країні вимагає зміни теоретичних і практичних підходів до підготовки фахівців усіх рівнів. Аналіз вимог роботодавців свідчить про те, що підвищення якості професійної освіти стає все більш актуальною проблемою. Ринок праці потребує спеціалістів вищого рівня кваліфікації, забезпечення конкурентоспроможності фахівця вже на початку його професійної діяльності. У зв'язку з цим можна вважати своєчасним перехід вищої освіти в Україні до компетентнісної парадигми навчання. Оскільки сьогодні в головний ресурс бізнесу перетворюється людина, працівник з високим творчим потенціалом, цю проблему можна вважати вкрай актуальною для спеціалістів з управління персоналом. Компетентний спеціаліст у галузі управління персоналом задає ритм функціонування ринку праці, активізує інтереси роботодавця щодо найму фахівця, який володіє необхідними компетенціями.

Мета статті – розгляд проблеми готовності випускників вищих навчальних закладів до конкурентної боротьби на ринку праці у сформованих соціально-економічних умовах.

Сучасна парадигма вищої освіти полягає в переході від "знаннєвого" навчання до навчання практичній діяльності [1]. Суть даного переходу полягає в тому, що після закінчення вищого навчального закладу майбутній спеціаліст матиме не тільки певний обсяг знань, а й певну систему вмінь і навичок, які будуть сформовані в процесі навчання, забезпечать його готовність до динамічних економічних умов. Саме це дасть можливість молодому спеціалісту самореалізуватися в умовах, що склалися.

Освіта вже поступово переорієнтується на сучасний ринок праці. Її пріоритетами стає вміння випускника оперувати технологіями та знаннями, які будуть задовольняти потреби інформаційного суспільства і майбутнього суспільства знань. Випускники ВНЗ повинні бути готовими задовольняти зростаючі вимоги ринку праці, вміти не тільки працювати з інформацією, а й навчатися протягом всього життя [2, с. 6].



Основи компетентнісного підходу в освіті закладені в роботах таких зарубіжних вчених, як Дж. Равен, В. Ландшеер, В. Болотова, В. Серікова [3], А. Хуторський, З. Зеєр, І. Зимня, В. Андреева, В. Байденко. Передумови його ефективного впровадження в Україні відображені в роботах В. Пономаренка, О. Овчарук, О. Локшиної, Н. Бібік, І. Булаха та ін. Компетентнісний підхід у цих роботах розглядається як кардинальний інноваційний підхід в освітній парадигмі. Він виступає протилежністю парадигмі, яка склалася з часів Радянського Союзу і розглядає освіту більшою мірою як процес придбання знань. Сьогодні її головною метою є формування вмінь, навичок і виховання бажання вчитися [4, с. 16].

Нова компетентнісна модель освіченості співвідноситься з динамічним суспільством, де людина виступає головною рушійною силою у процесах соціалізації, навчання, загальної та професійної підготовки до виконання життєвих і професійних функцій [5, с. 10]. Однією з причин зміни парадигм є скорочення життєвого циклу інформації. Сьогодні старіння інформації відбувається швидше, ніж завершується цикл навчання [5, с. 23]. У зв'язку з цим роботодавець бажає бачити в потенційному працівника не самі по собі знання, а його здатність виконувати нові функції на робочому місці. Відбувається процес переходу від знань до компетентності.

Слід зауважити, що сьогодні до фахівців, які закінчили ВНЗ, висувається багато вимог від держави і безпосередньо від роботодавця. Перший перелік відображений у нормативних документах (посадових інструкціях), які визначають, якими повинен володіти претендент на посаду у певній сфері, в нашому випадку – це управління персоналом. І на нього сьогодні в першу чергу орієнтується ВНЗ. Роботодавець пред'являє свої вимоги, які не співпадають з нормативним документом, а пов'язані зі стратегіями організації, забезпечують конкурентну перевагу на ринку. Керівництво сучасних виробничих підприємств має власне уявлення про те, що кожен співробітник повинен вміти робити, якими знаннями і практичними навичками володіти, щоб "рухати" компанію вперед [6].

Для того щоб знайти резерви розвитку компетенцій з позиції ВНЗ, необхідно виконувати моніторинг відповідності стандарту вимогам роботодавця. Для виконання моніторингу необхідно вибрати класифікацію, за якою буде проводитися моніторинг. У даному дослідженні обрана класифікація, найбільш розповсюджена у країнах Європейського Союзу, доповнена класифікацією компетенцій К. Спруде, що відображена в роботі І. Литовченко. Дана класифікація включає такі компетенції: соціальну (здатність жити в соціумі, дотримуватись соціальних норм і правил та ін.), комунікативну (володіння технологіями усного і письмового спілкування та ін.); когнітивну (наявність самостійного і критичного мислення, готовність до постійного підвищення освітнього рівня, вирішення проблем та ін.), інформаційну (здатність до пошуку, обробки, збереження і створення інформаційних ресурсів та обміну ними), професійну (підготовленість особистості до самостійного виконання професійних дій, оцінки результатів власної праці) [7, с. 120].

Доцільність збагачення професійних компетенцій гуманістичними В. Ландшеер аргументує у такий спосіб: "Знання, вміння і поняття – важливі компоненти успіху у всіх життєвих ролях, але вони його не забезпечують. Успіх залежить також у не меншій мірі від установок, цінностей, почуттів, надій, мотивації, самостійності, співпраці, старанності та інтуїції людей" [8, с. 34]. Прихильником цієї ідеї є і відомий учений Дж. Равен, який підкреслює, що формування і розвиток компетентності нерозривно пов'язані із системою цінностей. Положення про те, що розвиток компетентності повинен ґрунтуватися на системі особистих цінностей, суперечить традиційним принципам освіти. Поки що немало педагогів вважають, що багато різновидів компетентності можуть бути сформовані незалежно від цінностей [9, с. 187]. Однак більш конструктивною є думка, що сьогодні компетентність необхідно сприймати не просто як набір знань, вмінь, навичок, а як щось більше, таке, що в сукупності забезпечує становлення особистісної позиції фахівця, ставлення до предмета своєї діяльності. У зв'язку з цим в рамках компетентнісного підходу важливим є не просто "нарошування обсягів" знань, а й придбання різнобічного досвіду діяльності [10].

Для вирішення цього завдання і складається перелік компетенцій, якими повинен володіти кандидат на робоче місце. Швидко поширюється використання компетенцій в оцінках персоналу. Застосування цього інструменту дозволило керівникам, оцінюючи виконання роботи, аналізувати не тільки те, що було досягнуто співробітником за аналізований період, а й те, як це було зроблено [6].

Сучасні економічні умови задають ритм діяльності організаціям. Якщо до недавнього часу в управлінні персоналом використовувалися традиційні інструменти, такі, як посадові інструкції положення про відділи і т. д., то сьогодні бачимо, що інтенсивно розвиваються організації, які гнучко реагують на зміни зовнішнього середовища, віддають перевагу моделям компетенцій, на підставі яких і складають портрет посади, яку займає людина в організації або кандидат на вакантну посаду. Посадова інструкція не дає рекомендацій щодо того, яким вимогам робочого місця повинні відповідати професійні знання, вміння і навички співробітника, а що найголовніше, не містить вимог щодо особистісних якостей фахівця, які гарантують успішну працю на певній посаді.

З метою виявлення вимог з боку роботодавця до таких посад, як менеджер по роботі з персоналом, менеджер з підбору персоналу, менеджер з розвитку персоналу, начальник відділу кадрів, інспектор відділу кадрів, був проведений контент-аналіз сайтів з працевлаштування ринку робочої сили міста Харкова. До переліку компетенцій, що аналізувалися, було внесено соціальну, інформаційну, комунікативну, когнітивну, професійну, психологічну. Порівняння його результатів з вимогами державних стандартів подано на рисунку. Хоча протиріччя у структурах вимог роботодавця і забезпечення їх вищою освітою простежувалися і раніше, сьогодні вони стали значно гострішими, оскільки зникла система розподілу на роботу випускників навчальних закладів, не характерна для економіки з ринковими відносинами [11]. Велику роль набуває динамічність

характеристик робочої сили, які, з одного боку, повинні відповідати державному стандарту, з іншого – потребам роботодавця.

Виходячи з вимог, які висуває роботодавець, можна зробити висновки, що на даному етапі розвитку соціально-економічних відносин і ринку праці фахівець з управління персоналом повинен бути готовий до самостійного виконання професійних дій, здатним жити в соціумі (враховувати інтереси та потреби інших працівників, дотримуватися соціальних норм і правил), бути готовим до постійного підвищення рівня освіти. У нього повинні бути розвиненими потреби актуалізації та реалізації власного потенціалу, отримання нових знань та вмінь, здатність до саморозвитку.

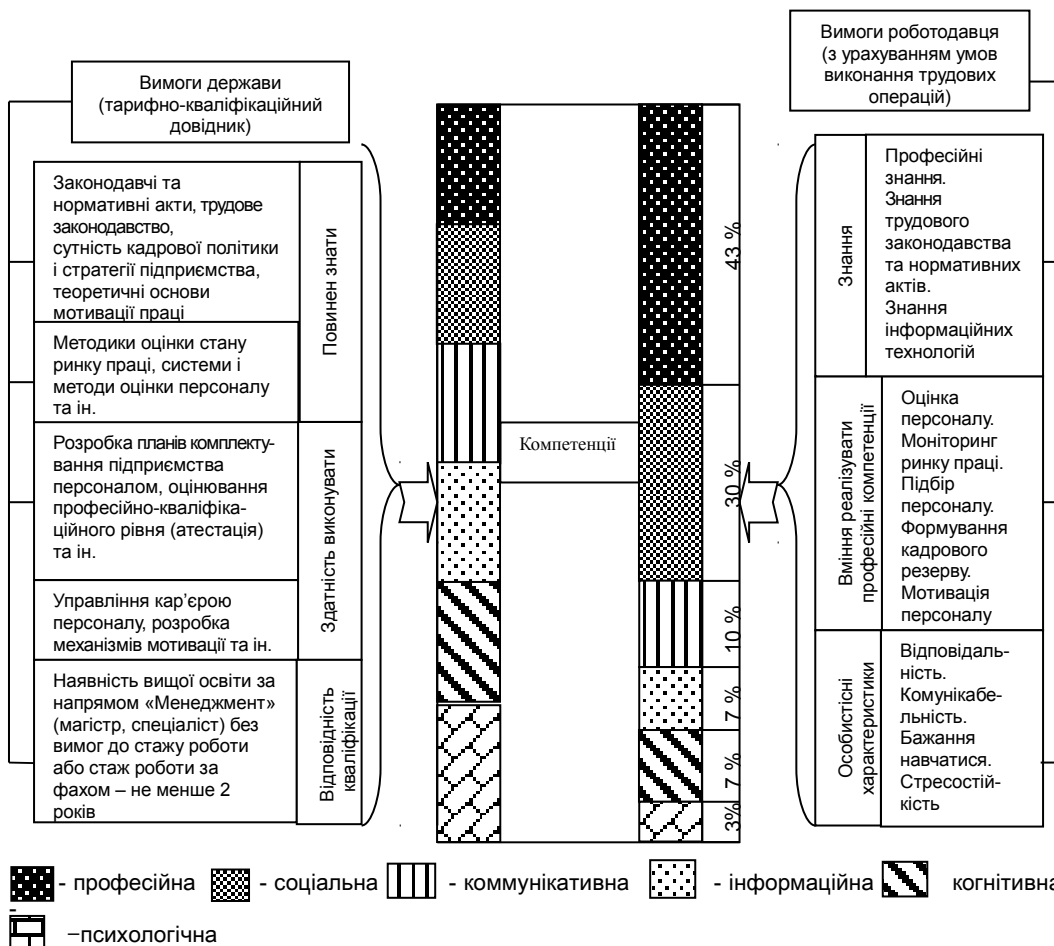


Рис. Умови зайняття робочого місця спеціалістом з управління персоналом (складено автором на основі робіт [12; 13])

З вищенаведеного видно, що конкурентоспроможність молодого фахівця з управління персоналом на ринку праці буде залежати від ступеня реалізації компетентнісного підходу в освітній сфері та сформованого обсягу компетенції в процесі освіти. Подальше отримання знань забезпечується підвищенням кваліфікації, навчанням в рамках організації та ін. За рахунок цього спеціаліст буде розвивати вже існуючі компетенції та формувати нові, необхідні для реалізації оновлених і збагачених функцій робочого місця.

Новизною роботи є дослідження вимог до фахівців з управління персоналом на основі вивчення нормативної бази та контент-аналізу ринку праці, у результаті чого автором була виділена група основних компетенцій, затребуваних роботодавцями.

Наук. керівн. Дороніна М. С.

Література: 1. Соловьёва И. П. Формирование системы обеспечения качества подготовки специалистов среднего профессионального образования [Электронный ресурс] / И. П. Соловьёва. – Режим доступа : <http://festival.1september.ru/articles/313439/>. 2. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики / під заг. ред. О. В. Овчарук. – К. : К.І.С., 2004. – 112 с. 3. Болотов В. А. Компетентностная модель: от идеи к образовательной программе / В. А. Болотов, В. В. Сериков // Педагогика. – 2003. – № 10. – С. 8–14. 4. Стратегія реформування освіти в Україні: рекомендації з освітньої політики. – К. : К.І.С., 2003. – 296 с. 5. Андреев А. Л. Компетентностная парадигма в образовании:



опыт философско-методологического анализа / А. Л. Андреев // Педагогика. – 2005. – № 4. – С. 19-27. 6. Козлова О. Портрет должности "управляющий магазином" [Электронный ресурс] / О. Козлова. – Режим доступа : [http://www.hr-portal.ru/article/portret-dolzhnosti-\"управляющий-магазино\"](http://www.hr-portal.ru/article/portret-dolzhnosti-\). 7. Дороніна М. С. Формування профілю компетенцій сучасного спеціаліста з управління персоналом / М. С. Дороніна, І. В. Литовченко // Культура народів Причорномор'я. – 2010. – № 25.– С. 118–123. 8. Ландшеер В. Концепція "минимальной компетентности" / В. Ландшеер // Перспективы. Вопросы образования. – 1988. – № 1. – С. 32–35. 9. Равен Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация / Дж. Равен ; пер. с англ. – М. : Когито-Центр, 2002. – 396 с. 10. Иванова Е. О. Компетентностный подход в соотношении со знаниево-ориентированным и культурологическим [Электронный ресурс] / Е. О. Иванова. – Режим доступа : <http://www.eidos.ru/journal/2007/0930-23.htm>. 11. 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. 12. Про затвердження випуску 1 "Професії працівників, що є загальними для всіх видів економічної діяльності" Довідника кваліфікаційних характеристик професій працівників : Наказ від 29 грудня 2004 року № 336 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN11827.html. 13. Про вищу освіту : Закон України від 17.01.2002 № 2984-III, із змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.

Чупир М. Ю.

УДК 658.147

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

АКЦІОНЕРНИЙ КАПІТАЛ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Визначено особливості використання акціонерного капіталу, сутність поняття "акціонерний капітал". Подано характеристику основних форм акціонерного фінансування діяльності підприємства. Оцінено можливості та доцільність використання акціонерного капіталу як фінансового джерела з урахуванням впливу зовнішнього середовища на діяльність акціонерних товариств.

Аннотация. Определены особенности использования акционерного капитала, сущность понятия "акционерный капитал". Дана характеристика основным формам акционерного финансирования деятельности предприятия. Оценены возможности и целесообразность использования акционерного капитала как финансового источника с учетом влияния внешней среды на деятельность акционерных обществ.

Annotation. This article defines the peculiarities of the usage of share capital, the nature of share capital. It also characterizes the main ways of funding an enterprise activity with share capital. The article also evaluates the possibilities and expediency of the usage of share capital as a financial source taking into consideration the influence of the economic environment on the activity of share companies.

Ключові слова: акції, акціонерний капітал, інвестиції, інвестор, фондовий ринок.

В умовах мінливого ринкового середовища підприємство не спроможне забезпечити стабільну економічну діяльність лише за рахунок внутрішніх джерел формування власного капіталу підприємства. Перед фінансовими менеджерами постає завдання пошуку додаткового джерела фінансування діяльності підприємства та оцінки можливості його використання. Саме тому в умовах кризового стану економіки питання залучення акціонерного капіталу щодо фінансування діяльності підприємства набуває суттєвої значущості.

Проблематика розвитку акціонерної форми організації бізнесу, ринку акцій, функції фондів ринків в економіках, що розвиваються, розглядаються в роботах В. Суторміної, О. Мозгового, О. Мендрула, І. Шевчук, М. Назарчука, Я. Міркіна, Ю. Сізова, Ю. Данілова, Я. Сергієнко [1 – 6]. Однак необхідно більш детально розглянути можливість використання акціонерного капіталу для фінансування діяльності підприємства, визначити усі переваги та недоліки процесу використання акціонерного капіталу у фінансуванні діяльності підприємства та оцінити доцільність його залучення.

Практично в кожній державі використання акціонерного капіталу має свої особливості, що сформовані протягом тривалого історичного процесу, що інтегрував специфічні для кожної країни

© Чупир М. Ю., 2011

економічні, соціально-політичні та культурні фактори і традиції. Особливістю формування акціонерних капіталів в Україні, як і в інших постсоціалістичних країнах, є те, що більшість акціонерних товариств сформувалися на базі державних підприємств (частка відкритих акціонерних товариств, створених на базі державних підприємств, становить 85 %). Дослідження показали, що питання формування підприємствами ефективного механізму дивідендної політики в Україні на даний час мало вивчені та недостатньою мірою висвітлені в економічній літературі. Такий стан значною мірою пояснюється відсутністю статистичних даних стосовно діяльності АТ. Звітність, представлена Міністерством статистики України, дозволяє дослідити лише динаміку формування акціонерної власності в Україні в регіональному розрізі, чисельність працюючих ВАТ та прибутковість ВАТ, що перебувають у процесі розміщення державної частки. Деякі аспекти результатів використання акціонерного капіталу подаються у звітах ФДМУ на прикладі конкретних підприємств та окремих наукових центрів. Однак узагальнені дані стосовно результатів використання акціонерних капіталів у публікаціях не зустрічаються. Даний факт зумовлює необхідність досліджень цієї сфери функціонування АТ в Україні та визначення основних шляхів формування ними політики дивідендів [7].

Існує велика кількість джерел фінансування інвестиційної діяльності. Упродовж останніх 20 років з розвитком фондових ринків і інвестиційної діяльності в розвинутих країнах з'явилося багато нових фінансових інструментів. Тому вибір з наявних найбільш відповідного інструмента фінансування інвестиційної діяльності достатньо важливе та важке завдання.

Загородній А. Г. та Вознюк Г. Л. визначають акціонерний капітал як основний капітал акціонерного товариства, величина якого вказується у статуті товариства та формується за рахунок емісії акцій [8]. Дане визначення дуже вузьке та не дозволяє зрозуміти сутність даного поняття в повній мірі. Л. Абалкін визначає акціонерний капітал як "сукупність об'єднаних індивідуальних капіталів акціонерів" [9]. Таке визначення не дає змоги усвідомити необхідність та доцільність використання акціонерного капіталу як окремого джерела, оскільки він розглядається за допомогою синергетичного підходу. Автори "Сучасного економічного словника" стверджують, що це "основний, базовий, початковий капітал акціонерного товариства, що утворюється шляхом випуску і продажу акцій", а відтак дають аналогічне з попереднім визначення його сутності. Мочерний С. В. визначає акціонерний капітал як ресурси акціонерного товариства (компанії), утворені шляхом об'єднання кількох або багатьох індивідуальних капіталів, розширення масштабів акціонерної компанії завдяки капіталізації частини прибутку, а також залучення певних коштів вкладників через механізм продажу акцій та облігацій, що базується на привласненні чужої праці [10]. Дане визначення дозволяє більш конкретно представити процес формування та використання акціонерного капіталу та зрозуміти його сутність, але дане визначення не є узагальнюючим, оскільки не враховує розміри та масштаби діяльності окремих товариств.

Узагальнюючи вищенаведені визначення, ідентифікуємо акціонерний капітал як основне джерело формування ресурсів підприємства шляхом емісії акцій та їх продажу з метою залучення додаткових коштів вкладників.

Основними формами акціонерного фінансування є залучення стратегічного, фінансового (портфельного), а також приватних інвесторів [11].

Залучення стратегічного інвестора супроводжується наступними негативними наслідками: значна частка, яка належить стратегічному інвестору в акціонерному капіталі підприємства, "розводнює" контроль над нею та може привести до зміни вищого керівництва; пошук стратегічного інвестора потребує значних витрат часу та коштів; в Україні обсяг прямих іноземних інвестицій з боку стратегічних інвесторів достатньо низький [11].

Якщо говорити про залучення фінансового інвестора, то тут зустрінемося з наступними проблемами: фінансові інвестори потребують високої норми віддачі від інвестицій; фінансові інвестори зазвичай "реалізують свої інвестиції" (продають акції) по проході 3 – 5 років; здійснення інвестицій фінансовим інвестором супроводжується тривалим підготовчим етапом, упродовж якого проводяться оцінка інвестиційної пропозиції та якості менеджменту, аналіз фінансової звітності, ринку та продукції підприємства, при цьому витрати на першому етапі пошуку інвестора підприємство повинно буде нести само [11].

Третя форма акціонерного фінансування – залучення приватних інвесторів. Дана форма має такі переваги: публічне розміщення акцій полегшує підприємству доступ до капіталу в майбутньому; публічне розміщення акцій є джерелом довгострокового фінансування; публічна емісія дозволяє визначити реальну ринкову вартість цінних паперів акціонерного товариства та надає можливість реалізувати частину вартості акціонерної власності; при правильно розрахованих обсягах емісії нинішнє керівництво збереже незалежність і контроль над підприємством; публічні емісії не припускають щорічних виплат дивідендів в обов'язковому порядку; у структурі капіталу збільшується частка власного, а не залученого, що позитивно відобразиться на фінансовій стійкості підприємства. Ще одним фактором на користь залучення коштів шляхом випуску акцій є те, що даний вид фінансування характеризується розробкою довгострокових планів розвитку [11].

До недоліків даного типу інвестицій відносяться: відкрите розміщення акцій на біржі припускає виконання ряду суворих вимог, в тому числі з розкриття інформації; організація публічної емісії пов'язана зі значними витратами; ціна розміщуваних цінних паперів залежить від кон'юнктури фінансового ринка в період розміщення; котирувані акціонерні товариства повинні виконувати ряд суворих вимог, встановлених законодавством про цінні папери та правила біржі [11].

Головною проблемою акціонерного фінансування, на думку автора, є посилення інвестиційної спрямованості вітчизняного ринку акцій, переорієнтація його учасників з перерозподілу власності та контролю на залучення капіталу.



Український фондовий ринок динамічно розвивається упродовж останніх чотирьох років. За оцінками експертів, вітчизняний ринок цінних паперів у 2011 році збереже свою привабливість для інвестування коштів. Він також продовжить зростання, однак відбудеться деяке уповільнення його темпів у найближчі півтора-два місяці. Найімовірніше, він залишатиметься мінливим, реагуючи на нестабільність, що зберігається на міжнародному фінансовому ринку. Це стосується ліквідації наслідків світової фінансової кризи на всьому європейському просторі. Невизначеність стосовно інвестиційної привабливості ринку цінних паперів спостерігається не тільки в Україні, а й в інших країнах пострадянського простору та Західної Європи. Цей факт пояснюється тим, що потенційні інвестори не впевнені в отриманні очікуваного доходу в умовах "хворої" економіки, яка тільки починає одужувати. Одночасно з тим поступово починають своє відродження великі акціонерні товариства, які намагаються позбутися симптомів хвороби та вийти на новий стратегічний рівень розвитку. Саме тому в найближчі роки можна спрогнозувати тенденцію підвищення інвестиційної привабливості вітчизняного ринку акцій. З огляду на це більшість аналітиків вважають, що кваліфіковані інвестори зможуть розраховувати у 2011 році на дохідність своїх вкладень на рівні 10 – 15 % річних [12].

У цілому за рахунок посилення диверсифікації вкладень портфельних інвесторів і збільшення капіталізації основних емітентів акцій загальна динаміка підвищення цін на ринку в поточному році, найімовірніше, буде позитивною. Тим більше, що переважна частина українських цінних паперів має значний потенціал свого зростання [12].

Додатковим чинником, що сприятиме пожвавленню ринку акцій у поточному році, буде очікуваний перетік інвестиційних ресурсів з розвинутих країн до України. Звичайно, негативні фактори світового фондового ринку можуть сповільнити зростання обсягів внутрішніх операцій з купівлі-продажу акцій, але прогноз залишається незмінним – українські цінні папери будуть користуватися високим попитом у інвесторів, насамперед, із країн СНД та Східної Європи [12].

Отже, національний ринок акцій характеризується інвестиційною привабливістю та має перспективи розвитку у найближчі роки. Цей фактор дає змогу акціонерним підприємствам за рахунок вдалого продажу своїх акцій залучити додаткове джерело фінансування своєї діяльності. При цьому з метою найбільш ефективного використання акціонерного капіталу підприємству необхідно правильно обрати форму акціонерного фінансування, яка найбільше підходить для умов його діяльності та способу використання капіталу.

Разом з тим існує цілий ряд обмежень стосовно залучення додаткових ресурсів на ринку акцій, які знаходяться на рівні самих емітентів. Це є наслідком того, що державі не вдалося створити умови, за яких інформаційна відкритість та публічність приносять конкурентні переваги на фондовому ринку [12].

Ще одна нагальна проблема вітчизняного ринку акцій – слабкий захист прав міноритарних акціонерів, що призводить до намагання інвесторів сконцентрувати максимальний пакет, який дозволить убезпечити себе від "ворожого" поглинання. Як наслідок – падіння ліквідності акцій, оскільки надмірна концентрація завжди "звужує" вторинний ринок цінних паперів. Але подібна тенденція має певні переваги для самого емітента. Так, Ю. Данілов зазначає, що "висока концентрація власності, як показала практика останніх років, була необхідною передумовою виходу підприємства на ринок акцій для залучення нового капіталу" [13].

Екстраполюючи цей висновок на вітчизняну місцевість, можна прогнозувати, що поступово у свідомості менеджменту акціонерних товариств відбудуться докорінні зміни, і ставлення до випуску акцій буде формуватися під впливом загальноприйнятних чинників, а не тільки втрати контролю над підприємством. Стимулюючим кроком з боку держави повинна стати максимальна турбота про права дрібних акціонерів. Повноцінне використання механізму акціонування та ринку акцій для залучення інвестицій в реальний сектор економіки України можливе лише у випадку комплексних кроків з боку держави у сфері захисту прав акціонерів та підвищення інформаційного забезпечення ринку [14].

Таким чином, проведене дослідження дозволило сформулювати особливості використання акціонерного капіталу та визначити можливості його залучення на підприємстві. Це дасть змогу фінансовим менеджерам використовувати акціонерний капітал як джерело фінансування діяльності акціонерного товариства та підвищити ефективність прийняття управлінських рішень щодо формування та розподілу фінансових ресурсів підприємства.

Наук. керівн. Олейникова Н. М.

Література: 1. Суторміна В. М. Фінанси зарубіжних корпорацій : підручник / В. М. Суторміна. – К. : КНЕУ, 2003. – 503 с. 2. Мозговой О. Н. Фондовый рынок Украины : монография / О. Н. Мозговой. – К. : УАННП, "Феникс", 1997. – 276 с. 3. Мендрула О. Г. Ринок цінних паперів : навч. посібник / О. Г. Мендрула, І. А. Шевчук. – К. : КНЕУ, 1998. – 152 с. 4. Назарчук М. І. Аналіз стану та перспектив розвитку фондового ринку України / М. І. Назарчук // Фінанси України : науково-теоретичний та інформаційно-практичний журнал Міністерства фінансів України. – 2007. – № 12. – С. 83–95. 5. Миркин Я. М. Рынок ценных бумаг России: воздействие фундаментальных факторов, прогноз и политика развития" / Я. М. Миркин. – М. : Альпина Паблишер, 2002. – 624 с. 6. Сергиенко Я. Фондовый рынок в системе финансирования инвестиций и инноваций / Я. Сергиенко // Мировая экономика и международные отношения. – 2007. – № 11. – С. 30–35. 7. Денис О. Аналіз результатів використання акціонерного капіталу в Україні / О. Денис // Регіональна економіка. – 2003. – № 3. – С. 107–114. 8. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Заго-

родній, Г. Л. Вознюк. – К. : Знання, 2007. – 1072 с. 9. Абалкин Л. И. Собственность, хозяйственный механизм, производительные силы / Л. И. Абалкин // Экономическая наука современной России. – 2000. – № 1. – С. 52–53. 10. Мочерний С. В. Економічна теорія : посібник для студентів вузів / С. В. Мочерний. – К. : Академія, 2002. – 653 с. 11. Собственный капитал / ТОР 100 / 2008 г. Лучшие компании Украины // Украинская инвестиционная газета. – 2008. – Июнь. – С. 33. 12. Сіренко О. Інвестиційна привабливість та перспективи українського ринку цінних паперів у 2008 році / О. Сіренко // Фінансовий ринок України. – 2008. – № 4. – С. 7–9. 13. Данилов Ю. Новая роль фондового рынка России / Ю. Данилов // Вопросы экономики. – 2003. – № 7. – С. 44–56. 14. Вітковський О. Оцінка вартості пакета акцій та вплив на неї структури капіталу товариства / О. Вітковський // Підприємництво, господарство та право. – 2008. – № 2. – С. 163–165. 15. Про інститути спільного інвестування : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>. 16. Гапонюк Б. Вітчизняний ринок акцій та його роль у інвестиційних процесах / Б. Гапонюк // Ринок цінних паперів в Україні. – 2005. – № 9. – С. 33–35.

УДК 005.334

Ворона О. В.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ОСНОВНІ ІНСТРУМЕНТИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Анотація. Розглянуто основні інструменти антикризового управління, розкрито їх сутність та виділено основні переваги й недоліки.

Аннотация. Рассмотрены основные инструменты антикризисного управления, раскрыта их сущность и выделены основные преимущества и недостатки.

Annotation. In this article basic instruments of anticrisis management are considered, their essence and basic advantages and failings are singled out.

Ключові слова: банкрутство, антикризове управління, антикризові інструменти, реструктуризація, реорганізація, активи, криза, кредитори, збитки.

На даному етапі розвитку економіки підприємства України знаходяться в такому нестабільному становищі, коли на них впливають і зовнішні, і внутрішні середовища. Внаслідок нестабільної політичної та економічної ситуації, невідповідності якості освіти фахівців потребам організацій більшість підприємств не має змоги адекватно реагувати на зміни оточуючого середовища, тому часто потрапляють під загрозу опинитися в кризовій ситуації. Для цього етапу розвитку підприємств характерними є спад обсягів виробництва, зниження фінансової стійкості, зменшення платоспроможності, неспроможність кадрових ресурсів забезпечити гідне управління для запобігання банкрутству. Усі ці несприятливі фактори зумовлюють необхідність впровадження дієвих антикризових заходів.

Дослідженню інструментів антикризового управління присвятили свої роботи такі науковці, як: Авдошина З. А. [1], Албул Г. А. та Почотов В. В. [2], Байцим В. Ф. [3], Діденко І. С. [4], Іваниця О. Б. [5], Коваленко В. В., Коренєва О. Г., Крохмаль О. В. [6], Лігоненко Л. О., Макаренко І. О. [7], Харін Д. В., Шапурова О. О. [8], Дорошук Г. А., Пономаренко В. С., Коротков Е. М., Татарніков Е. А., Таль Г. К. та ін. Проте поняття "антикризове управління" з'явилося не так давно, тому поки що є недостатньо дослідженим як вітчизняними, так і іноземними фахівцями, а отже, і антикризові заходи для багатьох підприємств є дещо розмитим поняттям. Це і зумовлює актуальність теми дослідження.

Більшість керівників не мають чіткої впевненості, яких заходів вживати, коли підприємство потрапило у скрутне становище. Тому мета даної роботи – визначити основні інструменти антикризового управління, їх переваги та недоліки.

Єдиного підходу до того, які інструменти антикризового управління слід застосовувати менеджерам підприємства, що потрапило у скрутне становище, не існує. Зокрема, Байцим В. Ф. виділяє такі заходи: санаційна реструктуризація – якщо до банкрутства привели втрата ринкових позицій, великий обсяг незавершеного виробництва, великі запаси готової продукції, кредиторська заборгованість, втрата ліквідності; адаптивна реструктуризація – якщо виною є зниження ефективності виробництва, вичерпання ринкового потенціалу, низька ефективність управління, невідповід-



ність світовим стандартам; попереджувальна реструктуризація – якщо загрозу створили нові конкуренти, ринки та технології [3]. Коваленко В. В., Коренева О. Г. та Крохмаль О. В. виділяють операційні (закриття або скорочення неприбуткових філіалів, відмова від паралельних напрямків бізнесу, посилення конкурентних переваг) та структурні (ліквідація, злиття, реорганізація підприємства) інструменти антикризового управління [5]. Діденко І. С. притримується таких антикризових заходів: усунення неплатоспроможності за рахунок маневрування грошовими потоками; збільшення грошових коштів за допомогою продажу короткострокових фінансових вкладень, запасів готової продукції, дебіторської заборгованості, нерентабельних виробництв, здійснення деінвестування; відновлення фінансової стійкості за рахунок зупинки нерентабельних виробництв, модернізації системи організації праці, зменшення поточної фінансової потреби, викупу боргових зобов'язань з дисконтом, форвардних контрактів на поставку продукції та ін.; забезпечення фінансової рівноваги в довгостроковому періоді [4]. Авдошина З. А. вважає, що антикризовим менеджерам необхідно застосовувати такі заходи, як зміна системи управління, створення холдингу з ряду зацікавлених у боргах підприємства організацій, продаж активів, введення режиму економії, проведення реструктуризації, підписання мирних договорів з кредиторами, впровадження інвестиційних програм, зміна організаційно-правової форми [1]. Албул Г. А та Почотов В. В. виділяють "захисну" програму та програму "наступу" у якості вирішення проблем підприємства, що знаходиться в кризовому становищі [2].

На підставі проведеного дослідження автор узагальнив проаналізовану інформацію та виділив декілька основних антикризових заходів, котрі на даному етапі можна вважати найбільш дієвими та ефективними, бо вони, по-перше, не вимагають спеціальних здібностей від керівництва, по-друге, розраховані на довготривалий результат, по-третє, не передбачають кардинальних нововведень. До них відноситься захисна та наступальні програми, реструктуризація активів, продаж підприємства як цілісного майнового комплексу та реорганізаційні процедури.

У таблиці автором була розкрита сутність кожного інструменту та заходу, оцінені переваги та недоліки кожного з них.

Таблиця

Антикризові інструменти: сутність, переваги та недоліки

Назва антикризового інструменту	Сутність	Переваги	Недоліки
1	2	3	4
"Захисна" програма	Проведення зберігальних заходів, в основі яких лежить зменшення всіх витрат, пов'язаних з виробництвом і збутом, забезпеченням основних фондів та персоналу, що призводить до скорочення виробництва в цілому	Усунення збитків, скорочення витрат, виявлення внутрішніх резервів, кадрові перестановки, зміцнення дисципліни, можливість налагоджування справ з кредиторами (відстрочення боргів) і з постачальниками	Призводить до ще більш глибокої кризи національної економіки і тому не має змоги забезпечити фінансовий розквіт підприємствам, які його застосовують
Програма "наступу"	Активний маркетинг, вивчення і завоювання нових ринків збуту, політика вищих цін, збільшення витрат на вдосконалення виробництва за рахунок його модернізації, оновлення основних фондів, впровадження перспективних технологій	Сприяє закріпленню підприємства на існуючих та завоюванню перспективних сегментів ринку, оновленню асортименту продукції, підвищенню конкурентоспроможності продукції, укріпленню керівництва	Зміна звичного устрою підприємства, необхідність у зміні кадрового складу, розробці нової стратегії, поява додаткових витрат
Реорганізація підприємства	Використання різноманітних форм та видів реорганізаційних процедур – зовнішніх (злиття та приєднання) і внутрішніх (поділ, виділення)	Оцінка можливих результатів діяльності підприємства після реорганізації, а не реально досягнутих на період кризи; об'єктом дослідження ефективності майбутньої реорганізації виступає вартість не одного, а декількох підприємств – учасників реорганізаційних процедур, тобто відповідальність належить не одному підприємству	Порівняльний характер при оцінюванні умов та можливості реорганізації (кризове підприємство неспроможне витримати конкуренцію з успішним)

1	2	3	4
Реструктуризація активів	Продаж основних фондів підприємства та невстановленого обладнання; продаж або вихід з інвестиційних проектів; продаж зайвих товарних запасів; інкасація та рефінансування дебіторської заборгованості	Більш ефективний у порівнянні з примусовим за рішенням суду розпродажем майна	Зменшуються майновий потенціал підприємства та можливості отримання доходів у майбутньому, життєздатність підприємства і рівень його потенціалу виживання
Продаж підприємства як цілісного майнового комплексу	Продаж готового бізнесу	Враховується вартість нематеріальних активів, не відображена в бухгалтерському обліку (бізнес-технологія, комерційні зв'язки), а також перспективи подальшого розвитку, майбутні доходи та прибутки; вартість підприємства більша від суми вартості окремих видів активів	Враховується збитковість, від'ємний власний капітал, загроза виникнення банкрутства, необхідність термінового розрахунку з кредиторами

Таким чином, провівши дослідження основних інструментів антикризового управління, можна зробити такі висновки:

1) головним недоліком більшості антикризових заходів є те, що доводиться чогось позбавлятися, аби не втратити все, зокрема мова йде про розпродаж основних фондів, активів, запасів, зменшення чисельності робітників, скорочення об'ємів виробництва та ін.;

2) головна перевага антикризового управління в тому, що проводиться повний аналіз діяльності підприємства, виявляються його резерви та потенціал, переглядається стратегія та обираються нові шляхи розвитку чи скорочення.

Отже, антикризове управління спроможне вивести організацію зі скрутного становища, хоча й не завжди без втрат для підприємства, необхідно лише правильно обрати антикризовий інструмент. А для цього варто точно оцінити становище самого підприємства, його потенціал та можливості, а також проаналізувати фактори зовнішнього середовища, які значною мірою впливають на ефективність реалізації того чи іншого заходу антикризового управління.

Практична значущість проведеного дослідження полягає в його використанні менеджерами при виборі інструменту антикризового управління.

У подальших дослідженнях автор планує зосередити увагу на особливостях управління кожним із проаналізованих у даній статті інструментів антикризового управління.

Наук. керівн. Селезньова Г. О.

Література: 1. Авдошина З. А. Антикризове управління: сутність, діагностика, методики [Електронний ресурс] / З. А. Авдошина. – Режим доступу : <http://www.cfin.ru/>. 2. Албул Г. А. Стратегія запобігання банкрутству [Електронний ресурс] / Г. А. Албул, В. В. Почотов. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua/>. 3. Байцим В. Ф. Механізми та інструменти ефективного антикризового управління корпораціями та підприємствами в умовах світової кризи [Електронний ресурс] / В. Ф. Байцим. – Режим доступу : <http://www.vofpp.lutsk.ua/>. 4. Діденко І. С. Необхідність антикризового управління для сучасних підприємств України [Електронний ресурс] / І. С. Діденко. – Режим доступу : <http://www.gusnauka.com/>. 5. Іваниця О. Б. Необхідність застосування антикризового менеджменту на підприємствах України / О. Б. Іваниця // Регіональні перспективи. – 2000. – № 2–3. – С. 164–166. 6. Коваленко В. В. Банківська криза та інструменти антикризового управління / В. В. Коваленко, О. Г. Коренева, О. В. Крохмаль // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 2 (92). 7. Макаренко І. О. Критерії економічної ефективності роботи підприємства в умовах антикризового управління / І. О. Макаренко // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 7. – С. 121–125. 8. Шапурова О. О. Політика антикризового управління при загрозі банкрутства / О. О. Шапурова // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 8. – С. 147–1153.

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ЗМІСТОВНА СУТНІСТЬ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ПОТЕНЦІАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РИНКУ

Анотація. Розглянуто основні дослідження існуючих підходів щодо визначення сутності категорії "потенціал підприємства" та визначено основні напрями дослідження категорії "потенціал".

Анотация. Рассмотрены основные исследования существующих подходов к определению сущности категории "потенциал предприятия" и определены основные направления исследования категории "потенциал".

Annotation. The basic studies of existing approaches to the definition of the category "enterprise potential" are considered and the main research directions of the category "potential" are defined.

Ключові слова: потенціал, підприємство, ресурси, виробництво, можливості.

В умовах ринку, що характеризується нестабільністю цілей підприємства, обумовленою мінливістю попиту та пропозиції, цін на товари та фактори виробництва, змінами в конкурентному середовищі та іншими макро- і мікроекономічними факторами, одним з першочергових завдань керівництва підприємства стає формування й оцінка поточних і перспективних можливостей підприємства, тобто його потенціалу. В Україні на сьогодні не приділяється належна увага процесам формування потенціалу підприємства. Саме це обумовлює необхідність дослідження поняття "потенціал".

Проблемам дослідження потенціалу підприємства приділяється багато уваги у працях вітчизняних науковців.

Серед них можна виділити Федоніна О. С., Репіну І. М., Олексюка О. І., Краснокутську Н. С. та ін. Немало зарубіжних вчених приділили цій проблемі багато уваги, серед них: І. Ансофф, П. Друкер, М. Мексон, А. Дж. Стрікланд, А. А. Томпсон тощо.

Метою даної статті є дослідження існуючих підходів щодо визначення сутності категорії "потенціал підприємства" та визначення основних напрямів дослідження категорії "потенціал".

Термін "потенціал" латинського походження та має тлумачення "міць, сила". У загальному значенні зміст терміна розкривається як "ступінь потужності в якому-небудь відношенні, сукупність засобів, необхідних для чого-небудь" [1].

Отже, в економічній літературі виділяється кілька підходів щодо визначення терміна "потенціал".

Представниками першого підходу стверджується, що потенціал – це певна сукупність необхідних для функціонування або розвитку ресурсів. Представниками ресурсного підходу є такі вчені, як Марушков Р. В., І. Лукінов, О. Оніщенко, Б. Пасхавер, Архангельський В. М., Репіна І. М., Абалкіна Л. І. (таблиця).

Таблиця

Визначення поняття "потенціал" з точки зору першого підходу

Сучасні науковці	Трактування поняття потенціал
Марушков Р. В. [2]	тракує потенціал підприємства як здатність підприємства забезпечувати своє довгострокове функціонування та досягнення стратегічних цілей на основі використання системи наявних ресурсів
І. Лукінов, О. Оніщенко, Б. Пасхавер [3]	визначають потенціал як кількість та якість ресурсів, які має у своєму розпорядженні та чи інша економічна система
Архангельський В. М. [4]	під потенціалом розуміє засоби, запаси, джерела, які наявні і можуть бути мобілізовані для досягнення певної мети або розв'язання певної цілі, тобто сукупність реальних нагромаджених ресурсів. До складових потенціалу, окрім вищезазначених, належать ще сукупність ресурсів, яка забезпечує необхідний рівень організації виробництва та управління, ресурси сфери освіти і перепідготовки кадрів
Абалкін Л. І. [5, с. 214]	потенціал – це узагальнена збірна характеристика ресурсів, безпосередньо пов'язаних із функціонуванням виробництва та прискоренням науково-технічного прогресу. Сюди відносяться: відповідні трудові, матеріальні, фінансові та інформаційні ресурси, які залучаються у сферу вдосконалення виробництва, крім того, потенціалом вважається як кількість, так і якість ресурсів, якими забезпечена та чи інша господарююча система

Другий напрямок пов'язаний із визначенням потенціалу як системи матеріальних та трудових факторів, що забезпечують досягнення цілі виробництва. Основою даного підходу є визначення К. Маркса про те, що засоби праці, предмет праці та робоча сила як фактори виробництва та елементи утворення нового продукту виступають як можливості, що підкреслює їхній потенційний характер. Також цей підхід пропонують такі автори, як Мочалов Б. М., Мосін В. М., Крук Д. М., Балацький О. Ф., Лапін Є. В., Акуленко В. Л., Олексюк О. І., що передбачають розгляд потенціалу підприємства як сукупності можливостей для досягнення поставлених цілей.

Даний підхід найбільш повно відображає сутність категорії "потенціал", оскільки саме сукупність сприятливих можливостей є головною умовою ефективного перетворення ресурсів на бажаний результат.

Отже, можна побачити, що в економічній літературі наводиться досить багато різних визначень терміна "потенціал підприємства". Але, незважаючи на велику кількість інтерпретацій цього терміна, можна виділити ряд моментів, притаманних більшості з підходів.

По-перше, окремим блоком у системі потенціалу виділяють ресурси, які має підприємство у своєму розпорядженні. Більшість авторів пропонує вважати ресурси за найважливішу складову потенціалу підприємства. Але, як вже було сказано вище, ресурси, за відсутності можливості ефективно їх використати, не є гарантом досягнення будь-яких цілей.

По-друге, окрім ресурсної складової у сучасній економічній літературі, виділяють можливості, які можуть бути використані для досягнення певної мети.

Таким чином, можна побачити, що трактувань поняття "потенціал" достатньо, вони різні і кожна думка має право на існування. Але найбільш широке та правильне поняття "потенціал" на даний момент дав Марушков Р. В., який визначив його як можливості підприємства забезпечувати своє довгострокове функціонування та досягнення стратегічних цілей на основі використання системи наявних ресурсів. У цьому визначенні підкреслюється, що потенціал, насамперед, є можливістю підприємства досягати певних цілей, а ресурси вважаються основою для реалізації цієї можливості. Таке визначення категорії "потенціал" найбільш повно відображає його сутність.

Наук. керівн. Матвієнко-Біляєва Г. Л.

Література: 1. Ожегов С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов ; под ред. Шведовой Н. Ю. – М. : Советская энциклопедия, 1972. – 846 с. 2. Марушков Р. В. Оценка использования экономического потенциала предприятия (на примере предприятия печатной отрасли) [Текст]: автореф. дис. канд. экон. наук : 08.06.2000 / Р. В. Марушков. – М., 2000. – 39 с. 3. Лукинов И. Аграрный потенциал: исчисление и использование [Текст] / И. Лукинов, А. Онищенко, Б. Пасхавер // Вопросы экономики. – 1988. – № 3. – С. 25. 4. Архангельский В. Н. Управление научно-техническим прогрессом в машиностроении [Текст] / В. Н. Архангельский, Л. Е. Зиновьев. – М. : Книжный мир, 1983. – 120 с. 5. Абалкин Л. И. Диалектика социалистической экономики [Текст] / Л. И. Абалкин. – М. : Мысль, 1981. – 351 с.

УДК 005.952.2

Яцун Я. С.

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ТА ЙОГО РОЗВИТОК НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Розглянуто ефективне управління та розвиток трудового потенціалу, що є основою успішної діяльності підприємства.

Аннотация. Рассмотрены эффективное управление и развитие трудового потенциала, являющиеся основой успешной деятельности предприятия.

Annotation. Efficient control and development of human potential as a basis of successful activity of the enterprise are regarded.

Ключові слова: управління трудовим потенціалом, чинники розвитку трудового потенціалу.

Проблеми управління трудовим потенціалом підприємства заслуговують значної уваги, оскільки даний чинник є одним з визначальних для підвищення ефективності господарювання та

© Яцун Я. С., 2011



конкурентних переваг підприємства на ринку. Людина є головним ресурсом на будь-якому підприємстві, тому на діяльність підприємства досить сильно впливає раціонально налагоджений організаційний процес та кваліфікованість і компетентність працівників.

Дане питання розглядалося в працях Гольдфарб А. Г., Грузіної І. А., Красноносової О. М., Малхасян Г. Р., Новікової М. М., Пономаренка В. С., Смолюк В. Л., Турецької І. П.

Метою роботи є аналіз проблем управління трудовим потенціалом та визначення факторів його розвитку на підприємстві.

У загальному вигляді трудовий потенціал становить сукупну чисельність громадян працездатного віку, які за певних ознак (стан здоров'я, психофізіологічні особливості, освітній, фаховий та інтелектуальний рівні, соціально-етнічний менталітет) здатні та мають намір здійснювати трудову діяльність.

Трудовий потенціал працівника – це його можлива трудова дієздатність, його ресурсні можливості в галузі праці. Трудовий потенціал підприємства залежить від трудового потенціалу кожного працівника та кадрового забезпечення виконання стратегічних завдань. Відповідно, і механізми впливу мають бути спрямовані на формування постійної зацікавленості підприємств у розвитку трудового потенціалу кожного працівника, збереженні кадрів та їх поповненні [1].

Управління трудовим потенціалом підприємства – це сукупність практичних дій, направлених на формування та ефективне залучення персоналу підприємства в трудовий процес [2].

В управлінні трудовим потенціалом особливу увагу приділяють використанню трудового потенціалу.

Ефективному використанню трудового потенціалу підприємства сприяє:

- 1) установлення науково обґрунтованих норм праці;
- 2) своєчасний перегляд їх залежно від умов виробництва;
- 3) проведення атестації та раціоналізації робочих місць;
- 4) визначення необхідної кількості працівників та скорочення зайвих робочих місць;
- 5) навчання персоналу;
- 6) організація впровадження передових прийомів та методів праці;
- 7) використання гнучких графіків праці [3].

При формуванні структури трудового потенціалу необхідно приділяти значну увагу таким складовим: інтелектуальний, культурно-моральний і інноваційний потенціали працівників. Це сприятиме отриманню об'єктивної характеристики трудового потенціалу в процесі управління його розвитком [4].

Управління людиною є вихідною точкою в організації управління, тобто стратегія роботи з кадрами повинна виходити з індивідуальних характеристик та особливостей людей [5].

Основним чинником розвитку трудового потенціалу особистості є підвищення його освітнього рівня, постійне оновлення знань. Кожній людині, незалежно від посади, яку вона займає, має бути надана можливість для подальшої освіти та кар'єрного зростання. Тому дуже важливо створити умови для заохочення підприємств витратити кошти на підвищення кваліфікації та освітнього рівня працівників. Частково ця проблема вирішується законодавчо, шляхом дозволу на включення до валових витрат оплати підготовки та перепідготовки працівників у вищих навчальних закладах України за профілем діяльності підприємства.

Керівники підприємств повинні замислитись про необхідність розв'язання стратегічних завдань з підготовки кадрів, які забезпечать стабільний розвиток у майбутньому, бо від кваліфікації персоналу залежить не тільки продуктивність праці, а й ефективність використання всіх видів ресурсів.

На рівні підприємств та організацій першочерговими потребами працюючих є забезпечення гарантії зайнятості, високий рівень оплати праці, привабливість роботи, можливість подальшого професійного зростання, робота в безпечних умовах праці, забезпечення захисту трудових прав.

Рівень задоволеності працівників своєю роботою є головним важелем ефективності праці і прямо впливає на збереження, розвиток та ефективне використання трудового потенціалу [1].

Таким чином, управління трудовим потенціалом підприємства становить досить складний процес, оскільки саме від нього залежить, наскільки ефективно підприємство здатне організувати свою діяльність. Не менш важливим є й розвиток трудового потенціалу, тому що навколишнє середовище є досить мінливим, і підприємству необхідно пристосовуватися до цих змін, а це, у свою чергу, приводить до пошуку та впровадження нових шляхів розвитку, що дозволить підприємству розширити свої можливості у майбутньому та стати більш конкурентоспроможним.

Наук. керівн. Мартіянова М. П.

Література: 1. Турецька І. Розвиток трудового потенціалу підприємства в сучасних умовах [Електронний ресурс] / І. Турецька. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/64092.doc.htm. 2. Новикова М. Н. Концепція управління трудовим потенціалом підприємства / М. Н. Новикова // Наука і життя України. – 2007. – № 1. – С. 39–41. 3. Малхасян Геворк Рубенович. Система управління трудовим потенціалом підприємства на основі застосування логістических підходів : автореф. дис. канд. екон. наук [Електронний ресурс] / Малхасян Геворк Рубенович ННОУ ВПО "Московський державний університет". – М., 2010. – Режим доступу : http://www.mosgu.ru/nauchnaya/publications/2010/abstracts/Malkhasian_GR.pdf. 4. Смолюк В. Л. Управління розвитком трудового потенціалу підприємства : дис. канд. наук : 08.00.04 [Електронний ресурс] / Смолюк Вікторія Леонтіївна. – Режим доступу : <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/342920.html>. 5. Управління трудовим потенціалом : наукове видання / В. С. Пономаренко, В. М. Гриньова, М. М. Салун та ін. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2006. – 348 с.

ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМИ КОМПЕТЕНЦІЙ ПЕРСОНАЛУ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Наведено сутність та класифікацію компетенцій організації. Обґрунтовано необхідність запровадження системи компетенцій з метою набуття підприємством додаткових конкурентних переваг.

Аннотация. Представлены сущность и классификация компетенций организации. Обоснована необходимость внедрения системы компетенций с целью приобретения предприятием дополнительных конкурентных преимуществ.

Annotation. The article contains the essence and classification of organization competences. Besides, the necessity of introduction of competent approach for the purpose of acquisition of additional competitive advantages is proved.

Ключові слова: ефективність праці, компетенція, конкурентні переваги.

В умовах постійних змін ринкового середовища підприємства зацікавлені у пошуку додаткових конкурентних переваг, що у майбутньому забезпечать їм стабільні позиції на ринку та дозволять зберегти прихильність споживачів. Поширення незалежності та самостійності працівників є джерелом для зростання продуктивності праці персоналу і, відповідно, для збільшення конкурентних переваг організації.

Ефективність праці можна підвищити за рахунок реалізації унікальних індивідуальних здібностей людей – їхніх знань, вмінь, досвіду та особистих характерних рис, які виявляються в поведінці й ставленні до справи, у захопленості й інновативності.

У кожної людини здібності виявляються по-різному, залежно від типу організації, у якій вона працює. Тому одним з найважливіших завдань управління персоналом є забезпечення умов для реалізації внутрішнього потенціалу кожного співробітника у повній мірі. Це дозволить компанії здійснювати більш складні завдання та вигідно відрізнитися від конкуруючих фірм.

Системі компетенцій у організації присвячено роботи багатьох як закордонних, так і вітчизняних вчених, а саме: Д. Кемпбелла [1], Ходкінсона Д. П. [1], Сперроу П. Р. [1], Верби В. А. [2], Гребешкової О. М. [2], С. Кучерової [3], Плохої О. Б., Ткаченка Є. М. [4] та ін.

Розглянемо поняття "компетенція" більш детально.

Компетенції — це комплекс необхідних характеристик працівника, які він демонструє в реальній діяльності задля успішного досягнення поставленої мети в конкретних умовах. До компетенцій відносять як знання й навички, так і особистісні характеристики: природжені здібності, емоційні особливості й вольові настанови, що проявляються в поведінці людини [3].

Наведене визначення характеризує компетенції окремих працівників.

З метою вивчення компетенції як колективної характеристики, скористаємося визначенням, запропонованим Вербою В. А. та Гребешковою О. М.: "Компетенції підприємства (організації) – це невід’ємна складова його стратегічних активів, яка відображає комплекс колективного знання, досвіду та здібностей підприємства, що в поєднанні з унікальною технологією дозволяє створювати (підтримувати) конкурентні переваги та забезпечувати неповторну відмітність підприємства у певному ринковому оточенні" [2].

Зазначені автори пропонують ідентифікувати компетенції за п’ятьма рівнями [2]:

- 1) окремих індивідуумів (професійні компетенції);
- 2) ролей, що виконують члени колективу в групах у процесі господарської діяльності (рольові компетенції);
- 3) здійснення певних функцій у процесі виробництва та реалізації продукції (функціональні компетенції);
- 4) підприємства як учасника ринкових відносин (стратегічні компетенції);
- 5) неповторності та відмітності підприємства (ключові компетенції).



Аналізуючи представлені види компетенцій за ступенем їх значущості для розвитку підприємства, Верба В. А. та Гребешкова О. М. виділяють два їх рівні – особисті та організаційні (рис. 1).

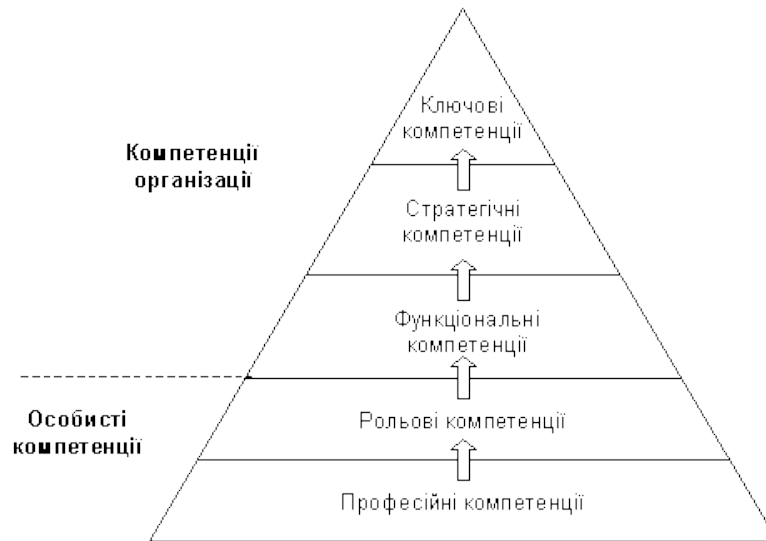


Рис. 1. Ієрархія компетенцій підприємства [2]

Особисті компетенції включають: професійні компетенції – здатність успішно діяти на основі практичного досвіду, вміння й знання при розв'язанні завдань професійного роду діяльності [6], а також рольові – вимоги до очікуваної робочої поведінки працівника, що обумовлені специфікою діяльності організації: сферою бізнесу, стилем управління й особливостями корпоративної культури, у якій відображаються всі нюанси життя організації [3].

До компетенцій організації в цілому відносять [2]:

функціональні компетенції, що визначаються характерними здатностями підсистем підприємства здійснювати виробничі та комерційні функції максимально ефективним способом;

стратегічні компетенції – відмітні характеристики ділової стратегії у контексті її відповідності зовнішньому конкурентному середовищу на рівні підприємства;

ключові компетенції – відмітні характеристики кінцевого продукту, які практично не можуть бути відтворені конкурентами, оскільки становлять складну взаємодію окремих індивідуальних технологій і навичок.

Застосовуючи на практиці ієрархію компетенцій підприємства, доцільно буде провести аналогію з ієрархією потреб, запропонованою А. Маслоу. Потреби людей автор об'єднав у п'ять основних груп, назви та ієрархію яких наведено на рис. 2.



Рис. 2. Ієрархія потреб за А. Маслоу [6]

Згідно з цією теорією, потреби, які перебувають ближче до основи "піраміди", потребують першочергового задоволення, а потреби вищого рівня починають активно впливати на людину після того, як задоволено потреби нижчого рівня.

Відповідно, стосовно ієрархії компетенцій, у першу чергу повинні бути реалізовані та розвинуті індивідуальні компетенції, а саме професійні та рольові. Це є необхідною передумовою до набуття організацією функціональних, а у подальшому і стратегічних та ключових компетенцій.

Використання моделі компетенцій в організації дозволяє ефективно організувати процес пошуку та підбору працівників, побудувати власну систему навчання та розвитку персоналу, а також вдосконалити систему мотивації. За думкою спеціалістів видання *Competency*, перераховані вище чинники є основними передумовами до запровадження системи компетенцій на підприємстві.

Таким чином, для підприємств, на яких ефективно й правильно організований процес діяльності поєднаний із якісним інструментарієм управління, запровадження системи компетенцій дозволить значно поліпшити процес управління персоналом і забезпечить зростання ступеня погодженості діяльності співробітників усередині організації.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Джерард П. Ходкінсон. Компетентная организация: психологический анализ процесса стратегического менеджмента / Джерард П. Ходкінсон, Пол Р. Сперроу ; пер. с англ. – Х. : Изд-во "Гуманитарный центр", 2007. – 392 с. 2. Верба В. А. Проблемы ідентифікації компетенцій підприємства / В. А. Верба, О. М. Гребешкова // Проблемы науки. – 2004. – № 7. – С. 23–28. 3. Кучерова С. Модель компетенцій на службі ефективної роботи організації [Електронний ресурс] / С. Кучерова. – Режим доступа : <http://www.prostobankir.com.ua>. 4. Ткаченко Е. М. Система компетенцій в компанії [Електронний ресурс] / Е. М. Ткаченко. – Режим доступа : <http://tm.work.ua/articles>. 5. Компетенция [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/>. 6. Колот А. М. Мотивация персонала : підручник / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с.

УДК 658.15

Нартова А. О.

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто проблему вивчення теоретичних аспектів фінансової стійкості підприємства. Запропоновано послідовність планування фінансової стійкості суб'єкта господарювання.

Аннотация. Рассмотрена проблема изучения теоретических аспектов обеспечения финансовой устойчивости предприятия. Предложена последовательность планирования финансовой устойчивости субъекта хозяйствования.

Annotation. The problem of studying theoretical aspects of financial stability of the enterprise was considered. Sequence of planning the financial sustainability of the entity was suggested.

Ключові слова: фінансова стійкість, економіка, підприємство, управління, платоспроможність.

У сучасних умовах економіки суб'єкти господарювання самостійно планують та здійснюють фінансово-економічну діяльність. При цьому найбільше уваги приділяють забезпеченню стабільності та прогнозуванню можливостей економічного зростання, що є неможливим без визначення таких базових характеристик, як платоспроможність та фінансова стійкість.

Фінансова стійкість підприємства є однією з головних умов успішної і стабільної роботи підприємства в ринкових умовах. Якщо підприємство фінансово стійке, платоспроможне, то воно має ряд переваг перед іншими підприємствами такого ж профілю. Чим вища стійкість підприємства, тим більш воно незалежне від несподіваної зміни ринкової кон'юнктури і, отже, тим менше ризик банкрутства [1, с. 80].

Управління фінансовою стійкістю є одним з основних елементів фінансового менеджменту на підприємстві, необхідною передумовою стабільного розвитку підприємства.

У сучасних умовах господарювання на підприємство впливає багато чинників, які знижують фінансову стійкість. До таких чинників можна віднести: істотну зміну структури та скорочення попиту, неплатежі, недосконалу роботу таких економічних інститутів, як банківська, кредитно-грошова, податкова системи.

Проаналізувавши ряд наведених факторів та враховуючи відсутність єдиного поняття фінансової стійкості, запропоновано управління фінансовою стійкістю шляхом розробки послідовності планування фінансової стійкості.

Метою статті є вивчення і аналіз методів управління фінансовою стійкістю підприємства з метою розробки послідовності планування фінансової стійкості.

Багато вчених розглядали поняття фінансової стійкості як невід'ємної складової фінансового стану успішного підприємства. Згідно з першим підходом, прибічниками якого є Селезньова Н. Н. та Іонова А. Ф., Макарева В. І., Філімоненков О. С., поняття "фінансова стійкість

підприємства" розглядається як один з показників фінансового стану суб'єкта господарювання. Так, Н. Н. Селезньова та А. Ф. Іоновах [2, с. 315] вважають, що фінансова стійкість – це стан активів (пасивів) підприємства, який гарантує йому постійну платоспроможність. На думку Макарева В. І. [3], фінансова стійкість підприємства – це стан структури активів організації, забезпеченість джерелами. О. С. Філімоненков [4, с. 304] визначає фінансову стійкість як стан підприємства, за яким розмір його майна (активів) достатній для погашення зобов'язань, тобто підприємство є платоспроможним.

Таким чином, деякої іншої точки зору дотримуються прибічники другого підходу – Савицька Г. В., Шеремет А. Д. та Сайфулін Р. С. Ними підкреслюється важливість показників фінансової стійкості підприємства для оцінки, насамперед, ділової активності та надійності підприємства, які обумовлюють його конкурентоспроможність, тим самим виступаючи гарантом ефективної реалізації економічних інтересів не тільки самого підприємства, але й його партнерів. На думку цих авторів, фінансовий стан підприємства виявляється "...у платоспроможності підприємств, у здатності вчасно задовольняти платіжні вимоги постачальників, розміщати кредити, видавати заробітну плату, вносити платежі у бюджет".

Шеремет А. Д. і Негашев Е. В. не дають визначення фінансової стійкості підприємства, а вважають, що різниця реального власного капіталу й статутного капіталу є основним вихідним показником стійкості фінансового стану підприємства.

Найбільш повно, на погляд автора, розкриває проблему фінансової стійкості підприємства Савицька Г. В.: "Фінансова стійкість підприємства – це здатність суб'єкта господарювання функціонувати і розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів і пасивів в мінливому внутрішньому й зовнішньому середовищі, що гарантує його постійну платоспроможність і інвестиційну привабливість у межах допустимого рівня ризику" [5, с. 608].

Як висновок до проведеного аналізу поглядів різних вчених та основних характеристик фінансової стійкості організації можна запропонувати таке визначення фінансової стійкості підприємства: здатність здійснювати основні та інші види діяльності в умовах підприємницького ризику та змін середовища бізнесу з метою максимізації економічної вигоди власників, зміцнення конкурентних переваг організації з урахуванням інтересів суспільства та держави.

Кожне підприємство має визначити межу своєї фінансової стійкості. Недостатня фінансова стійкість підприємства може призвести до його неплатоспроможності, а надлишкова – сприятиме створенню "зайвих" запасів та резервів, у зв'язку з чим зростуть витрати на їх утримання, спостерігатиметься недоотримання прибутку та гальмування темпів економічного розвитку підприємства. Отже, загальна стійкість підприємства передбачає, насамперед, такий рух його грошових потоків, який забезпечує постійне перевищення доходів над витратами. Саме ця рівновага є змістом фінансової стійкості, яка є головною умовою загальної стійкості підприємства.

При розробці послідовності планування фінансової стійкості підприємства необхідно враховувати фактори зовнішнього та внутрішнього середовищ в їх тісному взаємозв'язку, розподіл залучених підприємством фінансових ресурсів, обсягів фінансових вкладень за конкретними напрямками діяльності підприємства, структурними підрозділами та проектами, що реалізуються підприємством [1]. Схема запропонованої послідовності планування фінансової стійкості підприємства наведена на рисунку.

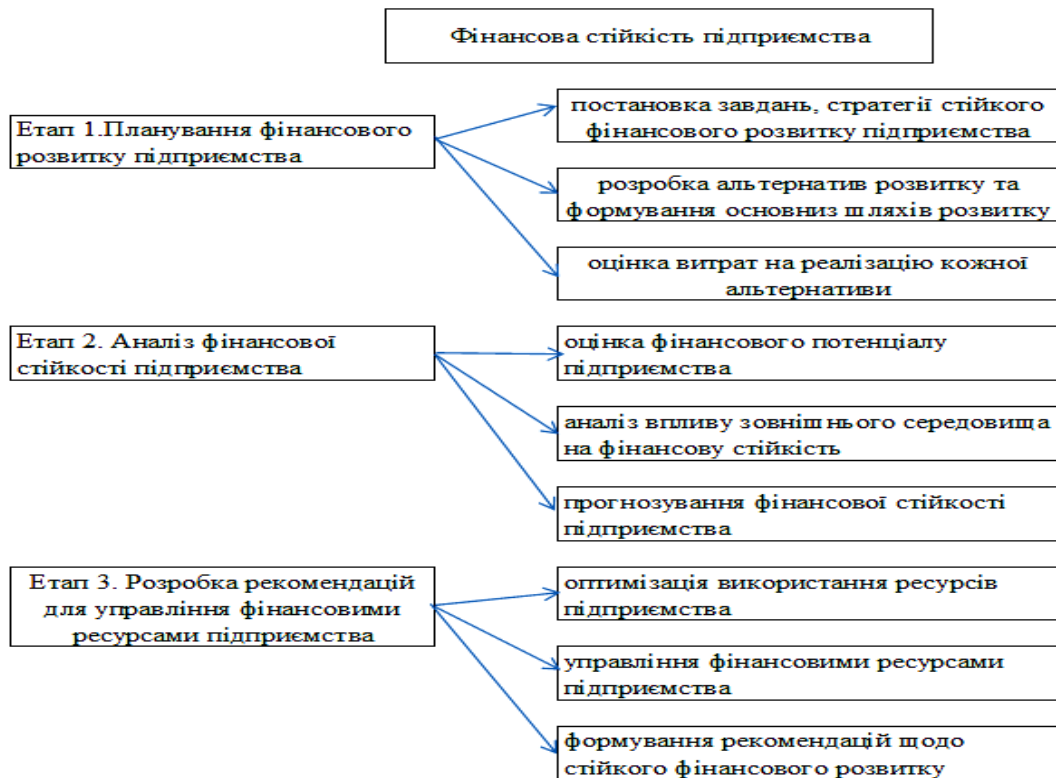


Рис. Послідовність планування фінансової стійкості підприємства

Етап 1. Планування фінансового розвитку підприємства. На даному етапі проводиться постановка завдань стратегії і тактики стійкого фінансового розвитку підприємства. Встановлюються альтернативні шляхи розвитку і формулюються основні напрями розвитку для подальшої роботи над ними. Проводиться детальне вивчення можливостей підвищення економічної активності підприємства у перспективних напрямках економічного зростання та оцінка затрат на реалізацію кожної альтернативи використання фінансових ресурсів та її ефективності відповідно до поставлених цілей.

Етап 2. Аналіз фінансової стійкості підприємства.

Оцінка фінансового потенціалу підприємства. Здійснюється аналіз внутрішніх факторів – складових потенціалу підприємства. На даному етапі необхідно визначити, наскільки цілеспрямовано та раціонально взаємодіють елементи фінансової системи між собою, наскільки раціонально організована сама система, її структура, тому що від цього залежить величина фінансового потенціалу, та фінансово стійкої рівноваги. Стан фінансової системи підприємства тим ближчий до стійкої рівноваги, чим більший потенціал підприємства.

Аналіз впливу зовнішнього середовища на фінансову стійкість. Необхідно проаналізувати, яким чином підприємство може успішно протидіяти зовнішнім факторам та реагувати на них, посилюючи позитивні наслідки у власному фінансовому стані.

Прогнозування фінансової стійкості підприємства. Проводиться комплексна оцінка фінансової стійкості підприємства та визначається тип фінансової стійкості за обраний період часу, а також можливі критичні точки розвитку фінансової системи.

Таким чином, використання даної послідовності планування фінансової стійкості підприємства повинно забезпечити стійкий розвиток підприємства, фінансування різних видів діяльності підприємства із зовнішніх та внутрішніх джерел, а також раціональне використання фінансових ресурсів.

Наук. керієн. Білоконенко Г. В.

Література: 1. Білик М. Д. Методи фінансового планування і прогнозування в управлінні фінансами / М. Д. Білик // Збірник наукових праць. – К. : Науково-дослідницький економічний інститут, 2006. – Вип. 9. – С. 79–84. 2. Селезнева Н. Н. Финансовый анализ. Управление финансами / Н. Н. Селезнева, А. Ф. Йонова. – М. : ЮНИТИ, 2003. – 639 с. 3. Макарьева В. И. Анализ хозяйственной деятельности организации / В. И. Макарьева, Л. В. Андреева. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 262. 4. Філімонов О. С. Фінанси підприємства : навч. посібник / О. С. Філімонов. – К. : Вид-во "Ника-Центр", 2002. – 359 с. 5. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – 4-е изд., перераб. и доп. – Мн. : ООО "Новое издание", 2000. – 688 с. 6. Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємства : монографія / М. О. Кизим, В. А. Забродський, В. А. Зінченко, Ю. С. Копчак. – Х. : ВД "ИНЖЕК", 2009. – 144 с. 7. Тридід О. М. Організаційні засади забезпечення фінансової стійкості підприємства / О. М. Тридід, К. В. Орехова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2005. – Ч. 2. – Т. 2. – С. 14–17. 8. Шеремет А. Д. Финансы предприятий / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 343 с.

УДК 331.101.3

Гончаренко К. М.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ГРЕЙДИНГУ ДЛЯ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Присвячено обґрунтуванню доцільності застосування грейдингу для вдосконалення систем мотивації персоналу українських підприємств. Визначено сутність грейдингу, його види та системи. Наведено послідовність побудови системи грейдів.

Аннотация. Посвящена обоснованию целесообразности применения грейдинга для совершенствования систем мотивации персонала украинских предприятий. Определена сущность грейдинга, его виды и системы. Представлена последовательность построения системы грейдов.

© Гончаренко К. М., 2011



Annotation. The article is devoted to justification the application of grading for the improvement of motivation of Ukrainian enterprises. The essence of grading, its types and systems are determined. The stages constructing a system of grades are presented.

Ключові слова: система мотивації, грейдинг, грейд посади, грейд працівника.

Соціально-економічною основою поведінки персоналу підприємства, яка забезпечує активізацію його зусиль на підвищення результативності діяльності, є мотивація праці. Її значення для забезпечення досягнення цілей підприємства визнають усі провідні вчені, як вітчизняні, так і зарубіжні. Тому розробка способів ефективної мотивації персоналу підприємства є актуальним завданням сучасної науки.

Огляд останніх захищених дисертацій, проблематика яких пов'язана із мотивацією, що був здійснений у статті [1], свідчить, що наразі недостатньо уваги приділяється дослідженню застосування сучасних технологій управління персоналом в практиці мотивації. Більшою мірою увага акцентується на процесах формування системи мотивації персоналу, оцінці її ефективності без уточнення конкретних способів мотиваційного впливу. Одним із інструментів, який спрямований на стимулювання потрібних підприємству компетенцій, дозволяє реалізувати принципи справедливості та прозорості і не потребує значних фінансових витрат, що особливо актуально в сучасних умовах, є грейдинг. Цю технологію вітчизняний менеджмент тільки починає опановувати. Серед найбільш відомих робіт можна відзначити дослідження В. Чемякова "Грейдинг: технологія побудови системи управління персоналом" [2].

Метою даної статті є обґрунтування доцільності застосування грейдингу для удосконалення систем мотивації персоналу українських підприємств.

Система мотивації персоналу становить комплекс заходів, які спонукають працівників до досягнення цілей підприємства та задоволення власних потреб. У сучасних умовах досягнення цілей підприємства все більше пов'язують із рівнем кваліфікації, досвідом, майстерністю, компетенціями працівників. Тому і система мотивації персоналу має враховувати внесок кожного співробітника у досягнення цілей підприємства. Це завдання успішно реалізовується шляхом застосування технології грейдингу.

Грейдинг – система посадових розрядів, яка поєднує різні посади компанії в єдину систему залежно від однотипності і значущості робіт, а також якості праці окремого співробітника [3]. Грейдинг також визначають як процедуру чи систему процедур з проведення оцінки і ранжирування посад, в результаті яких посади розподіляються на групи, чи, власне, грейди, відповідно до їх цінності для компанії [4].

Відмінністю грейдингу від вітчизняних класифікацій посад є те, що він поєднує всі посади організації в єдину систему, формує єдину систему координат, де до одного розряду можуть входити посади одного рівня різних підрозділів компанії [5]. В. Чемяков зазначає, що грейдинг дозволяє створити систему управління стимулюванням, компетенціями, кар'єрою, тобто цілісну систему управління корпоративною поведінкою [2].

Розрізняють грейдинг посад та грейдинг працівників. Грейд посад залежить від цінності і важливості даної посади для підприємства, а грейд працівника – від рівня кваліфікації, досвіду, майстерності, компетенцій самого працівника [2; 4; 6].

У практиці роботи вітчизняних підприємств є спроби впровадження класичних систем грейдів, серед яких найбільш відомими є [2; 3]:

метод направляючих таблиць Хейя (методика "Хей Груп" (Hay Group)), що передбачає бальну оцінку посад, що дозволяє ранжувати їх відповідно до отриманої "ваги";

глобальна система грейдингу ("Уотсон Уайетт" (Watson Wyatt), якою передбачено віднесення посади до певної категорії, а потім, у її рамках, "зваження" їх функціоналів за факторами для точного визначення грейду;

система International Position Evaluation (IPE), якою передбачається присвоєння оцінки у балах кожному з факторів, сума яких однозначно визначає позиційний клас посади;

"методичні рекомендації щодо оцінки складності і якості роботи спеціалістів" для встановлення кваліфікаційних категорій та диференціації посадових окладів.

Застосування технології грейдингу для удосконалення системи мотивації персоналу дозволяє реалізувати ключові принципи ефективної мотивації, а саме: об'єктивності – об'єктивність системи винагородження, відповідності винагороди працівника його внеску в досягнення цілей підприємства; прозорості – умови отримання винагороди відомі і зрозумілі для всіх категорій персоналу; справедливості – за більш вагомих внесок працівник отримує більшу винагороду; гармонії – забезпечення зв'язку цілей працівника і підприємства; оперативності – швидке реагування на зміни у компетенціях працівників чи умовах середовища; конкурентоспроможності – створення конкурентних переваг підприємства для залучення й утримання компетентних спеціалістів.

Загальний алгоритм побудови системи грейдів наведено на рисунку.

Для розподілу посад залежно від рівня значущості для підприємства найбільш доцільно скористатися експертним методом, однак у якості експертів повинні виступати, в першу чергу, керівники, які володіють усією необхідною інформацією щодо важливості посади для досягнення цілей даного підприємства.

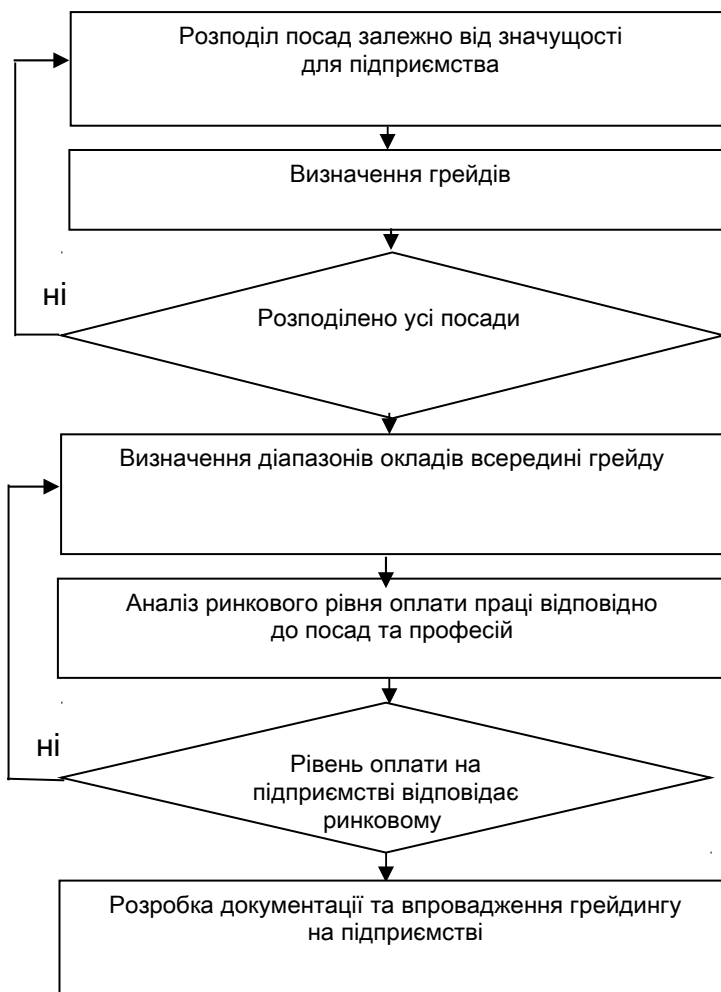


Рис. Етапи побудови системи ґрейдів на підприємстві

Котова Л. Р. наголошує на необхідності дотримання також інших вимог для побудови ефективної системи ґрейдів [3]: чіткі критерії оцінки посад, які однозначно розуміють усі керівники підприємства; узгодження системи ґрейдів як знизу-вгору (від керівників низової ланки до топ-менеджерів), так і навпаки – згори-вниз; проведення атестації не рідше одного разу на рік (для визначення компетенцій працівника); регулярне удосконалення системи ґрейдів (кожні два-три роки).

Таким чином, проведений теоретичний аналіз показав, що технологія ґрейдингу в сучасних умовах є одним із найбільш перспективних інструментів удосконалення системи мотивації на підприємствах України, особливо великих машинобудівних підприємствах м. Харкова, які відчувають брак вільних коштів і тому не можуть у повній мірі реалізувати свій мотиваційний потенціал. Подальше дослідження буде спрямоване на застосування технології ґрейдингу і розробки системи ґрейдів для підприємств Харківського регіону, а також визначення критеріїв ефективності ґрейдингу.

Наук. керівн. Мартіянова М. П.

Література: 1. Лугова В. М. Сучасний стан дослідження проблем мотивації персоналу в дисертаціях українських вчених / В. М. Лугова, Д. О. Серіков // Економіка розвитку. – 2011. – № 1 (57). – С. 92–95. 2. Чеमेков В. П. Ґрейдинг: технологія построения системи управления персоналом / В. П. Чемеков. – М. : Вершина, 2007. – 208 с. 3. Котова Л. Р. Система ґрейдів как инструмент стратегического управления организацией / Л. Р. Котова // Нормирование и оплата труда в промышленности. – 2010. – № 8. 4. http://www.jobs.ua/hr/manager/motivacija_personala/42. 5. <http://www.businessvoc.ru/bv>. 6. Лукьяненко А. Б. Ґрейдинг в системе управления персоналом / А. Б. Лукьяненко // Отдел кадров коммерческой организации. – 2010. – № 6.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СВІТОВОЇ ВАЛЮТНОЇ СИСТЕМИ

Анотація. Викладено аналіз особливостей національних політик країн щодо регулювання валютного курсу та запропоновано засоби подолання ситуації, що склалася.

Аннотация. Изложен анализ особенностей национальных политик стран по регулированию валютного курса и предложены средства преодоления сложившейся ситуации.

Annotation. Analysis of the features of national countries' policies on exchange rate regulations is stated in the article. The means of overcoming existing situation are suggested.

Ключові слова: валютна система, валютна війна, валютна політика.

Для сучасної світової економіки є характерними швидкі темпи зростання зовнішньоекономічних зв'язків між країнами, поглиблення міжнародного поділу праці, інтернаціоналізація господарського життя та міжнародна конкуренція. Ці процеси потребують невідкладної модернізації існуючої валютної системи, яка вже не здатна об'єктивно відображати світові економічні реалії та тенденції. Наслідком цього стала фінансово-економічна криза, що розпочалася в 2008 році. Для її подолання країни використовують всі можливі методи. Серед них все більшого розповсюдження набуває конкурентна девальвація, яка отримала назву валютної війни. Валютна війна – боротьба окремих країн, яка ведеться в інтересах великих фірм за зовнішні ринки збуту шляхом різних валютних заходів, головним чином, шляхом зміни офіційного курсу своєї валюти [1].

Аналізу даної теми присвячені роботи таких вчених, як Баррі Айхенгрін [2], Дуглас Ірвін [2], Стів Бернارد [3], Емілі Кадман [3] та ін. Але особливої актуальності вона набула на сучасному етапі, з огляду на ситуацію, що склалася у світовій фінансовій системі. "Валютні війни повертаються, – зазначив голова Міжнародного валютного фонду Домінік Стросс-Кан на сьомій Ялтинській щорічній зустрічі 2 жовтня 2010 року. – Дана ситуація може створити загрозу відновленню глобальної економіки та мати деструктивні наслідки" [3].

Конкурентна девальвація валют з'явилася задовго до фінансово-економічної кризи, що розпочалася у 2008 році. Класичним прикладом валютної війни є азіатська криза, коли зниження курсу долара відносно японської ієни, покликане захистити автомобільний ринок США, вдарило по економіках низки країн Південно-Східної Азії. На сучасному етапі у нову валютну війну втягнуто багато країн. Так, центральні банки Японії, Південної Кореї і Тайваню провели інтервенції на валютних ринках з метою протидії подальшому зміцненню національної валюти. Китай продовжує стримувати зростання юаня, незважаючи на запеклі протести з боку США. Тому представники низки країн – від Сінгапуру до Колумбії – попередили про негативні наслідки підвищення валютних курсів. Найбільш гостро валютна війна вплинула на економіку Бразилії. З початку 2009 року долар подешевшав відносно бразильського реалу на 38 %. В результаті було введено чотиривідсотковий податок на спекулятивний капітал – купівлю іноземцями бразильських цінних паперів. Ще одним учасником глобальної валютної війни є Південно-Африканська Республіка. З початку 2009 року південноафриканський ранд подорожчав відносно долара на 36 %. Але головний конфлікт розгорнувся між США та Китайською Народною Республікою. 19 червня 2010 року Китай прийняв зобов'язання щодо ревальвації національної валюти, але юань подорожчав лише на 2,15 %, причому відносно євро він подешевшав на 9,4 %. Причиною цього є те, що курс юаня встановлює Народний банк Китаю, а не вільний ринок. Дослідження свідчать, що юань недооцінений відносно долара більш ніж на 25 %. Причиною такої політики КНР є те, що за результатами досліджень китайського уряду більшість підприємств має рентабельність на рівні 3 – 5 %, тому зростання курсу юаня призведе для більшості з них до збитковості. Також було підраховано, що збільшення курсу юаня на 1 % зменшить прибуток експортерів на 1 % відповідно. При цьому зниження попиту з боку США після фінансової кризи коштувало КНР 20 мільйонів робочих місць. Подорожчання юаня призведе до подальшої втрати робочих місць. Отже, Китай буде продовжувати політику девальвації національної валюти. При цьому США збираються ввести мито на імпорт товарів з країн, які практикують штучне заниження курсу своєї національної валюти.

Валютні війни – негативне явище для світової економіки в цілому. "Історичний досвід показує, що міжнародне змагання з ослаблення національних валют безперспективне, – говорить голова Світового банку Роберт Зеллік і закликає політиків якнайшвидше розрядити виниклу напру-

женість. – Адже якщо вона переросте в справжні конфлікти або породить якісь форми протекціонізму, то ми ризикуємо повторити помилки 30-х років минулого століття”, – застерігає Зеллік, маючи на увазі Велику депресію [4]. Одна з її основних причин полягала в тому, що найбільші економічні держави тієї пори, намагаючись врятуватися поодиночі або за рахунок інших, спорудили безліч протекціоністських бар’єрів. Результатом, як відомо, став обвал всієї світової економіки. Тому потрібно розробити ряд засобів боротьби з даною ситуацією, бо на даний момент жодна міжнародна угода не обмежує штучну девальвацію своєї валюти.

Перші кроки на цьому шляху зробили країни "великої двадцятки", зобов'язавшись прийняти макроекономічні стратегії для зміцнення і зростання фінансових ринків, у тому числі за рахунок підвищення гнучкості валютного курсу [5]. Про це йдеться в підсумковій декларації Сеульського саміту "великої двадцятки". У сеульському плані мова йде, зокрема, про "рух в напрямку визначених ринків систем валютних курсів, підвищення гнучкості валютного курсу, який би відображав основні економічні принципи і утримувався б від конкурентної девальвації валют". "Розвинені економіки, в тому числі країни з резервною валютою, будуть уважно стежити за недопущенням різких коливань і безладних змін валютних курсів", – говориться в документі. Баррі Айхенгрін, професор Каліфорнійського університету Берклі, пропонує країнам сконцентрувати увагу на збільшенні обсягів конкурентоспроможного виробництва та підвищенні зайнятості, що допоможе уникнути протекціоністської політики. При цьому головним чинником у валютній війні професор вважає не Китай, а Федеральну резервну систему США, яка не використовує всі наявні в її розпорядженні засоби, щоб перемогти дефляцію і сприяти зростанню зайнятості [2]. Валютну війну також можна зупинити спеціальною угодою. Так, в 1985 році Великобританія, Франція, Японія, США та Німеччина заключили договір про девальвацію долара відносно єни. Цей варіант є доречним і в сучасних обставинах.

Щодо національного регулювання, то кожна країна має декілька варіантів для проведення власної політики запобігання зміцнення курсу в даних умовах. Країна може керувати валютними інтервенціями: збільшувати – у разі стримування зростання курсу валюти чи зменшувати – щоб запобігти зростанню монетарної бази та кількості кредитів. Ще одним засобом регулювання може стати контроль над припливом капіталу чи введення контролю над всією фінансовою системою.

Таким чином, з урахуванням основних економічних показників курс валют все ж може зростати певною мірою без негативного впливу на експорт країни, тому кожній країні необхідно вибрати інші засоби проведення національної валютної політики з метою уникнення продовження валютних війн, які не є абсолютно ефективним засобом у відновленні економік, а тільки можуть стати причиною нової кризи та погіршують відносини між урядами.

Наук. керівн. Вовк В. А.

Література: 1. Економічний словник. – Режим доступу : <http://zakony.com.ua/econom.html>. 2. Eichengreen B. How to prevent a currency war / Barry Eichengreen, Douglas Irwin // Project Syndicate. – 2010. 3. Beattie A. The Currency Wars Explained / Alan Beattie, Emily Cadman and Steve Bernard // The Financial Times. – 2010. – October 20. 4. Інформаційна агенція "РБК-Україна". – Режим доступу : <http://www.rbc.ua/ukr/top/show/g20-odobrili-sozdanie-globalnoy-seti-finansovoy-bezopasnosti-12112010081700>. 5. <http://news.finance.ua/ua/~2/0/all/2010/10/19/213610>.

УДК 659.12

Ткаченко А. А.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

РЕКЛАМА: ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ, ФУНКЦІЇ ТА ВИДИ

Анотація. Розглянуто основні характеристики реклами в системі маркетингових комунікацій. Виділено функції реклами та визначено основні види реклами залежно від багатьох класифікаційних ознак.

Аннотация. Рассмотрены основные характеристики рекламы в системе маркетинговых коммуникаций. Выделены функции рекламы и определены основные виды рекламы в зависимости от многих классификационных признаков.

© Ткаченко А. А., 2011

75

"Управління розвитком", №16(113)2011

Annotation. In the article basic descriptions of advertising are considered in the system of marketing communications. Advertising functions and the basic types of advertising are selected depending on many classification signs.

Ключові слова: система маркетингових комунікацій, реклама, товар, фірма-комунікатор.

Перехід України до ринкових відносин докорінним чином змінив відносини у сфері розповсюдження товарів і послуг, що існували раніше. Щодня споживач стикається з великим потоком інформації про ті або інші товари, рекламодавець прагне донести до "потрібного" споживача "потрібну" інформацію, завоювати своїх потенційних покупців і вигідно продати свій товар.

У наш час продумана розробка рекламної компанії є об'ємним і трудомістким процесом. Сюди включається економічний аналіз ринку сфери діяльності, визначення споживчої аудиторії, візуалізація об'єкта, створення фірмового стилю і багато іншого. Реклама, в першу чергу, повинна бути дієвою.

В останній час все більше уваги з боку як науковців, так і практиків приділяється вивченню різних аспектів реклами. До них можна віднести роботи Е. Ромата, Б. Реджіва, Дж. Дж. Майерса, Д. А. Аакера, Ф. Панкратова, Т. Серегіної, В. Шахуріна, Дж. Р. Россітера, Л. Персі, Б. Семенової, Г. Погепцової, А. Зверінцевої та ін. [1-4]. Проте й досі не існує єдиної точки зору щодо сутності реклами, її основних рис та видів.

Метою статті є уточнення основних характеристик реклами та класифікація її видів.

Одне з центральних місць у системі маркетингових комунікацій (СМК) займає реклама (англ. *advertising*, амер. сленг — *ad*). Деякі фахівці розглядають рекламу "як форму комунікації, яка намагається перекласти якості товарів і послуг, а також ідеї мовою потреб і запитів споживача" [1].

Дж. Р. Россітер під рекламою розуміє комунікацію з аудиторією за допомогою неособистих оплачуваних каналів; аудиторія чітко представляє джерело послання як організацію, що сплатила засоби розповсюдження реклами [2].

Основні функції реклами відповідають загальним цілям системи маркетингових комунікацій. Залежно від цілей, що визначаються конкретною ринковою ситуацією, реклама може ефективно вирішувати наступні завдання (рис. 1).

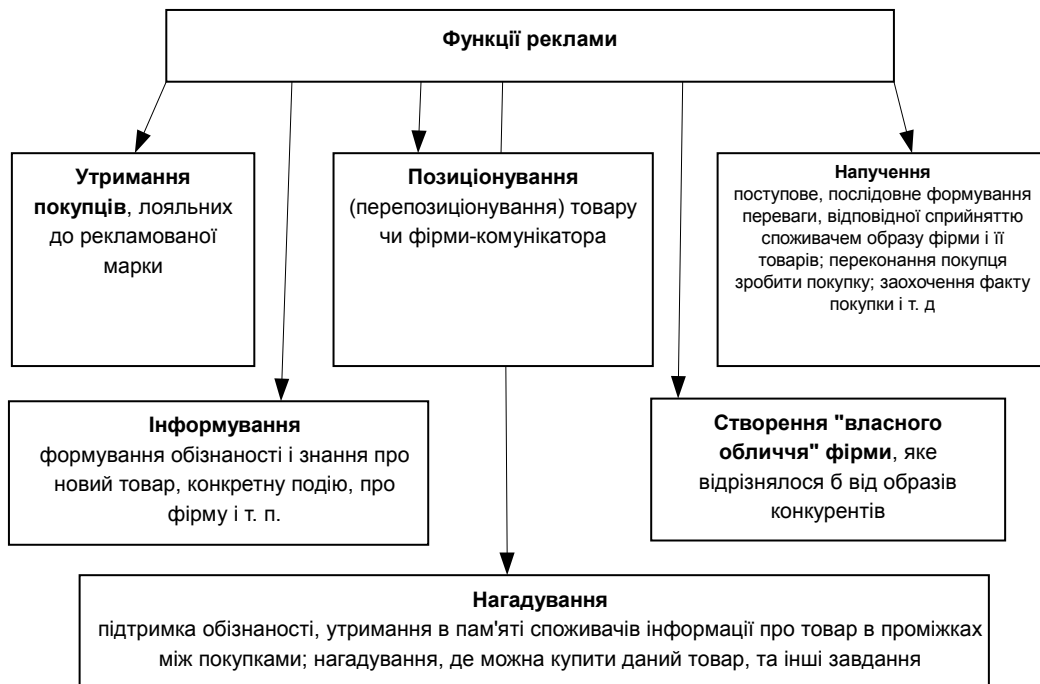


Рис. 1. Основні функції реклами

Зрештою всі функції реклами, так само як і інших елементів комплексу маркетингу, зводяться до досягнення основних цілей СМК: формування попиту і стимулювання збуту.

Дуже влучно про функцію реклами говорив американський рекламист А. Дж. Сімеїз: "Реклама — це і свічка запалення, і змащувальне масло в механізмі економіки, що створює достаток для споживачів. І як таке її завдання полягає в інформуванні. Але це завдання — не просто інформувати. Функція реклами — продавати. Продавати товари. Продавати ідеї. Продавати спосіб життя" [3].

Різноманіття функцій реклами, універсальний і всеосяжний характер цієї форми маркетингових комунікацій роблять необхідним глибший аналіз її окремих різновидів. На рис. 2 наведено класифікацію видів реклами.

Перелік критеріїв класифікації реклами не вичерпується наведеними. Наприклад, важливим є розподіл видів реклами за використовуваними засобами і прийомами на етичну і неетичну, на добросовісну і недобросовісну, рекламу позитивну і антирекламу тощо.

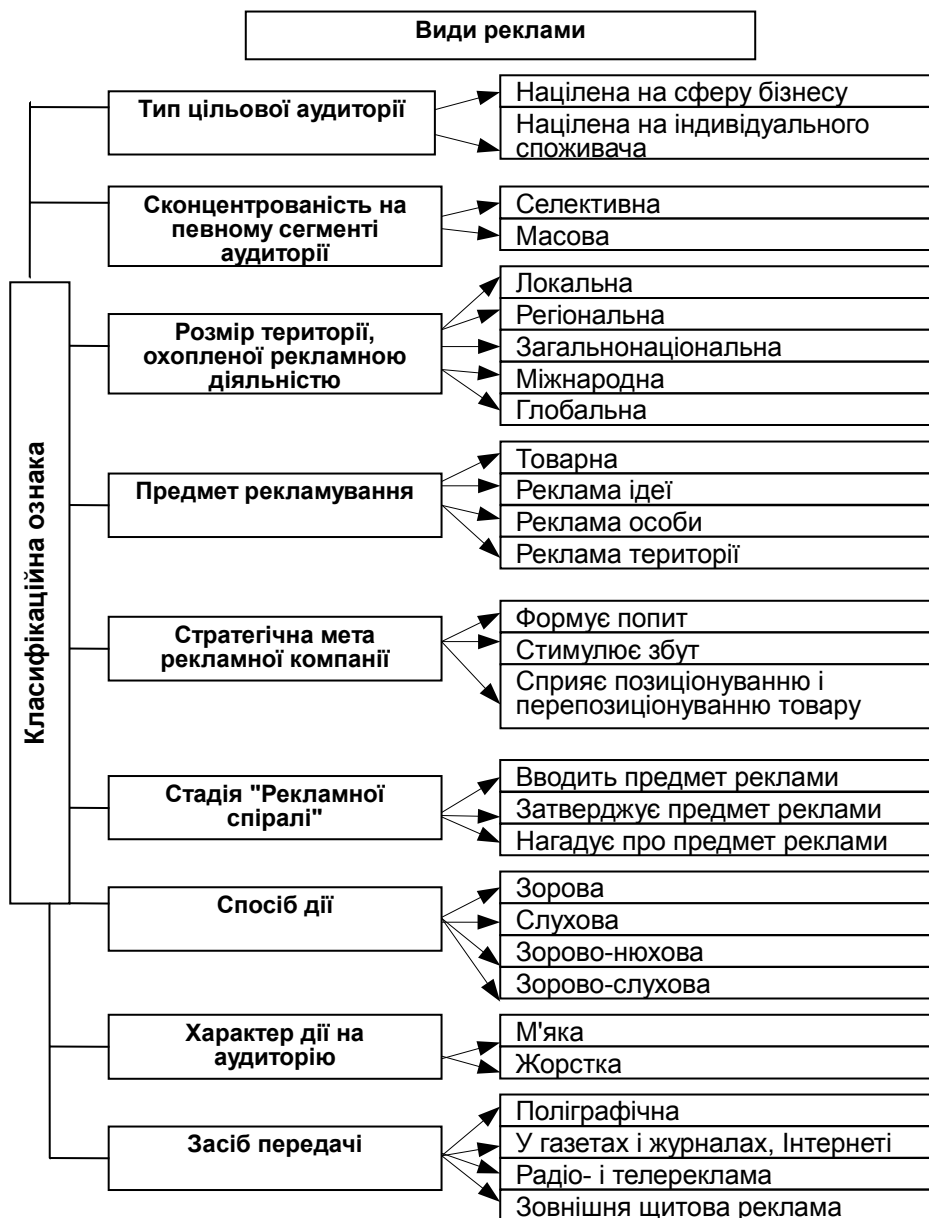


Рис. 2. Класифікація реклами

Комплекс маркетингових комунікацій є складною системою, елементами якої є основні і синтетичні засоби СМК. Всі вони взаємопов'язані між собою і тісно інтегровані в процесі досягнення комунікаційних цілей фірми-комунікатора.

Реклама є будь-якою платною формою неособистих маркетингових комунікацій, в якій комунікатор однозначно сприймається цільовою аудиторією як особа (організація), що сплатила рекламне звернення.

Реклама є на сьогоднішній день і на тривалу перспективу основним засобом маркетингових комунікацій вітчизняних підприємств.

Таким чином, уточнення основних характеристик реклами та визначення основних її видів дозволяє стверджувати, що ця економічна категорія чи не найбільше схильна до уточнення та додавання її видів та характеристик. Успіх реклами залежить від її суспільного визнання і тому рекламна діяльність сприяє довірі споживачів.

Наук. керівн. Полякова Я. О.

Література: 1. Батра Р. Рекламный менеджмент / Р. Батра, Джон Дж. Майерс, Дэвид А. Аакер. – М. : Изд. дом "Вильямс", 2009. – 784 с. 2. Росситер Дж. Реклама и продвижение товаров / Росситер Дж. Р., Перси Л. – СПб. : Питер, 2006. – 320 с. 3. Головлева Е. Л. Основы рекламы / Е. Л. Головлева. – М. : Феникс, 2004. – 320 с. 4. Поцепцов Г. Г. Теория комунікацій / Г. Г. Поцепцов. – К. : Спілка рекламістів України, 2006. – 420 с.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

БЕЗВІДСОТКОВІ ГРОШІ ЯК АЛЬТЕРНАТИВА СУЧАСНІЙ ВАЛЮТНІЙ СИСТЕМІ

Анотація. Розкрито необхідність реформування існуючої грошової системи. Запропоновано варіант її модернізації шляхом упровадження безвідсоткових грошей.

Аннотация. Раскрыта необходимость реформирования существующей денежной системы. Предложен вариант ее модернизации путем введения беспроцентных денег.

Annotation. The necessity of transformation of the modern monetary system is revealed. An alternative of its modernization by introduction of the neutral money is proposed.

Ключові слова: безвідсоткові гроші, валютна система, фінансовий сектор.

Гроші – це специфічний товар, універсальний еквівалент вартості інших товарів та послуг [1]. Гроші не є сировиною, запаси якої обмежені, щоб більшість економічних суб'єктів могли відчувати нестачу цієї сировини. Гроші є умовністю, покликаною забезпечити безперервну роботу всіх сфер економіки. Чому ж те, що було створено як допоміжний інструмент, виходить з-під контролю та заважає функціонуванню реального сектору? Причини світових економічних криз полягають не в тому, що на планеті не вистачає ресурсів, землі чи робочої сили, а в тому, що в механізмах валютних систем відбуваються суперечливі руйнівні процеси. Це подібно тому, якби завод припиняв свою роботу через те, що працівникам не вистачає вхідних перепусток. Абсурдність ситуації свідчить про те, що в сучасній валютній системі існує невідповідність між первинними функціями грошей та тим, яку роль вони відіграють насправді. Сучасна економіка, яка продовжує боротися із наслідками світової фінансової кризи, потребує модернізації існуючої валютної системи.

Аналізу альтернативних валютних систем присвячені роботи таких вчених-економістів, як: Ф. Хайек, Л. Уайт, Х. Рокофф [2], Б. Лістар, С. Гезель [3], І. Фішер [4] та ін. Завданням даної роботи є обґрунтування доцільності запровадження безвідсоткових грошей як засобу подолання протиріччя традиційних валютних систем.

Після скасування золотого паритету грошова система втратила стримуючу її стабільність, і тепер вона здатна динамічно змінюватися. Це дає їй можливість відповідати масштабам світового виробництва, але насправді темп зростання грошової маси у кілька разів перевищує необхідний. Одним із недоліків сучасних грошей є відсутність об'єктивного вмісту, що робить їх зручним інструментом у здійсненні спекулятивних цілей. Сьогодні в економіці відсотки по кредитах та грошова маса в обігу зростають значно швидше, ніж відбувається приріст валового внутрішнього продукту.

Сучасна економіка характеризується інтенсивним розвитком фінансового сектору. За даними 2009 року, щодобовий обсяг операцій на світовому валютному ринку становить близько 4 трлн дол. [5], у той час як світовий експорт за рік досягає приблизно 19,5 трлн дол. [6]. Тобто обсяг операцій валютного ринку у 752 рази перевищує обсяг операцій реального ринку. Грошові кошти перетікають з реального до фінансового сектору, у результаті скорочується платоспроможний попит і реальне виробництво. Фінансовий ринок розвивається набагато динамічніше, ніж реальний, що пов'язано з більшою швидкістю обіговості грошей та більшою прибутковістю.

Порівняння прибутковості фінансового та нефінансового секторів на прикладі економіки США наведено на рисунку [7].

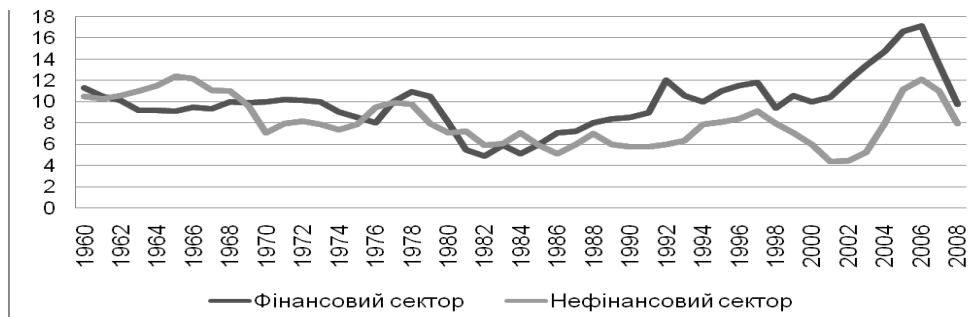


Рис. Прибутковість фінансового і нефінансового секторів економіки США (у відсотках до доданої вартості)

Інвестування коштів до сфери виробництва не приносить того прибутку, який приносять фінансові спекуляції. Цілі галузі промисловості стають порівняно нерентабельними.

Реформування сучасної валютної системи можливе. Одним із засобів боротьби з її недоліками є залучення до обігу так званих "безвідсоткових грошей". Вперше концепція безвідсоткових грошей була запропонована Сильвіо Гезелем у 1916 році в його роботі "Вільна держава і вільні гроші як шлях до природного економічного порядку" [3]. Пізніше ідея Гезеля отримала розвиток у роботах І. Фішера [4], Б. Лістара, М. Кеннеді [8]. Вільні гроші – це гроші, які обтяжуються платою за користування, і які не беруть участі у створенні позичкового відсотка. Держава обкладає капітал податком, внаслідок чого збереження його у грошовій формі стає не вигідним. За вилучення грошей із циркуляції регулярно сплачуються відсотки, які витрачаються державою на суспільні потреби.

Згідно із законом Грешема, "погані" гроші витісняють "добрі", тобто гроші, які мають властивість "псуватися" та обтяжуються податком, швидше обертаються. Як результат, гроші безперервно працюють і не накопичуються в очікуванні зручних моментів для внесків, а натомість обертаються в реальній економіці, забезпечуючи ефективний попит. У цій моделі економіки не відбувається експоненціального зростання боргового навантаження. Підприємства беруть безвідсоткові кредити, а вільні грошові кошти можна зберігати на безвідсоткових рахунках, де гроші не оподатковуються за користування і тому не втрачають своєї вартості.

Історії відомі приклади експериментів із безвідсотковими грошами. "Колоніальні розписки" в американських колоніях XVIII сторіччя, німецьке "диво Шваненкирхена", експеримент в австрійському місті Вьорглі у 1932 – 1933 роках, у швейцарському банку WIR у 1952 році [9]. Ці спроби реформування традиційної грошової системи мали успіх і давали позитивні економічні результати, але так чи інакше припинялися під тиском центральних банків, які розглядали ці експерименти як загрозу власній монополії.

Запровадження безвідсоткових грошей здатне зрівняти можливості власника грошей та власника товарних цінностей шляхом зниження порівняної прибутковості операцій фінансового ринку. У такому разі найбільш раціональним вкладенням коштів стає їх інвестування саме у реальне виробництво.

Наук. керівн. Вовк В. А.

Література: 1. <http://www.muk-spektr.ru/phocadownload/Money.pdf>. 2. http://iaia.us/docs/documents /library /fund_analiz_i_ekonomika/chastnie_dengi.pdf. 3. Gesell S. The Natural Economic Order. S. Gesell. – L. : Peter Owen, 1958. – 451 p. 4. Fisher I. Stamp Scrip / I. Fisher. – N. Y. : Adelphi Publishers, 1933. – 113 p. 5. <http://www.bis.org/publ/rpfx10.htm>. 6. http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/world_trade_report09_e.pdf. 7. <http://www.bea.gov/national/pdf/dpga.pdf>. 8. http://www.razumei.ru/files/others/pdf/kennedy_Dengi_bez_procentov.pdf. 9. <http://drsoft.ucoz.ru/publ/5-1-0-12>.

УДК 336.273.3(477)

Скрынник Г. Ю.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ПРОБЛЕМА ВНЕШНЕГО ДОЛГА УКРАИНЫ

Аннотация. Раскрыта проблема внешней задолженности Украины, а также рассмотрены пути ее решения.

Анотация. Розкрито проблему зовнішньої заборгованості України, а також розглянуто шляхи її вирішення.

Annotation. This article is devoted to the problems of Ukrainian external debt. The ways of solving these problems are analysed.

Ключевые слова: внешний долг, экономика, динамика долга, привлечение займов, регулирование.

В настоящий момент проблема обслуживания государственного долга – одна из ключевых факторов макроэкономической стабильности в стране. От характера решения долговой проблемы будет зависеть бюджетная дееспособность, состояние ее валютных резервов, а следовательно, стабильность национальной валюты, уровень процентных ставок, инвестиционный климат, характер поведения всех сегментов отечественного финансового рынка. Перечисленные причины определяют актуальность данной проблемы для всех участников финансового рынка [1, с. 258–259].

© Скрынник Г. Ю., 2011



Целью данной статьи является определение основных проблем внешней задолженности Украины и возможные их пути решения.

Данную проблему исследовали ученые-экономисты: Ю. Иваненко, В. Майстришин, С. Макарярия, А. Вавилов, А. Саркисянц, Л. Федякина, О. Барановський, О. Василик, Т. Вахненко, В. Геец, В. Козюк, Г. Кучер, В. Лисовенко, З. Луцишина, И. Лютый, В. Новицкий, Л. Новосад, О. Плотников, В. Федосов и др.

Внешний долг – это составляющая макроэкономической политики государства. Показатель внешнего долга характеризует – состояние экономики страны на определенную дату, ее положение на международном уровне, определяет стратегическую политику государства цели и направления по преодолению существующих проблем в экономике. Наличие внешнего долга у страны является нормальной мировой практикой. Однако существуют границы, за пределами которых увеличение государственного внешнего долга становится опасным. Масштабное привлечение займов может привести страну к зависимости от кредиторов. Для относительной характеристики величины внешнего долга в мировой практике используются специальные показатели – относительные параметры внешнего долга. Они включают отношение долговых платежей (по погашению и обслуживанию долга) к экспорту товаров и услуг. По классификации Международного банка реконструкции и развития низким уровнем внешней задолженности считается отношение меньше 18 %; умеренным – 18 – 30 %. Другими показателями также являются:

отношение валового внешнего долга к ВВП (менее 48 % – низкая; 48 – 80% – умеренная задолженность);

отношение валового внешнего долга к экспорту товаров и нефакторных услуг (менее 132 % – низкая; 132 – 220 % – умеренная);

отношение платежей вознаграждения к к экспорту товаров и нефакторных услуг (менее 12 % – низкая; 12 – 20 % – умеренная) [2].

Основными кредиторами внешнего долга, как правило, являются:

другие государства;

международные финансовые организации (такие, как Международный валютный фонд, Международный банк реконструкции и развития и др.);

частные фонды – нерезиденты [3].

По сути, наличие внешнего долга предполагает передачу части созданного продукта за пределы страны. Рост внешнего долга снижает международный авторитет страны и подрывает доверие населения к политике ее правительства[4].

Валовый внешний долг Украины достиг 117,3 млрд долларов (85,7 % от ВВП) на конец 2010 года. Об этом сообщает Национальный банк Украины. За 2010 год внешний долг вырос на 13,9 млрд долларов (на 13,5 %).

По данным НБУ, динамика внешнего долга Украины в 2010 году определялась: значительными объемами чистых внешних привлечений правительства (\$7,1 млрд) и долгосрочных привлечений реального сектора экономики (\$3,5 млрд); существенным накоплением краткосрочного долга других секторов по торговым кредитам и просроченной задолженности (\$4,5 млрд); сокращением долгосрочных обязательств украинских банков перед нерезидентами (\$2,5 млрд). Также отмечено, что больше половины прироста (60,8 %) валового внешнего долга в 2010 году сформировалось в секторах государственного управления и денежно-кредитного регулирования. Внешние обязательства этих секторов выросли на 8,5 млрд. (на 35,3 %) – до \$32,5 млрд (23,7 % от ВВП). На протяжении года правительством было размещено ОВГЗ на \$2,5 млрд, привлечено \$2 млрд от МВФ по программе "stand-by" и \$2 млрд краткосрочного кредита от ВТБ (Россия).

Главными и основными проблемами внешней задолженности Украины являются:

1. Экономическая зависимость от импорта (энергоресурсы)

Отрицательное внешнеторговое сальдо за 2006 – 2009 годы, а именно: 2006 год – минус 1617 млн долл. США, 2007 год – минус 5 272 млн долл. США, 2008 год – минус 12 763 млн долл. США, за 2009 год – минус 1 940 млн долл. США, за 2010 год – минус 2 130 млн долл. США (рис. 1).

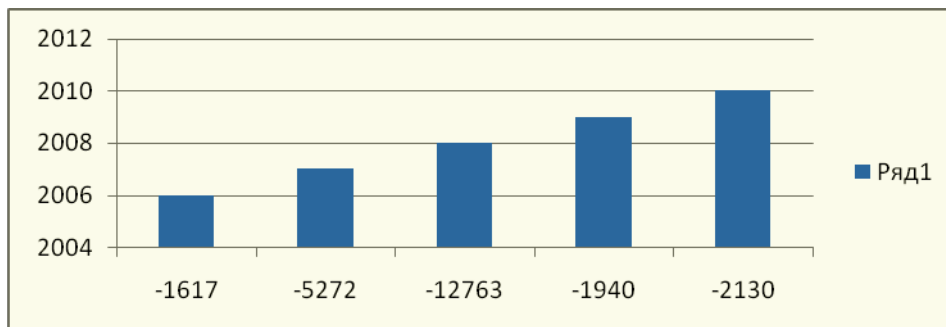


Рис. 1. Внешнеторговое сальдо

2. Хронический дефицит сводного бюджета страны. На конец 2005 года дефицит бюджета составлял 7 806 млн грн, на конец 2010 года – 19 207 млн грн [5] (рис. 2).

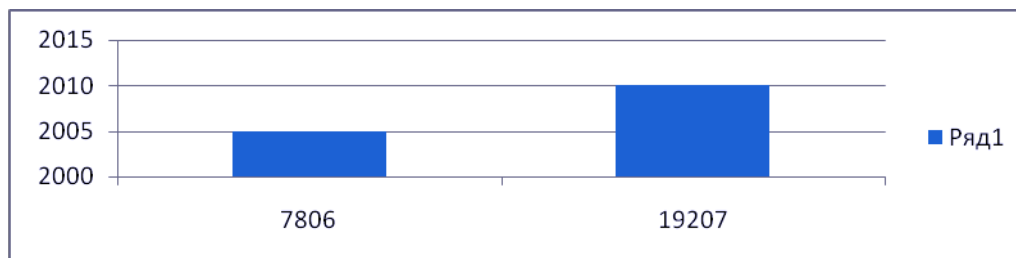


Рис. 2. Дефицит сводного бюджета страны

Подводя итог можно сказать, что в Украине валовой внешний долг достиг критического показателя, так как он составляет 85,7 % (117,3 млрд долларов) от уровня ВВП. Для сокращения валового внешнего долга необходимо принимать масштабные целенаправленные меры, которые приведут к тому, что темпы роста доходов госбюджета будут адекватны темпам роста издержек на обслуживание внешнего долга. Необходимо уменьшить дефицит внешней торговли путем производства внутри страны значительной части тех товаров, которых Украина вынуждена покупать из-за границы. Требуется создать систему эффективного управления государственным долгом, а также комплексную стратегию сокращения и постепенного преодоления долгового кризиса.

Научн. рук. Бриль М. С.

Литература: 1. Базилевич В. Д. Державні фінанси [Текст] : навч. посібн. / В. Базилевич, Л. Баластик. – К. : Атака, 2002. – 368 с. 2. <http://www.knukimedu.kiev.ua/index.php?id=115&view=article>. 3. Кудяков О. В. Анализ состояния и структуры государственного долга развитых стран / О. В. Кудяков // Рынок ценных бумаг. – 2005. – № 23–24. 4. Вахненко Т. П. Особливості формування державного боргу та управління його складовими в період фінансової кризи / Т. П. Вахненко // Фінанси України. – 2009. – № 6. – С. 14–28. 5. <http://www.bank.gov.ua/>.

УДК 339.137

Джумаев М. И.

Студент 3 курса
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

АНАЛИЗ МЕТОДОВ ЦЕНОВОЙ И НЕЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Аннотация. Рассмотрены теоретические основы и особенности рыночной конкуренции в современной экономике.

Анотація. Розглянуто теоретичні основи та особливості ринкової конкуренції в сучасній економіці.

Annotation. Theoretical foundations and features of market competition in modern economy are considered.

Ключевые слова: рыночная конкуренция, монополизация, дифференцированные цены, кризис.

Актуальность выбранной проблемы состоит в том, что рынок с помощью трех механизмов – конкуренции, спроса и предложения, ценообразования – приводит систему хозяйства в движение и дает ей стимулы для дальнейшего развития. Рынок вынуждает хозяйствующих субъектов вступать в конкурентные отношения и постоянно поддерживает конкуренцию между ними. Действие рыночного механизма стимулирует предпринимателей непрерывно создавать новые продукты.

© Джумаев М. И., 2011



Цель исследования – изучить сущность ценовой и неценовой конкуренции.

Предмет исследования – конкуренция как важнейшее явление рыночной экономики.

Объект исследования – методы конкуренции, действие механизмов ценовой и неценовой конкуренции.

Одной из сложных проблем современной теории и практики организации конкурентной деятельности участников рыночного процесса является установление причин возникновения и диагностирования качественных и количественных условий перехода ценовой конкуренции в конкуренцию неценовую. К пионерным работам в этом направлении можно отнести труды Дж. Бьюлоу, Дж. Джинакопоса и П. Клемперера, а также Ж. Тироля и Д. Фьюденберга [1 – 3].

Борьба за экономическое выживание и процветание – закон рынка. Конкуренция (как и ее противоположность – монополия) может существовать только при определенном состоянии рынка. Разные виды конкуренции (и монополии) зависят от определенных показателей состояния рынка. Основными показателями являются:

количество фирм (хозяйственных, промышленных, торговых предприятий, имеющих права юридического лица), поставляющих товары на рынок;

свобода вхождения предприятия на рынок и выхода из него;

дифференциация товаров (придание определенному виду товара одного и того же назначения разных индивидуальных особенностей – по фабричной марке, качеству, цвету и др.);

участие фирм в контроле над рыночной ценой.

Рыночная конкуренция является одной из важнейших категорий современной экономической теории. Без этого понятия не обходится ни одна модель механизма функционирования рынка. Более того, теория рыночной конкуренции, в отличие от многих других разделов экономической теории, находилась и находилась раньше, в течение трех последних веков, самое широкое практическое распространение. Начиная от положений меркантилистов и заканчивая современными законодательными положениями в области антимонопольной политики, государства с рыночной экономикой пытаются регулировать рынок, обеспечивая ему определенную конкурентную среду.

В экономике принято разделять конкуренцию по ее методам на ценовую и неценовую, или конкуренцию на основе цены и конкуренцию на основе качества (потребительской стоимости).

Ценовая конкуренция осуществляется, как правило, путем искусственного демпинга цен на данную продукцию. При этом широко используется ценовая дискриминация, которая имеет место тогда, когда данный продукт продается по разным ценам и эти ценовые различия не оправданы различиями в издержках.

Ценовая дискриминация возможна при трех условиях:

1. Продавец должен быть монополистом или обладать некоторой степенью монопольной власти.

2. Продавец должен разделять покупателей на группы, которые имеют разную покупательскую способность.

3. Первоначальный покупатель не может перепродавать товар или услугу.

Ценовая дискриминация наиболее часто применяется в сфере услуг (врачей, адвокатов, гостиниц и т. д.), при оказании услуг по транспортировке продукции, при реализации товара, который не поддается перераспределению с одного рынка на другой (транспортировка скоропортящихся продуктов с одного рынка на другой).

В условиях экономического кризиса происходит общее снижение спроса, причем меняются потребительские критерии оценки товаров. Потребительские оценки полезности продуктов в расчете на денежную единицу спроса снижаются, а сам спрос направляется на изделия с более низкой ценой.

Неценовая конкуренция проводится, главным образом, посредством совершенствования качества продукции и условий ее продажи, "сервисации" сбыта. Повышение качества может осуществляться по двум основным направлениям:

совершенствование технических характеристик товара;

улучшение адаптации товара к нуждам потребителя.

Неценовая конкуренция посредством совершенствования качества продукции получила название конкуренции по продукту. Этот вид конкуренции основывается на стремлении захватить часть отраслевого рынка путем выпуска новых товаров, которые либо принципиально отличаются от старой модели, либо представляют ее модернизированный вариант. Конкуренция, основанная на совершенствовании качества, носит противоречивый характер. С одной стороны, повышение качества является методом скрытого снижения цен и расширения сбыта; с другой – "качество" – это субъективная оценка, которая открывает возможности фальсификации качества путем рекламы и красивой упаковки.

Неценовая конкуренция – самый перспективный вид конкуренции. Фирма конкурирует уникальным качеством, а не низкой ценой продукции. Это означает, что только данное предприятие умеет изготавливать определенные изделия и, не снижая цены, конкурирует качеством. Примером может быть мировое судостроение. Так, Япония – единственная страна, строящая крупнотоннажные танкеры (водоизмещение – более 100 тыс. тонн) с уникальной степенью автоматизации. Данный тип конкуренции подходит только для крупных фирм, обладающих большим научно-техническим потенциалом.

Таким образом, добиться повышения конкурентоспособности нельзя без кардинального изменения всей экономической системы управления на уровне отдельного предприятия, отрасли,

региона, всего национального хозяйства. Для этого необходимо политическое стремление к возрождению государства и последовательное проведение социально-экономических преобразований, которые приведут, в конечном счете, к формированию современной высокоэффективной социально ориентированной рыночной экономики, обеспечат всесторонний рост духовного и материального богатства народа.

Научн. рук. Маценко М. А.

Литература: 1. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг [Электронный ресурс] / И. М. Лифиц. – Режим доступа : <http://stud24.ru/organization-economy/сeпoвaуa-i-нe-сeпoвaуa-кoнкyрeнциa/10128-24421-page1.html>. 2. Мишин Ю. В. Экономические основы организации конкурентоспособного производства [Электронный ресурс] / Ю. В. Мишин. – Режим доступа : http://revolution.allbest.ru/economy/00062840_0.htmlhistory. 3. Янова В. В. Экономика / В. В. Янова. – М. : Экзамен, 2005.

УДК 330.59(477)

Полова А. І.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

АНАЛІЗ СПОЖИВЧОГО КОШИКА ТА РЕАЛЬНИХ ВИДАТКІВ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Анотация. Розглянуто структуру споживчого кошика українців порівняно з наборами інших країн, а також обґрунтовано необхідність зміни його складу та переоцінки його вартості.

Аннотация. Рассмотрена структура потребительской корзины украинцев в сравнении с наборами других стран, а также обоснована необходимость изменения ее состава и переоценки ее стоимости.

Annotation. The structure of a consumer goods basket of Ukrainians in comparison with sets of other countries was considered and the necessity of change of its structure and revaluation of its cost was justified in the article.

Ключові слова: споживчий кошик, індекс споживчих цін, рівень споживання, мінімальна заробітна плата, прожитковий мінімум.

У економіці будь-якої країни на сьогоднішній день існує термін "споживчий кошик", тобто асортимент товарів, що характеризує типовий рівень і структуру місячного (річного) споживання людини або сім'ї [1].

Визначення структури та розміру споживчого кошику дозволяє, по-перше, оцінити рівень життя та рівень соціальної забезпеченості населення країни. По-друге, оцінити рівень інфляції, проаналізувавши співвідношення цін споживчого кошика за теперішній та попередній роки. Це метод оцінки рівня інфляції за індексом споживчих цін (consumer price index, CPI). По-третє, споживчий кошик служить також базою для порівняння розрахункових та реальних рівнів споживання.

До того ж саме за результатами оцінки вартості споживчого кошика встановлюються мінімальна заробітна плата, розмір пенсій, стипендій та субсидій для населення [1].

За найбільш поширеною міжнародною методологією створення споживчого кошику країни, що має за основу науково обґрунтовані нормативи споживання товарів та послуг, достатніх для нормального існування людини, у його складі продукти харчування займають 64,3 %, непродовольчі товари – 15,5 %, а послуги – 20,2 % [3]. Такий склад кошика було встановлено за методологією Ленінградського інституту гігієни праці, створеною у 1990 році. Слід зауважити, що всі інші країни минулого СРСР вже відмовилися від цієї методики та прийняли методики, які розроблені та використовуються у розвинених країнах [2].



При більш детальному розгляді складу споживчого кошику, за яким теоретично живуть українці, можна зустріти багато невідповідностей реальному стану речей. Наприклад, Кабінет Міністрів вважає, що людині на день вистачить лише 106 грамів хліба, 260 грамів картоплі, 10 грамів макаронних виробів, 5 грамів гречаної крупи, 5,5 грамів сала, 25 грамів ковбасних виробів, 36 грамів риби, 10 грамів твердого сиру та 27 грамів м'якого, половини яйця, 164 грами фруктів, 65 грамів цукру та 36 грамів кондитерських виробів. Напої, такі, як сік, чай чи кава, взагалі не враховано [3]. Навіть без проведення експериментів зрозуміло, що такої кількості продуктів не вистачить для підтримання рівня енергії, необхідного для життєдіяльності середньостатистичної людини.

Ще гірші справи з непродовольчими товарами. Для чоловіка працездатного віку передбачається 1 куртка на 4 роки, 1 костюм на 5 років, 5 сорочок та 1 пара брюк на 4 роки, 1 светр та 1 спортивний костюм на 3 роки, 1 шапка та 1 шарф на 6 років, 1 краватка на 10 років, 1 чоботи на 5 років, 2 пари туфель на 5 років та 1 пара гумового взуття на 7 років. Для пенсіонерів передбачено ще менше одягу на більший термін.

Для жінки працездатного віку передбачається 1 пальто на 8 років, 2 сукні, 1 спідниця та 5 блуз на 5 років, 1 шапка, 1 шарф та 1 хустка на 4 роки, 1 пара чобіт на 5 років, 1 пара туфель на 2 роки та 1 пара гумового взуття на 3 роки [3].

На одну середньостатистичну сім'ю з трьох осіб серед предметів першої потреби передбачаються лише мило туалетне та господарське, миючі засоби, шампунь, крем для взуття, зубна паста та щітки, одеколон та гребінка. З ліків сім'я може розраховувати лише на вату, бинт, валідол, валеріану, йод, зеленку, анальгін, аспірін, гірчичники, вітаміни та один тюбик дитячого крему.

З побутових приладів сім'я може придбати 1 однокамерний холодильник на 15 років, 1 чорно-білий телевізор на 10 років, 1 пральну машину типу "Малютка" на 14 років, 1 електропраску на 9 років, 4 люстри та 1 настільну лампу на 25 років (але лампи накалювання для них не передбачуються), 2 годинники на 12 років та 1 радіоприймач на 20 років. Послугами культури будь-якого типу (відвідування театрів, кінотеатрів, клубів, музеїв, парків, зоопарків, заповідників, цирків, музичних установ, бібліотек, придбання книг) сім'я може скористатися 12 разів на рік. Не включено ані мобільних телефонів, ані персональних комп'ютерів, хоча на сьогоднішній день вони також є необхідними для кожної людини [3].

До того ж ціни, які враховуються Кабінетом Міністрів для його створення, є закріпленими державою, але вони істотно відрізняються від реальних ринкових цін, а тим більше не враховують їх сезонного коливання. Наприклад, враховано, що кілограм картоплі коштує 2,5 гривні, а кілограм твердого сиру – 35 гривень, проїзд у міському транспорті – 80 копійок, а вітаміни – 2 гривні.

На усі нарікання щодо складу споживчого кошика депутати Верховної Ради відповідають, що це склад предметів першої необхідності, а якщо людина хоче більшого, то має досягати усього сама, розвиваючись та збільшуючи свій заробіток.

За даними Державного комітету статистики, середня заробітна плата за період з початку 2011 року до квітня 2011 року склала 2 389 гривень (приблизно 300 доларів), середній дохід домогосподарств – 3 310 гривень (приблизно 415 доларів), а середні сукупні витрати – 2 918 гривень (приблизно 365 доларів). При цьому у середньому 51 % – це витрати на продукти харчування, 34,6 % – витрати на непродовольчі товари та послуги, 12,8 % – витрати на житлово-комунальні послуги та ще 1,6 % – витрати на інші товари та послуги [4].

Для порівняння, у США місячний прожитковий мінімум становить приблизно 700 доларів, а мінімальна зарплата – 1 230 доларів на місяць. В країнах Європи найнижча мінімальна зарплата – в Болгарії (92 євро), а найвища – в Люксембурзі (1 570 євро). Тож не дивно, що, за даними експертів Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), 46 % населення колишніх радянських республік живуть за межею бідності. Розвиненими прийнято вважати країни, в яких на харчування людина витрачає не більше 20 % свого доходу. Тож за цим параметром Україну можна віднести до незрозвинених країн [5].

До того ж до споживчого кошика українця не включено медичні послуги, які навіть у державних медичних закладах не є повністю безкоштовними. Також не врахована можливість платного навчання у вищих навчальних закладах.

У розвинених країнах його склад визначається за даними статистики та опитувань населення. Після останнього перегляду споживчого кошика Великобританії до нього було додано музичний плеєр та платні музичні композиції, доступ до мережі Інтернет та значно розширено обсяг продуктів харчування, що мають бути доступні кожному англійцю. В Німеччині було додано можливість ходити до кафе чи клубів раз на тиждень. Середньостатистична сім'я в США тепер може собі дозволити відпочинок за кордоном, дороге лікування та придбання автомобіля мінімум раз на 2 роки.

Також одним з важливих недоліків українського споживчого кошика є те, що при оцінці його вартості не враховується регіональний аспект, хоча ціни на деякі товари в різних регіонах відрізняються. Наприклад, в Сполучених Штатах Америки вартість споживчого кошика та прожиткового мінімуму у різних штатах різні. Такий самий принцип реалізовано і в Росії [5].

За планом споживчий кошик українців мав бути переглянутий у 2010 році, але цього не відбулося, адже тоді довелося б збільшувати мінімальну заробітну плату, пенсії, стипендії та інші соціальні витрати, що тільки збільшить існуючий дефіцит бюджету. Але і залишати ситуацію такою,

якою вона є зараз, не можна. Звісно, кожен має сам піклуватися про свій добробут та добробут своєї сім'ї, але що робити пенсіонерам чи інвалідам, які майже повністю залежать від держави.

Тож необхідно у найближчий час переглянути склад споживчого кошика українців, об'єктивно переоцінити його вартість та на основі цього змінити соціальну політику держави.

Наук. керівн. Крюкова О. М.

Література: 1. Про прожитковий мінімум : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=966-14>. 2. Пищуліна О. М. Зміна методики розрахунку прожиткового мінімуму – крок до реформування соціальної політики / О. М. Пищуліна // Стратегічні пріоритети. – 2009. – № 1(10). – С. 106–114. 3. Постанова Кабінету Міністрів України від 14 квітня 2000 р. № 656 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=656-2000-%EF>. 4. Бурлуцький С. В. Основні напрями вдосконалення законодавства України у сфері соціального захисту населення / С. В. Бурлуцький // Економіка та право. – 2009. – № 2. – С. 67–73. 5. Державний комітет статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 6. Витрати на харчування у країнах світу. Перша рейтингова система [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rate1.com.ua/ua/suspilstvo/riven-zhittja/1506/>.

УДК 331.56(477)

Лопатіна К. А.

Студент 1 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

СТАН ТА НАПРЯМИ ЛІКВІДАЦІЇ ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

Анотація. Проведено аналіз проблеми безробіття на сучасному етапі в Україні та запропоновано напрями її ліквідації.

Аннотация. Проведен анализ проблемы безработицы на современном этапе в Украине и предложены направления ее ликвидации.

Annotation. The analysis of the unemployment problem on the modern stage in Ukraine is conducted and directions of liquidation of this problem are offered in the article.

Ключові слова: безробіття, спад економіки, стагфляція, програми зайнятості, інвестиції.

Соціально-економічні права – це одні з найважливіших прав людини відповідно до Конституції України [1]. Серед них центральне місце посідає право на працю та працевлаштування. На сучасному етапі в Україні це право не реалізується в повній мірі, оскільки має місце феномен безробіття, який носить масовий характер та наслідки якого поширюються на усі сфери суспільного життя. Аналіз та пошук шляхів подолання даної проблеми є досить актуальним на даному етапі.

Проблемами безробіття займалися як вітчизняні вчені (наприклад, С. Іванов, Г. Кондратьєв), так й іноземні вчені (А. Оукен, Жан Батіст Сей) [2; 3]. Вивчення сучасного етапу безробіття в Україні та напрями подолання цієї проблеми розглянуті недостатньо. Це і є метою даної статті.

Безробіття – це соціально-економічне явище, для якого характерно незайнятість частини робочої сили (економічно активного населення) у сфері економіки. Тобто у реальному житті безробіття виступає як перевищення пропозиції робочої сили над попитом на неї. В Україні вперше у 1991 році з прийняттям Закону України "Про зайнятість населення" [4] законодавчо визначається безробіття. Згідно з законодавством, безробітними вважаються люди працездатного віку, які втратили роботу з незалежних від них причин, не мають заробітку, а також ті громадяни, що виходять вперше на ринок праці, зареєстровані в центрах зайнятості, шукають роботу і здатні приступити до роботи.

Отже, безробіття – центральна проблема сучасного суспільства. Воно є невід'ємним атрибутом ринкової економіки, сутність якого полягає в тому, що це не випадкове, а закономірне явище, породжене процесом нагромадження капіталу в умовах ринкової економіки, заснованої на приватній власності на засоби виробництва.

Причин безробіття дуже багато, одними з яких є: спад економіки; структурні зрушення; технологічний прогрес та запровадження нових технологій. Це пов'язано, передусім, з мізерними інвестиціями, низьким рівнем запровадження сучасних технологій в економіку і т. д.



Основні проблеми ринку праці нашої держави пов'язані зі зростанням тривалості періоду безробіття, збільшенням кількості громадян, які шукають роботу, а також існуванням труднощів щодо працевлаштування соціально незахищених верств населення.

І хоча, за даними Державного центру зайнятості, рівень безробіття в Україні нижче, ніж у Євросоюзі (чисельність безробітних в Україні в середньому за 9 місяців 2010 року, порівняно з відповідним періодом минулого року, зменшилася на 153,6 тис. осіб і становила 1,8 млн осіб) [5], все одно особливої актуальності набуває розробка нової концепції вирішення проблеми зайнятості та безробіття.

Наприклад, ця концепція знаходить своє відображення у багатьох програмах уряду, головною метою яких є досягнення нової якості життя громадян через запровадження системи соціальних, економічних та демократичних стандартів. Найбільш гострою проблемою у цій сфері є формування цивілізованого ринку праці, заснованого на свободі підприємницької діяльності, трудової активності й свободі праці. Але формування такого ринку можливе лише за наявності ефективною системи працевлаштування, яка має базуватись на основі правових відносин, що виникають у цій сфері.

Для вирішення проблеми безробіття потрібно проводити певні заходи, такі, як:

реалізація державної та регіональної програм зайнятості;

приведення законодавства України у відповідність до міжнародних норм;

захист внутрішнього ринку праці;

приєднання України до міжнародного ринку праці;

забезпечення сприятливих умов для розвитку малого бізнесу та підприємницької діяльності безробітних та ін.

Також треба розробити та реалізувати широкий комплекс певних заходів у соціально-трудої сфері, тобто треба звернути увагу на оновлення та підвищення технічного рівня робочих місць для того, щоб кожне з них забезпечувало зайнятому прожитковий мінімум і подальше зростання заробітної плати (з урахуванням інфляції). Це дозволить привести заробітну плату у відповідність з продуктивністю праці, ліквідувати фіктивні робочі місця, зменшити приховане безробіття.

Напрями боротьби з безробіттям мають забезпечуватися підвищенням конкурентоспроможності робочої сили за рахунок підвищення її якості, а саме:

зростання рівня загальної освіти;

підвищення кваліфікації;

розширення діапазону оволодіння працівниками професій і спеціальностей;

розвиток таких необхідних складових відтворення якісної робочої сили, як медицина, культура, спорт.

До основних напрямів боротьби з безробіттям слід віднести також постійне вдосконалення соціально-трудої відносин і колективних переговорів. Для України це має велике значення, тому що соціально-трудої відносини поки не мають достатнього розвитку, а потенціал удосконалення колективних переговорів досить значний.

Таким чином, у статті проаналізовано сутність безробіття, наслідки та запропоновано напрями ліквідації проблеми безробіття.

Наук. керівн. Мащенко М. А.

Література: 1. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 2. Купець О. В. Безробіття в умовах реформування економіки / О. В. Купець // Наукові записки НАУКМА. Серія : Економічні науки. – 2000. – Т. 18. – С. 31–37. 3. Новікова О. Забезпечення соціального захисту населення / О. Новікова // Економіка України. – 2009. – № 2. – С. 45–47. 4. Про зайнятість населення : Закон України від 1 березня 1991 р. № 803-ХІІ, в редакції Закону № 662-IV від 03.04.2008 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 5. Держцентр зайнятості: Рівень безробіття в Україні нижче, ніж у ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrnews.com/uk/news/economics/2010/12/29/34232>.

Ніколаєва І. І.

УДК [330.56:336.228.34](477)

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОЦІНКА ТІНЬОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Анотація. Присвячено оцінюванню сучасного становища тіньового сектору. Розглянуто головні аспекти, які ускладнюють визначення розмірів тіньової економіки.

Аннотация. Посвящено оценке современного положения теневое сектора экономики. Рассмотрены основные факторы, которые затрудняют определение размеров теневой экономики.

© Ніколаєва І. І., 2011

Annotation. The article is devoted to an assessment of modern position of shadow sector. The main aspects which complicate estimation of the sizes of shadow economy are considered.

Ключові слова: тіньова економіка, фіктивна економіка, підпільна економіка, неофіційна економіка, ВВП, метод сталих взаємозв'язків.

Становлення ринкової економіки в Україні має певні негативні риси, до яких, зокрема, відноситься досить значна частка тіньової економіки. На рівні національного господарства повне врахування економічної діяльності є важливим аспектом якості національних рахунків. Перешкодою цьому є складність обліку обсягів виробництва окремих видів продукції. Існують види діяльності, які не враховані при первинному обліку даних, що використовуються для складання національних рахунків, через те, що вони є тіньовими, незаконними, неформальними, виробництвом домашніх господарств для власного кінцевого використання або через недоліки у системі збору даних економіки, яка безпосередньо не спостерігається.

Згідно з офіційним твердженням, до тіньової економіки відноситься діяльність, прихована від органів державної влади з метою ухилення від сплати податків, внесків на соціальне забезпечення, від додержання стандартів з мінімального розміру заробітної плати, максимальної тривалості робочого дня, стандартів безпеки та санітарних норм, від окремих адміністративних процедур, таких, як заповнення статистичної звітності й інших адміністративних форм [1].

Існування тіньової економіки в Україні завдає колосальної шкоди суспільству і державі, дестабілізує нормальні економічні відносини і в цілому є однією з проблем економічної безпеки. Тому аналіз та оцінка масштабів тіньової діяльності є актуальним напрямом наукових досліджень. Відповідно до цього метою статті є аналіз та оцінка тіньового сектору економіки України.

Необхідність розробки теми визначається в тому, що тіньова економіка здійснює значний негативний вплив на всі соціально-економічні процеси, які відбуваються в суспільстві. Цей вплив тіньових відносин в Україні настільки великий, що абсолютно очевидна актуальність їх аналізу. Серед вітчизняних вчених спробу оцінити масштаби та основні аспекти тінізації економіки в контексті економічної безпеки було здійснено І. Мазуром, О. Турчиновим, В. Засанським, З. Варналієм та ін. Однак окремі аспекти питань оцінки тіньового сектору економіки розроблені не досить повно, а тому потребують подальшого дослідження.

Україна посідає проміжне місце серед країн з більш низькими і більш високими значеннями тіньового сектору. Частка тіньової економіки за минулий 2009 рік зросла на 1 процентний пункт до 35 % від офіційного ВВП. В абсолютному вираженні це означає, що обсяг неврахованого ВВП, створеного в тіньовому секторі в 2009 році, становив майже 320 млрд грн. Якщо врахувати, що рівень перерозподілу ВВП через доходи бюджету торік становив близько 30 %, можна говорити про те, що через тіньовий сектор державна скарбниця недоотримала мінімум 96 млрд грн. Істотне збільшення тіньового сектору спостерігалось в IV кварталі 2008 року й в I кварталі 2009 року. За цей період рівень тінізації зріс майже на 10 п. п. – до максимального значення в 39 %. Той факт, що протягом останніх трьох кварталів 2009 року частка тіньової економіки скоротилася на 4 п.п. – до 35 %, у Мінекономіки пояснюють тим, що бізнес адаптувався до роботи в умовах кризи, а також стабілізацією ситуації на валютному ринку й у банківській сфері [1].

За результатами дослідження, проведеного у грудні 2009 року, у якому взяли участь більш як 30 провідних економістів України, обсяг національної кримінальної економіки в 2009 році становив 115 млрд грн. Разом із цією цифрою обсяг вітчизняної тіні становить уже 47 % від ВВП, що майже збігається з даними грудневого дослідження (45,4 %). При цьому країни Центральної і Східної Європи характеризуються більш низькими значеннями частки ТЕД у ВВП порівняно з країнами СНД в 1,4 – 1,5 рази [1].

В Україні був застосований метод сталих взаємозв'язків, розроблений О. Турчиновим. Послідовність розрахунків включає: перевірку можливості використання методичного підходу, пов'язаного з урахуванням змін у енергомісткості виробництва, за встановленим критерієм; визначення коефіцієнтів споживання електроенергії у розрахунку на одиницю ВВП або доданої вартості за галузями і за роками ретроспективного і прогнозованого періодів; розрахунок реальних обсягів виробництва; визначення обсягів тіньового виробництва за роками аналізованого періоду; розрахунок коефіцієнтів тінізації виробництва; визначення реальної зміни обсягів виробництва.

З точки зору статистичного виміру проблеми одержання надійних оцінок усієї виробничої діяльності виникають у результаті поєднання трьох основних чинників: непередставлення звітності, неактуалізації реєстрів і неререєстрації звітних одиниць.

Тіньова економічна діяльність з економічних причин включає два типи, які виникають унаслідок викривлення звітних даних і навмисної неререєстрації. Викривлення звітних даних можна вважати типовим проявом економіки, яка безпосередньо не спостерігається. У звітності можливим є викривлення показників виробництва продукції й оперативних витрат (зокрема заробітної плати, матеріальних тощо). Повнота інформації може бути досягнута шляхом непрямих (експертних) оцінок, а саме: використання даних перевірок податкових органів; виявлення думки фахівців податкових органів і бухгалтерів стосовно розмірів і зниження даних; порівняння оборотів за даними національних рахунків з обсягами нарахованих податків; співставлення заробітної плати та змішаного доходу на 1 зайнятого за видами економічної діяльності та розмірами одиниць; аналіз



рівня операційних витрат за різними підгрупами одиниць одного виду економічної діяльності та формами власності.

Для виробництва, яке не враховується через навмисну неререєстрацію одиниць або їхніх частин, повноти даних можна досягти за допомогою застосування загальних процедур перевірки. Обчислення обсягів такої діяльності може бути через використання даних вибірових обстежень населення (домогосподарств) з питань економічної активності. Для окремих видів діяльності більш надійним буде використання інформації обстеження умов життя домашніх господарств щодо придбання відповідних товарів і послуг або побудова балансу пропозиції та використання окремих видів продукції [2].

Для умов нашої країни ці проблеми ускладнюються такими аспектами:

1) істотними розбіжностями у оцінці та структурі виробничої та торговельної сфери різними міністерствами та відомствами (Державний комітет статистики, Державна митна служба України, Державна податкова адміністрація, Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції тощо);

2) значними обсягами роздрібної торгівлі, незареєстрованої податковими органами, що здійснюють фізичні особи;

3) проблемами визначення обсягу імпорту та транзиту газу і нафтопродуктів трубопровідним транспортом;

4) небажанням більшості комерційних підприємств надавати достовірну і повну інформацію органам державної статистики.

Зв'язок тіньової економіки та корупції є взаємообумовленим: корупція вкрай негативно впливає на захищеність національних інтересів і породжує та стимулює розвиток тіньових відносин – чим вище рівень корупції, бідніша країна і слабкіші демократичні інститути, тим вищою є частка тіньового сектору в економіці країни (таблиця) [1].

Таблиця

Взаємообумовленість зв'язку тіньової економіки та корупції

Держава	Рівень бідності	Рівень демократії	Рівень корупції	Рівень тіньової економіки
Азербайджан	8,4	6,9	8,9	8,5
Казахстан	5,3	6,4	5,2	6,6
Киргизія	8,2	5,7	6,0	7,1
Росія	5,3	7,1	6,4	5,7
Таджикистан	9,1	5,5	7,9	8,7
Туркменістан	8,2	1,6	7,9	8,3
Узбекистан	8,0	3,3	7,6	7,1
Україна	5,9	6,8	7,3	7,0

Процес інституалізації "тіні" стає причиною деінституалізації держави. Так, спочатку окремі чиновники створюють штучний дефіцит легальних можливостей, а потім законні права громадян конвертуються в хабарі. Таким чином, право перетворюється в товар, яким монопольно розпоряджаються представники корумпованої бюрократії, що може призвести до приватизації ними держави як правового інституту.

Неадекватність законодавства та можливості його невиконання призводить до того, що населення перестає довіряти владі й прагне підтримувати з чиновниками неформальні відносини, перетворюючи державу з формальної установи в множину приватних осіб, кожна з яких має визначені владні повноваження і може надати комплекс необхідних організаційно-правових платних послуг. Відповідно, сплата податків розглядається населенням як подвійне оподаткування, оскільки більшість державних послуг купується в індивідуальному порядку і конкурентному об'ємі, який необхідний тій чи іншій людині. Відсутність дієвого державного контролю за тіньовою діяльністю призвела не лише до її розширення, але й до того, що в процесі еволюції тіньовий сектор перетворився у самодостатню політико-економічну систему. Шляхом здійснення паспортизації та контролю за рухом особистого майна, передусім нерухомості, яким володіє найбільш заможна частина населення, держава за допомогою податкової системи здійснюватиме необхідне інформування, що дозволить оцінити легітимний спосіб життя тих чи інших осіб.

Наук. керівн. Стрижак О. О.

Література: 1. <http://ukrstat.gov.ua/>. 2. United Nations. Handbook of Input-Output Table Compilation and Analysis. – New York, 2001. – 266 p. 3. Шарікова О. В. Економічні наслідки тінізації економічної системи / О. В. Шарікова // Економіка. Фінанси. Право. – 2009. – № 1. – С. 3–4.

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ В УКРАЇНІ

Анотація. Проаналізовано потік іноземних коштів в економіку України.

Аннотация. Проанализированы потоки иностранных средств в экономику Украины.

Annotation. The flow of foreign funds into the economy of Ukraine are analyzed.

Ключові слова: інвестиції, інвестор, іноземний капітал, інвестиційний потенціал, інвестиційний клімат.

Економічний розвиток будь-якої країни значною мірою обумовлений рівнем інвестиційної діяльності. В умовах глобальної світової інтеграції особливе місце займає процес прямого іноземного інвестування. Україна сьогодні стала на шлях всебічних економічних перетворень. За таких умов налагодження стабільного інвестиційного процесу є справою особливого значення.

За умов ефективного використання прямих іноземних інвестицій уряди багатьох країн змогли стабілізувати свої макроекономічні та мікроекономічні показники, забезпечити вітчизняних підприємців новітніми технологіями та сучасними методами управління, підвищити конкурентоспроможність вітчизняних товарів на внутрішньому та зовнішньому ринках, вирішити соціально-політичні питання. Залучення прямого іноземного капіталу в народногосподарський комплекс і акумулювання його з вітчизняним дає змогу вирішити низку інвестиційних проблем та, відповідно, увійти у світовий економічний простір [1].

Проблеми інвестиційної діяльності, інвестиційного клімату, потенціалу, засобів активізації інвестиційних процесів і ролі держави у регулюванні інвестиційних процесів активно досліджують вітчизняні науковці. Питання щодо шляхів залучення інвестицій в економіку України, заходів державного регулювання інвестиційної діяльності, проблем інвестиційної привабливості аналізуються у працях: О. Амоші, В. Базилевича, Л. Безчасного, З. Варналія, О. Власюка, А. Гальчинського, А. Гриценка, В. Гейця, Б. Губського, Б. Кваснюка, Т. Ковальчука, М. Крупки, І. Лукінова, М. Чумаченка, Ю. Пахомова, А. Пересади та ін. Ці роботи є значним внеском у розвиток економіки.

На актуальність даної теми вказує оцінка сучасного інвестиційного клімату в Україні. Отже, метою статті є розгляд залучення іноземних інвестицій у національну економіку, розробка й обґрунтування заходів щодо активізації інвестиційних процесів [2].

Інвестиційний клімат України в цілому сприятливий. Але існує політична та законодавча нестабільність, недосконалість банківської системи та фондового ринку. Недостатньо сформована практика проектного фінансування підприємств шкодять отриманню кредитних ресурсів для реалізації перспективних інвестиційних проектів.

Індекс інвестиційної привабливості України в першому кварталі 2011 року зріс до показника 3,40 порівняно з 3,28 в четвертому кварталі минулого року. Він розраховується на основі регулярного моніторингу оцінок інвестиційного клімату Україна першими особами компаній – членів Європейської бізнес-асоціації. У той же час інвестори занепокоєні рівнем корупції в Україні і проблемами судової системи. Підвищення індексу відбулося за рахунок збільшення оцінки поточного інвестиційного клімату та оцінки прибутковості для нових учасників ринку в найближчі три місяці. Також позитивні очікування інвесторів пов'язані з можливістю діалогу з урядовими структурами, співпрацею з МВФ і початком реалізації реформ.

У 2010 р. в економіку України іноземними інвесторами вкладено 5 986,0 млн дол. США прямих інвестицій: із країн ЄС надійшло 4 605,8 млн дол. (76,9 % загального обсягу), із країн СНД – 849,2 млн дол. (14,2 %), з інших країн світу – 531,0 млн дол. (8,9 %). У той же час капітал нерезидентів зменшився на 809,7 млн дол.

Інвестування здійснювалось переважно у вигляді грошових внесків, які становили 5 684,8 млн дол. (95,0 % вкладеного обсягу).

Приріст сукупного обсягу іноземного капіталу в економіці країни, з урахуванням його переоцінки, утрат, курсової різниці тощо, за 2010 р. становив 4 655,0 млн дол.

Зросли обсяги капіталу з Кіпру на 909,3 млн дол., Російської Федерації – на 836,4 млн дол., Нідерландів – на 753,3 млн дол., Франції – на 736,3 млн дол., Німеччини – на 475,0 млн дол. і Швеції – на 454,1 млн дол. Зазначені країни забезпечили майже 90 % приросту іноземного капіталу в Україні.

Приріст іноземного капіталу спостерігався на підприємствах, що здійснюють фінансову діяльність, у сумі 2 628,5 млн дол., операції з нерухомим майном, оренду, інжиніринг і надання послуг



підприємцям – 485,6 млн дол., торгівлю, ремонт автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку – 447,9 млн дол., а також на підприємствах промисловості – 766,2 млн дол.

Загальний обсяг прямих іноземних інвестицій, унесених в Україну, на 1 січня 2011 р. склав 44 708,0 млн дол., що на 11,6 % більше обсягів інвестицій на початок 2010 р., та в розрахунку на одну особу становив 978,5 дол.

Інвестиції надійшли зі 125 країн світу. До десятки основних країн-інвесторів, на які припадає більше 82 % загального обсягу прямих інвестицій, входять: Кіпр – 9 914,6 млн дол., Німеччина – 7 076,9 млн дол., Нідерланди – 4 707,8 млн дол., Російська Федерація – 3 402,8 млн дол., Австрія – 2 658,2 млн дол., Франція – 2 367,1 млн дол., Сполучене Королівство – 2 298,8 млн дол., Швеція – 1 729,9 млн дол., Віргінські Острови, Британські – 1 460,8 млн дол. та Сполучені Штати Америки – 1 192,4 млн дол. [3].

Прямі іноземні інвестиції в Україну у період 2006 – 2011 рр. наведені на рисунку.

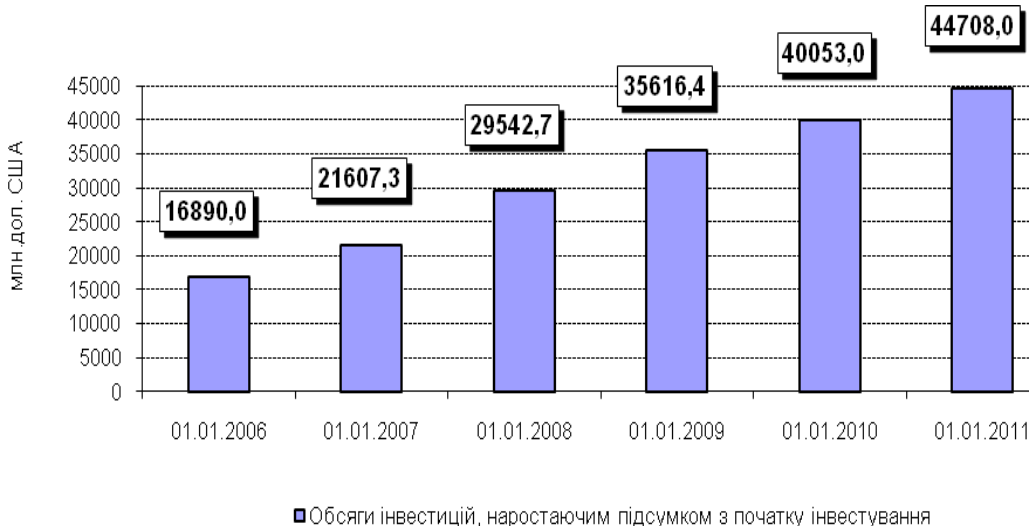


Рис. Прямі іноземні інвестиції в Україну [3]

Загальний обсяг прямих іноземних інвестицій, урахувавши позичковий капітал, на 1 січня 2011 р. становив 44 708,0 млн дол.

Інвестиції як найважливіша економічна категорія. Відіграють важливу роль на макро- та мікрорівнях і, в першу чергу, для простого і розширеного відтворення, структурних перетворень, отримання максимального прибутку і на цій основі – для вирішення соціальних проблем. Досягнення цілей, визначених інвестором, можливо за умови наявності або формування певної матеріальної основи. Такою основою є інвестиційний потенціал, створений суб'єктами інвестиційного процесу. Незважаючи на високий ступінь ризику, інвестори все ж таки інвестують свої кошти в економіку України.

Для створення ефективної системи залучення іноземних передусім необхідно сформувати відповідну законодавчу базу. Потребує найретельнішого обґрунтування й система валютного регулювання. Особливу увагу слід приділити інформаційному забезпеченню залучення іноземних інвестицій як найслабшій ланці у діючому механізмі регулювання цього процесу.

Тому для регулювання і підвищення привабливості інвестиційного клімату в Україні сприяють такі заходи:

1. Лібералізація і дерегулювання підприємницької діяльності. Повинна бути створена робоча схема з виявлення і швидкого усунення бар'єрів для створення, ведення і закриття бізнесу.

2. Стабільність і передбачуваність правового поля. Необхідно узгодити існуючі, розробити і ухвалити нові закони, що встановлюють єдині правила гри для компаній усіх форм власності.

3. Корпоративне та державне управління. Цей напрямок включає комплекс заходів щодо врегулювання корпоративних прав, діяльності державної адміністрації та приватизації державної власності.

4. Лібералізація зовнішньої торгівлі і руху іноземного капіталу. Цей інвестиційний фактор включає в себе комплекс заходів щодо стимулювання вільного переміщення товарів, послуг і капіталів між державами.

5. Розвиток фінансового сектору. Стан фінансового сектору має ключове значення для інвесторів.

6. Зниження рівня корупції. Необхідно створити таку систему відносин органів влади і бізнесу, яка мінімізує можливості зловживання державних чиновників, забезпечить послідовність виконання прийнятих законів і постанов, полегшить отримання дозволів, ліцензій і санкцій.

7. Зниження політичного ризику. Політична стабільність і незалежність економічних пріоритетів від змін в органах влади були і залишаються одним із найважливіших позитивних чинників при ухваленні інвестиційних рішень.

8. Імідж і програми просування країни. Довгострокові цілі щодо залучення зовнішніх інвестицій вимагають постійних зусиль з формування привабливого іміджу країни.

9. Формування інвестиційних стимулів. Мета дій у цьому напрямі – створення інвестиційних стимулів, аналогічних стимулам торговельних партнерів країни [4].

Істотно збільшити приплив інвестицій можна лише за умови розвитку всього комплексу чинників, що формують інвестиційний клімат. Недооцінка хоча б однієї складової неминує призведе до дисбалансу і створить напруженість на інвестиційному ринку України.

Сьогодні від ефективності інвестиційної політики залежать оновлення виробництва, модернізація і нарощування основних фондів підприємств народного господарства, успіх структурної перебудови економіки, вирішення соціальних і екологічних проблем. Слід зазначити, що в нинішніх умовах надходження іноземних інвестицій в економіку є чинником зростання ВВП, важливим джерелом створення робочих місць, в остаточному підсумку, сприяє успішній інтеграції України в європейське і світове господарство [5].

Перелічені заходи, звичайно ж, не вирішують всіх проблем із залучення інвестицій в економіку країни, але їх можна розглядати як основні напрями у сфері вдосконалення інвестиційного процесу.

Нові капіталовкладення мають стати засобом зниження рівня інфляції в державі, досягнення реальних структурних зрушень у народному господарстві, його технічного переозброєння, підвищення якісних показників господарської діяльності на макро- і мікрорівнях і, головне, життєвого рівня населення.

Наук. керівн. Бріль М. С.

Література: 1. Марцин В. С. Значення іноземних інвестувань для інтегрування України в світовий економічний простір в умовах глобалізації / В. С. Марцин // Регіональна економіка. – 2009. – № 1. – С. 75–80. 2. Худавердієва В. А. Стратегія залучення іноземних інвестицій у економіку України / В. А. Худавердієва // Фінанси України. – 2010. – № 6. – С. 62–71. 3. www.ukrstat.gov.ua. 4. Дудін Т. Економічна сутність інвестиційної діяльності в умовах розвитку ринкових відносин / Т. Дудін // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2004. – № 4. – С. 185–192. 5. Гуткевич С. А. Теоретические основы инвестиционного процесса / С. А. Гуткевич // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 5. – С. 20–31.

УДК [336.225.6:334.722](477)

Діденко С. С.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ МЕХАНІЗМУ ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Анотація. Визначено суть та необхідність розвитку малого бізнесу в Україні. Проаналізовано стан підприємництва в Україні. Розглянуто проблеми, що гальмують розвиток малого бізнесу в Україні, та наведено шляхи їх вирішення.

Аннотация. Определены суть и необходимость развития малого бизнеса в Украине. Проанализировано состояние предпринимательства в Украине. Рассмотрены проблемы, тормозящие развитие малого бизнеса в Украине, и приведены пути их решения.

Annotation. The paper determines the essence and necessity of small business development in Ukraine. The state of entrepreneurship is analysed. The problems which brake small business development in Ukraine are considered and the decisions of these problems are suggested.

Ключові слова: малий бізнес, оподаткування, підприємництво, єдиний податок, Податковий кодекс.

За останні роки на найвищому державному й загальносуспільному рівнях усвідомлено визначальну роль малого бізнесу. Незважаючи на затяжну соціально-економічну кризу, цей економічний сектор може створювати нові робочі місця без фінансування з боку держави, розши-



ривати зайнятість населення, залучати до легальної економічної сфери ті кошти, що зараз перебувають поза банківською сферою. Окрім того, малий бізнес має вирішальне значення й для формування конкурентного середовища та створення середнього класу [1].

Питаннями ролі та місця податків в економічній системі та безпосередньо розвитку малого бізнесу займалися багато вчених, серед них Балабенко О. В., Бурденко І. М., Кравченко О. В., Барановська І. В., Орлова В. А., Соколовська А. М., Іванов Ю. Б. та ін. У сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки дана тематика залишається актуальною.

Метою статті є визначення головних проблем оподаткування малого бізнесу в Україні та шляхи їх вирішення.

Малий бізнес – невід’ємна складова високорозвиненої ринкової економіки, атрибут сучасної моделі ринкового господарства, яка надає економіці гнучкості, мобілізує солідні фінансові та виробничі ресурси, створює сприятливе середовище для конкуренції. Малий бізнес сприяє розвитку науково-технічного прогресу, вирішенню проблем зайнятості та демократизації ринкових відносин. Світова практика свідчить, що бути легальним у малому бізнесі значно дорожче, ніж у великому. І цей факт більш ускладнюється в міру того, як змінюється законодавча база, що регулює діяльність малого бізнесу. Ціна легального існування суб’єкта малого бізнесу залишається ще надто дорогою, оскільки вітчизняне законодавство для малого підприємця все ще є вкрай заплутованим, перенасиченим змінами й доповненнями, в яких важко орієнтуватися навіть юристу-практику. Тому цей особливий сектор економіки, яким є малий бізнес, в даний час для України стає дуже актуальним і на нього необхідно орієнтувати адекватну до його потреб і можливостей податкову політику [2].

Проте існує багато чинників, які не дають змоги ефективно працювати і розвиватися малому бізнесу, серед них:

низька конкурентоспроможність вітчизняного бізнесу;

нелегальність тіньового сектору;

відсутність простоти та зрозумілості податкових норм для суб’єктів господарювання;

великі витрати платників на нарахування і сплату податків до держави на їх адміністрування;

відсутність умов для добровільного виконання вимог податкового законодавства платниками податків [3].

У структурі вітчизняного підприємництва за розміром підприємств частка малих підприємств зменшилась в 2010 році в порівнянні з аналогічним періодом минулого року на 5,7 % (рисунок). Щодо середніх і великих підприємств, то частка середніх підприємств зменшилась на 1 %, а частка великих підприємств збільшилась на 6,7 % у порівнянні з минулим роком.

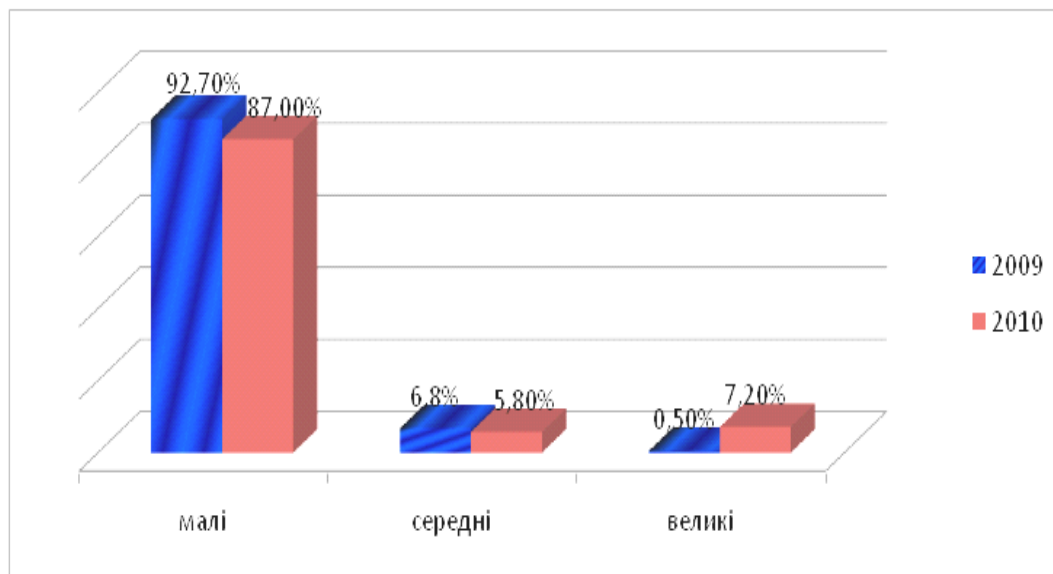


Рис. Класифікація підприємств за розмірами

Слід зазначити, що в 2009 році простежується позитивна динаміка щодо кількості фізичних осіб – підприємців. Станом на кінець 2009 року кількість фізичних осіб – підприємців в Україні без урахування найманих працівників становила 2,4 млн осіб, що на 9 % більше порівняно з попереднім роком. Сьогодні за спрощеною системою працюють 1,1 млн підприємців, з яких 400 тисяч мають договірні відносини з юридичними особами. Протягом останніх 10 років більше половини малих підприємств від загальної кількості в Україні зосереджено в семи регіонах: у м. Києві (20,2 %), Донецькій (7,3 %), Дніпропетровській (7,0 %), Харківській (6,8 %), Одеській (5,9 %), Львівській областях (5,8 %) та Автономній Республіці Крим (4,8 %). Щодо кількості суб’єктів малого

підприємництва на 10 тис. осіб наявного населення, то найкращим цей показник є в Запорізькій (721), Миколаївській (752), Одеській (725), Херсонській (727), Чернівецькій (711) областях та містах Києві (915) і Севастополі (776) [4].

Більшість держав світу для стимулювання підприємницької ініціативи та компенсації малим підприємствам частини втраченого через недосвідченість прибутку запроваджують спрощену систему оподаткування. Спрощена система оподаткування – це стимулювання розвитку малого бізнесу через зменшення податкового навантаження. Вона забезпечує створення нових стимулів розвитку малого та середнього бізнесу, полегшує ведення бізнесу, забезпечує низьку небезпеку корупції та зловживань, має позитивний вплив на інвестиційний клімат та людський розвиток, забезпечує створення нових робочих місць. Відповідно до проекту Закону "Про спрощену систему оподаткування" пропонується поділити фізичних осіб – підприємців, що працюють на спрощеній системі, на 5 категорій, а юридичних осіб об'єднати в 1 категорію. Із суб'єктів підприємницької діяльності, які обрали спрощену систему оподаткування, стягується місцевий податок, який називається єдиним податком. Згідно з проектом Закону "Про спрощену систему оподаткування" єдиний податок для фізичних осіб – підприємців коливається від 20 до 500 гривень, а для юридичних осіб – від 250 тис. до 700 тис. гривень [5].

На думку багатьох аналітиків, у зв'язку з новим Податковим кодексом існує загроза зменшення кількості підприємців, які працюють за спрощеною системою. Це, в першу чергу, пов'язано з тим, що існує дуже багато невідповідностей Податкового кодексу пропозиціям влади. Існує певний ряд проблемних питань, які залишаються незрозумілими для підприємців. Це, наприклад, питання щодо застосування фіксованого податку на ринках. З одного боку, підприємець, який здійснює свою діяльність на ринку, є платником ринкового збору. Однак згідно з новим Податковим кодексом ринковий збір скасований з 1 січня 2011 року. Тобто це питання податкова адміністрація може трактувати на свій розсуд. Не менш проблемним виявилось і питання застосування касових апаратів. За діючим законодавством платник єдиного та фіксованого податків і звільнений, і не звільнений від застосування касових апаратів. Як бути в кожному окремому випадку – знову ж таки вирішуватиме податкова адміністрація. Важливою проблемою нового кодексу для підприємців стало питання щодо ведення обліку видатків на підставі первинних документів. Взагалі платники-спрощенці не зобов'язані вести облік видатків на підставі первинних документів та не зобов'язані подавати декларацію про прибутки. Однак згідно з новим Податковим кодексом контролюючі органи можуть перевірити діяльність підприємців. Якщо в результаті перевірки будуть знайдені порушення, контролюючий орган самостійно визначає суму грошових зобов'язань суб'єкта підприємницької діяльності. Не менш важливою проблемою є питання щодо сплати єдиного податку. Починаючи з 1 січня 2011 року Держказначейство вже не буде розподіляти кошти на соціальні фонди. Платники податку мають перераховувати єдиний соціальний внесок. У цій ситуації багато підприємців не розуміють, що робити тим, хто для продовження роботи на спрощеній системі оподаткування вже сплатив єдиний податок за весь перший квартал або навіть за цілий рік [6].

Зміни в спрощеній системі оподаткування, незважаючи на деякі суперечності і незрозумілості, є позитивними як для держави, так і для підприємців, тому що:

функціонування спрощеної системи дає змогу знизити корупційний чинник, вплив якого у повній мірі зазнають підприємства – платники податків за загальною системою оподаткування;

спрощення податкового адміністрування стимулює розвиток саме малого бізнесу, для якого ведення бухгалтерського обліку у повній формі є вкрай витратним та недоцільним, а у деяких видах діяльності просто неможливим;

спрощена система оподаткування сприятиме збільшенню кількості самозайнятого населення;

наявність суттєвого про шарку дрібних підприємців створює висококонкурентне середовище для ведення більшості видів економічної діяльності та забезпечує виробництво дешевих вітчизняних товарів та послуг;

державі отримає змогу отримати прогнозовані, практично безризикові, авансовані надходження до бюджету;

державі отримає можливість проводити зважену фіскальну політику, яка буде оптимально враховувати інтереси всіх членів суспільства.

Наук. керівн. Бріль М. С.

Література: 1. www.kmu.gov.ua. 2. Стіпахно В. І. Податкова політика в Україні: проблеми напрямки вдосконалення / В. І. Стіпахно // Формування ринкових відносин в Україні. – 2006. – № 7/8. – С. 23. 3. Парник В. Стимулювання структурних змін в економіці – головне завдання податкової реформи / В. Парник // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 11. – С. 214–223. 4. www.ukrstat.gov.ua. 5. Про спрощену систему оподаткування : Указ Президента № 727 від 03 липня 1998 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov. 6. www.rpvf.org.ua.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ НА РЫНКЕ

Аннотация. Рассмотрены вопросы о влиянии спроса на конъюнктуру рынка.

Анотація. Розглянуто питання про вплив попиту на кон'юнктуру ринку.

Annotation. The questions on the impact of demand on market conditions are regarded.

Ключевые слова: рыночный спрос, конъюнктура рынка, мотивация.

Актуальность исследования заключается в том, что рынок имеет характер непостоянства и предприятию целесообразно проводить рыночные исследования, изучать поведение потребителей, их приверженность к той или иной группе товаров, факторы, влияющие на решение потребителей совершать покупки.

Дана классификация рынков и рыночного спроса, а также проанализировано влияние спроса на конъюнктуру рынка.

Объектом исследования являются рынок, рыночный спрос и поведение потребителей.

Предметом исследования выступает изучение рынка и поведение потребителей с помощью определенных принципов и методов.

Целью исследования является выявление и анализ факторов, влияющих на спрос потребителей на основе изучения работ Гальперина В. М., А. Томпсона, С. Фишера, Б. Скиннера, А. Андресена, Р. Блэкуэла, Миниарда Д. П., Ф. Никосиа, Дж. Ховарда, Дж. Шета и др.

Рынок – это тысячи и миллионы (численность определяется товаром) потенциальных покупателей, которых, применяя определенный набор критериев, нужно объединить в более или менее однородные группы, чтобы применить по отношению к ним определенную производственную политику (производить для них и продавать им те товары, которые им нужны) и политику выборочного рекламного "уведомления", которое рассчитано именно на них, на их манеру видеть, на их рыночное поведение.

Любой человек, которому нужно продать какой-либо продукт, услугу или идею, осознанно или неосознанно стремится понять истинные мотивы поведения потребителей, выявить скрытые механизмы этого поведения, поэтому он обращается к изучению мотивации.

Потребитель начинает действовать потому, что должен удовлетворить потребности. Он преодолевает стадию первоочередных потребностей, как только удается получить достаточно пищи, иметь одежду и жилье.

Существуют и другие потребности, которые человек стремится удовлетворить: в безопасности, в уважении, в самореализации, в принадлежности какой-либо социальной группе. Речь идет о тех потребностях, которые человеку не всегда удается удовлетворить. Но наряду с этими "понятными" потребностями существуют комплексные причины, которые получили название "мотивов". Именно они подталкивают к тому, чтобы что-то предпринять, купить, куда-то пойти; таким образом, снимается напряжение, вызванное возникновением подобных желаний.

Истинные причины покупки не всегда носят осознанный характер. Первостепенным для производителя является понимание мотивов его потенциальных клиентов. Производитель заинтересован в информации о том, какими должны быть товары, упаковка, реклама, способные вызвать акт покупки, чему предшествует акт восприятия, "живое отношение, сводящееся к структурированию объективных данных", посредством которого индивид "заново придумывает" объект и вписывает его в свои потребности или желания, либо не принимает его; акт покупки представляет собой ряд позитивных восприятий, которые необходимо вызвать [1, с. 106].

Б. Скиннер, А. Андресен, Р. Блэкуэл, Миниард Д. П., Ф. Никосиа, Дж. Ховард, Дж. Шет предложили несколько моделей, в которых учитывается влияние многочисленных внешних переменных, а также самой личности покупателя на принятие им решения о покупке:

факторы социальной среды;
ситуационные факторы;
базовые факторы и др.

Существуют четыре основных принципа формирования правильного представления о поведении потребителей: потребитель независим; мотивация и поведение потребителя постигаются с помощью исследований; поведение потребителей поддается воздействию; потребительское поведение социально законно [2, с. 17].

Независимость потребителя проявляется в том, что его поведение ориентируется на определенную цель. Товары и услуги могут им приниматься или отвергаться в той мере, в какой они соответствуют его запросам. Предприятия достигают успеха, если предоставляют потребителю выбор и реальную выгоду. Понимание этого и постоянное приспособление к поведению потребителя являются одним из важных требований для выживания предприятия в условиях конкуренции.

Исследования мотивации и поведения потребителей осуществляются с помощью моделирования этих процессов. Тут важно отметить, что поведение различных потребителей на рынке различно по потребностям и целям закупок, характеру спроса и покупок, действий на рынке, мотивации и т. п. Вместе с тем поведение потребителей имеет и некоторое сходство. На рынке их поведение может быть выражено через систему экономических, социальных и психологических факторов, характеризующих их потребности и способы удовлетворения.

В основе оценки (измерения) потребностей, потребления и спроса лежат различные теоретические посылки. Их можно представить: теориями мотивации; экономическими теориями; теорией рационального потребления.

Наиболее известны теории мотивации З. Фрейда и А. Маслоу. Теория мотивации З. Фрейда основана на признании действия определенных психологических сил, формирующих поведение человека и не всегда им осознаваемых. Это можно представить как своего рода ответные реакции человека на действия различных стимулов внутреннего и внешнего характера.

Теория мотивации А. Маслоу объясняет, почему в разное время людьми движут разные потребности. Она исходит из определенной иерархии потребностей (рисунок). Человек как бы поочередно удовлетворяет наиболее важные для него потребности, которые становятся движущим мотивом его поведения.

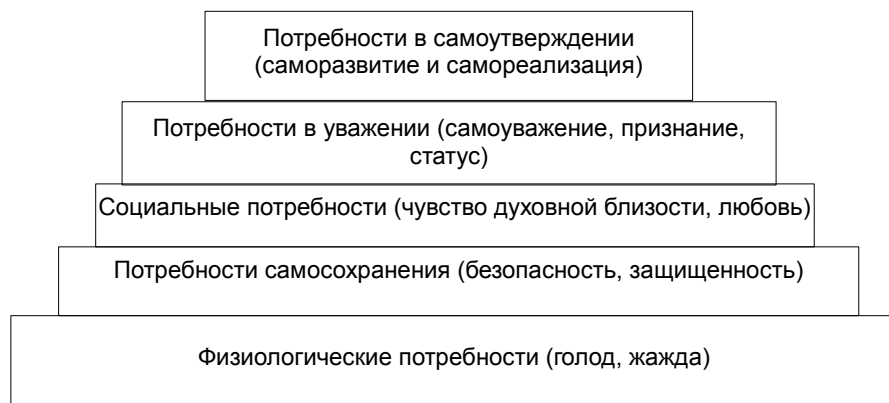


Рис. Иерархия потребностей по А. Маслоу

К экономическим теориям оценки потребительского поведения можно отнести теорию предельной полезности и теорию эластичности потребления и спроса. Основатели теории предельной полезности (У. Джевонс, Л. Вальрас, К. Менгер, Э. Бем-Беварк и др.) рассматривали поведение потребителя как поиск наибольшей полезности в приобретении тех или иных материальных благ. Рыночная цена благ определяется, в конечном счете, степенью полезности товара и для потребителя, и для продавца.

Способность потребления и спроса изменяться в определенных границах под влиянием экономических факторов носит название эластичности потребления и спроса. Основателями инструментария для оценки эластичности потребления и спроса являются А. Маршалл и П. Самуэльсон.

Теория рационального потребления, основы которой были заложены С. Струмилиным, В. Немчиновым, В. Майером и другими в рамках разработки "рационального потребительского бюджета", рассматривает возможность определения целевых ориентиров потребления. В качестве таковых могут выступать физиологические потребности (продукты питания), функциональные бытовые процессы (предметы длительного пользования), социальные требования (одежда).

Таким образом, в исследовании поставлена цель выявить факторы спроса потребителей на товарном рынке. В результате проведенных исследований можно выделить следующие аргументы: цена является главным определяющим фактором, влияющим на спрос потребителей. В первую очередь потребитель всегда обращает внимание на стоимость товара. Важную роль во влиянии на потребителя играет реклама, благодаря которой покупатели могут получить информацию о качестве товара и его производителе. Также на потребительский спрос влияют вкусы и предпочтения, доход, торговая марка, ожидания, размер домашнего хозяйства и плотность насыщения рынка интересующим потребителя товаром. Необходимо отметить, что для каждого товара существует свой набор определяющих спрос факторов, так как в разных отраслях производства существуют разные потребители, желания которых могут зависеть от самых неожиданных вещей, вплоть до температуры воздуха и времени года.



Подводя итог исследования можно отметить:

1. Поведение потребителей на рынке зависит как от внешних факторов, к которым относятся: культура, социально-экономические классы, социальные группы, семья, место и время покупки, а также продукт, упаковка, марка, цена, реклама, так и от индивидуальных: опыт, мотивы, восприятие, отношения, процесс принятия решения [3, с. 6].

2. Потребитель удовлетворяет свои потребности в соответствии с определенной иерархией: физиологические потребности (голод, жажда), потребности самосохранения (безопасность, защита), социальные потребности (чувство духовной близости, любовь), потребности в уважении (самоуважение, признание, статус), потребности в самоутверждении (саморазвитие и самореализация).

Научн. рук. Ус Т. В.

Литература: 1. Блэкуэлл Д. Поведение потребителей / Д. Блэкуэлл, П. Маниард, Дж. Энджел. – 9-е изд. – СПб. : Питер, 2002. – 190 с. 2. Перлина О. Л. Мотивация потребительского поведения как фактор эффективности рекламы / О. Л. Перлина. – М. : РГБ, 2003. – 155 с. 3. Росситер Дж. Р. Реклама и продвижение товаров / Дж. Р. Перси. – СПб. : Питер, 2001. – 656 с.

Искандеров Я. Н.

УДК 339.745

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРОБЛЕМЫ ДОЛЛАРА КАК ГЛОБАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ

Аннотация. Рассмотрены причины отказа от доллара как глобальной валюты.

Анотація. Розглянуто причини відмови від долара як глобальної валюти.

Annotation. The reasons for abandoning the dollar as global currency are considered.

Ключевые слова: мировая валюта, доллар, глобальная валюта.

В течение десятилетий доллар служил в качестве основной мировой резервной валюты, но в настоящее время большинство мировых экспертов утверждают, что скоро ему придется разделить свою роль с другими валютами. После искусственно созданной волны кризиса 2008 г. так называемые страны БРИК – Бразилия, Россия, Индия и Китай – призвали отказаться от доллара и перейти к схеме глобальной валюты. Анализ причин, побудивших мир к таким заявлениям, и будет являться целью данной статьи.

После Бреттон-Вудской конференции (1944 г.) валютный курс многих национальных валют сравнивали с фиксированным валютным курсом доллара США, который можно было обменять на определенное количество золота. Это привело к доминированию доллара США как глобальной валюты. С середины XX века де-факто мировой валютой является доллар США.

Многие национальные валюты до настоящего времени привязывают свой курс к доллару США. Некоторые страны, например Эквадор, Сальвадор и Панама, пошли дальше и отказались от собственной национальной валюты, перейдя на доллар США. Доллар США продолжает доминировать в качестве глобальной резервной валюты: 63,9 % валюты центральных банков и правительств хранится в долларах и 26,5 % хранится в евро [1].

85 % валютных сделок во всем мире полностью являются торговлей другими валютами за доллар. И более того, то, что верно для валютных сделок, верно и для других сегментов международного бизнеса. Так, организация стран – экспортеров нефти – устанавливает цену нефти в долларах. Доллар является валютой, в которой измеряется стоимость половины всех международных долговых ценных бумаг. Более чем 60 % валютных резервов центральных банков мира номинированы в долларах [2].

Однако доминирование доллара США начиная с 1999 г. начало снижаться, так как евро представляло экономику большего размера и большее количество стран приняло евро как национальную валюту. Евро унаследовал статус одной из основных резервных валют, которой была немецкая марка (DM), и с тех пор доля евро валюты в официальных резервах возрастает, так как банки ищут возможность диверсификации своих резервов и торговля стран еврозоны увеличивается.

По аналогии со существующей практикой по доллару некоторые страны начали привязывать курсы своих валют к евро. Например, эстонская крона, болгарский лев, эскудо Кабо-Верде и франк КФА.

© Искандеров Я. Н., 2011

В марте 2009 г. в результате глобального экономического кризиса Китай и Россия стали поднимать вопрос о срочном пересмотре роли валюты.

На рынке форекс и в международных финансах под мировой валютой, или глобальной валютой, понимается валюта, с помощью которой производится большая часть интернациональных платежей и которая служит основной резервной валютой.

Недовольство Китая существующим положением вещей объясняется просто – являясь мировой валютой, доллар эмитируется денежными властями США, исходя из макроэкономических показателей страны, что нередко ведет к ценовым перекосам на мировом рынке. Покупательная способность доллара применительно к разным товарам, особенно сырьевым, колеблется последние два-три года настолько сильно, что строить хоть какую-то долгосрочную стратегию странам, использующим эту валюту, весьма затруднительно. Но последней каплей, которая заставила Китай открыто усомниться в надежности доллара, стало решение Федеральной резервной системы США начать выкуп казначейских облигаций, что означало прямое финансирование бюджетного дефицита за счет эмиссии.

Система функционировала бы и дальше, если бы население США оказалось в состоянии продолжать наращивать потребление пропорционально росту мировой экономики. По сути, помимо перераспределения финансовых потоков, главной функцией американской экономики стало стабильное наращивание потребления, позволяющее всему миру реализовать произведенное в обмен на доллары, которые можно отоварить практически повсеместно. Главным "преступлением" США, которое и послужило причиной мирового кризиса, стал не только глобальный финансовый кризис, который парализовал почти все кредитные рынки в мире, но и резкое снижение потребления. Американский импорт в январе 2009 г. составил менее половины от импорта в январе 2008 г., снизившись на 51%. Причем это вовсе не говорит об оздоровлении американской экономики, поскольку упал и экспорт – на 44%, да и дефицит никуда не делся: страна купила на 36 млрд долл. больше, чем продала [3].

Следует отметить, что Китай не слишком рассчитывает на успех идеи о создании в ближайшее время новой глобальной валюты. Еще в начале 2009 г. власти Поднебесной параллельно с реализацией программы, направленной на стимулирование внутреннего спроса, начали постепенно продвигать юань в качестве новой международной валюты. Китайские власти формируют сырьевые резервы, скупая нефть и промышленные металлы как у собственных производителей, так и на мировых рынках. По сути, для того чтобы превратить юань в полноценную, мировую валюту, властям КНР осталось сделать всего один шаг – отвязать юань от доллара и либерализовать собственный валютный рынок. Рано или поздно, когда китайское руководство решит, что экономика к этому готова, это произойдет.

Интересен также тот факт, что группа экспертов ООН предлагает заменить действующую систему доллара США на значительно растущую систему МВФ "SDR" или специальные права заимствования. Собственно, предлагается реформировать Международный валютный фонд так, чтобы он мог выпускать и поддерживать единую мировую валюту на базе уже имеющейся расчетной единицы – так называемых "SDR". Но тут же возникает вопрос, чем же эта новая "супер" валюта будет поддерживаться – теми же самыми нынешними валютами?

Пока SDR – это квазивалюта, сильно напоминающая предтечу евро – ЭКЮ. По сути, это корзина из четырех валют: доллара, евро, британского фунта и японской иены. Самый большой удельный вес у доллара – 44%, евро – 34% и по 11% досталось фунту и иене [3]. Однако большинство экспертов считает, что такая замена будет неэффективна.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в настоящее время доллар утрачивает свои позиции глобальной валюты, но полноценной замены ему пока не предложено.

Научн. рук. Крюкова О. Н.

Литература: 1. http://ru.wikipedia.org/wiki/Мировая_валюта. 2. <http://www.newsland.ru/news/detail/id/653580/cat/86/>. 3. <http://www.bolshoybusiness.ru/archive/33/792/>.

УДК 336.722.1(477)

Ле Хонг Фьонг

Студент 2 курсу
финансового факультету ХНЕУ

ПРОБЛЕМА СБЕРЕЖЕНИЙ В УКРАИНЕ

Аннотация. Рассмотрены причины и проблемы, связанные с излишними сбережениями в Украине, а также определены пути преодоления этих проблем.

Анотація. Обґрунтовано причини та проблеми, пов'язані із зайвим заощадженням в Україні, а також визначено шляхи подолання цих проблем.

© Ле Хонг Фьонг, 2011



Annotation. The article presents the problem of excess savings, the main causes of it and suggests the ways to solve this problem.

Ключевые слова: тенденция накопления, превышение сбережений над инвестициями, трансформация сбережений.

Сбережения населения выступают в качестве важнейшего источника внутренних ресурсов развития банковской системы и национальной экономики в целом, однако их пассивность в экономическом обороте приводит к некоторым негативным последствиям, что обуславливает актуальность исследования данной проблемы.

Целью данной работы является обоснование проблем излишних сбережений в Украине, а также разработка путей их преодоления.

Сбережения — накапливаемая часть денежных доходов населения, предназначенная для удовлетворения его потребностей в будущем. В обществе существуют глубинные экономические причины, побуждающие различные экономические субъекты хозяйствования и отдельных людей накапливать деньги: привычки, традиции, психологические склонности, образование резервов на случай непредвиденных обстоятельств, накопление денежных средств для покупки дорогостоящих товаров и т. д. Объем сбережений населения зависит как от уровня доходов, так и от ожидания стабильности или различного рода изменений в экономике [1].

Несколько лет назад среди украинцев с относительно низкими доходами наблюдалась устойчивая тенденция накопления своих сбережений "под матрасом". В современных условиях рыночной экономики попытка населения больше сберегать, чем потреблять, неизбежно приводит к развитию инфляционных процессов в стране. Таким образом, на практике проявился "парадокс бережливости" Дж. Кейнса, который утверждал, что рост сбережений не делает общество богаче, подрывая возможности будущих сбережений [2].

Согласно официальным данным НБУ, объем банковских вкладов физических лиц в свободно конвертируемой валюте на 28 февраля 2011 года составил \$16,894 млрд, что на \$223,4 млн больше по сравнению с прошлым месяцем [3]. Это свидетельствует о росте доверия населения к отечественной экономике. Украинцы активизировали вклады своих свободных денежных средств в различные кредитно-финансовые учреждения, поскольку они обеспечивают не только сохранение, но и прирост капитала [4].

Однако население Украины продолжает приобретать больше отечественной и иностранной валюты, чем ее продавать. Объем излишних сбережений в стране все еще остается угрозой для равновесного баланса на денежном рынке. Поэтому необходимо постоянно улучшать имидж банковской системы, расширять и качественно совершенствовать депозитные операции, которые способны приумножать ресурсы банков и обеспечивать на этой основе их широкое участие в инвестиционной и кредитной деятельности.

Большие сбережения мешают экономическому росту, если они представляют собой пассивный источник дохода и не выступают в роли источников инвестирования отечественного производства. Для того чтобы устранить негативные последствия, излишние сбережения необходимо изымать у населения с учетом тонкой и чувственной фискальной политики [2].

Превышение сбережений над инвестициями внутри страны также приводит к тому, что излишние сбережения мигрируют за границу в те страны, где нормы прибыли и ставки процента выше [5]. Это, в свою очередь, может повлиять на уменьшение национального дохода и политику "печатного станка", которая заключается в эмиссии дополнительной денежной массы, что способствует стремительному росту инфляции в стране. Необходимо обеспечить четкость и однозначность действий законов для тщательного контроля за ввозимой и вывозимой валютой, детенизации доходов и расходов субъектов хозяйствования.

Таким образом, в проблеме "сбережения – инвестиции" важное значение имеет не только накопление достаточного объема сбережений в семейном секторе, но и полная трансформация этих сбережений в инвестиции. Для достижения данной цели необходим комплексный подход для регулирования массы сбережений среди населения, который включает правовые, экономические и социальные аспекты. Он предусматривает создание государством благоприятных экономических условий и усовершенствование правовых основ для активного взаимодействия субъектов хозяйствования по поводу эффективного и целесообразного использования имеющихся денежных ресурсов путем уравнивания объема сбережений и инвестиций и непосредственного участия временно свободных денежных средств в инвестиционных мероприятиях.

Научн. рук. Бриль М. С.

Литература: 1. Базілінська О. Я. Макроекономіка : навч. посібн. / О. Я. Базілінська. – 2-ге вид., випр. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 442 с. 2. Фролова Т. А. Экономическая теория: Сущность, функции и виды налогов / Т. А. Фролова. – Таганрог : ТТИ ЮФУ, 2009. 3. <http://www.interfax.com.ua/tus/eco/62851/>. 4. Гроші та кредит : підручник / М. І. Савлук, А. М. Мороз, М. Ф. Пуховкіна та ін. ; за заг. ред. М. І. Савлука. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2002. — 598 с. 5. Третьякова О. Н. Основы экономической теории : учебн. пособ. / О. Н. Третьякова, Р. Т. Тюхтенева. – Горно-Алтайск : РИО ГАГУ, 2004.

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В СМЕШАННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. Рассмотрены вопросы о роли государства в смешанной системе хозяйствования.

Анотація. Розглянуто питання про роль держави у змішаній системі господарювання.

Annotation. Questions about the role of government in a mixed economic system are considered.

Ключевые слова: государственное регулирование, смешанная экономика.

Необходимость вмешательства государства в экономику вытекает, с одной стороны, из особенностей функционирования самой рыночной системы, неспособной справиться с решением ряда важных проблем и ситуаций (провалы рынка), с другой – из усиления целостности современных общественных систем, требующей институционального представления общих для всех субъектов интересов. Последнее оказывается особенно значимым в условиях современной НТР, перехода к постиндустриальной цивилизации и резкого усиления интернационализации экономической жизни.

Проблема участия государства в рыночной экономике рассматривалась в трудах многих экономистов (К. Маркс, Дж. М. Кейнс, Т. Веблен, Дж. Коммонс, У. Митчел Дж., М. Фридмена, В. Леонтьева, Д. Гелбрейта, А. Маршалла, П. Самуэльсона, Д. Норта), представителей различных направлений экономической мысли. До сих пор окончательная точка в споре о выборе оптимальных пределов участия государства в рыночном механизме так и не поставлена.

Проблемами государственного управления на современном этапе занимались такие экономисты, как: Ю. Шишков, В. Чередниченко, Я. Корнай, Е. Кузнецова, Т. Узлюк, К. Савицкий, Дж. Стиглиц, А. Гальчинский.

В первую очередь следует признать роль государства в сохранении и поддержании самой рыночной среды, неизбежного для рынка тенденции к монополизации, необходимость производства так называемых общественных благ, проблемы распределения доходов и т. д. Все эти факторы вмешательства государства в экономику относятся скорее к микроэкономике, так как характеризуют проблемы отдельных рынков. Но существуют и собственно макроэкономические ситуации, требующие государственного регулирования [1]. Причем в отношении последних противоречивых суждений значительно больше, чем в отношении микроэкономических. Эти проблемы могут быть интерпретированы как проявления нестабильности экономики.

Во-первых, это касается инфляционных процессов, безработицы. Усиление интернационализации экономики порождает еще одну макроэкономическую заботу государства – равновесие платежного баланса страны.

Роль государства в рыночной экономике – основная проблема экономической теории, которая порождена постоянными изменениями в экономике, требующими соответствующих модификаций масштабов и инструментов государственного регулирования. Задача здесь состоит в том, чтобы найти оптимальную меру и наиболее эффективные формы вмешательства в экономическую систему.

Место и роль государства во многом определяются его функциями. Последние отражают основные направления деятельности. Можно выделить следующие функции:

- правовая;
- воспроизводственно-технологическая;
- защита конкуренции;
- стабилизационная;
- прогностическая;
- регулирующая [2].

Правовая функция представляет собой своеобразный институт общественной жизни, призванный регулировать наиболее важные отношения между субъектами хозяйствования, которые требуют государственной охраны. Речь идет об оформлении статуса экономического агента, установлении норм и правил хозяйствования, формировании организационной структуры управления, регламентации отношений собственности, конкретизации правил создания и ликвидации предприятий и т. п.

Воспроизводственно-технологическая функция обуславливает нормальный ход воспроизводственного процесса. Она сводится к созданию условий для обеспечения производства необходимыми ресурсами, удовлетворению людей материальными и духовными благами, а также условиями для образования, обучения и жизни. В качестве самостоятельных здесь заслуживают



рассмотрения две подфункции: перераспределения доходов и ресурсов. Особая значимость этих вопросов обуславливается тем, что сам по себе рыночный механизм не в состоянии их разрешить и ввиду этого возникает потребность в их государственном регулировании.

В Законе Украины "Об ограничении монополизма и недопущении недобросовестной конкуренции в предпринимательской деятельности" функция защиты конкуренции определяется как соревнование хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия ограничивают возможность каждого влиять на общие условия реализации товаров на рынке и стимулируют производство необходимых потребителю товаров.

Полной противоположностью является монополия, под которой понимается ситуация, когда число продавцов становится бесконечно малым и это позволяет им оказать влияние на объем производства, а следовательно, и на цену. В соответствии с кривой спроса на свою продукцию монополист может манипулировать объемом производства и ценой, что чаще всего приводит к понижению первой и росту второй. В результате ресурсы распределяются таким образом, что это отвечает интересам монополистов-производителей, а не целям общества, что вызывает нерациональное распределение ресурсов. Для предотвращения последствий монополизации государство вмешивается в экономику. Для этого предпринимаются следующие шаги. Прежде всего, необходимо тщательное изучение рынков, расчет для них коэффициентов концентрации, и на этой основе выявление конкурентных и монополизированных отраслей. Необходимо отметить, что государство должно придерживаться дифференцированного подхода по отношению к монополиям. Дело в том, что в данном случае преследуется цель сохранения в экономике зоны естественной монополии, по отношению же к другим фирмам должна проводиться жесткая антимонопольная политика.

Стабилизационная функция представляет собой деятельность правительства, направленную на обеспечение экономического роста, полной занятости и стабильности цен. Основная проблема здесь заключается в том, что для увеличения объема производства необходим рост совокупных расходов, обеспечить который рыночная экономика не в состоянии. В результате возможны две неблагоприятные ситуации: безработица и инфляция. Для достижения полной занятости государству следует увеличить совокупные расходы. Это возможно путем роста собственных совокупных расходов и расходов частного сектора. Для их стимулирования необходимо снижение ставок налогообложения. В случае же инфляционной экономики у правительства возникает диаметрально противоположная цель — уменьшение расходов. Достигается это путем сокращения государственных закупок и увеличения налогов на частный сектор.

Прогностическая функция предлагает определение приоритетных ориентиров экономического развития, которые вырабатываются на основе прогнозирования развития экономики, выявления тенденций и направлений движения, формирования механизма рыночного хозяйствования, обеспечения занятости населения и регулирования безработицы. В ходе реализации указанной функции государство выполняет координирующую роль, что предполагает налаживание гибкой системы взаимодействия Центра с экономическими и административно-хозяйственными структурами общества.

Регулирующая функция представляет самую обширную и разностороннюю деятельность государства. При этом правительство преследует такие цели:

- минимизацию негативных последствий функционирования рыночной экономики;
- создание правовых, финансовых, социальных основ функционирования рынка;
- обеспечение социальной защиты населения.

Для достижения указанных целей правительство использует прямые и косвенные методы, способствует формированию инфраструктуры, поддерживает сбалансированность экономики, для чего использует кредитно-денежные, ценовые, налоговые инструменты.

Способы, методы и инструменты государственного регулирования экономики меняются в зависимости от сложности экономических проблем, возможностей регулятора и запаса навыков регулирования. Существуют стандартные экономические ситуации и нетрадиционные, что предопределяет применение как универсальных, так и специфических моделей регулирования. Принято выделять правовые, административные, экономические, прямые и косвенные методы.

Под моделью государственного регулирования экономики следует понимать систему базовых целей и методов их достижения. Такие модели непосредственно связаны с ведущими теоретическими школами в экономической теории. Поэтому первоначально можно выделить следующие основные модели, соответствующие концепциям современной смешанной экономики: кейнсианская (либерально-реформистская) модель и неконсервативная (неоклассическая). Эти модели различаются по основным приоритетным целям, по набору и соотношению методов регулирования и, соответственно, балансу сил рыночного и государственного воздействия и, что очень важно, по возможным социально-экономическим последствиям, в том числе неблагоприятным.

Кейнсианская модель предполагает активное вмешательство государства в экономику, поскольку рыночная система рассматривается в рамках этой школы как внутренне неустойчивая и неравновесная. Кейнсианская модель в своих различных интерпретациях господствовала в экономике стран достаточно долгое время — с 30-х и до 70-х гг. Важнейшая роль здесь отводилась как раз государству: государственные расходы оказывают непосредственное воздействие на величину совокупного спроса и создают сильное мультипликационное воздействие на потребительские расходы.

Неконсервативные подходы к государственному регулированию ориентированы на достижение других приоритетных целей и отдают предпочтение не прямому регулированию, а косвенному, не фискальной политике, а денежно-кредитной. Однозначно признается роль государства в



содействию структурной и научно-технической политике – на эти направления выделялись значительные бюджетные средства. Отдельной проблемой является модель государственного регулирования в странах с переходной экономикой (постсоциалистических). Следует признать, что она осмыслена в наименьшей степени. Отсутствие стройной теории переходной экономики обрекает правительства стран опираться в основном на метод проб и ошибок, чреватый большими издержками для общества. Применение неконсервативных рецептов для этих стран в современных условиях бывает столь же неоправданным, как и кейнсианских подходов.

Таким образом, необходимость вмешательства государства в экономику и цели такового определяются целым комплексом причин микро- и макроэкономического характера и в основном связаны с преодолением провалов рынка.

Методы такого регулирования опираются либо на системы законодательных актов и государственную собственность – административные меры, либо на систему внутренних стимулов – косвенное экономическое воздействие.

Государственное вмешательство в экономику имеет целый ряд очень существенных негативных последствий, которые следует учитывать при разработке и реализации правительственных программ.

Система целей и методов их достижения может быть представлена как модель регулирования. Основными для смешанной экономики являются кейнсианская модель и неконсервативная, опирающиеся на соответствующие теоретические школы. Содержание каждой из моделей определяется конкретными условиями социально-экономического развития страны, требующими решения тех или иных приоритетных целей, прежде всего, преодоления безработицы и экономического спада в кейнсианской модели и инфляции и проведения структурной перестройки экономики – в неконсервативной. При этом первая модель строится на признании активной роли государства в стабилизации экономики, вторая предполагает преимущественно пассивную позицию государства и отдает предпочтение силам рыночной саморегуляции.

Актуальной проблемой является теоретическая разработка и практическое освоение модели государственного регулирования в странах с переходной экономикой, так как традиционные рецепты государственного воздействия на экономику во многих случаях оказываются несостоятельными.

Научн. рук. Крамарева О. С.

Литература: 1. http://abc.informbureau.com/html/ainoaadnoaaiiia_daaoeediaaiea_.html. 2. Логунов В. Н. Роль государства в рыночной экономике [Электронный ресурс] / В. Н. Логунов. – Режим доступа : <http://www.lerc.ru/?part=articles&art=15&page=9>. 3. Каплинская И. Е. Государство в рыночной экономике [Электронный ресурс] / И. Е. Каплинская. – Режим доступа : <http://www.econ.asu.ru/old/k7/economics/4/g17.html>. 4. <http://konspekts.ru/ekonomika-2/makroekonomika/rol-gosudarstva-v-rynochnoj-ekonomike/>.

УДК 330.55(477)

Сиволоб А. О.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ВИЗНАЧЕННЯ НАЙБІЛЬШ ВПЛИВОВИХ ФАКТОРІВ НА ФОРМУВАННЯ ВАЛОВОГО ВНУТРІШНЬОГО ПРОДУКТУ УКРАЇНИ

Анотація. Проаналізовано динаміку зростання валового внутрішнього продукту та за допомогою побудови математичної моделі на основі методу множинної регресії визначено основні фактори, котрі в найбільшій мірі впливають на нього.

Аннотация. Проанализирована динамика роста валового внутреннего продукта Украины и с помощью построения математической модели на основе метода множественной регрессии определены основные факторы, которые в большей степени влияют на него.

© Сиволоб А. О., 2011

ЮЮ

"Управління розвитком", №16(113)2011



Annotation. The article analyzes the dynamics of growth of gross domestic product of Ukraine and with the help of a mathematical model based on the method of multiple regressions identifies the key factors that largely affect it.

Ключові слова: валовий внутрішній продукт (ВВП), виробничий метод розрахунку, метод множинної регресії.

ВВП – один з головних індикаторів економічного розвитку і найбільш повний показник сумарного обсягу виробництва товарів та послуг країни за певний період часу. Аналізуючи динаміку змін цього показника, можна робити висновки стосовно розвитку економіки даної країни в короткостроковому та довгостроковому періодах. Як один із методів аналізу факторів впливу на валовий внутрішній продукт застосовують економіко-математичні методи, за допомогою яких виявляють основні фактори, котрі впливають на зміну цього показника.

Проблемам та особливостям підрахунку ВВП присвячено небагато праць провідних економістів світу, але серед них можна відзначити американського вченого Грегора Менкью, котрий у роботі "Принципи економікс" [1] визначив залежність окремих показників на розрахунок ВВП.

Метою даної статті є визначення на основі методу множинної регресії основних незалежних змінних, котрі в найбільшій мірі впливають на валовий внутрішній продукт.

Об'єктом даної роботи є сам показник ВВП.

Предметом дослідження є визначення основних факторів, що в більшій мірі впливають на зростання ВВП.

У системі національних розрахунків підрахунок валового внутрішнього продукту визначається за трьома методами. В роботі використаний виробничий метод, тому що треба було визначити вплив різних галузей народного господарства на динаміку ВВП.

Проаналізувавши дані офіційної статистики про виробництво і розподіл ВВП України за видами економічної діяльності в період 2002 – 2009 років [2], автором було виявлено основні напрями економічної діяльності, котрі приносять найбільший прибуток нашій державі (рис. 1).

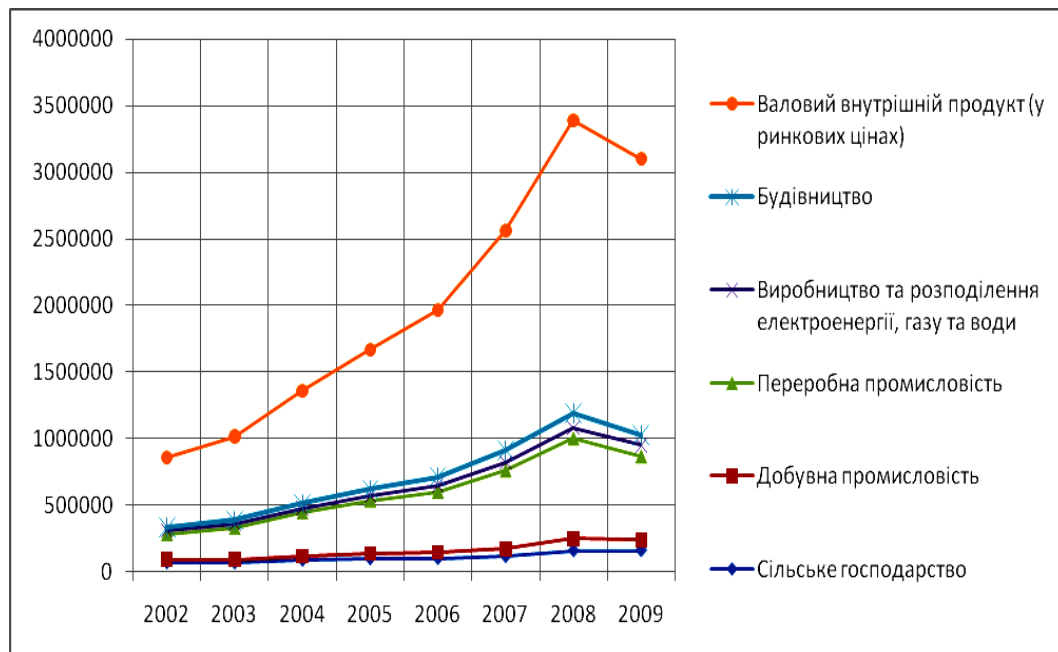


Рис. 1. Виробництво та розподіл ВВП України за видами економічної діяльності

За допомогою аналізу статистичних даних [2] та побудованого графіка було виявлено основні галузі народного господарства та види економічної діяльності, що обумовлюють зростання ВВП (нижче подані дані у порядку зменшення їх впливу на ВВП), – це переробна промисловість, добувна промисловість, сільське господарство, будівництво, виробництво та розподілення електроенергії, газу та води. При побудові графіка використовувався пакет додатків MS Excel, за допомогою якого наочно зображено зростання або зниження цих показників. Що стосується кількісного співвідношення цих показників відносно об'єму валового внутрішнього продукту, то коефіцієнти визначалися за допомогою побудови математичної моделі на основі методу множинної регресії.

Регресійний аналіз – статистичний метод дослідження залежності між залежною змінною Y і декількома незалежними змінними X_1, X_2, \dots, X_p . У даному випадку незалежними змінними є галузі народного господарства, котрі враховуються при обчисленні залежного показника ВВП за виробничим методом.

Щоб довести доцільність вибраного математичного методу, був проведений аналіз на адекватність даної моделі за допомогою графічної інтерпретації нормального закону розподілення. Для визначення нормальності моделі було зібрано та проаналізовано поквартальні дані в період з першого кварталу 2008 до третього кварталу 2010 років включно [2]. Одним з головних пунктів перевірки моделі на адекватність є побудова гістограми залишків та лінії нормального закону розподілення (рис. 2).

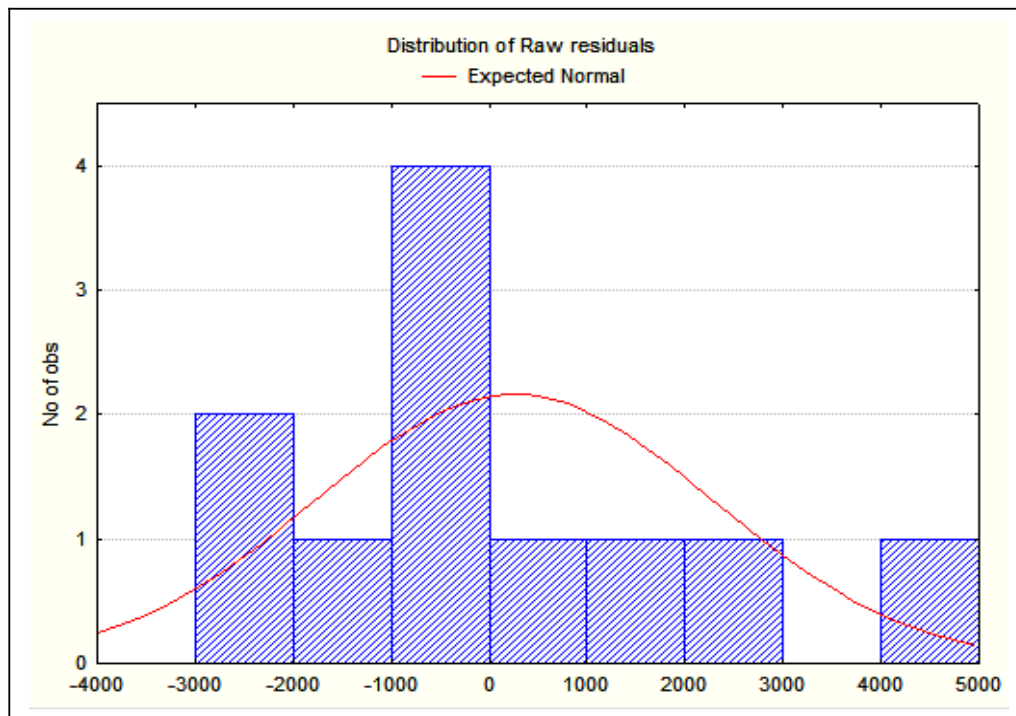


Рис. 2. Гістограма залишків та лінія нормального закону розподілення

Аналізуючи отримані результати за даний період, слід дійти висновку, що відхилення значної частини вихідних даних від середнього значення показника є незначним, що підтверджує наявність нормального закону розподілення. Незалежними змінними при перевірці моделі на адекватність (побудова моделі велась за допомогою додатка STATISTICA 6.0), були визначені такі види економічної діяльності, як: сільське господарство, добувна промисловість, переробна промисловість, виробництво та розподілення електроенергії, газу та води, будівництво.

Наступним пунктом визначаємо коефіцієнт детермінації, котрий свідчить про щільність зв'язку між незалежними змінними (чим щільніший зв'язок, тим коефіцієнт адекватності більший). Згідно з результатами побудови економіко-математичної моделі (рис. 3), коефіцієнт детермінації склав 94,05 %, що за шкалою Чеддока свідчить про дуже щільний зв'язок. Адекватність даної моделі була доведена. Таким чином, було доведено математичним способом залежність факторів виробничого способу підрахунку ВВП від самого показника.

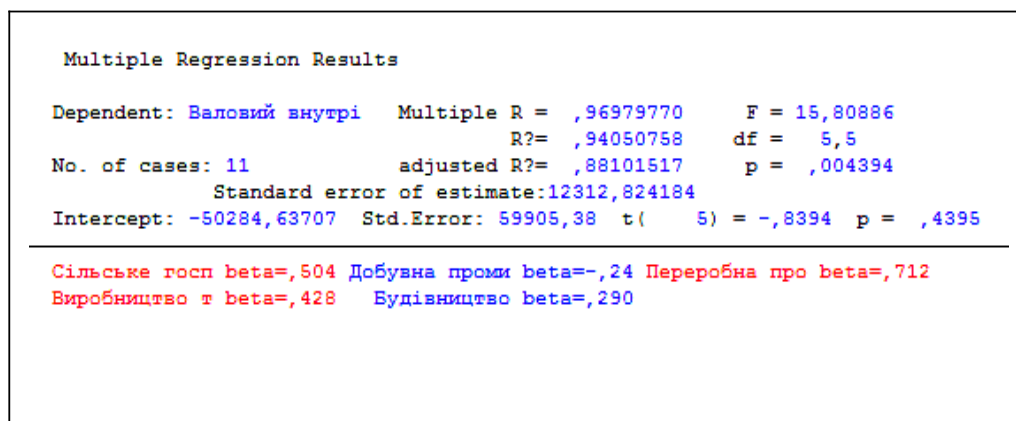


Рис. 3. Результати побудови економіко-математичної моделі на основі методу множинної регресії



За даними результатів побудованої моделі були визначені бета-коефіцієнти для всіх вибраних показників. Бета-коефіцієнт показує, на скільки середньоквадратичних відхилень зміниться в середньому результат, якщо відповідний фактор зміниться на одне середньоквадратичне відхилення за незмінного середнього рівня інших факторів. Виходячи зі значень бета-коефіцієнтів рівняння у стандартизованих змінних, найбільшого впливу на розмір ВВП справляють такі показники, як:

переробна промисловість – бета-коефіцієнт дорівнює 0,712;

сільське господарство – бета-коефіцієнт дорівнює 0,504;

виробництво та розподілення електроенергії, газу та води – бета-коефіцієнт дорівнює 0,428;

добувна промисловість – бета-коефіцієнт дорівнює 0,24;

будівництво – бета-коефіцієнт дорівнює 0,29.

Аналізуючи отримані результати з математичної моделі та статистичні дані, котрі надані Державним комітетом статистики України, слід дійти висновку, що об'єм валового внутрішнього продукту, насамперед, залежить від переробної промисловості, практично на одній лаві знаходяться сільське господарство і виробництво та розподілення енергії. Але, як показала економіко-математична модель, фактор, який має меншу питому вагу у виробництві (виробництво та розподілення електроенергії, газу та води) може мати більший вплив на залежний показник, ніж той, чії фактичні ціни більші (добувна промисловість).

Наук. керівн. Крюкова О. М.

Література: 1. Mankiw N. Gregory. Principles of economics [Electronic resource] / N. Gregory Mankiw. Бібліотека Гарвардського університету. – Access mode: <http://discovery.lib.harvard.edu/>. 2. Інформація про виробництво та розподіл ВВП за видами економічної діяльності на 2002 – 2009 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Лопанчук Г. В.

УДК 338.2(477):620.9

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ НЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. Розкрито поняття енергетичної незалежності, розглянуто проблеми та умови досягнення енергетичної незалежності України, визначено ступінь енергетичної незалежності України від поставок енергоресурсів із-за кордону.

Анотация. Раскрыто понятие энергетической независимости, рассмотрены проблемы и условия достижения энергетической независимости Украины, определена степень энергетической зависимости Украины от поставок энергоресурсов из-за границы.

Annotation. The article analyzes the idea of energy independence, the problems and conditions to achieve energy independence of Ukraine, the degree of energy dependence of Ukraine on energy supplies from abroad.

Ключові слова: енергетична незалежність, енергетична безпека, енергетичний ринок, енергоносії, енергетика країни.

Проблема досягнення енергетичної незалежності є однією з головних завдань енергетичної політики для України і для багатьох країн світу. Розвиток і оптимальне функціонування паливно-енергетичного комплексу нашої держави є одним з найголовніших чинників забезпечення нормального функціонування економіки і задоволення соціальних потреб населення, тому дана тема є досить актуальною на сьогоднішній день.

Метою даної роботи є розгляд проблем та умов досягнення енергетичної незалежності України, а також аналіз енергетичної залежності нашої країни від імпортних поставок.

Енергетична незалежність країни становить здатність держави в особі її органів управління забезпечувати кінцевих споживачів енергоносіями в необхідних обсягах і відповідної якості. У свою чергу, рівень енергетичної безпеки визначається потенціалом національного паливно-енергетичного комплексу, а енергетична незалежність держави вимірюється рівнем самостійності керівництва країни у формуванні та реалізації політики, незалежної від зовнішнього і внутрішнього впливів і тиску.

© Лопанчук Г. В., 2011



На сьогоднішній день Україна є енергодефіцитною країною, запасів нафти і газу якої недостатньо для задоволення потреб економіки. За рахунок власного видобутку держава забезпечує себе лише на 10 – 12 % газом і на 20 – 25 % нафтою. Єдиним вітчизняним енергоносієм, яким Україна здатна забезпечити власну потребу в паливі на тривалий період, є вугілля [1, с. 34]. Тобто Україна значною мірою залежить від імпорту енергоносіїв. Сьогодні Україна знаходиться в умовах майже повної залежності від поставок енергоносіїв з Росії, а саме – на 75 – 80 % [2, с. 77]. Росія залишатиметься основним постачальником нафти і газу на довгострокову перспективу, тому що характеризується їх величезними запасами і незначною відстанню для транспортування в Україні. Залежність енергетики України від імпортних поставок енергетичних ресурсів є критичною у наслідок того, що наша країна отримує основні обсяги енергоресурсів тільки з одного джерела – Росії. А постачання енергоносіїв шляхом імпорту є надійним тільки тоді, коли здійснюються мінімум з трьох джерел. Головними причинами незадовільності рівня енергетичної безпеки України є: надвисока енергоємність споживання енергетичних продуктів; нераціональна структура паливно-енергетичних балансів країни; зниження ефективності виробництва і транспортування енергетичних продуктів; високий рівень негативного впливу об'єктів енергетики на навколишнє середовище.

Для досягнення достатнього рівня енергетичної незалежності України необхідно вживати заходи з диверсифікації джерел надходження в Україну енергоносіїв. Зокрема, завершити будівництво нафтового терміналу біля Одеси, розширити економічні зв'язки з Туркменістаном, країнами Близького і Середнього Сходу, Туреччиною щодо поставок нафти й газу, розвивати внутрішні джерела енергозабезпечення, удосконалити переробку нафти на нафтопереробних заводах України, збільшити її видобуток на нових родовищах.

Слід зазначити, що з розвіданих геологами запасів нафти добувається лише близько 10 %, в той час коли зарубіжні нафтові компанії видобувають 50 % і більше. Так само Україна має великі можливості щодо транзиту природного газу. Однак більше 35 % газопроводів експлуатуються вже більше 20 років і морально застаріли. Щорічно необхідно здійснювати капітальний ремонт 250 – 300 км газопроводів. Незадовільний технічний стан газопроводів дозволяє транспортувати зараз в європейські країни без економічного ризику не більше 100 млрд газу при здатності більше 120 млрд газу. Це загрожує Україні втрату свого стратегічного положення як головної транзитної ланки трубопроводної системи "Схід – Захід" [3].

Найбільш перспективним напрямком забезпечення України енергією є енергозбереження. Тільки за рахунок маловитратних енергозберігаючих заходів в Україні можна заощадити не менше 10 % енергії. До першочергових заходів щодо забезпечення енергозбереження слід віднести: розробку Державної комплексної програми енергозбереження; технічне переоснащення виробництва, створення загальнодержавного позабюджетного фонду енергозбереження; суворий облік і контроль за енергоспоживанням в усіх галузях виробництва, стимулювання впровадження енергозберігаючих технологій; структурну перебудову економіки шляхом зменшення частки енергоємних галузей виробництва. Важливим державним завданням є також поліпшення системи управління галузями паливно-енергетичного комплексу та процесом енергозбереження. Без зміни структури вітчизняного виробництва, без впровадження енергозберігаючих технологій Україна і надалі змушена буде залежати від імпорту нафти і газу, втрачаючи значні кошти. Реалізація заходів по енергозабезпеченню, нарощування обсягів видобутку газу, використання нетрадиційних джерел енергії, як це передбачається Національною енергетичною програмою, дозволить скоротити обсяги споживання природного газу народним господарством до 2012 р. в порівнянні з 1990 р. на 32,3 %, а також зменшити його імпорт на 49 %.

За прогнозами в разі продовження існуючої нині "енергетичної політики", в найближчі 20 років Україна буде залишатися енергодефіцитною державою, яка змушена буде щорічно завозити паливно-енергетичні ресурси в обсязі 110 – 140 млн тонн умовного палива [4].

Таким чином, можна зробити висновок, що вивчення питання про енергетичну незалежність України все ще залишається відкритим і потребує достатнього регулювання з боку держави. Для досягнення достатнього рівня енергетичної незалежності України потребується покращення системи управління паливно-енергетичним комплексом і процесом енергозбереження, технічне переоснащення, ремонт газопроводів, контроль за енергоспоживанням в усіх галузях виробництва, збільшення видобутку нафти на нових родовищах, удосконалення переробки нафти, впровадження енергозберігаючих технологій. Сьогодні для України питання енергетичної безпеки є головною умовою її існування як самостійної держави.

Наук. керівн. Пивавар І. В.

Література: 1. Забезпечення енергетичної безпеки України / Рада національної безпеки і оборони України. – К. : НІПМБ, 2003. – 264 с. 2. Півняк Г. Г. Енергозбереження в промисловому секторі економіки України / Г. Г. Півняк // Наука та інновації. – 2006. – № 2. – С. 76–85. 3. Буяк А. Стан і перспективи розвитку енергетичної галузі України / А. Буяк // Економіст. – 2008. – № 6. – С. 32–37. 4. Саприкін В. Про "Концепцію державної енергетичної політики України на період до 2020 року" / В. Саприкін // Дзеркало тижня. – 2001. – № 8 (332). 5. Амоша А. И. Экономические подходы к эффективному использованию энергетических ресурсов / А. И. Амоша // Економіка і держава. – 2008. – № 1. – С. 47.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ ЇЇ СКОРОЧЕННЯ

Анотація. Розглянуто процеси мінізації економіки України та можливі шляхи виходу тіньової економіки у легальний економічний простір.

Аннотация. Рассмотрены процессы тенизации экономики Украины и возможные пути вывода теневой экономики в легальное экономическое пространство.

Annotation. We consider the process of development of the shadow economy in Ukraine and ways going into the legal economy.

Ключові слова: валовий внутрішній продукт, тіньова економіка, мінізація, детінізація.

У період становлення України як незалежної держави в політичних колах панувала думка, що тіньова економіка є породженням деформацій радянської системи, а з впровадженням приватної власності зростатиме інтерес до легальної діяльності. Але з переходом до ринкової економіки, навпаки прогнозам, не тільки посилилась тінізація соціально-економічних процесів, але і перетворилася на одну з найреальніших загроз української державності. В Україні криміналітет дедалі ширше використовує міжнародні тіньові схеми одержання надприбутків та відмивання доходів. Високий рівень тінізації економіки (близько 50 %) [1] знижує її конкурентоспроможність на світових ринках капіталів через вірогідність потрапляння іноземних інвестицій у тіньовий сегмент економічного простору.

Проблемою тінізації економіки України займалися такі вчені, як: Шелудько Н. М., Варналій З. В., Турчинов О. В. та інші, але слід зазначити, що ще й досі недостатньо розглянуті можливі шляхи вирішення цього питання.

Метою статті є аналіз проблем щодо тінізації економіки України у сучасних умовах розвитку. Предметом даної статті є аналіз проблем економічної системи України, об'єктом – сама економічна система та рівень частки тіньової економіки в ній порівняно з ВВП.

У сучасній економіці України паралельно існують дві однакові за масштабами економіки: легальна та тіньова. Вплив тіньової економіки зумовлює негативні наслідки розвитку усіх сторін суспільного життя держави, а саме: непрозорий і несправедливий розподіл національного доходу; криміналізація суспільства; недовіра до органів державної влади; дискримінація суб'єктів господарської діяльності; скорочення податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів; нелегальний експорт капіталів і зменшення обсягів інвестицій в економіку; втрата промислового та інтелектуального потенціалу нації; відсутність повноцінного ринкового середовища; нестабільність інвестиційного та підприємницького клімату; недостатній захист інвесторів; нестабільне політичне середовище та ін.

Проте не вся тіньова економіка є кримінальною. До кримінальної економіки традиційно відносять "чорну економіку" (наркотичний бізнес тощо) та економіку "білих комерців" (неправомірні дії менеджерів), дії з відмивання грошей яких караються законом. Треба відзначити, що населення України також повсякденно бере участь у тіньових оборотах, бо купивши товар, немає впевненості, що від його продажу буде сплачено податки. Тобто неофіційна діяльність нічим не відрізняється від офіційної, вони існують поряд і переплітаються. Так, на одному підприємстві разом можуть співіснувати дві форми, де частина товару йде "наліво" і, у свою чергу, частина виручки від продажу продукції на експорт збагачує окремих приватних осіб. Можливо, від цього виграємо ми – споживачі, купуючи товари у виробників, які не сплачують податки, за нижчими цінами. Однак від наших "заощаджень" страждає економіка в цілому. У ці "заощаджувальні" процеси повинна втрутитися держава, насамперед, підвищити рівень державного регулювання економіки за рахунок вирішення проблем приватизації, монополізації великих та середніх підприємств та вирішення проблеми їх банкрутства тощо.

Тіньова економіка чинить значний негативний вплив на всі соціально-економічні процеси, які відбуваються в суспільстві. Без урахування тіньової економіки неможливо здійснити економічний аналіз та ухвалити ефективні управлінські та законодавчі рішення. Поширення тіньової економіки веде до різкого зниження ефективності державної політики, ускладнення й неможливості регулювання економіки ринковими методами, із застосуванням інструментів грошово-кредитної й податкової політики.

Проте тіньова економіка за допустимого рівня чинить і позитивний ефект. Вольф Шефер стверджує, що: "тіньовий сектор можна класифікувати як ринкову систему, в якій майже без тертя здійснюється координація попиту і пропозиції" [2]. Зростаюча тіньова економіка створює нові можливості для зайнятості, причому не тільки тіньової, оскільки цей сектор потребує продуктивних товарів легального сектору; у галузях тіньової економіки з'являються інновації, які підвищують суспільний добробут, сприяючи стабільності системи загалом.

Рівень тінізації економіки України є досить високим. Так, у 2010 р. він становив близько 45 – 50 % від офіційного ВВП і збільшився порівняно з 2009 р. (35 %) на 10 – 15 % [3]. Слід зазначити, що рівень тінізації економіки країн ЄС становить близько 15 % (допустимим значенням цього показника є цифра у 10 – 15 %) [4], тому можна вважати, що цей показник в Україні є дуже високим. Результати дослідження зміни рівня тіньової економіки свідчать про поступове "перетікання" протягом 2010 р. тіньових ресурсів зі сфери послуг та будівництва у сектор економіки, який в основному виробляє товари.

Детінізація економіки – це цілісна система дій, спрямована передусім на подолання та викорінення причин і передумов тіньових явищ та процесів.

На думку автора, завдяки детінізації стає можливим створення умов для залучення тіньових капіталів у легальну економіку та примноження національного багатства, а саме: стимулювання інвестиційних процесів; вдосконалення монетарної політики; розширення банківського кредитування галузей, визначених як пріоритетні; забезпечення стабільності номінального обмінного курсу гривні; удосконалення механізмів гарантій збереження внесків населення у фінансово-кредитних установах; створення сприятливих умов для розвитку підприємництва; забезпечення підвищення кваліфікації керівних кадрів підприємств; здійснення ревізії нормативно-правових актів міністерств, відомств, органів місцевої влади щодо їх відповідності Конституції України та антикорупційним законам України. Паралельно з цим потрібно розвивати і посилювати рівень суспільного контролю за діяльністю посадових осіб із широким залученням громадськості.

Таким чином, на сучасному етапі тіньова економіка відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку суспільства, як негативну, так і позитивну, за допустимого її рівня. Проте реальний рівень тіньової економіки в Україні перевищує допустиме значення і становить загрозу національній безпеці держави. З огляду на це Україні необхідно розробити чітку довгострокову програму з детінізації економіки із суворим контролем її виконання. Реалізація зазначених у статті заходів щодо подальшої детінізації економіки не лише сприятиме формуванню повноцінного ринкового середовища, розвитку економіки, процесу демократизації суспільства загалом, а й забезпеченню відродження та ефективного розвитку вітчизняного підприємництва.

Наук. керівн. Крюкова О. М.

Література: 1. Економічна злочинність на сучасному етапі розвитку державотворення на Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.experts.in.ua/ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=61386. 2. Schafer W. Gleichgewicht, Ungleichgewicht und Schattenwirtschaft / W. Schafer // Schattenökonomie: Theoretische Grundlagen und wirtschaftspolitische Konsequenzen. – Göttingen, 1984. – S. 40. 3. Уровень теннизации экономики Украины достигает 50 %. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://podrobnosti.ua/economy/2010/06/04/691272.html>. 4. Средний уровень теннизации в ЕС вырос до 15 %. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.novoteka.ru/sevent/6673180>.

УДК 94(477) "1943"

Клопов Б. І.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОПЕРАЦІЯ "ЗІРКА" 1943 Р.

Анотація. Зображено події наступальної операції РСЧА, що мала на меті визволення м. Харкова у лютому – березні 1943 р. і дістала кодове ім'я "Зірка". Висвітлено перебіг наступу РСЧА на місто та ключові епізоди битви. Наведено статистику військ Вермахту та Червоної Армії, задіяних у боях за Харків у лютому – березні 1943 р.

Аннотация. Проанализированы события наступательной операции РККА, которая предусматривала освобождение г. Харькова в феврале – марте 1943 г. и получила кодовое название "Звезда". Раскрыты основные этапы наступления сил РККА на город и ключевые эпизоды битвы. Приведена статистика войск Вермахта и РККА, участвовавших в боях за Харьков в феврале – марте 1943 г.

© Клопов Б. І., 2011

107

"Управління розвитком", №16(113)2011



Annotation. In this article main events of offensive operation of Red Army, intending to liberate the city of Kharkov in February-March of 1943, are represented. This operation had the code name – "Zirka". All Red Army offensive stages and basic key battles are exposed. The statistics of troops of Wehrmacht and Red Army are shown.

Ключові слова: битва, наступ, РСЧА, Вермахт, Харків.

У трьох битвах за Харків 1942 – 1943 рр. Робітничо-селянська червона армія (далі – РСЧА) та Вермахт втратили більше людей, ніж під час кампанії у Західній і Центральній Європі у 1939 – 1941 рр. чи в інших бойових операціях на Східному фронті у 1941 – 1943 рр., зокрема і в Сталінградській битві 1942 р. Попри трагічні і запеклі бої, що точилися за Харків, він не дістав статус міста-героя, оскільки Йосиф Сталін вважав соромом той факт, що місто було визволено лише з третьої спроби. У даній статті автор зосередився на висвітленні другої битви за місто, яка мала кодове ім'я "Зірка" і відбулася в лютому – березні 1943 р.

Після визволення Сталінграду ініціатива на півдні Східного фронту перейшла до РСЧА. Перед наступаючими радянськими військами взимку 1942 – 1943 р. Ставка Верховного Головнокомандувача (далі – Ставка) поставила завдання вибити ворога з території України та опанувати основні магістральні і залізничні шляхи, що поєднували УРСР з РСФСР. Вже 18 грудня 1942 р. частини 1-ї гвардійської армії звільнили від німців перший населений пункт української території – с. Півнівку у Ворошиловградській області [1, с. 354]. 21 січня представник Ставки, керівник Генштабу РСЧА Александр Михайлович Василевський і командувач Воронежським фронтом Філіп Іванович Голиков подали на розгляд командуванню план операції щодо визволення Харкова і Белгорода, що дістала кодове ім'я "Зірка". Було прийнято рішення продовжувати наступ військ без оперативної паузи в бойових діях, оскільки будь-яка втрата часу з боку радянських військ давала німцям можливість закріпитися та підготуватись до оборони.

Для опанування району Харкова призначалися 38-ма, 40-ва загальновійськові і 3-тя танкова армії, 18-й окремий стрілецький корпус (який незабаром був трансформований у 69-ту армію) і 6-й гвардійський кавалерійський корпус Воронежського фронту. Обидві армії підсилили з'єднаннями, переданими з 60-ї армії. У бойовий склад 38-ї армії згідно з розпорядженням Голикова від 28 січня 1943 р. призначалися: 240, 167, 206 і 237 стрілецькі дивізії 38-ї армії, 232 стрілецька дивізія і 253 стрілецька бригада з 60-ї армії. Засобами посилення 38-ї армії були 180, 14 і 150 танкові бригади, три артполки РГК (Резерву Ставки). До складу 40-ї армії, що наступала на Харків через Белгород, входили 303 і 100 стрілецькі дивізії із складу 60-ї армії, 25 гвардійська, 183, 309, 107, 340 і 305 стрілецькі дивізії, 4, 6 і 8 ліжні і 129 стрілецька бригади. Варто відзначити, що найбільш сильним з'єднанням Воронежського фронту і основним учасником битви за місто була 3-тя танкова армія генерал-лейтенанта Павла Семеновича Рибалка. Із врахуванням усіх частин і з'єднань, чисельність військ 3-ї танкової армії становила: 57 557 бійців і командирів, чисельність танкового парку армії була 223 машини, щоправда, з них лише 85 були боєздатними [2, с. 228 – 230].

Щодо Вермахту, то перед центром і лівим крилом Воронежського фронту німецькі війська, які захищали харківський напрям від Чернянки до Куп'янська, були об'єднані в армійську групу "Ланц". До її складу входили танкова дивізія "Велика Німеччина" (61 бойовий танк, в тому числі 9 тигрів і 28 вогнеметних танків), а також залишки 298 та 168 піхотних дивізій. Південніше Куп'янська відходила 320 піхотна дивізія. З-під Орла була перекинута 26 піхотна дивізія, а з району Мценська – 4 танкова дивізія. В цей час командування Вермахту почало перекидати з Франції під Харків 2-й танковий корпус СС, до складу якого входили дивізії СС "Райх", "Адольф Гітлер" і "Мертва голова". В дивізіях танкового корпусу СС налічувалося: "Райх" – 131 танк (з них 10 "Тигрів" і 9 командирських), "Адольф Гітлер" – 92 танки (9 "Тигрів"), "Мертва голова" – 121 танк (9 "Тигрів") [2, с. 230–231].

Операція "Зірка" мала проходити в два етапи. На першому – передбачалося знищення ворога на лінії залізничного сполучення Старий Оскіл – Валуйки із виходом до Сіверського Дінця. На другому – очікувалося захоплення Харкова із виходом на 15 – 20 день операції на межу Медвенське, Богодухів, Валки із імовірністю розвивати наступ на Полтаву. Згідно з планом щодо визволення Харкова і Белгорода головний удар планувалося нанести силами 3-ї танкової на Валуйки, Ольховатку, Печеніги, Чугуїв, Мереху. Загальна глибина просування військ складала 200 – 250 км. Це потребувало постійного накопичення резервів у ході операції, тоді як сили фронту, витягнуті в одну лінію, резервів не мали. Усі надії пов'язувалися лише із вдалим і стрімким просуванням військ.

3 лютого 1943 р. о 9:00 годині ранку 40-ва армія ударної групи Воронежського фронту перейшла у наступ, маючи за мету просунутися вглиб зайнятих німцями позицій на 70 км. Бойові дії розвивалися доволі вдало, найбільший успіх було досягнуто на правому фланзі. Німці робили все можливе, щоб затримати сили РСЧА, використовуючи обмежену кількість шляхів, що унеможлилювали маневри з боку радянських військ. 6 лютого 309-та стрілецька дивізія не тільки пододала визначений рубіж, а й оволоділа великим населеним пунктом та станцією Гостищево, розташованою на 18 – 20 км на північ від Белгорода.

10 лютого було захоплено Чугуїв і Печеніги. Маючи вигідні позиції до наступу, вже 11 лютого радянські війська були на підступах до Харкова. Не маючи суцільного фронту оборони, німці намагалися відбиватися в окремих опорних пунктах. Це призвело до стрімкого прориву радянських військ. 12 лютого у ході наступу було визволено місто Рогань. Внаслідок запеклих боїв 13 – 15 лютого частини РСЧА перерізали німцям шлях відступу з Харкова. Радянське командування планувало здійснити наступ на місто силами 48 гвардійської стрілецької дивізії, 15 танковим корпусом

сом та 160 стрілецькою дивізією, яким необхідно було атакувати Харків з південного сходу. Тоді як 62 гвардійська стрілецька дивізія разом з 12 танковим корпусом повинні були наступати з півдня, 111 стрілецька дивізія – з південного заходу, 184 стрілецька дивізія – з північного сходу. Із заходу на місто мали наступати сили 6-го гвардійського-кавалерійського корпусу і 201-ї окремої танкової бригади.

З кожним днем кільце оточення навколо Харкова стискалося. Командуючий армійською групою "Ланц" вирішив зосередити основні сили німців на сході та північному сході міста. Контрнаступ ворога південніше Харкова, який розпочався вранці 11 лютого 1943 р., був відбитий, а вже 15 почався штурм міста. О 13:00 була захоплена північно-західна частина міста, війська просунулися до Південного вокзалу. Зі сходу та південного-сходу Харків охопили частини 3-ї танкової армії. Німці чинили запеклий опір, намагаючись відійти в напрямку Полтави та Люботина. 16 лютого 1943 р. Харків було визволено і на будинку державної промисловості замайорів червоний прапор.

У ході операції РСЧА зазнало відчутних втрат, зокрема: 3-тя танкова армія за час наступу втратила 11 489 осіб, 45 танків, 105 гармат та зенітних знарядів різного калібру. Будучи вкрай втомленими, війська просили Ставку дати їм час аби перегрупуватися, поповнити лави особистого складу та відпочити від тяжких боїв, але дістали відмову від командувача фронту. Натомість перед арміями були поставлені нові завдання: 60-й армії наступати на Рильськ, 38-й – на Суми, 40-й – на Охтирку, 69-й та 3-й танковій – на Полтаву. Таке рішення підкріплювалося планами щодо майбутнього наступу на Київ та не давати ворогу можливості відійти до Дніпропетровська та Запоріжжя. Ставка ВГК не розуміла ситуації в цілому. Війська були надто знесилені, щоб продовжувати наступ, а військовий потенціал німців знову був недооцінений: в лютому в районі Полтави німці розгорнули чотири піхотні та дві танкові дивізії [3, с. 215].

17 лютого Адольф Гітлер особисто вилітає до Запоріжжя, щоб більш точно дослідити ситуацію, яка склалася на фронті. Радянські війська стрімко просувалися вперед і вже 19 лютого вони знаходилися в 100 км від самого міста Запоріжжя. Така ситуація вимагала рішучих дій з боку німців, і невдовзі ними було розроблено план-контрнаступ. Головною ударною силою контрнаступу повинна була стати 2-га дивізія зброї СС (waffen SS) "Дас Райх", тоді як дивізію "Лейбштандарт" було залишено для захисту північного сходу. Полк військ СС "Дойчланд" повинен був стримувати наступ правого крила радянських військ. 22 лютого 1943 р. о 5 годині ранку німці розпочали контрнаступ. Їх просування відбувалося по шосе Харків – Дніпропетровськ через Красноград та Переципино. Есесівці атакували з флангів, витісняючи радянські війська, тож вже ввечері німеці контролювали територію біля Новомосковська. На Харків наступали дивізії СС: "Мертва голова" та "Рейх". На захист міста було послано 3-тю танкову армію, але остання була оточена і майже повністю знищена ударними частинами німців. Одночасно були розбиті війська 6-ї армії та армія Попова, залишки якої тримали оборону. 23 лютого наступ радянських військ було зупинено, ініціативою, вперше після Сталінграду, знов заволоділи німці. 6 березня вони завдали удар по армії Рибалка і 7 – 8 березня оволоділи Люботином та Коротичем. Далі німці прямували на Харків.

Тільки 15 березня 1943 р. Сталін дозволив залишити Харків, тоді як німці отримали наказ штурмувати місто ще 10 березня. Аби евакуювати війська потрібен був час. Дивізія під командуванням генерала Шафаренка отримала наказ зайняти оборону в районі Змієва, Таранівки, Замостя і не допустити супротивника до Харкова з півдня і південного сходу, доки не буде вивезено усіх ранених. Під час оборонних боїв за Харків найбільш відзначився взвод гвардії-лейтенанта Петра Широїна, який захищав залізничний переїзд поблизу села Таранівка. На початку березня німецькі війська, які мали близько 1 000 солдатів і 20 одиниць панцерної техніки, 4 рази намагалися захопити залізничний переїзд, але гвардійці-широїнці зуміли перешкодити їм. У ході боїв було знищено понад 100 гітлерівців та 16 одиниць ворожої техніки. За мужність і героїзм у битві всім 25-ти воїнам було присвоєно звання Героя Радянського Союзу, 19-ти з них — посмертно. Попри виявлений радянськими військами масовий героїзм німці зуміли відвоювати Харків і Белгород, зупинивши наступ радянських військ включно до літа 1943 р.

Підводячи підсумки, варто зазначити, що в другій битві за Харків, яка тривала з 2 лютого по 18 березня, німецькі війська знищили та захопили 567 радянських танків та більше 2 200 одиниць озброєння [4, с. 65–74]. Причини провалу операції "Зірка" обумовлювались, насамперед, переоцінкою радянськими військами власних можливостей і в котрий раз недооцінкою сил німців. Загальний наступ РСЧА, який розпочався під Сталінградом, рано чи пізно повинен був скінчитися. Темпи наступу не забезпечувались достатньою кількістю резервів, відтак мав наступити момент, коли виснажені частини мусили уповільнити свій рух або й взагалі зупинитися. В цій ситуації перекинута із Франції ударні частини німців зуміли не тільки зупинити радянський наступ, але й завдати контрудар, що призвів до відвоювання частково втрачених позицій на Україні.

Наук. керівн. Яценко В. Б.

Література: 1. Гриневич В. Військове будівництво в Радянській Україні (кінець 30-х – 80-ті роки ХХ ст.) / В. Гриневич // Історія українського війська (1917 – 1995) / упоряд. Я. Дашкевич. – Львів : Світ, 1996. – С. 332–467. 2. Абутов В. Харьков – проклятое место Красной Армии / В. Абутов, Р. Португальский. – М. : Яуза, Эксмо, 2008. – 544 с. 3. Журавлев Д. В. Военная техника Советского Союза и Германии. Война брони и моторов 1941 – 1945 / Д. В. Журавлев. – Х. : Книжный клуб, 2010. – 416 с. 4. Исаев А. В. Битва за Харьков февраль – март 1943 года / А. В. Исаев. – М. : Изд. Стратегия КМ, 2005. – 80 с.

Студент 2 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

РОЗРОБЛЕНІСТЬ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОЛОЖЕНЬ У БЕНДЕРСЬКІЙ КОНСТИТУЦІЇ 1710 Р. І УКРАЇНСЬКО-МОСКОВСЬКИХ ДОМОВЛЕНОСТЯХ II ПОЛОВИНИ XVII СТ.

Анотація. Присвячено аналізу впливу українсько-московських домовленостей II-ї половини XVII ст. на формування положень конституції Пилипа Орлика 1710 р. Розглянуто внески у соціально-економічні положення.

Аннотация. Посвящено анализу влияния украинско-московских договоренностей II половины XVII в. на формирование положений конституции Пилипа Орлика 1710 г. Рассмотрены вклады в социально-экономические положения.

Annotation. This article analyzes the impact of Ukraine-Moscow's agreements of the 2nd part of the seventeenth century on the formation of dispositions of the Pilip Orlyk's Constitution of 1710. In particular, consideration has been given to the contributions into the socio-economic dispositions.

Ключові слова: угода, Бендерська конституція, Пилип Орлик, оренда.

У 2010 році виповнилось 300 років із часу укладання у Бендерах першої української конституції – конституції Пилипа Орлика 1710 р. Ця пам'ятка української історико-правової думки ранньомодерної доби містить у собі низку положень соціального та економічного характеру, які у наш час покликані врегулювати кілька нормативно-правових документів: конституція, податковий кодекс тощо. Зрозуміло, що текст конституції 1710 р. постав не на порожньому місці і мав спиратися на певну правову базу, що була вироблена у другій половині XVII ст. Відтак у даній статті автор зосередився на порівняльному аналізі прописаних у конституції 1710 р. та українсько-московських домовленостях II половини XVII ст. аспектів соціально-економічного життя населення Гетьманщини.

З наявних у Бендерській конституції 1710 р. 16 статей 9 мають соціально-економічний характер. Для порівняння: в Березневих статтях Богдана Хмельницького 1654 р. з 23 положень економічні аспекти містилися у 8; в Гадацьких статтях 1658 р. – лише 4; в Переяславських домовленостях Юрія Хмельницького 1659 р. з 14 статей – 3; у Батуринських статтях 1663 р. з 24 – 3; у Глухівських 1669 р. із 41 – 11; в Конотопських 1672 р. з 10 – 1; у Переяславських 1674 р. гетьмана Івана Самойловича з 20 – 3; у Коломацьких 1687 р. та Московських 1689 р. гетьмана Івана Мазепи відповідно з 21 – 9, з 14 – 5 (таблиця) [1, с. 90–108; 2, с. 262–267, 309–323, 345–368, 418–431; 3, с. 21–52, 94–129, 296–316; 4, с. 450–457].

Таблиця

Порівняльна таблиця гетьманських угод II половини XVII ст.
і Бендерської конституції 1710 р.

Економічні та соціальні положення	Березневі статті Б. Хмельницького	Гадацька угода І. Виговського	Переяславська угода 1659 р. Ю. Хмельницького	Батуринські статті І. Брюховецького	Глухівські статті Д. Многогрішного	Конотопські статті І. Самойловича	Переяславські статті 2 І. Самойловича	Коломацькі статті І. Мазепи	Московські статті 1689 р.	Конституція Пилипа Орлика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Організація зборів до казни, податки	+	–	+	+	+	–	–	–	+	+

Продовження таблиці

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Майно після смерті козаків та вольності для їх дружин і дітей	+	-	+	-	+	-	+	+	-	+
Зарплата за посадами	+	-	+	-	+	-	+	+	-	-
Затрати на чинення військового спорядження	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-
Квартири війську запорозькому, вольності, права та привілеї, ударування	-	+	-	+	+	-	-	+	+	+
Козацькі пожитки мають залишатись вільними при козаках	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
Необхідність влаштування менниці (грошового двору)	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
Повернення рухомого та нерухомого майна королівщини до вітчизни	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
Зарплата Чигиринському староству	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-
Обмеження гетьману приймати й посылати послів	-	-	+	-	+	+	-	+	-	-
Заборона реалізації вина та тютюну	-	-	-	+	+	-	+	+	+	-
Організація у містах пошти	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-
Заборона спілкування, листування ні з яким государем	-	-	-	-	+	-	+	+	-	-
Місце торгівлі для різників, рибників та ратних промисловців	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-
Оплата послуг лікарів та ремісників	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-
Побудова нових міст та фортець	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-
Оренда в Малій Росії	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+
Розподіл майна на державне й особисте гетьманське	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+
Особа, яка їде за приватною справою, а не військовою, має оплачувати власним коштом	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Припинення підводів і провідництва	—	—	—	—	—	—	—	—	—	+
Обмеження в рибних та звіри-них промислах	—	—	—	—	—	—	—	—	—	+

Статті соціально-економічного характеру висвітлюють такі аспекти внутрішнього життя Гетьманщини, як: організація податкової системи, зокрема описують процедуру збирання податків та статті їх витрат, положення про захист соціального статусу мешканців Війська Запорозького (козаків та поспільства) тощо.

Розглянемо економічні питання в козацьких угодах II половини XVII – початку XVIII ст. Основним джерелом надходження до скарбниці Гетьманщини грошових потоків конституція 1710 р. визначала оренди. Варто наголосити, що саме у документі 1710 р. їх вперше було визнано головним джерелом наповнення скарбниці Гетьманщини. В такий спосіб уряд Пилипа Орлика на законодавчому рівні прагнув закріпити систему податкового збору, що вперше була впроваджена за гетьмана І. Самойловича, а в друге з великим успіхом за гетьмана І. Мазепи, що знайшло відображення у Московських статтях 1689 р. [4, с. 453].

Визначаючи джерело наповнення скарбниці, у конституції цілковито оминається питання грошового обігу і карбування грошей. Зазначимо, що з усіх гетьманських угод з чужоземними монархами, які укладалися у II половині XVII ст., цей нюанс знайшов відображення лише у Гадяцьких статтях 1658 р. гетьмана Івана Виговського. Зокрема, в тексті угоди мовилося про необхідність створення в Гетьманщині власного монетного двору [2, с. 313]. Адже на той час в Україні в обігу перебували, насамперед, чужоземні гроші: польські, шведські, німецькі, голландські монети талерно-дукатового типу. Використання московської срібної монети в грошовому господарстві Гетьманщини помітно зросло на Лівобережжі та Чернігово-Сіверщині, особливо після 1654 р. [6, с. 314–315]. На жаль, у конституції 1710 р. це положення не знайшло належного відображення і розвитку.

Слід розглянути соціальні питання в козацьких угодах II половини XVII – початку XVIII ст. На відміну від українсько-московських домовленостей II половини XVII ст. конституція також цілковито оминає питання щодо розмірів грошової винагороди козацької старшини за виконання управлінських функцій у державі. Натомість забезпечення станових і майнових прав певних соціальних категорій (козаків і поспільства) в конституції 1710 р. детально прописано у статтях X – XII [1, с. 101–103]. У згаданих пунктах, зокрема, передбачено, що козаці господарства і жінки за відсутності чоловіків, які перебували на службі, не мають притягатися до виконання жодних повинностей і громадських робіт і звільняються від оподаткування. Все майно після смерті козаків мало переходити до їх вдів та дітей, які зберігали за собою козацький статус.

Така увага й піклування про інтереси та соціальний захист козацьких вдів та дітей були суттєвим історичним кроком, який вже мав прецеденти в українсько-московських угодах II половини XVII ст.: Березневих статтях 1654 р. (пункт 7), Переяславській угоді 1659 р. (пункт 5), Глухівських статтях 1669 р. (пункт 25), Переяславських статтях 1674 р. (пункт 14), Коломацьких статтях 1687 р. (пункт 15) [2, с. 263–264, 353; 3, с. 28, 124, 310].

Отже, можна констатувати, що конституція Пилипа Орлика зазнала істотного впливу з боку українсько-московських угод, які гетьманській уряд, починаючи із 1654 р., укладав із московською автократією. Втім не всі напрацювання з питань соціально-економічного характеру знайшли в конституції відповідне відображення або розвиток. Варто припустити, що найбільший вплив на авторів конституції справили Березневі статті 1654 р., Глухівські статті 1669 р. та Московські статті 1689 р., що простежується у таких питаннях, як збирання податків та положення про соціальний захист представників козацького стану.

Наук. керівн. Яценко В. Б.

Література: 1. Договори і постанови / упор. О. Алфьоров. – К. : Темпора, 2010 – 152 с. 2. Тисяча років української суспільно-політичної думки : у 9-ти т. Т. 3. Кн. 1 : Третя чверть XVII ст. / упор., передн., приміт. В. Шевчука. – К. : Дніпро, 2001. – 504 с. 3. Тисяча років української суспільно-політичної думки : у 9-ти т. Т. 3. Кн. 2 : Остання чверть XVII ст. / упор., передн., приміт. В. Шевчука. – К. : Дніпро, 2001. – 576 с. 4. Яковлева Т. Московські статті гетьмана Івана Мазепи / Т. Яковлева // Український археографічний щорічник. Нова серія. – 2006. – Вип. 10/11. – С. 450–457. 5. Таирова-Яковлева Т. Г. Мазепа / Т. Г. Таирова-Яковлева. – М. : Молодая гвардия, 2007. – 271 с. 6. Бакалець О. Російська срібна копійка в грошовому обігу України II половини XVII – I чверті XVIII ст. / О. Бакалець // Історико-географічні дослідження в Україні. – 2005. – Вип. 8. – С. 308–334. 7. Романовський В. Документ до історії державного скарбу давньої Гетьманщини / В. Романовський // Український археографічний збірник. – 1930. – Т. III. – С. 1–16.

ПОСТРОЕНИЕ БРЕНДА: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Аннотация. Рассмотрены основные аспекты построения бренда, его влияние на сознание потребителя, а также формирование лояльного потребительского отношения.

Анотація. Розглянуто основні аспекти формування бренду товару, його вплив на споживчу свідомість, а також на формування лояльного споживчого сприйняття.

Annotation. In the article the main aspects of forming a brand, its influence, on consciousness of a user, and also forming of loyal consumer relation are considered.

Ключевые слова: бренд, брендинг, построение бренда, торговая марка.

Известный бренд может творить чудеса. Но только некоторые компании добиваются узнаваемости своего бренда, который, в свою очередь, будет эффективным инструментом развития бизнеса, мощным средством конкурентоспособности.

Визуальное и звуковое оформление, тактильные ощущения, слоганы и прочие сообщения – все эти аспекты бренда – неотъемлемая его часть, обеспечивающая узнаваемость бренда независимо от других фрагментов, которые в то же время остаются важной составляющей единого образа. Остановимся подробнее на каждом из психологических аспектов построения бренда.

Известно, что 83 % информации воспринимается человеком визуально. Это оправдывает действия многих компаний, полагающиеся в продвижении своих брендов исключительно на визуальный канал восприятия информации потребителем, например, бренд Coca-Cola – ассоциируется у потребителей с определенным набором цветов.

Однако использования остальных 4 каналов восприятия поможет достичь необходимого результата более эффективно.

На втором месте после зрения у человека стоит обоняние. Более того, запахи запоминаются в три раза лучше, чем увиденное, и оказывают более сильное эмоциональное воздействие на подсознание, чем какие-либо другие факторы. Например, согласно исследованиям многие люди помнят запахи детства, поэтому в Америке любимые запахи – запах присыпки Johnson & Johnson, в России номер один – запах белья, высушенного на морозе, в Индии – запах воздуха после дождя.

На третьем месте вкусовые качества – это самый мощный канал восприятия человеком внешнего мира. Например, в ходе исследований участники пробовали напитки из сока винограда, лимона, лайма, вишни и апельсина, однако цвет этих напитков был изменен. Несмотря на то, что эти напитки абсолютно разные по вкусу, только 30 % смогли определить вишневый сок и 40 % приняли сок лимона за сок лайма.

Использование звуков при построении брендов еще не доведено до такого уровня, которого удалось достичь в сфере визуального оформления торговой марки. Немногие компании используют этот канал перцепции, но есть исключения. Так, компания Intel использует в рекламных и маркетинговых кампаниях бренда Intel Inside мелодию, помогающую сделать невидимое (микроспроцессор, оперативную память и т. п.) видимым.

С помощью осязания мы определяем форму предметов, величину, консистенцию, температуру и т. д. Большинство компаний могли бы выгодно использовать тактильный образ своих брендов, но делают это лишь очень немногие. Компания Coca-Cola производит свою продукцию в стеклянных бутылках с неповторимой формой, размером и весом и металлические банки, которые благодаря тактильным ощущениям прочно ассоциируются с Coca-Cola.

Способность различать вкусы имеет большое значение в жизни человека, хотя это и самое слабое из пяти чувств, тесно связанное с обонянием. Компаниям, не производящим продукты питания, достаточно сложно включить вкус в совокупный образ своих брендов, например, Colgate запатентовала неповторимый вкус фирменной зубной пасты.

По мнению Мартина Линдстрема, в прошлом директора корпорации British Telecom /LookSmart, топ-менеджера рекламного агентства BBDO, основателя и главного исполнителя директором BBDO Interactive Asia, а также соучредителя BBDO Interactive Europe, каждая компания может использовать как минимум два канала чувственного восприятия в процессе построения бренда, а задействовать все чувства в полной мере проще всего фирмам, работающим в сфере туризма, развлечений и гостиничного бизнеса [1].

Но независимо от того, какие каналы восприятия информации использует производитель, товар должен быть узнаваемым. Концепция обеспечения узнаваемости бренда по отдельным элементам предусматривает разбиение бренда на отдельные фрагменты.

Можно выделить такие критерии узнаваемости товара, как:

1. Узнаваемость индивидуальности бренда.

2. Узнаваемость цвета (даже беглый взгляд на логотипы ведущих корпораций позволяет вызвать у потребителей устойчивые ассоциации с брендом, и именно эти ассоциации способствуют его успешному продвижению).



3. Узнаваемость формы (некоторым компаниям удалось выгодно использовать форму в качестве дифференцирующего признака, выделяющего бренд из ряда других торговых марок. Например, формы бутылок таких брендов, как водка Absolut. Особая форма стала синонимом этих брендов).

4. Узнаваемость имени (в компании McDonald's две первые буквы названия ("Mc") используются в любом удобном случае. Рестораны этой сети изобилуют самыми разнообразными продуктами типа Big Mac, McNuggets, McMuffins. В этих ресторанах даже практикуют "Мак-воскресенья". Концепция присваивания имен в компании McDonald's – важная часть ее бренда).

5. Узнаваемость языка (некоторые компании научились в полной мере извлекать выгоду из словесных ассоциаций. Например, слово "мужской" ассоциируется у большинства потребителей с названием марки Gillette).

6. Узнаваемость графических символов (необходимость передачи информации о бренде по различным каналам коммуникации требует, чтобы графические символы хорошо читались и на рекламных щитах, и на экранах компьютеров).

7. Узнаваемость звука (например, фоновая музыка, звучащая на веб-сайтах, в магазинах, при нажатии кнопок на телефоне или при звучании сигнала вызова по телефону).

8. Узнаваемость навигации (один из важных элементов образа бренда Nokia – удобная система навигации и интуитивно понятный пользовательский интерфейс. Выпуская новые модели, фирма сохраняет структуру меню своих телефонов, что значительно облегчает жизнь пользователям и повышает объемы продаж Nokia).

9. Узнаваемость стиля (в основу стиля может лечь все, что угодно – этническая, половая принадлежность или даже юмор).

10. Узнаваемость традиции (чем сильнее традиция, тем более узнаваемой она становится. Например, фильмы про Джеймса Бонда. Заказывая мартини, он в очередной раз произнесет свое неизменное "встряхнуть, но не размешивать". Эта фраза подняла мартини на недостижимые высоты узнаваемости бренда).

В Украине до сих пор нет четкого представления о том, что на Западе привычно называют брендом. Для украинских компаний товарный знак – понятие юридическое, а бренд – маркетинговое. И между собой они никак не коррелируются – за все годы независимости у нас было всего две сделки, где фигурировали только бренды, а не материальные и производственные активы компаний. Так, в 2007 году компания "Чумаки" предоставила группе "Кернел" эксклюзивное право на использование своей торговой марки при производстве растительного масла. Полноценная же продажа бренда в Украине была только одна. Так, бренд "Мягков" концерна "Оверлайн" (ранее – Одесский ликероводочный завод № 1) был продан в 2008 году компании "Синергия" – крупному российскому ликероводочному производителю. При этом в портфеле "Оверлайна" остались другие торговые марки: "Штурман", "Одесса", "Черное море".

До настоящего момента украинские компании так и не осознали ценность своего бренда, но все же можно отметить положительные тенденции в этом направлении, что подтверждает результаты работы отечественных брендов: "Наша Ряба", Roshen, "Чернігівське", "АВК", "Хортиця", "Конті", "Садочок", Nemiroff и т. д.

Научн. рук.. Птащенко Е. В.

Литература: 1. 50 самых популярных брендов Украины. Рейтинг Фокуса // Журнал "Фокус". – 2010. 2. Тодорова С. Презентация как инструмент продвижения бренда // Маркетинг и реклама. – 2005. – № 4. – С. 26–29. 3. Цапенко А. М. Товарный знак в системе брендинга информационных технологий / А. М. Цапенко, Е. А. Данилина. – М. : ИНИЦ "Патент", 2007. 4. Тополь Н. Брендинговые идеи / Н. Тополь // Бизнес. – 2004. – № 44. – С. 95–97.

Жиліна А. О.

УДК 334.7:658

Студент 1 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК ОДИН З РІЗНОВИДІВ ВІРТУАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Анотація. Розглянуто основні складові електронної комерції та можливі варіанти формування бізнесу в мережі Інтернет.

Анотация. Рассмотрены основные составляющие электронной коммерции и возможные варианты построения бизнеса в системе Интернет.

© Жиліна А. О., 2011

Annotation. In the article the basic constituents of electronic commerce and possible variants of construction of business are considered in the Internet system.

Ключові слова: електронна комерція, віртуальний бізнес.

Сьогодні майже третина Інтернет-користувачів з України використовують Інтернет-магазини й аукціони для купівлі різних товарів. Беручи до уваги в цілому позитивне відношення до електронної комерції, їх кількість буде активно збільшуватись у найближчому майбутньому.

Метою даної роботи є розгляд основних положень становлення електронної комерції в Україні та шляхи вдосконалення її сервісів.

Таким чином, на початку визначимо саме поняття електронної комерції: "Електронна комерція – це організація комерційної діяльності за допомогою Інтернет-технологій і з використанням мережі Інтернет".

Електронний бізнес будується на трьох основних технологіях [1; 2]:

можливість постачальнику розмістити в Інтернеті інформацію про свої товари і послуги та приймати замовлення електронним шляхом;

можливість покупцеві отримати доступ до електронних каталогів постачальника і замовляти товари та послуги в режимі "онлайн";

система електронних платежів.

Сьогодні система електронних платежів, яка є невід'ємною частиною електронної комерції, вже сама перетворилася в окремих електронний бізнес.

Окрему увагу приділяють електронному бізнесу, що повністю проходить у мережі, в якому взаємодія постачальника і покупця обмежується тільки мережею Інтернет. Така електронна комерція дозволяє зменшувати витрати підприємства і підвищувати його прибутковість. До таких видів електронної комерції відносяться [2]:

магазини, які торгують різноманітним програмним забезпеченням, аудіо- та відеоматеріалами;

магазини, що надають різноманітні послуги в мережі Інтернет, Інтернет – дошки оголошень і т. п.

Однак при тому, що поняття електронна комерція і електронний бізнес на сьогоднішній день є практично синонімами, фахівці наполягають на їхній відмінності. Електронний бізнес відрізняється від електронної комерції тим, що в електронному бізнесі всі бізнес-процеси відбуваються в мережі, тоді як електронна комерція – це здебільшого переведення системи збуту в Інтернет.

Залежно від того, хто є постачальником, а хто – покупцем, електронний бізнес має декілька напрямів [1; 2]:

- Business to business (B2B) – бізнес для бізнесу – в якості покупця і продавця виступають підприємства. Як предмет комерції може виступати все, починаючи від поставок матеріалів за допомогою електронних заявок і закінчуючи складними видами послуг, такими, як консалтингові чи аудиторські. Усі банківські послуги для юридичних осіб, які здійснюються через Інтернет, – це також сегмент B2B. Основні перспективи розвитку електронна комерція B2B має саме у сфері послуг. Формою електронного бізнесу вже стали маркетингові дослідження, консультативні послуги, інформаційні послуги.

- Business to customer (B2C) – бізнес для споживача. Електронна комерція спрямована на кінцевого споживача – фізичну особу. До переваг цього виду можна віднести: для споживачів надана можливість мати рівний доступ до товарів і послуг незалежно від регіону мешкання; для постачальника – можливість знизити кількість посередників між компанією та кінцевим споживачем і збільшити, таким чином, свій прибуток. До B2C можна віднести такі види електронної комерції: Інтернет-магазини, банківське обслуговування фізичних осіб через Інтернет, Інтернет-аукціони, "онлайн" навчання, платне розміщення оголошень в Інтернет.

- Business to government (B2G) – бізнес для держави. Даний електронний бізнес має схожі риси з B2B, але замовником у даному випадку виступає держава. Прикладом такого електронного бізнесу є державні закупівлі, проведені за допомогою Інтернету, соціологічні та маркетингові дослідження, різноманітна соціальна реклама в Інтернеті, розміщена на замовлення державних органів.

- Government to business (G2B) – держава бізнесу. На сьогоднішній день є найменш розвиненим, але має великі перспективи, тому що виведення взаємовідносин держави з бізнесом в Інтернет дозволить не лише економити час бізнесу, але й зменшити витрати на утримання державного апарату і перенаправити звільнені кошти на соціальні потреби. Найпоширеніший приклад – це електронна здача податкової, статистичної звітності контролюючим органам.

- Government to citizen (G2C) – держава громадянинові. Включає в себе всі державні послуги, що надаються державою громадянам. Ця діяльність не має чітко виявленої комерційної основи, оскільки доступ або послуги, як правило, надаються безкоштовно. Найпоширеніша електронна комерція G2C – це надання доступу до ресурсів державних органів, а саме доступ до інформації органів управління, юридичні консультації громадянам.

Стосовно України, то протягом останніх 5 років вітчизняний ринок електронної комерції показував щорічне зростання на рівні 50 – 60 %. Український ринок електронної комерції успішно розвивається, але досить повільними темпами, порівняно з розвинутими в цій сфері країнами Європейського Союзу. Аналітики називають низку причин, які гальмують розвиток віртуального бізнесу в нашій країні [3]:

прогалини у законодавчій базі;

відсутність законодавчих та нормативно-правових актів, які регулювали б відносини у такому виді економічної діяльності, як електронна комерція, і гарантували б їх прозорість;



недостатньо розвинена національна система здійснення платежів "онлайн";
недостатня ефективність існуючих українських віртуальних торговельних площ.
Підприємства дистанційної торгівлі, закріпивши свої позиції на українському ринку, почали замислюватися про нові можливості роботи. Однією з них вони бачать електронні гроші як форму оплати за товари.

Дослідження останніх років з'ясували, що електронні гроші у вітчизняних споживачів попитом не користуються. На сьогодні в Україні зареєстровано близько 15 млн Інтернет-користувачів [3]. Але цей показник далекий від числа тих, хто використовує Інтернет як засіб оплати. Існує кілька причин:

- низька довіра до Інтернет-магазинів у цілому;
- низький розвиток культури Інтернет-шопінгу;
- перешкоди з боку банків – емітентів пластикових карток;
- небажання розуміти, що таке "електронні гроші";
- не розвинена система захисту прав споживачів.

Слід зазначити, що з 2003 року в Україні існує платіжна система WebMoney. Сьогодні WebMoney співпрацює з більш ніж 500 українськими підприємствами і пропонує широкий спектр послуг для розвитку електронної комерції.

Також існує система Portmone [3]. На відміну від WebMoney, Portmone працює з банківськими пластиковими картками, тобто спеціалізується на оплаті рахунків (банківських, комунальних, телекомунікаційних, операторів мобільного зв'язку, страховиків, Інтернет-розрахунків). Серед основних переваг – можливість моментальної оплати, спрощена процедура оплати з-за кордону, міжнародна сертифікація.

Отже, згідно зі статистикою на 46 млн українців випущено 35 млн пластикових карток, що становить 0,7 картки на душу населення. Порівняно із США, де на кожного мешканця припадає не менше 8 карток, у Європі – від 3 до 5. Причому 95 % пластикових карток в Україні використовується для видачі готівкових грошових коштів у банкоматах та 5 % – для здійснення операцій у торговій мережі [3].

Таким чином, можливості, які відкриваються перед українським споживачем завдяки використанню електронних грошей, великі. Але звернемо увагу на те, що вітчизняний ринок "онлайн"-платежів розвивається не особливо швидко. Це можливо через недоліки підприємств, які надають віртуальні послуги. У будь-якому випадку компанії каталожної та електронної комерції зазначають, що оплачувати товари і послуги тільки через Інтернет вітчизняні споживачі поки не готові. І як швидко ситуація зміниться більшою мірою залежить від всіх учасників ринку "онлайн" оплат.

Наук. керівн. Птащенко О. В.

Література: 1. Котлер Ф. Менеджмент: Анализ, планирование, внедрение, контроль / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 1999. – 736 с. 2. Моисеева Н. К. Брендинг в управлении маркетингом / Н. К. Моисеева, М. Ю. Рюмин, М. В. Слушаенко. – М. : Омега-Л, 2006. 3. Офіційний сайт Міжнародної маркетингової групи. – Режим доступу : <http://www.marketing-ua.com/>.

Рогулін Р. О.

УДК 330.44:[339.564+336.226.332]:330.55(477)

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ НА ВАЛОВИЙ ВНУТРІШНІЙ ПРОДУКТ УКРАЇНИ

Анотація. Викладено дослідження таких макроекономічних показників, як експорт товарів та послуг, чисті податки на продукцію, валовий прибуток підприємств та ВВП, на основі множинного регресійного аналізу.

Аннотация. Изложено исследование таких макроэкономических показателей, как экспорт товаров и услуг, чистые налоги на продукцию, валовая прибыль предприятий и ВВП, на основании множественного регрессионного анализа.

© Рогулін Р. О., 2011

Annotation. A survey of such macroeconomic indicators as exports of goods and services, net taxes on production, gross profit of enterprises and GDP, based on multiple regression analysis is given.

Ключові слова: чисті податки на продукцію, валовий прибуток підприємств, ВВП, експорт товарів та послуг, криза, значення, взаємозв'язок.

Протягом двадцяти років незалежності Україна пережила дві економічні кризи – кризу дев'яноятих років та кризу 2008 – 2009 років. Внаслідок чого ВВП України знижувався відповідно до 40,8 та 63 % порівняно з показником ВВП перед початком переходу від адміністративно-командної економіки до ринкової економіки – показником 1990 року. За роки свого існування Україна так і не змогла у повному обсязі завершити перехід від адміністративно-командної економіки до ринкової, тому аналіз макроекономічних показників на даний час є дуже важливим для подальшого розвитку країни.

Незважаючи на офіційний прогноз уряду України про те, що рівень ВВП України 2010 року складатиме лише 92 % від рівня ВВП 2008 року [1], цей показник досяг рівня 115 % від рівня 2008 року та, відповідно, 85,66 % від рівня 1990 року. Це, поки що, стало найвищим показником ВВП за історію незалежної України. Міністерство економічного розвитку України прогнозує зростання ВВП України в 2011 році на рівні 4,5 % [2].

Дана стаття є продовженням попередньої статті, у якій аналізувався взаємозв'язок макроекономічних показників та їх вплив на валовий внутрішній продукт України [1]. Дана стаття містить глибший аналіз деяких макроекономічних показників та ВВП.

Об'єктами дослідження є експорт товарів та послуг, чисті податки на продукцію та валовий прибуток підприємств, а саме їх взаємозв'язок та вплив на ВВП України.

За основу аналізу бралися статистичні дані досліджуваних показників за 2002 – 2010 роки [3].

Проведений множинний регресійний аналіз свідчить, що показники "чисті податки на продукцію" (x_1) та "валовий прибуток підприємств" (x_2) є значущими, а третій показник – "показник експорту товарів та послуг" – незначущим у досліджуваній моделі; рівень валового внутрішнього продукту у даній моделі позначимо Y .

Отже, обчислене рівняння регресії має вигляд:

$$Y = 2231,73 + 1,51601 \cdot x_1 + 3,35111 \cdot x_2.$$

Коефіцієнти регресії показують середню зміну фактора Y при зміні фактора x на одну одиницю у відповідних одиницях вимірювання. Таким чином, в рівнянні впливу факторів на ВВП, при збільшенні валового прибутку підприємств країни на 1 одиницю, ВВП збільшиться в середньому на 1,51601 одиниць; при збільшенні чистих податків на продукцію на 1 одиницю ВВП збільшиться на 3,35111 одиниць.

Аналізуючи константу, можна тільки інтерпретувати її знак. У даному випадку константа є додатним числом і дорівнює 2231,73. Це свідчить про те, що відносна зміна ВВП відбувається повільніше, ніж зміна валового прибутку підприємств країни та чистих податків на продукцію.

З достовірністю 95 % можна стверджувати, що середнє значення коефіцієнта регресії x_1 буде варіювати в інтервалі від 1,40642 до 1,6256; значення коефіцієнта регресії x_2 буде варіювати в інтервалі від 3,02656 до 3,67566; значення константи – в інтервалі від -593,81 до 5057,27. Нижня границя у досліджуваній моделі для коефіцієнта при x_1 складала 1,2903, а верхня – 1,74172; для коефіцієнта при x_2 , відповідно, 2,6827 та 4,0195; для константи – -3587,59 та 8051,04.

Коефіцієнт кореляції r_1 між коефіцієнтом чистих податків на продукцію та коефіцієнтом валового прибутку підприємств у рівнянні моделі дорівнює -0,982. Це свідчить про тісну обернену залежність між коефіцієнтами та показниками. Між константою та коефіцієнтом валового прибутку підприємств у рівнянні моделі коефіцієнт кореляції r_2 дорівнює -0,1051, що свідчить про слабку обернену кореляційну залежність. Коефіцієнт кореляції r_3 між константою та коефіцієнтом чистих податків на продукцію дорівнює -0,0431, що також свідчить про слабку обернену взаємозалежність. Дана кореляція може бути використана для виявлення наявності серйозної мультиколінеарності, тобто кореляції між прогнозовуваними змінними.

Значення коефіцієнта детермінації (R^2) для всієї моделі дорівнює 99,8458 % – це свідчить про те, що приблизно 99,8458 % змінності значень ознаки Y , тобто ВВП країни відносно теоретичної лінії регресії пояснюється його лінійною залежністю від ознак x_1 та x_2 , тобто від валового прибутку підприємств країни та чистих податків на продукцію. Інші ж 0,1542 % змінності значень пояснюються впливом інших факторів, які не були враховані в моделі. Пристосований до числа значень R^2 є більш прийнятним для порівняння моделей з різним числом незалежних змінних і він дорівнює 99,8335 %.

T -критерій у випадку x_1 та x_2 відповідно дорівнює 13,8332 та 10,3254. Це свідчить про достовірність обраної моделі (модель вважається достовірною при значенні T -критерію більше 3).

Студентований залишок – це залишок, поділений на оцінку свого стандартного відхилення, мінливого від одного спостереження до іншого, залежно від відстані між x_i і середнім значенням x . Значення студентованих залишків Y за абсолютною величиною більші за 2 мали рівень ВВП у 2009 році (2,07), рівень ВВП у 2008 році (-2,41), та рівень ВВП за третій квартал 2008 року (-3,37). Значення Y відповідно дорівнювали 914 720 тис. грн., 948 056 тис. грн. та 276 451 тис. грн. Згідно з даним рівнянням моделі, прогнозовані значення Y дорівнювали 900 069 тис. грн., 964 359,0 тис. грн., 301 753,0 тис. грн відповідно. А отже, залишок дорівнював 14 650,6 тис. грн., -25 301,6 тис. грн., -16 303,1 тис. грн.



Таким чином, проведений аналіз свідчить про тісну взаємозалежність між чистими податками на продукцію, валовим прибутком підприємств та ВВП. Але на початку аналізу брали три показники. Експорт товарів та послуг, згідно з дослідженням, не є значущим у даній моделі. Цей факт не є позитивним, бо експорт товарів та послуг має дуже важливе значення для країни і повинен прямо впливати на рівень ВВП. Отже, економічна політика в Україні має містити одним із напрямів зростання впливу експорту товарів та послуг на рівень валового внутрішнього продукту.

Наук. керівн. Малярець Л. М.

Література: 1. Рогулін Р. О. Аналіз макроекономічних показників / Р. О. Рогулін // Управління розвитком. – 2010. – № 27 (97). – С. 71–73. 2. <http://news.finance.ua/ru/~1/0/all/2011/04/22/236048>. 3. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Василина Ю. В.

УДК 330.55(477)

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

АНАЛІЗ ЗАЛЕЖНОСТІ ВАЛОВОГО ВНУТРІШНЬОГО ПРОДУКТУ ВІД МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ

Анотація. Викладено аналіз залежності динаміки основного макроекономічного показника – валового внутрішнього продукту – від середньомісячної заробітної платні, прямих іноземних інвестицій в Україну, безробітного населення та наявного населення за допомогою інструментів економетрики.

Аннотация. Изложен анализ зависимости динамики основного макроэкономического показателя – валового внутреннего продукта – от среднемесячной заработной платы, прямых иностранных инвестиций в Украину, безработного населения и наличного населения с помощью инструментов эконометрики.

Annotation. The analysis depending on the dynamics of the main macroeconomic indicators – gross domestic product – on average wages, foreign direct investment in Ukraine, the unemployed population and the population, using the tools of econometrics is made in the article.

Ключові слова: валовий внутрішній продукт, прямі іноземні інвестиції, показники взаємозв'язку, множинна регресійна модель, рівняння множинної регресії, аналіз.

Вимірювання валового внутрішнього продукту є не тільки загальною проблемою статистики реальних доходів та кінцевого споживання населення, а й важливим інструментом оцінювання соціально-економічного стану окремих груп населення, забезпечення орієнтирів для отримання всебічних і взаємопов'язаних даних про валовий внутрішній продукт в ув'язці з іншими соціально-економічними показниками.

Існує багато показників економічного добробуту суспільства. Проте за загальним визнанням найбільш доступним вимірником стану економіки є річний обсяг її сумарного виробництва товарів і послуг, або, як нерідко його називають, сукупний обсяг національного виробництва. Для вимірювання сумарного виробництва товарів і послуг широко використовують валовий внутрішній продукт. Він визначає загальну ринкову вартість кінцевих товарів і послуг, вироблених в економіці за один рік. Його рівень та динаміка залежать як від фізичних обсягів виробництва, так і від рівня цін. Зіставлення фізичних обсягів виробництва різних періодів з метою визначення їхнього реального зрушення можна забезпечити лише за умов, якщо ціни будуть незмінними. З метою нівелювання цінового фактора в макроекономічних розрахунках обчислюють два види ВВП: номінальний та реальний [1].

Держкомстат України надає статистичну інформацію щодо реального ВВП (фізичного обсягу ВВП) у вигляді певних індексів, що становлять не що інше, як темпи зростання даного макроекономічного показника відносно деякої змінної бази. На основі отриманих даних аналізуються короткострокові тенденції і тренди економічного зростання в Україні [2].

© Василина Ю. В., 2011

Також на структуру ВВП нашої держави впливає як імпорт, так і експорт. Це свідчить про велику залежність вітчизняної економіки від міжнародної. Крім того, в умовах української економіки робота на експорт є одним з джерел виплати заробітної плати на багатьох підприємствах. Займаючи близько половини ВВП, експорт відіграє ще більшу роль у функціонуванні грошового обороту, визнаючи високий рівень доларизації економіки та залежність від цього стану функціонування і розвитку народного господарства [1].

Зв'язок ВВП та рівня безробіття досліджує закон Оукена, який пов'язує коливання рівня безробіття та коливання ВВП: якщо фактичний рівень безробіття вище природного на 1 %, то валовий внутрішній продукт зменшується на 2,5 % [1].

У зв'язку з актуальністю дослідження впливу прямих інвестицій та наявного населення країни на ВВП даний аналіз доцільно провести з використанням інструментарію економетрики. Зміст статистичного інструментарію складають математичні методи систематизації, обробки та аналізу масових статистичних даних незалежно від їх якісного змісту. Цілісна характеристика зміни валового внутрішнього продукту передбачає з'ясування ступеня впливу тих показників, під впливом яких відбувається формування об'єкта дослідження, здійснюване за допомогою множинного регресійного аналізу взаємозв'язку між залежною змінною і кількома змінними, що впливають на неї. Ці методи дають ефективну оцінку в соціально-економічних явищах не тільки на мікрорівні, але і на макрорівні.

Позначимо: валовий внутрішній продукт України – це результативний чинник (y), у свою чергу, прями іноземні інвестиції в Україну (x2), наявне населення (x4) та безробітне населення (x3), середньомісячна заробітна платня (x1) – це факторні чинники. Фактори x1 та x2 мають незначний вплив на результативний фактор. Для залежності між цими ознаками доцільно обчислити регресійний та дисперсійний аналізи.

Основне завдання кореляційного і регресійного методів полягає в аналізі статистичних даних для виявлення математичної залежності між досліджуваними ознаками і встановлення за допомогою коефіцієнта кореляції порівняльної оцінки щільності взаємозв'язку.

Згідно з попередніми даними було проведено дослідження і отримано такі показники: в результаті обчислення множинної регресійної моделі за щоквартальними даними були встановлені значення коефіцієнтів регресії для кожного з "x", тобто для кожного фактора. Значення цих коефіцієнтів дорівнюють 132,366, - 72,2716, відповідно, для "x2" та "x4".

Рівняння лінії регресії, яке має вигляд:

$$y = 122223,0 + 132,366 \cdot x_2 - 72,2716 \cdot x_4.$$

В економічному сенсі можна сказати, що зі збільшенням прямих іноземних інвестицій в Україну на 1 млн дол. США валовий внутрішній продукт України збільшується у середньому на 132,366 млн грн. Зі зменшенням наявного населення на 1 тис. чол. ВВП у середньому зменшується на 72,2716 млн грн.

Також у ході аналізу моделі було виявлено, що з 95 % ймовірністю можемо констатувати наявність незначного кореляційного зв'язку між факторними ознаками: прямими іноземними інвестиціями, наявним населенням в Україні, оскільки регресійна модель показала, що значення "R" значень-факторів прямих іноземних інвестицій ("x2"), наявного населення ("x4"), тобто граничних рівнів значущості, котрі спостерігалися б у тому випадку, якщо б критичне значення було вибрано рівним поточному значенню статистики, дорівнюють 0,0000 та 0,0007 відповідно.

Визначивши коефіцієнт детермінації (R² = 0,9819), маємо досить сильний лінійний зв'язок між факторними та результативними змінними. Значення R² акцентує увагу на те, що відібрані фактори є значно впливовими для результативного фактора.

Таким чином, щоб визначити, який проміжок не відіграв значної ролі у формуванні ВВП, звернемося до графіка викидів (рисунок).

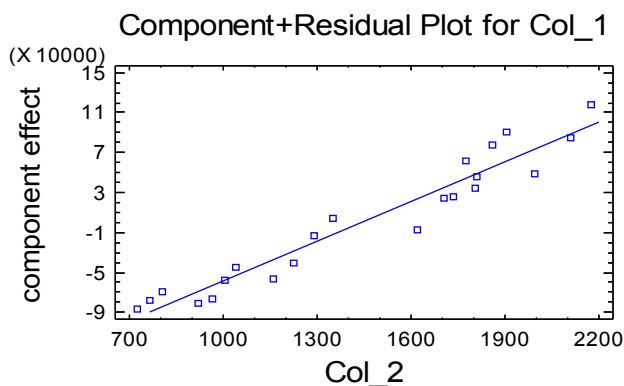


Рис. Графік викидів

За аналізом цього графіка можна зробити висновок, що всі значення відіграють однакову роль у формуванні результативного фактора.



Отже, за допомогою інструментів економетрики підтверджується, що при збільшенні інвестицій, збільшується або принаймні зберігається питома вага ВВП, що є надзвичайно важливим чинником функціонування національної економіки нашої держави. Зв'язок між прямими іноземними інвестиціями та наявним населенням на ВВП України, які свідчать про велику залежність вітчизняної економіки від міжнародних інвестицій, також складна демографічна ситуація відіграють на розмірі ВВП. Таким чином, виявлені аспекти слід враховувати в розробленні програм щодо управління ВВП.

Наук. керівн. Малярець Л. М.

Література: 1. Кулинич Р. О. Аналіз зовнішньоторговельної діяльності як один із чинників формування обсягу ВВП України / Р. О. Кулинич // Вісник. – 2003. – № 1(5). – С. 216. 2. Державний комітет статистики України. – Режим доступу : [http:// www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).

Баглай К. А.

УДК 339.727.22:330.5(477)

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРЯМЫЕ ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ И ВЛИЯНИЕ НА НИХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ МАКРОПОКАЗАТЕЛЕЙ

Аннотация. Проанализировано влияние отдельных социально-экономических показателей на размер прямых иностранных инвестиций с учетом их распределения по регионам Украины. Построена регрессионная модель взаимосвязи факторных и результативного признаков, а также установлен рейтинг влияния факторных признаков на результативный.

Анотация. Проаналізовано вплив окремих соціально-економічних показників на розмір прямих іноземних інвестицій з урахуванням їх розподілу за регіонами України. Побудовано регресійну модель взаємозв'язку факторних та результативного ознак, а також встановлено рейтинг впливу факторних ознак на результативну.

Annotation. The effect of individual socio-economic indicators on the size of foreign direct investment, taking into account their distribution among regions of Ukraine, is analyzed in this work. The regression model of the relationship of factor and effective signs was created, and the rating of influence of factor signs on effective sign was installed.

Ключевые слова: инвестирование, прямые иностранные инвестиции, инвестиционная привлекательность регионов Украины.

Иностранное инвестирование признано во всем мире одной из важнейших составляющих экономического, технологического и технического роста страны. Поступающие инвестиции способствуют росту производственных возможностей, улучшая демографическую обстановку в государстве, определяют будущее страны в целом, отдельного субъекта, предприятия и являются одним из основных факторов развития экономики.

Не маловажную роль играет не только существование потоков иностранных инвестиций, но и объем, в котором они поступают. При этом существует перечень факторов, влияющих на него.

Зачастую инвесторы изучают сильные и слабые стороны государства, его национальную экономику, законодательную систему, имеющиеся ресурсы. Политическая ситуация в стране также играет весомую роль: присутствие разобщенности, внутренних конфликтов, нестабильности заметно ухудшает шансы государства на получение больших объемов прямых иностранных инвестиций, стабильность же и сформировавшаяся политическая система наоборот способствуют их увеличению.

На сегодняшний день около 200 стран мира соревнуются одна с другой в конкурентной среде за получение больших объемов инвестиционных потоков, перенаправленных в их эконо-

мику, определив для себя объективной необходимостью активизацию инвестиционной деятельности. В список этих стран входит и Украина [1].

По сравнению с другими странами, наша страна, бесспорно, обладает большим инвестиционным потенциалом: Украина имеет выгодное экономико-географическое положение, благоприятные природные условия, большое количество ресурсов. Также по многим социальным показателям она превосходит другие государства. Но при этом наша страна по благоприятности инвестиционного климата занимает 39 место из 40 возможных, а в рейтинге благоприятности условий для предпринимательской деятельности – 142 из 183 возможных. Такие рейтинги совпадают с рейтингами многих стран Африки [2].

Таким образом, существуют условия, которые негативно влияют на инвестиционный климат в Украине. Но некоторые регионы Украины имеют преимущества в получении потоков прямых иностранных инвестиций по сравнению с другими.

Для того чтобы выявить, что влияет на экономическую привлекательность как страны, так и отдельных регионов, была проанализирована взаимосвязь объемов иностранных инвестиций с некоторыми макроэкономическими показателями.

Была построена регрессионная модель, результативным признаком в которой стал объем прямых иностранных инвестиций, а факторными: среднемесячная заработная плата, объем реализованной промышленной продукции, валовой региональный продукт и доходы населения. При этом все признаки учитывались в соответствии с их распределением по областям Украины.

Результаты анализа показали, что данные макроэкономические показатели на 97 % объясняют распределение инвестиций по областям, из чего следует, что они влияют на изменения инвестиционной привлекательности страны. При этом взаимосвязь между признаками значима и имеет доверительный уровень, равный 99 %. Таким образом, все 4 макропоказателя являются в равной степени важными и не могут быть удалены из модели. Как заработная плата, так и объем реализованной промышленной продукции, валовой региональный продукт, а также доходы населения в конкретной области страны определяют желание или нежелание инвесторов вливать потоки инвестиций в нее.

Исследование было продолжено анализом, в результате которого был установлен рейтинг влияния факторов на показатель прямых иностранных инвестиций. Уравнение "чистой регрессии" имеет вид:

$$Y = -3285,52 + 2,0626 \cdot x_1 - 0,0627858 \cdot x_2 + 0,141325 \cdot x_3 - 0,0938717 \cdot x_4.$$

Рассчитанная регрессионная модель в стандартизованных переменных имеет вид: $t_y = 0,276tx_1 - 0,9tx_2 + 2,0996tx_3 - 0,688tx_4$.

По полученным значениям β -коэффициентов ($\beta_1 = 0,276$, $\beta_2 = -0,9$, $\beta_3 = 2,0996$, $\beta_4 = -0,688$) можно определить рейтинг влияния на распределение объемов прямых иностранных инвестиций по областям: объем реализованной промышленной продукции в области (чем он больше, тем большее желание вложения больших размеров инвестиций возникает у инвесторов), на втором месте по важности стоит размер доходов населения (чем выше средний доход жителей региона, тем меньше инвестиционных потоков будут поступать в данный регион), и третьем по степени важности макроэкономическим показателем является валовой региональный продукт.

Необходимо отметить, что $-1 \leq \beta \leq 1$. Однако $\beta_3 = 2,0996$, что нарушает данное правило. Этот факт объясняется ошибочным выбором факторного признака. Размер поступающих в область прямых иностранных инвестиций, несомненно, связан с валовым региональным продуктом, но в данном случае объем поступающих иностранных инвестиций является факторным признаком, а валовой региональный продукт – результативным, то есть имеем факт нарушения спецификации модели.

Построенная модель взаимосвязи факторных и результативных признаков является качественной. Объем реализованной промышленной продукции, доходы населения, размер среднемесячной заработной платы имеют большое влияние на степень привлекательности региона страны. Хотя валовой региональный продукт является результативным по отношению к объему прямых иностранных инвестиций, нельзя считать модель ошибочной. Взаимосвязь между этими двумя факторами является сильной.

Таким образом, для того чтобы повысить инвестиционную привлекательность отдельных регионов Украины, необходимо улучшить социально-экономическую ситуацию в них. Руководству регионов следует разрабатывать социально-экономические мероприятия, которые приведут к улучшению значения факторов, влияющих на прямые иностранные инвестиции.

Научн. рук. Малярец Л. М.

Литература: 1. Богуш Д. Инвестиционный имидж и климат Украины [Электронный ресурс] / Д. Богуш. – 2010. – Режим доступа : <http://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/>. 2. Савицкий А. Инвестиционный климат Украины: стабильно неблагоприятный [Электронный ресурс] / А. Савицкий. – 2009. – Режим доступа : http://www.ukrtdprom.ua/digest/Investitsionniy_klimat_Ukraini_stabilno_neblagopriyatniy. 3. Государственный комитет статистики Украины. – Режим доступа : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ИССЛЕДОВАНИЕ ЗАВИСИМОСТИ САЛЬДО МИГРАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ И ОТДЕЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В РЕГИОНАХ УКРАИНЫ

Анотация. С помощью регрессионного анализа построена и проанализирована модель зависимости внешнего и внутреннего сальдо миграции от количества безработных, занятых и заработной платы.

Анотація. За допомогою регресійного аналізу побудовано й проаналізовано модель залежності зовнішнього і внутрішнього сальдо міграції від кількості безробітних, зайнятих і заробітної плати.

Annotation. Using a regression analysis a model depending on internal and external migration balance of the number of unemployed workers and wages was constructed and analyzed.

Ключевые слова: миграция, сальдо миграции, регрессионный анализ, многофакторная модель, множественная регрессия.

Современный этап развития мировой экономики в целом и Украины в частности характеризуется наличием проблем демографического характера. Особо важное значение приобретают вопросы, связанные с изменением количественных и качественных характеристик рабочей силы в регионах. Она является одним из основных факторов производства, от которого зависит уровень социально-экономического развития страны.

Непосредственно на развитие экономики страны влияет процесс миграции населения как внутри государства, так и за его пределами. Миграцией называют переселение или перемещение, обусловленное сменой места проживания [1, с. 110–112].

В последние годы в сознании населения Украины имеет место стойкая тенденция к формированию очень негативных оценок как экономической ситуации в Украине в целом, так и качества собственной жизни. И, прежде всего, жители страны отмечают ухудшения в сфере занятости. Недолгий период надежд на улучшение материального и социального статуса сменился трезвым осознанием неопределенности ситуации на рынке труда страны и необходимости самостоятельного поиска новых источников дохода для себя и своей семьи. Одним из наиболее эффективных способов выживания стала временная трудовая миграция в зарубежные страны. Ее размеры неизвестны, экспертами называются цифры от 2 до 7 миллионов человек.

В настоящее время принято выделять следующие основные виды миграций:

внутреннюю миграцию – перемещение населения внутри страны из сел в города, из городов в села, из одного региона в другой;

внешнюю миграцию – перемещение населения из одной страны в другую, которая делится на эмиграцию – выезд из страны – и иммиграцию – въезд в страну.

Сальдо миграции – это показатель разности между числом прибывших на какую-либо территорию и числом выбывших из нее за определенный период (год) [1, с. 110].

Проведенное исследование является выявлением зависимости между сальдо внешней миграции (Y) населения Украины по регионам и такими социально-экономическими показателями, как число занятых (x1), безработных (x2) и заработной платой (x3), с помощью построения многофакторной модели. Данными для анализа послужили значения показателей за 2010 год [2].

Для построения такого анализа целесообразно было использовать инструментальный регрессионного анализа. Была построена модель множественной регрессии, в которой результирующий показатель зависит от нескольких факторов. В основе этого анализа лежит выявление, оценка и прогнозирование влияния факторов на изменение результирующего показателя [3].

Уравнение линейной регрессии модели зависимости внешнего сальдо миграции от социально-экономических показателей имеет вид: $Y = 420,651 + 3,58392 \cdot x_1 - 34,0122 \cdot x_2$.

Полученная модель статистически значима. Коэффициент детерминации показывает, что на 54,362 % изменчивость модели объясняется за счет сальдо миграции. Другими словами, 54,362 % от исходной изменчивости могут быть объяснены с помощью данной модели, а 45,638 % остаточной изменчивости остаются необъясненными, то есть объясняются другими факторами, которые не учтены в модели.

С ростом числа занятых на тысячу человек внешнее сальдо миграции возрастает на 358,392 человек при том же среднем числе безработных. Уменьшение числа безработных при неизменном сальдо миграции предполагает дополнительный рост числа занятых на 3401,22 человек. Свободный член не подлежит экономической интерпретации.

Коэффициент при переменной x_2 имеет отрицательный знак, что подтверждает то, что при увеличении числа занятых количество безработных уменьшается.

В полученной модели один из факторных признаков (x_3) был исключен. Это свидетельствует о том, что заработная плата не влияет на сальдо миграции, то есть не является важным фактором при определении привлекательности региона для въезда или выезда из него.

Кроме того, была рассмотрена модель зависимости между сальдо миграции внутри страны и указанными выше макропоказателями.

Так как коэффициент детерминации равен нулю, то можно утверждать, что данные факторные признаки, а именно число занятых, безработных и заработная плата, не оказывают существенного влияния на сальдо миграции в регионах Украины и их не следует включать в модель.

В итоге результаты проведенного анализа зависимости сальдо миграции населения в регионах Украины от отдельных социально-экономических показателей подтверждают наличие линейной связи между макроэкономическими показателями. Можно сделать вывод, что в 2010 году с учетом особенностей развития экономики Украины на внешнее сальдо миграции влияли только такие показатели, как количество занятых и количество безработных. В то время как на внутреннее сальдо миграции ни один из анализируемых признаков не оказал влияния.

Построенную модель можно использовать для прогнозирования количественных характеристик населения в регионах, выявления факторов, влияющих на привлекательность для въезда, а также выявления тех факторов, которые заставляют людей покидать регионы.

Научн. рук. Малярец Л. М.

Литература: 1. Бестужева С. В. Міжнародна економічна діяльність України : навч. посібн. / С. В. Бестужева. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. – 206 с. 2. Сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>. 3. Степанов В. Г. Эконометрика : учебно-методический курс [Электронный ресурс] / В. Г. Степанов. – Режим доступа : http://www.e-college.ru/xbooks/xbook019/book/index/index.html?go=index*.

УДК 331.556.22 (477)

Калиниченко М. В.

Студент 2 курса
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ НА МІГРАЦІЙНИЙ ПРИРІСТ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Анотація. Досліджено за допомогою множинного регресійного аналізу вплив на щомісячний міграційний приріст населення та міграційний приріст населення по регіонах України за 2009 і 2010 рр. змінних чинників, що характеризують економічний стан країни: зареєстрованого безробіття, середньої заробітної плати штатного працівника за місяць, а також потреби підприємств країни у працівниках на заміщення вільних робочих місць та вакантних посад.

Аннотация. Исследовано с помощью множественного регрессионного анализа влияние на ежемесячный миграционный прирост населения и миграционный прирост населения по регионам Украины за 2009 и 2010 гг. переменных факторов, характеризующих экономическое состояние страны: зарегистрированной безработицы, средней заработной платы штатного работника в месяц, а также потребности предприятий страны в работниках на замещение свободных рабочих мест и вакантных должностей.

Annotation. By using of multiple regression analysis of the effect on monthly net migration and net migration of population in regions of Ukraine for 2009 and 2010 of variables that characterize the economic situation of the country: registered unemployment rate, average wage of a full-time employee per month, as well as the needs of enterprises in the country for workers to fill vacant jobs and job vacancies are investigated in the article.

Ключові слова: міграційний приріст населення, зареєстроване безробіття, середня заробітна плата штатного працівника, множинна регресійна модель, рівняння множинної регресії, коефіцієнт детермінації, аналіз.

Наразі проблема міграції в Україні надзвичайно актуальна. В сучасних умовах трудова міграція населення має визначальний вплив на економіку України, оскільки мігранти в більшості



своїй використовуються у вторинному сегменті ринку, а тим самим впливають на формування доходу країни, фінансують частину соціальних витрат постійних жителів.

За змістом міграція населення – це добровільне переміщення, переселення жителів у межах країни з одного регіону в інший регіон (внутрішня міграція) або ж переселення з однієї держави в іншу країну (міжнародна міграція) [1].

Існує безліч чинників, що спричиняють міграцію населення, які можна розділити на декілька різних груп: військові, екологічні, економічні та ін. Детально дослідимо лише одну групу чинників, яка більшою мірою впливає на кількість мігруючого населення. Ця група – економічні, які, в першу чергу, визначають бажання трудового населення мігрувати в пошуках більш сприятливих економічних умов праці. До них відносять такі умови несприятливої економічної обстановки у країні, як: інфляція, масове безробіття, викликана нестачею робочих місць, економічна криза, а також такий економічно стимулюючий фактор, як рівень заробітної плати.

У середині 1990-х років в Україні, незважаючи на демографічну кризу, рівень безробіття залишався високим, що спричинило рекордну хвилю трудової, або економічної, еміграції за кордон. Наразі рівень зареєстрованого безробіття в країні скорочується, уряд і підприємства працюють у напрямі утворення нових робочих місць, зростає потреба в працівниках на нові створені місця та на ті, що звільнилися, зростає рівень заробітної плати по всіх галузях промисловості та економіки в цілому. А всі ці фактори, що характеризують економічний стан країни, тією чи іншою мірою впливають на величину міграційного приросту.

У зв'язку з цим виникає необхідність дослідити вплив на щомісячний міграційний приріст населення та міграційний приріст населення по регіонах України змінних чинників, що характеризують економічний стан країни: зареєстрованого безробіття, середньої заробітної плати штатного працівника за місяць, а також потреби підприємств країни у працівниках на заміщення вільних робочих місць та вакантних посад. Даний аналіз доцільно провести з використанням інструментарію математичної статистики. Зміст статистичного інструментарію складають математичні методи систематизації, обробки та аналізу масових статистичних даних. Цілісна характеристика зміни приросту населення передбачає з'ясування ступеня впливу тих умов, під впливом яких відбувається формування об'єкта дослідження, здійснюване за допомогою множинного регресійного аналізу взаємозв'язку між залежною змінною і кількома змінними, що впливають на неї.

Побудована множинна регресія залежності показника міграційного приросту населення (y) в Україні від виокремлених факторів має вигляд: $y = 195,929 + 0,837403x_1 - 1,12291x_2 + 17,403x_3$. Даними для аналізу послужили щомісячні значення показників [2]. Звідси випливає, що збільшення розміру середньомісячної заробітної плати штатного працівника (x_1) на 1 гривню призводило до того, що міграційний приріст населення країни в середньому за місяць зростав приблизно на одну особу. У той же час зростання рівня безробіття (x_2) на 1 тисячу осіб призводило до зменшення міграційного приросту в середньому приблизно на дві особи. Останнім і мабуть найвизначнішим чинником було збільшення кількості вільних робочих місць та вакантних посад на підприємствах країни (x_3), тому що їх збільшення на 1 тис. одиниць призводило до зростання міграційного приросту населення в Україні приблизно на вісімнадцять осіб.

Розроблена модель є статистично якісною. Про це свідчать коефіцієнт детермінації, статистика Стьюдента, Фішера і Дарбіна – Уотсона. Значення коефіцієнта детермінації, тобто характеристики, що визначає лінійні зв'язки у межах регресійного аналізу та показує ступінь залежності між факторними та результативною ознаками, дорівнює 33,214 %. За моделлю відібрані фактори, що лише на 33,214 % описують змінність результативного фактора. Поясненням цієї ситуації є те, що за маленькі періоди часу робоча сила, що мігрує, не встигає повною мірою орієнтуватися лише на економічні складові. Але у той же час саме економічні показники упродовж двох років з початку 2009 р. до кінця 2010 р. на трохи більше ніж на 33 % визначали бажання економічно активного населення до міграції.

Що стосується окремих місяців, то в цілому майже усі проведені спостереження потрапили в інтервал $\pm 3\sigma$ (σ — середньоквадратичне відхилення). Це можливо простежити, якщо розглянути рисунок.

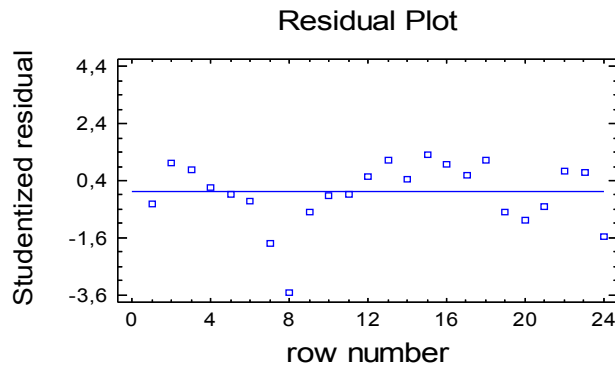


Рис. Графік викидів

Виходячи з даних графіка, можемо побачити, що тільки у 8 місяці 2009 р. це значення дорівнювало $-3,51$ і тому не входило у допустимий інтервал. Це свідчить про те, що лише у цьому місяці вплив факторних чинників на результативний був менший, ніж взагалі, і тому цю фазу спостереження можливо виключити, бо вона не відіграє майже ніякої ролі у формуванні кінцевого результату з виявлення залежності.

Коефіцієнт детермінації та загальні результати аналізу свідчать про те, що середньомісячна заробітна плата штатного працівника та рівень безробіття в незначному ступені впливали на рівень міграційного приросту до кожної з областей за даний період. Величина коефіцієнта детермінації, що виражала ступінь залежності між рівнем заробітної плати та міграційним приростом населення по областях України, становила лише $1,17\%$ у 2009 р. і $1,09\%$ у 2010 р. відповідно. Що стосується безробіття, то величина показника R-квадрата, що виражала ступінь залежності між його рівнем та міграційним приростом, складала $0,23$ та $0,21\%$ у 2009 та 2010 рр. відповідно. Саме тому ці показники не враховуються у множинному регресійному аналізі міграційного приросту по областях. Величина ж коефіцієнта детермінації, що пояснює змінність міграційного приросту населення по областях України від змінності потреби підприємств у працівниках на заміщення вільних робочих місць та вакантних посад, становила $33,8386\%$ у 2009 р. і $30,9848\%$ у 2010 р. Тобто майже $1/3$ щомісячної міграції населення по областях у цих роках залежала від кількості вільних робочих місць, що пропонували підприємства. Це є закономірним, бо саме на факт можливості працевлаштування, у першу чергу, звертають свою увагу люди при пошуці місця можливої міграції. Але також можна простежити, що залежність між показниками економічного становища країни та обсягом міграції скорочується, тобто частина економічно активного населення, що іммігрує до України та з неї, починає орієнтуватися на інші, неекономічні фактори.

Рівняння множинних регресій показника міграційного приросту населення (y) в Україні по областях за 2009 та 2010 рр. мають такі вигляди: $y = 271,167 + 93,0926 \cdot x_3$ для 2009 р. та $y = 351,299 + 104,037 \cdot x_3$ для 2010 р. Тобто значення коефіцієнта регресії для показника "x3" складало $93,0926$ у 2009 р. та $104,037$ у 2010 р. Виходячи з цього, можемо сказати, що збільшення потреби підприємств у працівниках на заміщення вільних робочих місць та вакантних посад у 2009 р. на 1 тисячу осіб призводило до збільшення міграційного приросту приблизно на 93 особи. Збільшення ж потреби підприємств у працівниках на заміщення вільних робочих місць та вакантних посад у 2010 р. по областях на 1 тисячу осіб призводило до зростання міграційного приросту приблизно на 104 особи.

За розробленими моделями маємо такий висновок. Зареєстроване безробіття, середня заробітна плата штатного працівника за місяць, а також потреба підприємств країни у працівниках на заміщення вільних робочих місць та вакантних посад вносять у більший чи менший мірі, але значний внесок у зміну рівня міграційного приросту населення в останні роки. Тому при розробці економічних програм держави мають бути враховані заходи, які будуть направлені на боротьбу з безробіттям шляхом збільшення кількості робочих місць, підвищення рівня заробітних плат тощо задля економічного розвитку та підвищення привабливості країни, що дозволить скоротити обсяги еміграції та підвищити обсяги імміграції як факторів, що сприяють безпосередньому розвитку економіки нашої країни.

Наук. керівн. Малярець Л. М.

Література: 1. Міні-словник основних математичних термінів. – Режим доступу : <http://quantile.ru/05/05-AT.pdf>. 2. Державний комітет статистики України. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.

УДК 314.114(477)

Ніколайчук В. В.

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

АНАЛІЗ ДЕМОГРАФІЧНОГО СТАНУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Анотація. Викладено аналіз демографічного стану регіонів України, висновки якого ґрунтуються на результатах застосування регресійного та кластерного аналізів. Результати аналізів можна використовувати для прогнозування демографічного стану регіонів України.

Аннотация. Изложен анализ демографического состояния регионов Украины, выводы которого основываются на результатах применения регрессионного и кластерного анализов.

© Ніколайчук В. В., 2011



Результаты анализів можна використовувати для прогнозування демографічного стану регіонів України.

Annotation. The conclusions of the demographic situation analysis of the Ukrainian regions which are based on the use of regression and cluster analysis are outlined. Results of tests can be used to predict the demographic condition of the regions of Ukraine.

Ключові слова: демографічна ситуація, народжуваність, смертність, міграція, приріст населення, сальдо міграції, природний приріст.

Демографічна ситуація є однією із значних проблем соціально-економічного розвитку України. Підтвердженням цього є, насамперед, те, що за останні 12 років в умовах, коли на території України не було ані збройних конфліктів, ані епідемій чи природних катастроф, чисельність її населення зменшилась на 4,9 млн осіб. Результатом скорочення чисельності населення стає деформація всіх основних демографічних показників: тривалості життя, статеві-вікової структури населення, шлюбності, розлучуваності, еміграції тощо в бік їх погіршення [1].

Чисельність країни в цілому та окремих її регіонів є результатом взаємообумовленого розвитку всієї сукупності процесів суспільного розвитку і, насамперед, соціально-економічних та демографічних. Закономірності розвитку економіки значною мірою визначають характер демографічних процесів. Тенденції демографічного розвитку є неодмінним фактором, який обумовлює економічну і соціальну політику держави. Вивчення процесів відтворення населення, особливо динаміки його чисельності, має практичне значення для встановлення механізму взаємодії економічних і демографічних процесів.

Народонаселення є природною основою трудових ресурсів. Роль його як основи суспільного виробництва полягає в тому, що воно виступає споживачем матеріальних благ і тим самим зумовлює розвиток, насамперед, галузей, які орієнтуються у своєму розміщенні на споживача [2]. Однак найважливішою характерною рисою народонаселення є те, що воно є природною основою формування трудових ресурсів, найголовнішого елемента продуктивних сил, які відіграють вирішальну роль як фактор розміщення трудомістких галузей господарства.

Для управління процесом зміни чисельності населення України необхідно проаналізувати залежності чисельності населення від факторів, що на неї впливають.

Загалом, чисельність населення по різних регіонах відрізняється. Для аналізу були використані дані 25 регіонів України та 2 міст державного значення [3]. Стан народонаселення за регіонами має вигляд, зображений на рис. 1

Населення за регіонами, осіб

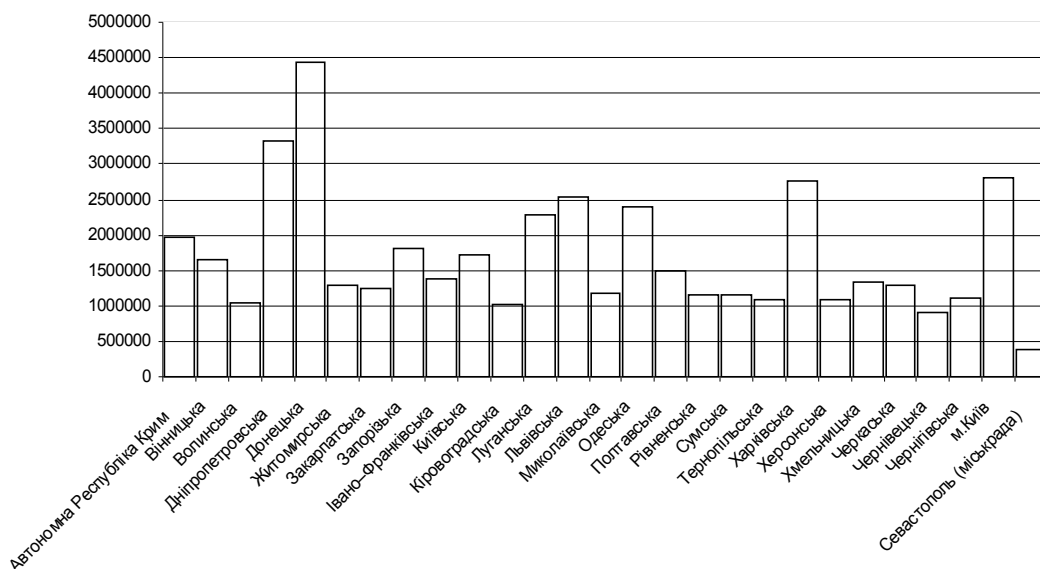


Рис. 1. Рівні чисельності населення за регіонами в 2011 році, осіб

У повсякденному житті окремої людини та сім'ї виникають різні проблеми, пов'язані з демографічними процесами. Українські громадяни занепокоєні рівнем безробіття (76 %), зростанням цін (75 %), невиплатою зарплати (69 %), зростанням злочинності (60 %), голоду (53 %). Як наслідок, це призводить до різкого скорочення народжуваності, зростання смертності, масової міграції.

Саме ці три основні причини були використані для проведення аналізу демографічного стану регіонів України в 2011 році. Якщо простежити рівень народжуваності по всіх регіонах України, то перше місце займає Донецька область, наступні – Дніпропетровська, Одеська, Львівська. Але ж і найбільша кількість смертей зафіксована у Донецькій, Дніпропетровській, Харківській та Луганській областях.

Різниця між смертністю та народжуваністю складає природний приріст населення [4]. Здебільшого по території України цей показник від'ємний, що свідчить про те, що кількість смертей перевищує кількість народжених осіб. Зниження природного приросту спричиняє деформацію вікової структури населення, зумовлює зниження природного приросту трудових ресурсів. "Старіння" населення призводить до збільшення економічного навантаження на працездатних, труднощів у формуванні трудових ресурсів, забезпеченні народного господарства робочою силою.

Проаналізувавши сальдо міграції (різницю між вибулими та прибулими), додатні значення даного показника мають Київська, Одеська, Харківська та Івано-Франківська області. Від'ємне сальдо міграції досягло своїх максимальних значень у високоіндустріальних і гіперурбанізованих областях Донбасу і Придніпров'я. Основними причинами цього були причини соціально-економічного характеру: різкий спад промислового виробництва, зниження життєвого рівня населення, незадоволеність рівнем заробітної плати тощо. Найнижчі значення показників від'ємного сальдо міграції були у західних областях України: Волинській, Закарпатській, Івано-Франківській, Рівненській, Тернопільській, Хмельницькій, Чернівецькій.

Для поглибленого аналізу демографічних процесів у регіонах України був проведений регресійний аналіз. За основу було використано загальні статистичні дані по чисельності населення (результативна ознака Y), смертність, народжуваність та сальдо міграції (факторні ознаки: X1, X2, X3, відповідно) [3].

Рівняння множинної регресії має такий вигляд:

$$Y = -90735,6 + 54,1361 \times X1 + 30,4846 \times X2.$$

За рахунок змінення народжуваності в регіонах загальна чисельність змінилася на 54 особи, а за рахунок зміни рівня смертності – на 30 осіб. Показник сальдо міграції в даній моделі відсутній як не значущий. Отже, міграція майже не впливає на зміну чисельності населення України в 2011 році.

Отримана модель пояснює 98,7036 % мінливості ознаки Y. Тобто обрані ознаки взаємопов'язані, підтверджений вплив факторних ознак на результативну. Тобто склад та кількість населення залежить від кількості померлих та народжених осіб, еміграції та імміграції.

Проаналізувати схожість регіонів за станом демографічних процесів дозволяє кластерний аналіз. У результаті спостережень було виявлено 2 групи. До першої групи належать такі регіони: АРК (1), Львівська (13), Одеська (15), Харківська (20), Київська (10), Дніпропетровська (26), Донецька (4) області та м. Київ (5). Другу групу складають Вінницький (2), Запорізький (8), Полтавський (16), Луганський (12), Волинський (3), Івано-Франківський (9), Закарпатський (7), Рівненський (17), Чернівецький (24), Житомирський (6), Хмельницький (22), Миколаївський (14), Черкаський (23), Чернігівський (25), Кіровоградський (11), Сумський (18), Тернопільський (19), Херсонський (21) регіони та м. Севастополь (27) (рис. 2).

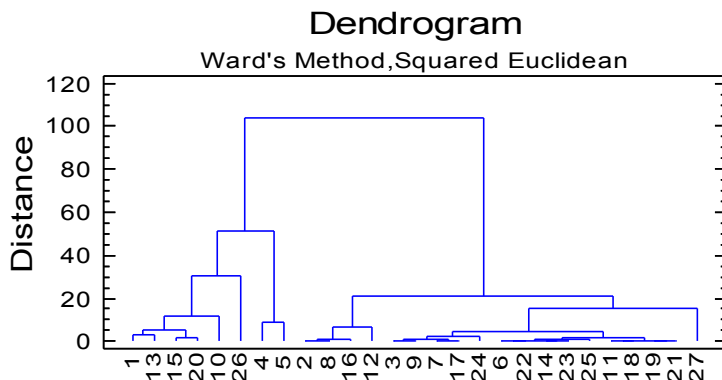


Рис. 2. Розподіл регіонів України за групами

Отже, в Україні в окремих регіонах існують проблеми в розвитку демографічних процесів. У цілому ж демографічний стан в Україні в 2011 році задовільний порівняно з іншими країнами світу. Задовільний стан демографічних процесів має позитивно впливати на розвиток соціально-економічних процесів в Україні.

Наук. керівн. Малярець Л. М.

Література: 1. Гардашук Т. В. Концептуальні параметри екологізму / Т. В. Гардашук ; НАН України ; Інститут філософії ім. Г. С. Сковороди. – К., 2005. – 200 с. 2. Бугуцький О. А. Демографічна ситуація та використання людських ресурсів на селі / О. А. Бугуцький. – К., 2001. 3. Державний комітет статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 4. Зербіно Д. Д. Екологічні катастрофи у світі та в Україні / Д. Д. Зербіно, М. Р. Гжегоцький. – Львів, 2005.

Студент 2 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ПОНЯТТЯ І СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Анотація. Проведено аналіз різних підходів до визначення поняття "конкурентоспроможність", розкрито його зміст з позиції різних рівнів конкурентоспроможності. Визначено ознаки категорії конкурентоспроможності.

Аннотация. Проведен анализ различных подходов к определению понятия "конкурентоспособность", раскрыто его содержание с позиции различных уровней конкурентоспособности. Определены признаки категории конкурентоспособности.

Annotation. Analysis of different approaches to determination of the notion "competitiveness", its contents from different levels of competitiveness are conducted. Signs of competitiveness are defined in the article, too.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність товару.

Вітчизняні та зарубіжні вчені зробили істотний внесок у розробку теорії конкуренції та конкурентоспроможності. Теорія конкуренції, вперше узагальнена А. Смітом, пізніше була розвинута Д. Рікардо, Ф. Еджуртом, Е. Чемберліном, Азоевим Г. Л., Юданова А. Ю. та ін. М. Портер, І. Ансофф, Р. Уотерман, А. Стрікланд, Андріанов В. Д., Зав'ялов П. С., Фатхутдінов Р. А. досліджували не тільки природу конкуренції та конкурентоспроможності, а й проблеми забезпечення конкурентоспроможності.

Метою даної статті є дослідження терміна "конкурентоспроможність" та основних ознак категорії конкурентоспроможності на основі аналізу підходів різних вчених до поставленого питання.

На погляд автора статті, для реалізації мети необхідно визначити такі завдання:

які ознаки властиві конкурентоспроможності як економічній категорії;

які завдання необхідно вирішити у процесі аналізу конкурентоспроможності економічних об'єктів;

які методи доцільно використовувати при оцінці конкурентоспроможності економічних об'єктів.

Порівняно недавнє формування і розвиток теорії конкурентоспроможності зумовили той факт, що в даний час загальноприйнятого визначення конкурентоспроможності немає, і дане поняття трактується залежно від того, до якого об'єкта воно відноситься.

Для того щоб більш повно розкрити сутність поняття "конкурентоспроможність", потрібно розглянути різні його значення.

По-перше, конкурентоспроможність може досліджуватися як властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального та потенціального задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку [1, с. 25]. По-друге, конкурентоспроможність також становить реальну і потенціальну можливість фірм існуючих для них умовах проектувати, виготовляти і збувати товари, які за ціновими і неціновими характеристиками більш привабливі для споживача, ніж товари їх конкурентів [2, с. 56].

Тож у загальному вигляді конкурентоспроможність може розглядатися як об'єкт і як можливість конкретної фірми конкурувати з іншими подібними фірмами.

Конкурентоспроможність – складна економічна категорія, яка може розглядатися на декількох рівнях (таблиця).

Таблиця

Характеристика рівнів конкурентоспроможності

Рівень конкурентоспроможності	Об'єкт або суб'єкт конкурентоспроможності	Деякі фактори конкурентоспроможності
1	2	3
Товарний	Товари (роботи і послуги)	<ul style="list-style-type: none"> • якість продукції, відповідність нормам і стандартам; • ціна; • відповідність споживацькому попиту
Мікрорівень	Товаровиробники (організації, фірми)	<ul style="list-style-type: none"> • порівняльна конкурентоспроможність продукції; • ефективність промислової діяльності; • фінансові показники діяльності; • ефективність організації і збуту продукції на ринку і його частка

1	2	3
Мезорівень	Об'єднання підприємств, галузі	<ul style="list-style-type: none"> • внутрішня структура галузі; • вплив зовнішнього середовища; • конкурентоспроможність окремих елементів; • взаємодія між елементами системи
Макрорівень	Народне господарство в цілому, конкурентоспроможність країни, конкурентоспроможність регіонів	<ul style="list-style-type: none"> • інвестиційний клімат; • науково-технічний клімат; • конкурентоспроможність промисловості

Найбільш вивчена конкурентоспроможність товарів. Конкурентоспроможність товару – комплексний показник, який визначає його можливість задовольняти вимоги споживачів на ринку при збереженні реальних доходів виробника [3, с. 6]. У роботі виділяються такі ознаки конкурентоспроможності:

тотожність властивостей якості та конкурентоспроможності товару, тобто остання визначається зіставленням його параметрів з показниками товарів-аналогів і вимог споживачів;

відмінність властивостей якості та конкурентоспроможності товару, що виражається в тому, що при визначенні конкурентоспроможності повинні враховуватися тільки ті фактори, які представляють інтерес для споживача і задовольняють його конкретну потребу;

розвиток категорії якості, що дозволяє проводити оцінку конкурентоспроможності неоднорідних товарів.

Таким чином, конкурентоспроможність товару визначається сукупністю його характеристик, які враховуються споживачем і виявляються в результаті порівняння з товарами-аналогами.

Конкурентоспроможність на мікро- і мезорівні визначається характеристиками, відмінними від використовуваних при аналізі конкурентоспроможності товару.

Основна передумова конкурентоспроможності підприємств – це здатність підприємства зберігати, розвивати існуючі або створювати нові конкурентні переваги при дійсному або запланованому збільшенні реальних доходів. Таке визначення відображає динаміку, його елементами є конкурентні переваги, а також врахована вимога їхнього успішного використання [3, с. 14].

Якщо узагальнити цю точку зору з даного питання, то конкурентоспроможністю володіють ті господарючі суб'єкти, які ефективно функціонують і надають споживачеві конкурентоспроможні товари та послуги.

На наступному макрорівні конкурентоспроможність розглядається стосовно регіонів і країн. Конкурентоспроможність регіону залежить від того, наскільки ефективно в ньому використовуються наявні ресурси, і може бути виражена в такому понятті, як валовий регіональний продукт. Хоча на місцевих і регіональних рівнях підтримки потребують інноваційний малий і середній бізнес [4, с. 96].

Виходячи з наведеного нижче аналізу визначень поняття "конкурентоспроможність", були виявлені ознаки, що розкривають сутність даної категорії:

1. Конкурентоспроможність зустрічається і виявляється на ринку.

2. Поняття "конкурентоспроможність" володіє властивістю універсальності і поширюється як на об'єкт ринкових відносин, так і на суб'єкт.

4. Конкурентоспроможність об'єктів і суб'єктів господарювання перебуває в динамічному та нестійкому стані у зв'язку з мінливим конкурентним середовищем.

5. Конкурентоспроможність величина відносна, де базою для порівняння виступають аналогічні показники конкурентів.

6. Конкурентоспроможність продукції і підприємства є взаємопов'язаними поняттями, оскільки підприємство є носієм конкурентоспроможності через свої товари і послуги.

Отже, було проведено дослідження, в результаті якого з'ясовано значення терміна "конкурентоспроможність" і розкрито сутність даної категорії. Перспективою подальших наукових досліджень у цьому напрямку є вдосконалення механізмів та підходів до аналізу конкурентоспроможності.

Наук. керівн. Стрижак О. О.

Література: 1. Головська О. В. Конкуренція і конкурентоспроможність / О. В. Головська. – Л. : Вид-во нац. ун-ту "Львівська політехніка", 2007. – 48 с. 2. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації : монографія / Л. Л. Антонюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 275 с. 3. Конкурентні переваги підприємства: оцінка формування та розвиток : монографія / Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова ; Наук.-дослід. центр індустр. проблем розвитку НАН України. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 351 с. 4. Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики // Тези доповідей Міжнар. наук. конференції, 27–28 листопада 2008 р., присвячено 90-річному ювілею НАН України / Харківський національний економічний університет. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 247 с.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА В УКРАИНЕ

Аннотация. Представлена характеристика проблемы теневой экономической деятельности в Украине и методы борьбы с ней.

Анотація. Наведено характеристику проблеми тіньової економічної діяльності в Україні та методи боротьби з нею.

Annotation. The problem of shadow market and ways of overcoming it are analysed in the article.

Ключевые слова: теневой рынок, рыночная структура, налог, налоговая служба.

Во всех странах с рыночной структурой экономики была, есть и, по-видимому, будет существовать так называемая теневая экономика. Масштабы ее могут различаться, но ни одной из стран не удалось избавиться от нее совсем. Это все равно, что преступность, масштабы явления можно уменьшить, но ликвидировать вовсе – практически невозможно. Теневая экономика имеет много названий – незаконная, нелегальная, скрытая, но суть этого явления не меняется. Теневая экономика – это сокрытие доходов, неуплата налогов, контрабанда, наркобизнес, фиктивные финансовые операции и др.

Целью статьи является исследование проблемы теневой экономической деятельности в Украине и методов борьбы с ней.

Теневая экономика Украины прошла два этапа развития: сначала на отраслевом уровне, от министерств до предприятий, затем – на территориальном, где создавалась организационная связь руководства регионов, региональных силовых структур, налоговых служб, а также других подразделений госаппарата и зависимых от них предприятий и органов с криминалитетом [1, с. 401].

На данном этапе развития экономики в Украине государство превышает допустимую норму налогообложения, ибо сегодня все предприниматели вынуждены отдавать в виде налогов 70 – 80 % своего дохода [2] и еще плюс к ним начисления на заработную плату и себестоимость продукции, что в итоге значительно превышает объем суммарного дохода. А это отрицательно сказывается на создании одного из основных элементов функционирования предприятия – прибыльности, что только и может обеспечить его развитие. Следовательно, законодательная основа государства, прежде всего, и провоцирует стремление большинства налогоплательщиков уходить в тень от непомерных поборов.

С самого начала массовая приватизация в Украине представляла собой колоссальную спекулятивную операцию, приведшую к криминализации экономики, невиданному социальному расслоению и появлению враждующих социальных групп [3, с. 27]. Большие налоги попросту не дают фирмам шанса на существование, поэтому они вынуждены уходить в тень.

Теоретически бизнес может работать и "по-белому". Но, во-первых, недолго, ведь нечестные конкуренты очень быстро обойдут предпринимателя, который платит все налоги. Во-вторых, честный бизнес не приносит большой прибыли.

Самыми распространенными видами теневой деятельности в Украине являются: оптимизация налогов, проституция, торговля наркотиками, труд нелегальных мигрантов, азартные игры. К распространенным видам теневой деятельности относятся также незаконный возврат налога на добавленную стоимость, зарплаты "в конвертах" [2].

Объективной причиной стремительного роста теневой экономики является переход от бюрократической, командной системы управления к рыночной. Существуют разные источники теневой экономики.

Первый из них – это вывоз за рубеж капитала, сырьевых и энергетических ресурсов, при этом основная часть сделок не является в прямом смысле теневой, то есть осуществляется на законных основаниях: сырье и энергоресурсы часто реализуются за рубежом по заниженным ценам через посреднические компании, а соответствующий процент от прибыли последних оседает за рубежом.

Вторым и основным источником теневой экономики является нерегистрируемая государственными органами хозяйственная деятельность, которая имеет место во всех сферах экономики. Например, каким образом могут на протяжении 5 – 6 лет реформ выживать многочисленные слои населения, доходы которых оказались, по официальным статистическим данным, значительно ниже прожиточного минимума. В общемировом масштабе удельный вес теневой экономики оценивается в 5 – 10 % от валового внутреннего продукта. Так, в африканских странах этот показатель достигает 30 %, в Чехии – 18 %, в России – 40 %; а удельный вес теневой экономики в хозяйственном обороте Украины равен 50 % [4, с. 190].

По множеству проведенных социальных опросов можно понять причины ухода в тень фирм и простого населения. Обстоятельства, мешающие предпринимательской деятельности, в процентах от количества опрошенных следующие (таблица).

Таблица

Перечень обстоятельств, мешающих предпринимательской деятельности, %

Обстоятельства	Население	Руководители
Отсутствие средств	67,3	61,4
Большие налоги	53,1	58,0
Вымогательство чиновников	29,5	32,6
Рэкет	30,3	26,5
Трудности оформления предприятия	14,5	23,1
Трудности, связанные с бухгалтерской и другой отчетностью перед разными органами	14,5	20,1

На вопрос "Приходилось ли Вам в прошлом (2010) году выплачивать деньги чиновникам для решения вопросов предпринимательской деятельности?" ответили "Да" 11,7 % из числа населения и 33 % руководителей предприятий [5].

Методами борьбы с теневой экономикой являются:

следует всячески стимулировать безналичный денежный оборот. Например, гражданам, получившим доходы на банковский счет и не обезличивающим их, можно учитывать половину уплаченного ими НДС. Таким образом, НДС, акцизы и подоходные налоги при этом будут "отсасывать" деньги из теневого оборота;

необходимо запретить бесконтрольное представление и привлечение кредитов, отчуждение собственности и принятия на себя обязательств неплатежеспособными предприятиями и гражданами;

важно децентрализовать, укрепить судебную и правоохранительные органы, закрепив за соответствующими институтами часть налоговых доходов;

необходимо превратить защиту прав акционеров, инвесторов и кредиторов в государственный приоритет.

Подводя итоги вышесказанному, хотелось бы подчеркнуть, что на сегодняшний день теневая экономика достигла критической отметки. Это означает, что от налогов уклоняется почти половина предприятий. Для борьбы с этим явлением государству необходимо, в первую очередь, посмотреть на истоки, а именно на причины возникновения и роста теневой экономики, а не снижать ее рост новым налоговым кодексом.

Научн. рук. Стрижак Е. О.

Литература: 1. Бекряшев А. К. Теневая экономика и экономическая преступность / А. К. Бекряшев. – М., 2009. – 459 с. 2. <http://www.sta.gov.ua/control/uk/index>. 3. Латов Ю. В. Экономика вне закона: очерки по теории и истории теневой экономики / Ю. В. Латов. – М., 2009. – 284 с. 4. Попов Ю. В. Теневая экономика в системе рыночного хозяйства / Ю. В. Попов. – М., 2010. – 240 с. 5. <http://news.ukrhome.net/content/507993/8696279/Tenevaya-ekonomika-uraina-2010.html>.

УДК 330.59(477)

Пуша М. С.

Студент 3 курса
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ИНДЕКС РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УКРАЇНІ

Анотація. Присвячено аналізу й відображенню ІРЛП та реальних відомостей про рівень життя і розвиток в Україні з точки зору як вітчизняних, так і зарубіжних науковців та спеціалістів.

Аннотация. Посвящена анализу и отображению ИРЧП и реальных сведений об уровне жизни и развитии в Украине с точки зрения как отечественных, так и зарубежных ученых и специалистов.

© Пуша М. С., 2011



Annotation. The article is devoted to the analysis and displaying of HDI and a real information about the life standards and development level in Ukraine, from the various points of view of domestic and foreign scientific researchers and specialists.

Ключові слова: індекс розвитку людського потенціалу, людський капітал, програма розвитку ООН.

Доповіді про розвиток людського потенціалу готуються групою міжнародних експертів на замовлення Програми розвитку ООН, де дається системна оцінка підсумків розвитку людини за показниками здоров'я, освіти і гідного способу життя за останні 40 років.

Отримані дані за цими показниками і ще деякі елементи порівняння у загальній сукупності є індексом розвитку людського потенціалу (ІРЛП), який, у свою чергу, служить показником для визначення рівня загального добробуту та розвитку людини, так само на його основі приймаються рішення про підтримку і допомогу в розвитку країн всіх рівнів.

Human Development Index – індекс розвитку людського потенціалу в країнах та регіонах світу, який складається Програмою розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) і використовується в рамках спеціальної серії доповідей ООН про розвиток людини.

Індекс публікується в рамках Програми розвитку ООН у звітах про розвиток людського потенціалу і був розроблений у 1990 р. групою економістів на чолі з пакистанцем Махбубом-уль-Хаком. Проте концептуальна структура індексу була створена завдяки роботі Амартія Сена. Індекс публікується ООН у щорічному звіті про розвиток людського потенціалу з 1990 року. Окрім засновників, розвитком та дослідженнями також займаються: Хелен Кларк, Біна Агарвал, Френсіс Стюарт, Майкл Уолтон, Ентоні Аткінсон, Стивен Гелб та ін. Ця проблема є дуже актуальною, бо час іде і, багато чого змінює, тому ІРЛП є змінним та завжди актуальним показником для підрахування результатів та виведення планів розвитку чи допомоги країнам на основі отриманих даних.

Мета даної статті – розглянути та дослідити рівень ІРЛП в Україні. Актуальність, перш за все, полягає у виведенні поточних результатів індексів розвитку життя нашої країни, дослідженні даних, представлених експертами ПРООН в умовах реального життя країни та її соціального життя при нестабільній економіці та кризових напливах, простежуванні за тенденціями спаду або підйому рівня життя населення.

Саме в 1990 році ПРООН опублікувала свою першу доповідь з оцінкою економічного та соціального прогресу країн світу, в якому було сформульовано поняття розвитку людини: "Розвиток людини є процесом розширення спектра вибору. Найбільш важливі елементи вибору – жити довгим і здоровим життям, здобути освіту і мати гідний рівень життя. Додаткові елементи вибору включають у себе політичну свободу, гарантовані права людини і самоповагу" [1].

Доповіді про розвиток людського потенціалу ПРООН підготовляються на регіональному, національному та міжнародному рівнях. У підсумковому звіті зводяться всі основні показники рівня життя населення країн і регіонів, представлених у доповіді. При визначенні рейтингу враховуються безліч чинників, таких, як положення в галузі прав людини та громадянських свобод, його можливість участі у суспільному житті, соціальна захищеність, ступінь територіальної та соціальної мобільності населення, показники рівня культурного розвитку населення, доступу до інформації, здоров'я, рівня безробіття, стану злочинності, охорони навколишнього середовища. Недавнім включенням у ці фактори стали також гендерна нерівність, індекс багатомірної бідності та ін. [2].

Комітет зробив висновок на одному із засідань з РЛ, що "Справжнє багатство народів – люди" [1].

І це, безумовно, є правильним, у кожній людині є свій потенціал, який при правильному розвитку і вкладенні в нього інвестицій принесе в майбутньому економічну вигоду та величезну користь суспільству. Людський капітал – це всі навички, вміння та здібності людини, спрямовані на виконання певних завдань. Але щоб людський капітал став таким корисним, його потрібно правильно розвивати, а саме робити інвестиції.

Дуже важливою і основною метою цієї програми, що розроблена ООН, є прогрес на планеті в цілому, адже все розвивається – наука, технології, люди, культура. І завдання ІРЛП полягає в корегуванні цього прогресу, щоб прогрес і розвиток у країнах був якісно позитивним. Безумовно, велика частина їхніх сил спрямована на допомогу країнам, що лише розвиваються, або ті, які мають низький рівень ІРЛП. Для зручності сприйняття і порівняння отриманої інформації всі країни розділили на такі групи:

- країни з дуже високим рівнем ІРЛП;
- країни з високим рівнем ІРЛП;
- країни із середнім рівнем ІРЛП;
- країни з низьким рівнем ІРЛП.

Індекс розвитку людського потенціалу – це сукупний показник рівня розвитку людини в країні, тому іноді його використовують як синонім таких понять, як "якість життя", або "рівень життя". Індекс вимірює досягнення країни з точки зору стану здоров'я, отримання освіти та фактичного доходу її громадян, за трьома основними напрямками:

здоров'я і довголіття, вимірювані показником очікуваної тривалості життя при народженні; доступ до освіти, вимірюваний рівнем грамотності дорослого населення і сукупним валовим коефіцієнтом охоплення освітою;

гідний рівень життя, вимірюваний обсягом валового внутрішнього продукту (ВВП) на душу населення в доларах США за паритетом купівельної спроможності (ПКС) [1].

У звіті з людського розвитку, оприлюдненому Програмою розвитку ООН, до якої потрапило 168 країн, Україна посіла 69 місце і потрапила до групи держав з високим рівнем розвитку людського потенціалу. Як повідомляється у доповіді UNDP, фахівці оцінили розвиток за останні 40 років і прийшли до висновку, що у 2010 році люди в цілому стали багатшими, здоровішими і досвідченішими, ніж у 1970 році. Очікувана тривалість життя зросла з 59 до 70 років, а середній дохід на душу населення подвоївся і досягнув \$ 10 тисяч.

Експерти ООН склали рейтинг країн за рівнем людського розвитку, який нерідко не збігається з рівнем добробуту. Країни були оцінені на основі комплексу критеріїв, таких, як тривалість життя, рівень охорони здоров'я, доступ до освіти, знань та інформації. Їх поділили на чотири групи: дуже високий, високий, середній і низький рівень розвитку.

У результаті перший рядок рейтингу зайняла Норвегія, за якою слідом йдуть Австралія і Нова Зеландія. Четверте місце дісталось США, а п'яте – Ірландії. Замикає групу країн з дуже високим рівнем розвитку Барбадос.

Серед інших країн України (69) випередила Росія, що опинилася на 65-му місці, Білорусь (61), Казахстан (66). Сусідами України виявилися Боснія і Герцеговина (68) та Іран (70). Грузія зайняла 74 місце, Туреччина – 83, Китай – 89, Молдова – 99.

Низький рівень розвитку людського потенціалу мають Нігер, Демократична Республіка Конго і Зімбабве.

Зі всіх країн колишнього СРСР лише Естонія змогла увійти до першої групи держав з дуже високим рівнем людського розвитку – вона займає 34-е місце. Польща, тим часом, також потрапила у першу групу, опинившись на 41-му місці.

При цьому 25 країн розглядалися окремо, оскільки експертам ООН не вдалося дістати доступ до інформації за всіма критеріями. Серед цих держав – Куба, Ірак, КНДР, Ліван, низка малих острівних держав, Палестинські території і європейські карликові держави – Монако і Сан-Маріно.

Із останньої доповіді про розвиток людини основні показники України, такі: очікувана тривалість життя при народженні – 68,6 років; середня тривалість отримання освіти – 11,3 років; очікувана тривалість здобування освіти – 14,6 років; ВВП на душу – \$ 6 535 [2].

За даними експерт-журналу "Кореспондент.юа", у минулорічному рейтингу ООН Україна посіла 85 місце. Норвегія зберегла статус найпривабливішої для життя країни. Також Австралія та Ісландія зайняли перші місця. Найгірша ситуація в Нігері, Афганістані та Сьєрра-Леоне. Половина населення 24 найбідніших країн світу неписьменна, в той час як у країнах, індекс розвитку людського потенціалу яких тримався на середній позначці, неписьменні 20 % жителів. Найбільший показник ВВП на душу населення був відзначений в Ліхтенштейні – 85,383 тис. дол.

За версією Програми розвитку ООН Україна потрапила в десятку держав, де очікувана тривалість життя нижче показників 1970-х років. Про це йдеться в оприлюдненій напередодні ювілейної 20-ї доповіді Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) "Реальне багатство народів: шляхи розвитку людини". У ній відзначається, що скорочення очікуваної тривалості життя в Україні, Росії та Білорусі торкнулося, в першу чергу, чоловіків.

Про причини цього явища йдуть серйозні дебати. При цьому відзначаються зростання масштабів алкоголізму і стреси, пов'язані з переходом до ринкової економіки і високою інфляцією, безробіттям та невпевненістю в завтрашньому дні. Але це стосується не тільки збільшення смертності, але й меншої народжуваності, що пов'язана навіть з еміграцією населення за кордон задля пошуку кращого, стабільнішого майбутнього для себе і для родини. Також в Україні відбувається демографічний спад населення, що тягне за собою наслідки не тільки демографічного характеру, але ще й спад рівня освіти, бо за останні 10 років кількість студентів у ВНЗ України знижується із геометричною прогресією, чисельність українців теж. Ці дані можна побачити у таблиці, що надана Державним комітетом статистики України [4].

Таблиця

Кількість населення на 1 січня

	Кількість наявного населення			Кількість постійного населення		
	усього, тис. осіб	у тому числі		усього, тис. осіб	у тому числі	
		міське	сільське		чоловіки	жінки
1	2	3	4	5	6	7
1990	51838,5	34869,2	16969,3	51556,5	34535,6	17020,9
1991	51944,4	35085,2	16859,2	51623,5	23886,5	27737,0
1992	52056,6	35296,9	16759,7	51708,2	23949,4	27758,8
1993	52244,1	35471,0	16773,1	51870,4	24046,3	27824,1
1994	52114,4	35400,7	16713,7	51715,4	23981,1	27734,3
1995	51728,4	35118,8	16609,6	51300,4	23792,3	27508,1
1996	51297,1	34767,9	16529,2	50874,1	23591,6	27282,5
1997	50818,4	34387,5	16430,9	50400,0	23366,2	27033,8
1998	50370,8	34048,2	16322,6	49973,5	23163,5	26810,0
1999	49918,1	33702,1	16216,0	49544,8	22963,4	26581,4
2000	49429,8	33338,6	16091,2	49115,0	22754,7	26360,3
2001	48923,2	32951,7	15971,5	48663,6	22530,4	26133,2

1	2	3	4	5	6	7
2002	48457,1	32574,4	15882,7	48240,9	22316,3	25924,6
2003	48003,5	32328,4	15675,1	47823,1	22112,5	25710,6
2004	47622,4	32146,4	15476,0	47442,1	21926,8	25515,3
2005	47280,8	32009,3	15271,5	47100,5	21754,0	25346,5
2006	46929,5	31877,7	15051,8	46749,2	21574,7	25174,5
2007	46646,0	31777,4	14868,6	46465,7	21434,7	25031,0
2008	46372,7	31668,8	14703,9	46192,3	21297,7	24894,6
2009	46143,7	31587,2	14556,5	45963,4	21185,0	24778,4
2010	45962,9	31524,8	14438,1	45782,6	21107,1	24675,5

Із цих даних також видно, що має місце незаперечна тенденція щодо зниження кількості населення з різних причин, у тому числі з причин демографічного спаду.

Україна має таке положення у світовому рейтингу ІРЛП. Реальний рівень життя населення не покращується, а ситуація із кількістю населення, народжуваністю, захищеністю населення та іншими соціальними благами взагалі погіршується. Але є програми щодо врівноваження нашої економіки та підвищення рівня життя і місця країни у всесвітньому ІРЛП. І цими думками поділилися експерти з ООН та лідери сусідньої держави Росії, а саме: запорукою успіху у підвищенні ІРЛП, за словами Президента Росії Д. А. Медведєва, голови Уряду РФ В. В. Путіна та голови Державної Думи Б. В. Гризлова, є, "насамперед, інвестиції у розвиток людського капіталу та забезпечення соціального благополуччя громадян. Вирішення цих стратегічних завдань неможливе без врахування людського фактора, без розвитку людського потенціалу. Перш за все, необхідно змінити соціальні відносини шляхом істотного зростання ролі соціального партнерства, залучення бізнесу в реалізацію державних (бюджетних) послуг. Роботодавцям слід переходити на цивілізовані методи використання людського потенціалу країни. Представники бізнес-співтовариства повинні брати участь у фінансуванні, створенні та функціонуванні об'єктів соціальної інфраструктури (приватні дошкільні і позашкільні установи, медичні та реабілітаційні установи та ін.), разом з державою удосконалювати механізми спільного фінансування у пенсійному, медичному та соціальному страхуванні" [2].

Це приклад того, як можна досягти покращення рівня життя та підвищення ІРЛП на внутрішньо-державному рівні без залучення підтримки іноземних держав. ІРЛП є дуже актуальним, особливо у наш час, коли є великі можливості та безліч прикладів, але ще не досить налагоджена система їх реалізації задля покращення рівня життя країни. Також цей індекс будуть розраховувати щорічно, і результатом його аналізу буде система нових засобів для регулювання та керування країни, щоб вивести її на новий, кращий рівень. І завдяки зусиллям вчених та якісному аналізу отриманих даних можна за дуже короткі строки ефективно регулювати процеси, які відбуваються у країнах.

Наук. керівн. Стрижак О. О.

Література: 1. Доклад о развитии человека 2010. Реальное богатство народов: пути к развитию человека / пер. с англ. ; ПРООН. – М. : Издательство "Весь Мир", 2010. – С. 3–14; 214–217. 2. <http://gtmarket.ru/HDI-info>. 3. Інтернет-видання журналу "Корреспондент.уа". Статистичні дані із доповіді ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/>. 4. <http://ukrstat.gov.ua/>.

Євченко Д. А.

УДК 339.13.012

Студент 2 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОЛІГОПОЛІЯ ТА ОЛІГОПОЛІСТИЧНИЙ РИНОК

Анотація. Розкрито значення поняття "олігополія", розглянуто види олігополії та її характерні ознаки. Проведено аналіз олігополістичних ринків.

Анотация. Раскрыто значение понятия "олигополия", рассмотрены виды олигополии и ее характерные признаки. Проанализированы тенденции развития сектора экономики Украины.

Annotation. The meaning of the concept "oligopoly" kinds of oligopoly and its characteristic signs are considered. Development tendencies of oligopoly's sector of economy of Ukraine are analysed.

Ключові слова: олігополія, олігополістичний ринок, модель Курно, модель Бертрана, модель Штакельберга, ламана крива попиту, таємна змова, лідерство в цінах, "витрати плюс", модель теорії ігор, колективне домінування.

На сучасному етапі розвитку олігополії як структури ринку відбувається об'єднання декількох фірм в одну.

Актуальність теми полягає в тому, що олігополія є однією з ринкових структур та переважаючою формою сучасного ринку, оскільки до олігополістичних галузей у більшості країн світу належать автомобільна, сталеплавильна, нафтохімічна, електротехнічна та комп'ютерна індустрії. Особливість олігополії як специфічного типу побудови ринку полягає в загальній взаємозалежності поведінки підприємств-продавців [1, с. 172].

Мета цієї статті – розкрити сутність поняття "олігополія", дослідити економічну роль олігополії в економіці України та проаналізувати тенденції розвитку олігопольного сектору економіки України.

Як відомо, слово "олігос" в перекладі з грецької означає мало. Існує безліч трактувань поняття "олігополія", але слід виділити основні. По-перше, олігополію можна розглядати як ринкову структуру, при якій у реалізації товару домінує небагато продавців [1, с. 172]. По-друге, це такий тип побудови ринку, для якого характерна наявність невеликої кількості великих постачальників та багатьох дрібних споживачів [2, с. 382]. По-третє, олігополія становить незначну кількість фірм, кожна з яких володіє значною часткою ринку [3, с. 129].

Отже, як бачимо з даних визначень, які розкривають сутність поняття "олігополія", можна зробити висновок, що олігополія характеризується невеликою кількістю продавців, постачальників, споживачів та незначною кількістю фірм.

Звертаючись до олігополії як до виду ринкової структури варто сказати, що вона може існувати на ринках як стандартизованого (гомогенного), так і диференційованого (гетерогенного) продукту. Приклад перших – ринки алюмінію та нафти, приклад других – автомобільний ринок [3, с. 129].

Важливо зазначити, що олігополія посідає особливе місце між досконалою конкуренцією і монополією, тому її ознаки неоднозначні. Вона може передбачати ситуацію, коли дві або три фірми панують на ринку, або ж коли шість чи дванадцять фірм контролюють майже увесь ринок. Коли ми чуємо "велика четвірка" чи "велика сімка", то повинні орієнтуватися, що йдеться про олігополію [4, с. 150].

Не варто приховувати й те, що, на думку деяких економістів, олігополія навіть більш небезпечна, ніж монополія, оскільки чиста монополія перебуває під постійним контролем держави, а олігополія, маскуючись під монополістичну конкуренцію, обходить автимонопольне законодавство. Деякі вчені вказують на позитивний ефект олігополії. Вони вважають, що певні втрати суспільства від панування олігополії перекриваються вигодами від впливу олігополії на НТП [5].

Оскільки олігополія є достатньо поширеною, найбільш складною і найменш передбачуваною ринковою структурою, то слід відзначити основні моделі поведінки олігополіста у галузі ціноутворення:

1. Модель Курно. Сутність даної моделі полягає в тому, що кожна фірма розглядає рівень виробництва конкурента як фіксований, а потім визначає власний обсяг виробництва, щоб максимізувати прибуток.

2. Модель Бертрана. Ця модель говорить про те, що олігополіст визначає не обсяги виробництва, а ціну, яка забезпечить йому максимум прибутку за певної ціни конкурента.

3. Модель Штакельберга. Ця модель припускає неоднакову економічну силу конкурентів.

4. Ламана крива попиту. Ця модель також характеризує взаємне пристосування фірм, що конкурують на ринку олігополії.

5. Таємна змова. Між олігополістами можуть бути явні і неявні змови. Формою явної змови є картель.

6. Лідерство в цінах. Модель цінового лідера є однією з форм неявної змови конкурентів додержуватися на ринку стандартизованої продукції єдиної ціни.

7. "Витрати плюс". Перевага цього методу полягає у його простоті. Він не потребує глибокого вивчення кривих попиту, доходу, граничних витрат тощо.

8. Модель теорії ігор. Теорія ігор є формальним методом аналізу прийняття рішень олігополістом залежно від поведінки конкурентів, які також приймають рішення [6, с. 202–207].

Таким чином, дані моделі дають можливість визначити рівноважну ціну й об'єм випуску для олігополістичних фірм.

Варто звернути увагу на те, що олігопольна структура ринку посідає проміжне місце між монополією та монополістичною конкуренцією, тому деякі її ознаки не мають однозначного тлумачення, а саме:

1) на ринку функціонує кілька фірм;

2) продукт олігополістичної фірми може бути як стандартним, так і диференційованим;

3) характерною рисою олігополії є значна взаємозалежність фірм, що конкурують;

4) для олігополістичного ринку характерними є цінові війни;

5) вступ до галузі нових виробників дещо обмежений [6, с. 200–202].

Слід підкреслити те, що поведінка фірм на олігополістичних ринках уподібнюється поведінці армії на війні: фірми – суперники, а трофеєм виступає прибуток. Їхньою зброєю є контроль над цінами, реклама й об'єм випуску.



Особливої актуальності на сьогоднішній день на ринках набуває антимонопольне регулювання, що має ознаки олігополії. Незважаючи на неоднозначність тенденцій розвитку, олігопольний сектор економіки України залишається традиційно значним. У 2007 р. частка підприємств, що здійснюють підприємницьку діяльність на олігопольних ринках, становила 37,6 % загальнонаціонального обсягу реалізації товарів і послуг. У 2009 р. частка підприємств, що діють на ринку певного типу, у загальному обсязі виробництва становила 16,6 %. Збільшення частки олігопольних ринків за рахунок частки ринків з ознаками індивідуального домінування пояснюється, насамперед, зниженням рівня концентрації у нафтопереробці (внаслідок того, що з 2008 р. запрацював після реконструкції ВАТ "Лукойл – Одеський НПЗ"), у видобуванні металевих руд, а також зростанням частки відповідних ринків (насамперед, за рахунок ринків з конкурентною структурою) у хімічному виробництві [5].

Наведена статистика свідчить про те, що ризики одноосібного домінування на ринках України з кожним роком знижуються, поступаючи місцем ризикам колективного домінування. Під колективним домінуванням розуміємо певний тип конкурентної стратегії олігополістів, відповідно до якого два або більше незалежні господарські утворення, пов'язані певними економічними зв'язками (договорами, ліцензіями, неформальними домовленостями), разом займають на ринку домінуючу позицію та можуть діяти значною мірою незалежно від інших конкурентів, покупців, кінцевих споживачів продукції. Дослідження ж ринкової влади кожного із олігополістів окремо, як це має місце в Україні, дозволяє отримати лише фрагментарну картину ринку й недостатнє для встановлення факту колективного домінування. Існує нагальна потреба аналізу системи олігопольних національних ринків з метою виявлення ознак їх сприятливості реалізації стратегії колективного домінування та формування на цій основі каталогу ринків з високою координаційною здатністю, що стануть об'єктами постійного моніторингу та пильного державного контролю з боку Антимонопольного комітету щодо протидії колективній монополізації [7, с. 156–157].

Великим залишається питання щодо того, які саме ринки є небезпечними з точки зору реалізації стратегії колективного домінування. Для відповіді на дане питання проаналізуємо вибірку з близько 300 загальнодержавних товарних ринків України за окремими формальними ознаками координаційної здатності: рівнем концентрації, величиною та ступенем дисперсності олігопольного ядра ринку. Аналіз ступеня концентрації товарних ринків дозволив з усієї статистичної вибірки виокремити 146 ринків, що за структурними ознаками можуть бути віднесені до олігопольних ринків [7, с. 158].

На ринках асиметричної олігополії (понад 60 % олігопольних ринків України) досить високим залишається ризик одноосібного домінування лідера ринку [7, с. 158].

Більшу стурбованість викликають ринки симетричної олігополії, де єдність ринкових умов господарювання та рівність ринкових часток створюють сприятливі умови для паралельної поведінки як форми колективного домінування. На такі ринки у структурі олігопольних припадає 38 % [7, с. 158].

На жаль, структура вітчизняних олігопольних ринків фактично не відповідає ознакам розпливчатої олігополії. Разом із тим кількість ринків жорсткої та помірної олігополії в Україні є достатньою. Із залучених до аналізу 56 загальнодержавних симетрично олігопольних ринків 31 % або понад 55 % є ринками жорсткої олігополії, решта 45 % – ринки помірної олігополії [7, с. 159].

Як свідчать результати даного дослідження, ступінь дисперсності олігопольного ядра на помірні олігопольних ринках України коливається у межах від 0,036 на ринку функціонування залізничного транспорту до 0,54 на ринку холодного штампування та гнуття сталі [7, с. 160].

Як бачимо, наведена статистика свідчить про те, що олігопольний сектор економіки України залишається традиційно значним. Даний дослід показує, що каталог моніторингу олігопольних ринків повинні поповнити такі ринки: ринок видобування залізних руд, ринок добування мінеральної сировини для хімічної промисловості та виробництва мінеральних добрив, ринок сидру й інших фруктових вин, мінеральних добрив та азотних сполук, вогнетривких керамічних виробів, цементу та ін.

Отже, олігополія є галуззю, в якій більша частина продажу здійснюється кількома великими фірмами, кожна з яких спроможна впливати на ринкову ціну власними діями. Доведено, що олігополія охоплює значний ринковий простір між чистою монополією і монополістичною конкуренцією.

Науковий дослід показує, що олігополія існує лише тоді, коли кількість фірм у галузі така мала, що кожна при формуванні своєї цінової політики повинна брати до уваги реакцію зі сторони конкурентів. Також показано поведінку олігополіста, який завжди обирає таке співвідношення "ціна – обсяг", де обсяг менший, а ціна вища, ніж на конкурентному ринку, що змушує суспільство обмежити своє споживання і платити більшу ціну за продукцію.

Наук. керівн. Стрижак О. О.

- Література:** 1. Базилінська О. Я. Мікроекономіка : навчальний посібник для вищ. навч. закладів / О. Я. Базилінська, О. В. Мініна. – К. : Центр навч. літ., 2005. – С. 172–177. 2. Білецька А. В. Економічна теорія : Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка : навчальний посібник для студ. вищ. закладів / А. В. Білецька, О. В. Білецький. – К. : Центр навч. літ., 2005. – С. 381–388. 3. Андренюк А. В. Мікроекономіка : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів / А. В. Андренюк. – К. : Кондор, 2006. – С. 129–142. 4. Буряк П. Ю. Мікроекономіка : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів / П. Ю. Буряк ;

Львівська державна фінансова академія. – К. : Хай-Тек Прес, 2008. – С.150–156. 5. Звіт Антимонопольного комітету України за 2007 – 2009 роки. – К., 2009. 6. Стеблій Г. Я. Мікроекономіка : навчальний посібник / Г. Я. Стеблій. – К. : Фірма "ІНКОС", Центр навч. літ., 2007. – С. 200–207. 7. Герасименко А. Організаційно-економічний інструментарій виявлення практики колективного домінування на олігопольних ринках України / А. Герасименко // Підприємництво, господарство і право. – 2009. – № 7. – С. 156–160.

УДК 330.341.2(477)

Черкова М. Ю.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

РОЛЬ ІНСТИТУТІВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто основні теоретичні основи поняття "інститут", проведено аналіз впливу інституціональної теорії на економічний стан України у сфері її функціонування.

Аннотация. Рассмотрены основные теоретические основы понятия "институт", проведен анализ влияния институциональной теории на экономическое состояние Украины в сфере ее функционирования.

Annotation. The basic theoretical footings of concept "institute" have been examined. The analysis of the influence of institutional theory on the economic state of the Ukraine in the sphere of its functioning has been carried out.

Ключові слова: інституціоналізм, інститут, інституціональна економіка, економічна реформа.

Інституціоналізм – напрям, що отримав широке поширення в економічній науці. Його формує великий масив різномірних концепцій, спільною рисою яких є вивчення економічних явищ і процесів у тісному зв'язку із соціальними, правовими, політичними та іншими явищами і процесами. У загальному вигляді соціальними інститутами можуть бути організації, які формують соціально-економічне середовище ринкового господарства. Під інститутами розуміються також відмінні неформальні відносини, що регулюються традиціями, неписаними правилами поведінки, здобутими угодами і т. д. Вплив інститутів на економіку держави є одним із центральних питань дослідження, оскільки вони є керуючими ланками змін та реформ. Саме тому предметом даної статті є інститути, мета – визначення ролі інститутів в економіці України. Для розкриття мети стоять такі завдання: розглянути, чим є інститути та який вплив на економіку держави вони мають, вивчити різні думки авторів відносно даної тематики та зробити висновки відносно зробленої роботи.

Вперше інститути були введені в предмет економічної теорії представниками так званого старого інституціоналізму – американськими економістами Т. Вебленом (1857 – 1929), Д. Коммонсоном (1862 – 1945), У. Мітчеллом (1884 – 1948) [1]. Був створений новий напрям в економічній теорії. Вчені виступили з критикою існуючих на той час інститутів, підкреслили актуальність захисту інтересів робітників профспілками та державою.

Пізніше був сформований неоінституціоналізм, методологічною основою якого стала неокласична економічна теорія, що розглядає ринок як найбільш ефективний механізм функціонування економіки. Наприклад у кінці 1980 – 1990 рр. Д. Норт опублікував серію робіт, які розкривали питання ролі і призначення функціональних та інституційних змін в економіці. Ще один економіст Львов Д. С. акцентував увагу на визначенні місця інституційної теорії в економічній науці та впливі інститутів на економічні зміни в державі.

Наука, що вивчає інститути – інституціональна економіка – досліджує проблеми економічної теорії в їх взаємообумовленості з інституціональними змінами [2].

Основне завдання й значення інститутів полягає в організації взаємовідносин між людьми. Без інститутів розвинене соціально-економічне життя було б неможливе: суспільство становило б безліч не пов'язаних між собою сегментів, груп, індивідів. Розвиток й ускладнення соціально-економічних відносин йде разом з еволюцією інститутів. Аксиомою є той факт, що ігнорування – свідоме чи безсвідоме – ролі та значення інститутів та інституціональних змін, несумісництво запропонованих заходів з економічного реформування пануючої в суспільстві ієрархії інститутів первісно прирікає реформи на невдачу.

Труднощі, пов'язані з трансформацією народного господарства України в ринкову економіку, викликані досвідом економічних реформ, у першу чергу, відсутністю адекватного перехідного періоду економічної теорії. Основний теоретичний багаж реформаторів України базувався на західному досвіді минулих років та наукового мислення, що формувався в інших умовах й використовувався відносно інших реалій. Мова йде, в першу чергу, про неокласичну теорію, особливо про



один із її напрямів – монетаризм. Використана не в той час та не в тому місці вона в руках реформаторів принесла небажані результати, в результаті чого Україна перетворилася в трирозрядну державу з неясними перспективами.

В чому ж була основна теоретична помилка ідеологів економічної реформи? Якщо відповісти коротко, то в ігноруванні здобутку сучасної економічної думки. Аргументи прихильників альтернативних напрямів – неокейнсіанства, інституціоналізму й інших – або замовчувалися, або навмисно представлялися у спотвореному вигляді.

Покладаючись на "невидиму руку ринку", реформатори випустили з виду той факт, що на практиці "рука ринку" досить відчутна. Інститути – ось слово для розшифровки метафори А. Сміта. Перехід до ринку без побудови ринкових інститутів з неминучістю повинен був привести та привів до появи дикого капіталізму – з базаром замість ринку, криміналом замість держави, тотальним зубожінням замість формування заможного середнього класу, якого в Україні не існує.

Для зміцнення політики розвитку треба притримуватися тактики, яка буде зумовлена, по-перше, стабільністю політичних, соціальних та економічних інститутів, по-друге, зміною інституціональної системи для успішного проведення реформ, стабілізацією державного устрою і винайдено спонукальний механізм для підтримки нових законів та модифікації норм поведінки, що їх підтримують. У довгостроковій перспективі економічний розвиток потребує розробки нових законів та правил і неформальних обмежень.

Отже, відносно інституціонального стану економіки України можна зробити висновок, що була зроблена методологічна помилка при переході від командно-адміністративного устрою до ринкового, що накладає відбиток на сучасних умовах життя українців та не може забезпечити заможного існування для більшості верств населення. Причина неспроможності України відновити рівень життя закладена в нестабільності державного устрою, політичної, економічної та соціальної ситуації. Життям керують неформальні закони, які не можуть бути знищені за допомогою формального законодавства, що не виконується в певній мірі на території держави. На практиці для досягнення успіху та реформування застарілої системи треба використовувати інститути, які адаптовані до середовища та територіального устрою України, тому що саме інститути формують суспільство та його середовище. Людське суспільство є упорядкованою сумісною діяльністю людей, у якій вони зосереджують свої зусилля для досягнення загальної мети, що повинна відповідати вимогам та реаліям життя.

Але залишається багато ще нерозглянутих питань, які б могли стати ключовими у вирішенні проблеми України щодо покращення рівня життя та розуміння її стану на світовому ринку. Треба приділити увагу окремим інститутам, щоб зрозуміти їх функціонування та вплив на економіку держави, а також зробити аналіз їх взаємозв'язку, розглянути функціонування інститутів у різних державах та зробити висновок про помилки України щодо розуміння поняття "інститут" та його функціонування.

Наук. керівн. Стрижак О. О.

Література: 1. Ядгаров Я. С. История экономических учений : учебник для вузов / Я. С. Ядгаров. – 3-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 320 с. 2. Львов Д. С. Институциональная экономика : учебн. пособие / Д. С. Львов. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 318 с. 3. Нуреев Р. М. Постсоветский институционализм / Р. М. Нуреев, В. В. Дементьев. – Донецк : Каштан, 2005. – 480 с.

Стеценко Т. В.

УДК 331.522.009.12

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ

Анотация. Проведен анализ факторов, влияющих на уровень конкуренции на рынке труда в стране, ее спрос и предложение, изучена активность рынка труда, а также проанализированы итоги предыдущего года, динамика вакансий и резюме, разработаны прогнозы на следующий год.

Анотація. Проведено аналіз факторів, що впливають на рівень конкуренції на ринку праці в країні, її попит та пропозицію, вивчено активність ринку праці, а також проаналізовано підсумки попереднього року, динаміку вакансій та резюме, розроблено прогнози на наступний рік.

© Стеценко Т. В., 2011

Annotation. The analysis of the factors influencing the level of competition on a labor market in the country, its supply and demand is carried out, activity of a labor market and previous year results are analyzed, dynamics of vacancies and the resume is studied; forecasts for next year are developed.

Ключевые слова: экономика, рынок труда, конкуренция.

Рынок труда – совокупность социально-трудовых отношений в обществе по поводу найма и использования работников в сфере общественного производства, обусловленная многообразием форм собственности, неоднородностью рабочей силы и интересов субъектов производства.

Рынок труда – сфера формирования спроса и предложения на рабочую силу. Через рынок труда осуществляется продажа рабочей силы на определенный срок.

Основными компонентами рынка труда являются:

спрос на рабочую силу и предложение рабочей силы;

стоимость рабочей силы;

цена рабочей силы;

конкуренция между работодателями и работополучателями, работодателями и наемными работниками.

Конкуренция – соперничество участников рыночного хозяйства за лучшие условия купли-продажи товаров.

Проблема конкуренции на рынке труда актуальна в научном, практическом и образовательном аспектах.

Конкуренция является необходимым атрибутом рынка труда, одним из элементов его механизма. От масштабов, форм и методов конкуренции зависят как процессы развития данного рынка, так и качественно-количественные характеристики системы занятости. Это положение имеет особенное теоретическое и практическое значение для рыночных преобразований сферы занятости в Украине.

Процесс становления рынка труда сопровождается рядом негативных тенденций, среди которых: рост безработицы, снижение уровня жизни, углубление дифференциации доходов, низкий темп реструктуризации занятости, декартификация работников и т. д.

Предлагаемые западной экономической наукой формальные модели конкуренции на рынке труда мало пригодны для практического анализа конкурентных отношений сферы занятости в Украине, поскольку не позволяют учесть особенности условий их формирования, уровень развития рыночных начал, менталитет и поведенческие ориентиры населения. Необходима разработка теоретических основ исследования конкуренции на рынке труда, позволяющих учесть специфику данного рынка в трансформируемой экономике.

Украинское население, включая молодежь, слабо осознает необходимость и неизбежность участия в конкуренции, что определяет их пассивное поведение на рынке труда. Это обуславливает целесообразность изучения теоретических основ конкурентных отношений в сфере занятости.

Зарубежными учеными проанализирован механизм функционирования рынка труда (А. Смит, Дж. Милль, А. Маршалл, М. Фридмен, Д. Гилдер и др.), обоснована необходимость регулирования рыночных отношений в сфере занятости (Дж. Кейнс, Т. Веблен, Дж. Гэлбрейт и др.), разработаны теории сегментированного (Дж. Данлоп, П. Деренгер, М. Пайор, Р. Ловеридж, А. Мок и др.) и гибкого рынков труда (Р. Буае, Г. Стендинг и др.), человеческого капитала (Г. Беккер, Я. Минсер и др.) и социальных связей (М. Грановеттер).

Основополагающие идеи по теории конкуренции сформулированы в работах А. Смита, К. Маркса, Курно А. О., Ф. Эджуорта, Дж. Робинсона, Э. Чемберлина, Ф. Хайека, И. Шумпетера, В. Ойкена, Л. Эрхарда и др.

Целью, а также задачами данной статьи является глубокое изучение и анализ наиболее весомых факторов влияния на спрос и предложение на рабочую силу, изучение цены рабочей силы, а также непосредственной конкуренции в современной экономике нашей страны.

Итоги 2010 года на рынке труда следующие. Главными на рынке труда в 2010 году были позитивные тенденции: рост количества вакансий, снижение конкурса на рабочее место, стремление компаний инвестировать в персонал – кризис остался позади. Кроме того, 2010 год запомнится как год, который принес ряд неоднозначных практических нововведений и инициатив со стороны чиновников и бизнесменов. Наиболее значимым событием кадровики считают ратификацию закона об изменении порядка расчета больничных листов и декретных пособий, при этом отношение к этому новшеству у большинства из них крайне отрицательное.

Проанализируем активность рынка труда. В 2010 году рынок продемонстрировал нестандартную динамику. Так, в летний период не было отмечено традиционного для данного сезона замедления активности работодателей – рост числа вакансий продолжался в течение всего года. На графике (рис. 1) представлена динамика роста числа резюме и вакансий относительно уровня октября 2008 г., принятого за 100 %. Максимальное число вакансий в 2010 году было зафиксировано в ноябре, когда уровень октября 2008 года был превышен почти вдвое. Среднемесячный приток вакансий в базу ресурса за год составил 9,6 %. Активность соискателей на рынке труда в 2010 году, как обычно, носила волнообразный характер. Пик активности кандидатов пришелся на март. С мая по август наблюдался заметный спад, причинами которого стало начало сезона отпусков, а также аномальная жара, обрушившаяся летом. Осенью соискатели с большим энтузиазмом возобновили поиски работы, количество резюме стало расти и к концу года превысило докризисные значения на 73 % [1].

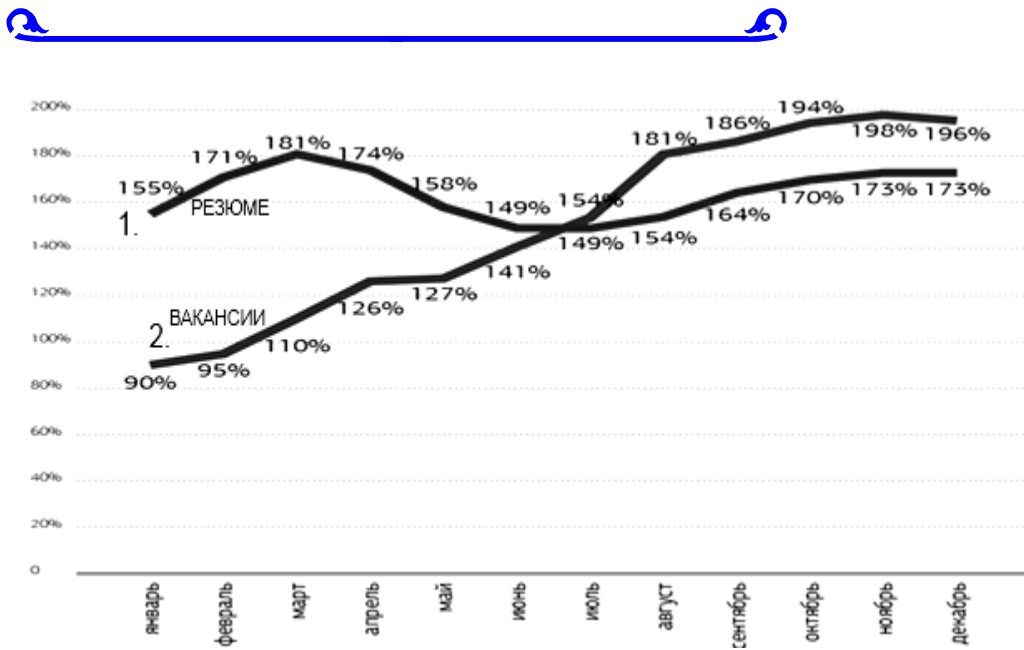


Рис. 1. Динамика резюме и вакансий относительно уровня 2008 года

Соотношение "предложения/спрос" в 2010 году, рассчитываемое для всей базы рекрутингового портала Superjob.ru, за первое полугодие уменьшилось практически вдвое, а во втором полугодии установилось на уровне 5,3 – 5,4 резюме на одну вакансию (рис. 2).

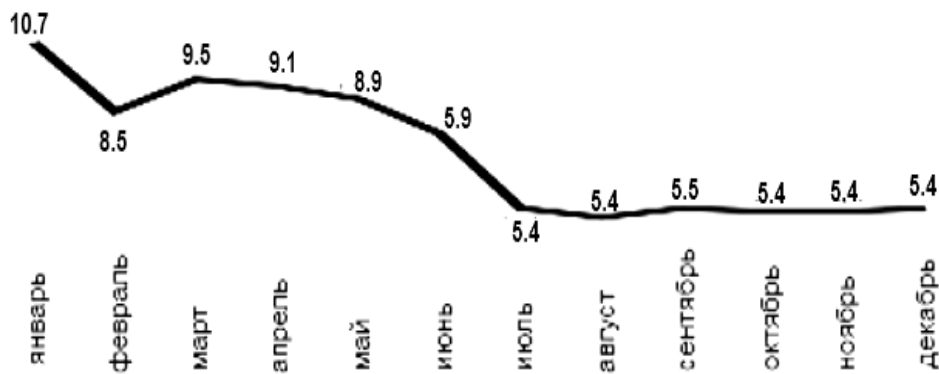


Рис. 2. Динамика соотношения предложения и спроса (количество резюме на вакансию) за 2010 год

Интерес представляет не только общая динамика, но и изменения в соотношении предложения и спроса по сферам деятельности. Снижение конкуренции соискателей наблюдается во всех сегментах. Наибольшая конкуренция за рабочее место в конце года была в сфере госслужбы (43 резюме на вакансию), наименьшая – среди рабочих (1,4 резюме на вакансию).

Рассмотрим рынок труда молодых специалистов. Прошлый год был, пожалуй, самым сложным для выпускников вузов. Новая двухуровневая система образования позволила сократить сроки обучения, что увеличило приток выпускников на рынок труда. 2010 год показал, что первый уровень высшего профессионального образования (бакалавриат) постепенно завоевывает признание со стороны работодателей. В прошлом году доля представителей компаний, рассматривающих соискателей-бакалавров (4 года обучения) наравне с претендентами, имеющими квалификацию специалиста (5 лет обучения), составила 43 %, в этом году – 44 %.

Таким образом, 2010 год принес множество позитивных изменений на рынке труда:

1. Активность работодателей росла круглый год, сезонных колебаний не наблюдалось, а количество вакансий превысило докризисный уровень в 2 раза.

2. Государственные службы оценили преимущества Интернет-рекрутинга: растет и количество вакансий от государственных учреждений и их значимость.

3. Конкуренция среди соискателей вернулась на докризисный уровень, соотношение "предложение/спрос" стабильно держится на отметке 5,3 – 5,4 резюме на вакансию.



4. Зарплатные предложения рынка достигают докризисного уровня в первом полугодии и продолжают дальнейший рост. Компании активнее осуществляют индексацию зарплат и выплату премий.

5. Восстанавливается объем компенсационных пакетов. Компании заботятся о здоровье сотрудников и инвестируют средства в обучение персонала.

6. Оптимизация расходов на персонал путем массовых сокращений окончательно теряет свою привлекательность. Акцент смещается в сторону привлечения временного персонала и внештатных работников.

7. Появляется больше предложений для выпускников и молодых специалистов.

Таким образом, была проанализирована ситуация конкуренции в современных условиях на рынке труда, исследованы итоги 2010 года, проанализирована активность рынка труда, динамика резюме и вакансий, а также динамика соотношения предложения и спроса на труд. Рассмотрена проблема спроса и предложения молодых специалистов на рынке труда как важнейший двигатель развития страны.

По данным проведенного анализа можно сделать следующие прогнозы:

1. В 2011 году сохранится высокая активность работодателей в сфере поиска персонала, вырастет объем рынка рекрутинговых услуг. Если в 2010 году объем этого рынка, по оценкам автора, составил порядка \$ 500 млн, то по итогам следующего года ожидается прирост на 15 – 20 % в денежном выражении.

2. Напряженность на рынке труда будет спадать, но для различных сегментов и региональных рынков это будет происходить с разной скоростью. Полагается, что в 2011 году в проблемных сегментах, где еще сохраняется напряженность, установится разумное соотношение предложения и спроса.

3. Зарплатные предложения будут расти, однако темпы роста, скорее всего, не превысят темпы 2010 года. Сформировав адекватные стартовые предложения, работодатели будут повышать их только для дефицитных и высококвалифицированных работников. Нашему рынку труда вновь предстоит вспомнить о "кадровом голоде", который коснется в первую очередь инженерно-технических специалистов и квалифицированных рабочих.

Научн. рук. Стрижак Е. О.

Литература: 1. Портал "Работа в Украине". – Режим доступа : www.superjob.ua. 2. Бушмарин И. В. Рынок труда в современной экономике. Общество и экономика / И. В. Бушмарин. – М., 2004. 3. Четвернина Л. Напряженность на рынке труда и механизмы ее преодоления. Вопросы Экономики / Л. Четвернина. – 2001. – № 2. – С. 115–131. 4. Портал "Державний комітет статистики України". – Режим доступа : www.ukrstat.gov.ua.

УДК 330.34.01

Кальніченко О. Б.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СТАЛОГО РОЗВИТКУ І ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. Розглянуто проблеми взаємозв'язку сталого розвитку і трансформаційної економіки. Виявлено сутність трансформаційної економіки, трансформаційного періоду, а також сталого розвитку через призму їх взаємодії. Обґрунтовано мету та завдання сталого розвитку в Україні. Розроблено основні напрямки та заходи переходу до концепції сталого розвитку в Україні.

Аннотация. Рассмотрены проблемы взаимосвязи устойчивого развития и трансформационной экономики. Выявлена сущность трансформационной экономики, трансформационного периода, а также устойчивого развития через призму их взаимодействия. Обоснованы цель и задачи устойчивого развития в Украине. Разработаны основные направления и меры перехода к концепции устойчивого развития в Украине.

© Кальніченко О. Б., 2011



Annotation. The problems of the relationship of sustainable development and transformation of the economy are considered. The essence of transformational economic transformation period, as well as sustainable development through the prism of their interaction are revealed. Legitimate purpose and objectives of sustainable development in Ukraine, and major directions and measures to move the concept of sustainable development in Ukraine have been worked out.

Ключові слова: сталий розвиток, трансформаційна економіка, трансформаційний період, заходи переходу до сталого розвитку, концепція сталого розвитку.

Трансформаційні процеси в економіці розглядаються різними економістами з багатьох аспектів. Є дуже багато дискусій стосовно сутності та визначення терміна "трансформаційна економіка", основних передумов, суперечностей, шляхів і моделей трансформації, основних закономірностей та основних ринкових реформ, їхньої чисельності та обґрунтувань їх послідовності. Зокрема, Волинський Г. С., Геєць В. М., Злупко С. М., Заблоцький Б. Ф. та багато інших вітчизняних вчених досліджували ці питання. Деякі аспекти трансформаційної економіки досліджені також у роботах: А. Гальчинського, Я. Жаліла, Л. Абалкіна, В. Радаєва, Є. Гайдара, А. Бузгаліна та ін.

В той же час залишаються недостатньо вивченими питання взаємозв'язку економічного розвитку, а саме сталого розвитку та трансформаційних перетворень. Незрозумілими є механізми взаємодії та впливу одне на одного. Таким чином, основною метою статті є виявлення цього взаємозв'язку та дослідження сталого розвитку в трансформаційній економіці, розробка концепції сталого розвитку в Україні та переходу до неї.

Мета статті полягає у формуванні цілісного уявлення про взаємозв'язок сталого розвитку та трансформаційного періоду в Україні, аналізі сутності та складових сталого розвитку в країнах із трансформаційною економікою, формулюванні основних напрямів і заходів щодо посилення позитивних тенденцій сталого розвитку трансформаційних країн.

Згідно з обраною темою дослідження були встановлені та вирішені такі завдання: охарактеризована сутність трансформаційної економіки та сталого розвитку в її умовах; проаналізований взаємозв'язок між сталим розвитком та трансформаційною економікою; визначені мета, завдання сталого розвитку як основного напрямку трансформації економіки; розроблені заходи переходу до сталого розвитку в Україні.

Об'єктом дослідження є економічні системи країн з трансформаційною економікою.

Предметом дослідження – взаємозв'язок сталого розвитку з трансформаційною економікою та заходи переходу до нього.

З огляду на безліч дискусій стосовно визначення терміна "трансформаційна економіка" зупинимося на такому, який підтримує більшість вчених нашої країни. Зупинимося на думці Волинського Г. С. стосовно визначення цього поняття. Відповідно до нього "згаданий процес трактується як перехід від командної економіки до ринкової" [1, с. 94].

Трансформаційний процес охоплює усі соціально-економічні сфери. Причому форми впливу, перебудови дуже різноманітні. Період їх умовного закінчення, тобто входу країни на новий рівень економічного розвитку, а також стабілізації соціальних і політичних структур і може скласти зміст перехідного періоду [2, с. 73].

Таким чином, трансформаційний період є довгостроковим і різноманітним процесом економічних, соціальних перетворень у кожній країні. Але не слід забувати про ще одну останню складову, але не останню за значенням. Це – екологічна складова, яка становить одну з часток сталого економічного розвитку. Зазначене питання є дуже болючим та актуальним для української економіки і суспільства загалом.

Саме тому, обираючи шлях чи модель трансформації економіки країни, її розвитку, необхідно за основу брати "...інтереси людини, її прагнення жити і творити у гармонії з природою..." [3]. Іншими словами, обираючи будь-яку стратегію реформування економіки країни, потрібно керуватися принципами сталого розвитку країни. Визначимо сутність сталого розвитку з огляду на українську практику.

Сталий розвиток України – це процес розбудови держави на основі неподільності проблем збереження довкілля і процесу соціально-економічного розвитку з домінуванням критеріїв, вимог та показників якості навколишнього природного середовища [3].

Таким чином, визначивши сутність трансформаційної економіки та сталого розвитку, можна зробити таке узагальнення: трансформаційні процеси охоплюють зміну соціальної та економічної сфер життєдіяльності суспільства країни, а сталий розвиток країни охоплює окрім соціально-економічної складової ще екологічну. Таким чином, поняття "сталий розвиток" ширше, ніж трансформаційна економіка.

Саме тому трансформаційні процеси в українській економіці мають йти під егідою розробленої концепції сталого розвитку, оскільки остання охоплює всі сфери життєдіяльності суспільства. Дуже важливим є вирішення мети, завдань та безпосередньо заходів і напрямів переходу до стратегії сталого розвитку України. Тим паче, що для її реалізації в країні є всі підстави. І це не тільки суттєво деградоване природне середовище і високий рівень забруднення, але й кризовий стан в економіці та соціальній сфері. Україна є типовим прикладом негармонізованого суспільства.

За 15 – 20 років Україна, маючи приблизно однакові стартові умови кінця 80-х років минулого століття з іншими країнами пострадянського простору, пройшла через різні політичні, економічні, соціальні, ментальні трансформації. Україна стала найгіршим прикладом цих трансформацій, що позначилося і на індексі сталого розвитку.

Група постсоціалістичних країн, які на початку своєї незалежності мали приблизно рівні стартові умови, станом на 2008 рік виявилися досить "розкиданими" в рейтинговій таблиці за індексом економічного виміру. Так, Угорщина – 40-ве місце (Іекв = 0.423), Латвія – 41-ше місце (Іекв = 0.420), Польща – 46-те місце (Іекв = 0.400), Україна – 91-ше місце (Іекв = 0.319) [4].

Індекс соціального виміру (Ісв): Угорщина – 32-ге місце (Ісв = 0.686), Польща – 36-те місце (Ісв = 0.664), Латвія – 47-ме місце (Ісв = 0.649), Україна – 72-ге місце (Ісв = 0.554) [4].

Індекс екологічного виміру (Іев): Латвія перебуває на 16-му місці (ESI = 0.604), Угорщина – на 55-му (ESI = 0.520), Польща – на 105-му (ESI = 0.450), Україна – на 110-му (ESI = 0.447) [5].

Постсоціалістичні країни виявилися "розкиданими" з 28-го по 88-ме місце в рейтинговій таблиці за індексом сталого розвитку: Латвія – 37-ме (Іср = 0.612), Угорщина – 44-те (Іср = 0.599), Польща – 61-ше (Іср = 0.557), Україна – 88-ме (Іср = 0.508) [4].

Ситуація у 2009 році дещо змінилася, індекс сталого розвитку склав 0.668, що дозволило Україні перейти на 51 місце з 91-го місця. У рейтинговій таблиці за індексом економічного виміру Україна з 0.319 піднялася до 0.595. Індекс екологічного виміру склав 0.705 у 2009 році проти 0.447 у 2008. Індекс соціального виміру – 0.705 (таблиця).

Індекс споживчих цін у 2010 році був на рівні 113,1 %, а індекс цін виробників промислової продукції – 114,4 %. Загальний обсяг промислового виробництва по місту мав обсяг 705,0 млн грн, що з урахування індексу цін становить 144,4 % відносно до 2009 року. Ураховуючи нестабільність фінансово-економічної ситуації у 2009 році, більш об'єктивнішим є порівняння показників із 2008 роком, тому, порівнюючи з 2008 роком, обсяги збільшились на 10,6 %.

У 2010 році найбільшого збільшення обсягів виробництва досягнуто в таких галузях промисловості: металургійне виробництво – 226,3 млн грн (в 2,3 раза), хімічна – 121,7 млн грн (в 1,5 раза), харчова – 26,7 млн грн (в 1,6 раза), виробництво іншої неметалевої продукції 209,3 млн. грн (в 1,2 раза) [6].

Таблиця

Індекс сталого розвитку у деяких постсоціалістичних країнах станом на **2009** рік [5]

Рейтинг	Країна	ВВП на душу населення	Індекс сталого розвитку (Іср)	Індекс економічного виміру (Іекв)	Індекс екологічного виміру (Іев)	Індекс соціального виміру (Ісв)
28	Slovenia	\$21,000	0.760	0.710	0.767	0.802
29	Slovakia	\$15,800	0.755	0.726	0.783	0.755
31	Hungary	\$16,100	0.749	0.713	0.763	0.772
33	Poland	\$12,700	0.728	0.657	0.754	0.773
38	Estonia	\$16,400	0.717	0.823	0.576	0.751
43	Russia	\$10,700	0.693	0.615	0.767	0.696
47	Latvia	\$13,000	0.688	0.727	0.598	0.740
51	Ukraine	\$6,800	0.668	0.595	0.705	0.705
68	Kazakhstan	\$8,800	0.644	0.656	0.630	0.645

Таким чином, з урахуванням особливостей трансформаційного періоду в Україні основною метою та пріоритетними завданнями будуть такі:

соціальні: система влади (законодавча, виконавча, судова), яка встановлювала б політичну направленість об'єднання та визначення поглядів, філософського, ідеологічного, культурного розмаїття; рівновага прав та обов'язків особистості перед суспільством; рівність усіх перед законом;

економічні: економічна здатність задоволення матеріальних, соціальних, культурних потреб населення; справедливий розподіл багатства для зменшення нерівності між найбагатшими та найбіднішими;

екологічні: гармонійне співіснування людини та природи. Кожне покоління створює необхідні нові технології, підходи, ноу-хау та передає своїм наступникам примноження потенціалу творення доброти наступним поколінням, поліпшення якості життя при збереженні довкілля та ресурсів.

З огляду на зазначені статистичні дані та окреслені цілі можна стверджувати, що українська економіка характеризується покращенням за останні роки, тобто у період трансформаційних змін вектор розвитку країни обраний правильно. Але це лише верхівка айсбергу. Начебто намітилась позитивна тенденція за всіма показниками сталого розвитку, але з огляду на економічну, соціальну та екологічну ситуації в Україні важко відразу сказати, що намітилась така тенденція. Для економіки нашої країни характерними є низка економічних негараздів, соціальних проблем, подекуди в країні виникають екологічні катастрофи. Нещодавно Україну сколихнула соціальна і політична кризи.



Усі перелічені негаразди в Україні потребують вирішення за допомогою розробки та впровадження заходів переходу до сталого розвитку, тобто формування концепції сталого розвитку України.

Звичайно ця концепція була розроблена і затверджена Верховною Радою України (ВРУ). Але насправді ця концепція має дуже багато суперечностей, хоча, це не новина. Більшості законодавчих актів, що прийняті ВРУ, характерні проблемність, суперечливість положень, невідповідність сучасним умовам господарювання; численні неузгодження; тривалий термін прийняття нормативно-правових та підзаконних актів; можливість подвійного тлумачення; відсутність системного підходу до формування законодавчої та нормативно-правової бази. Зокрема, зазначені проблеми є характерними як безпосередньо для концепції сталого розвитку України, так і для взаємодії з іншими нормативно-правовими актами України.

Оскільки процес переходу України на основу сталого розвитку дуже складний і довготривалий, то слід виділити декілька етапів трансформації, кожному з яких характерні свої завдання, пріоритети, умови та заходи реалізації.

Перший етап (перехідний) – подолання соціально-економічної кризи, забезпечення макроекономічної стабілізації і створення умов для відновлення регулювання економічної діяльності, збереження довкілля, розроблення нормативно-правових актів, спрямованих на формування засад для підвищення рівня життя населення, збалансування виробництва і споживання, переходу до світових стандартів екологічної безпеки.

Першочерговими завданнями на цьому етапі є:

- створення нормативно-правової бази переходу до сталого розвитку;
- формування ефективної структури управління збереженням довкілля, розмежування повноважень у цій сфері між органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування;
- створення нормативно-правової бази переходу до сталого розвитку;
- упровадження ефективних механізмів щодо забезпечення енерго- та ресурсозбереження;
- відновлення раціональних економічних зв'язків і використання виробничого потенціалу для регулювання власних потреб і потреб експорту, особливо продукції агропромислового комплексу, металургії, машинобудування, легкої та деревообробної промисловості;
- забезпечення захисту внутрішнього ринку сільськогосподарської та промислової продукції;
- підтримка соціального сектору економіки;
- формування екологічної культури громадян.

На цій стадії важливе значення має технічне переоснащення матеріального виробництва та невиконавчої сфери, вдосконалення організаційних форм управління. На базі широкого використання новітніх технологій повинні розв'язуватися проблеми енерго- і матеріалозбереження, планомірно здійснюватися структурна переорієнтація економіки. Технологічні й структурні зміни у виробничому процесі, у свою чергу, сприятимуть розв'язанню проблеми збереження довкілля.

Другий етап – ефективне вирішення завдань структурної перебудови економіки, перехід до екосистемного планування, застосування переважно економічних механізмів стимулювання та регулювання структурних перетворень, розв'язання паливно-енергетичної проблеми, забезпечення високої якості життя населення і рівноправного партнерства України у світовому економічному співтоваристві, демократизація суспільства, гармонізація відносин суспільства і природи, забезпечення збалансованого використання природно-ресурсного потенціалу.

Третій етап – забезпечення сталого соціально-економічного розвитку відповідно до вимог законодавства, організація нових секторів і галузей суспільного виробництва з метою задоволення потреб населення, створення глобальної системи екологічної безпеки.

Таким чином, на трансформаційному етапі розвитку країни створюються усі ринкові ознаки та покращується ситуація у всіх сферах життєдіяльності суспільства країни. Дуже важливим є сталий розвиток, який забезпечує гармонійний розвиток країни, бо диспропорції в Україні достатньо не тільки в економіці, а й у соціальній та екологічній сферах. Саме тому першочерговим завданням є правильне формулювання цілей та завдань цього розвитку заради правильної розробки концепції сталого розвитку та її ефективного впровадження реалізацією позитивного ефекту. Усе це викликало необхідність написання цієї статті.

Наук. керівн. Стрижак О. О.

Література: 1. Волинский Г. С. Некоторые вопросы рыночной трансформации и макроэкономической динамики переходной экономики / Г. С. Волинский // Социальная экономика. – 2009. – № 4. – С. 94–98. 2. Ткаченко В. А. Перехідна економіка: закономірності, соціоекономічні чинники та концептуальні підходи // Вісник Академії економічних наук. – 2008. – № 1. – С. 72–78. 3. Концепція переходу України до сталого розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.greenparty.ua/>. 4. Згуровський М. Україна у глобальних вимірах сталого розвитку [Електронний ресурс] / М. Згуровський. – Режим доступу : <http://www.dt.ua/>. 5. http://wdc.org.ua/454konomicheskaya-geografiya/indeks-ustoichivogo-razvitiya/456ndeks-stalogo-rozvitku-dan456-za-2006-r456k/456ndeks-stalogo-rozvitku?set_language=en&cl=en. 6. <http://www.korosten.in.ua>. 7. Про Концепцію сталого розвитку України : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.legality.kiev.ua/.

Студент 1 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИ ОБЛІКУ ПРАЦІ ТА РОЗРАХУНКАХ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

Анотация. Досліджено комп'ютерні технології, що відіграють дуже важливу роль у діяльності підприємства, особливо в розрахунках заробітної плати працівників.

Аннотация. Исследованы компьютерные технологии, которые играют очень важную роль в деятельности предприятия, особенно в расчетах заработной платы работников.

Annotation. Computer technologies which play an important role at enterprises and mostly help in the calculation of salaries are investigated.

Ключові слова: праця, комп'ютерні технології, розрахунок, заробітна плата.

Важливу роль у розрахунковій діяльності підприємства відіграє нарахування заробітної плати. Заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку власник або уповноважений ним орган сплачує працівникові за виконану ним роботу відповідно до трудового договору. Розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства, установи, організації і максимальним розміром не обмежується. Питання державного і договірного регулювання оплати праці, прав працівників на оплату праці та їх захисту визначаються Кодексом законів про працю, Законом України "Про оплату праці" та іншими нормативно-правовими актами. Форми і системи оплати праці, норми праці, розцінки, тарифні ставки, схеми посадових окладів, умови запровадження та розміри надбавок, доплат премій, винагород та інших заохочувальних, компенсаційних і гарантійних виплат встановлюються підприємствами, установами, організаціями самостійно у колективному договорі з дотриманням норм і гарантій, передбачених чинним законодавством [1]. Для кожного підприємця чи бухгалтера рано чи пізно постає питання, як правильно зробити розрахунок заробітної плати того чи іншого працівника.

Будь-які бухгалтерські операції на будь-якому підприємстві сьогодні проводяться з використанням комп'ютера, тому що це значно підвищує ефективність праці [2]. За допомогою програмного середовища Visual Basic можливо здійснити розрахунок заробітної плати працівника з урахуванням доплат за групами. Згідно з чинним законодавством існують різні види доплат. На важких роботах, на роботах зі шкідливими і небезпечними умовами праці, на роботах з особливими природними географічними і геологічними умовами та умовами підвищеного ризику для здоров'я встановлюється підвищена оплата праці. У підвищеному розмірі нараховується також заробітна плата за суміщення посад, працю у нічний час тощо.

Для прикладу візьмемо вугільне підприємство. Необхідно визначити заробітну плату робітника (ZP), ураховуючи його розряд по спеціальності (R) і стаж роботи (St) з використанням такої формули:

$$ZP = Okl \times Kpc,$$

де Okl – оклад робітника, грн; Kpc – коефіцієнт, який ураховує розряд робітника і стаж його роботи (в роках).

Також згідно з діючим законодавством слід урахувати доплати за групами та наявність або відсутність премії. Премія у даному випадку становить 20 % від окладу працівника і виплачується всім працівникам у тому разі, якщо діяльність підприємства була прибутковою, тобто виконано або перевиконано план робіт на місяць.

На вугільному підприємстві існують такі види доплат: за тяжкі умови праці та роботу у нічний час (доплати, котрі мають компенсуючий характер), бригадирам з числа працівників (доплати, котрі мають стимулюючий характер), за багатозмінний характер роботи (доплати, пов'язані з особливим характером роботи).

У програмному середовищі Visual Basic за допомогою оператора If можливо зробити необхідні розрахунки. Для нарахування доплат за групами та премії на формі необхідно розмістити такий елемент управління, як CheckBox. Таким чином, можливо регулювати наявність або відсутність премії чи доплат за групами. Отже, загальний вигляд форми до реалізації програми ілюструє рис. 1.



Рис. 1. Видягд форми до реалізації

Доплати стимулюючого характеру, згідно з колективним договором на цьому підприємстві, становлять 10 % від окладу працівника, компенсуючого характеру – 30 % від окладу, за особливий характер робіт – 15 %.

Коефіцієнт, який враховує розряд робітника і стаж його роботи, коливається від 0,8 до 1,2 залежно від стажу та розряду працівника. Фрагмент програмного коду:

```

***
If (IntRazriad * IntStash <= 8) Then
  SngKoeph = 0.8
Elseif (IntRazriad * IntStash > 15) Then
  SngKoeph = 1.2
Else
  SngKoeph = 1
End If

```

Отже, форма після реалізації програми матиме вигляд (рис. 2).

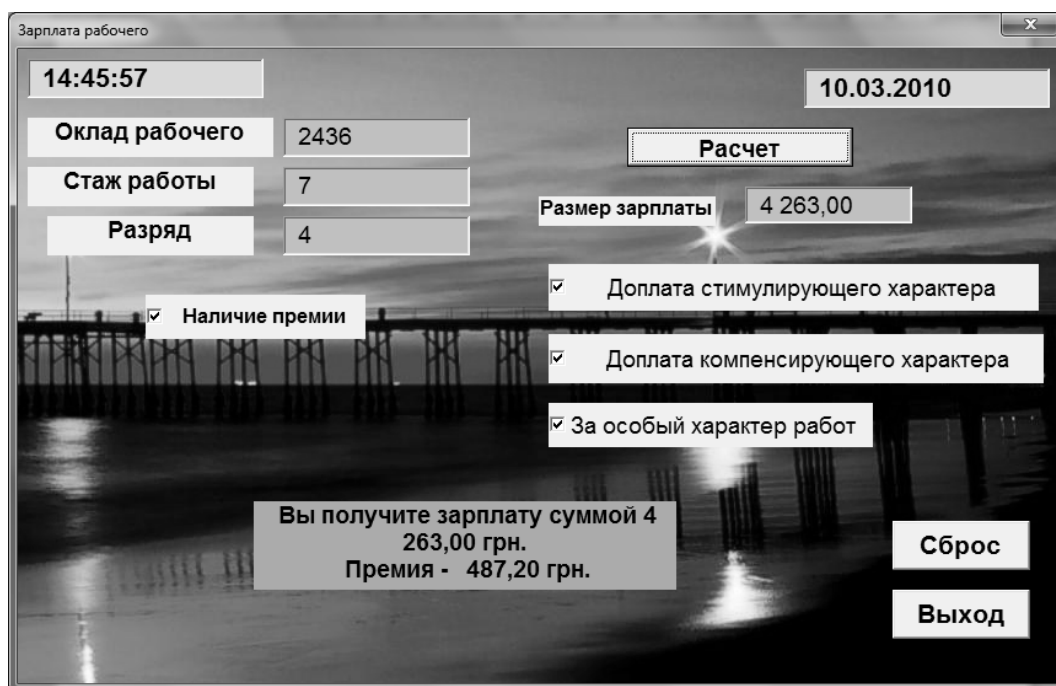


Рис. 2. Реалізація програми

Підводячи підсумок, можна сказати, що комп'ютерні технології дуже глибоко проникли в життя сучасної людини. Як бачимо, на прикладі використання програмного середовища Visual Basic вони значно полегшують розрахунок заробітної плати у різноманітних умовах виробництва.

До того ж використання комп'ютерних технологій у сучасному суспільстві, а особливо на підприємствах, є необхідним, бо значно підвищує ефективність праці. Тому діяльність будь-якої установи немислима без опори на сучасні інформаційні технології високого рівня.

Наук. керівн. Борозенець І.О.

Література: 1. Кодекс законів про працю України: Текст відповідає офіц. станом на 1 грудня 2005 р. – К. : Школа, 2006. – 112 с. 2. <http://www.zponline.com.ua/node/9>

УДК 005.57:004.78

Іванова Т. І.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ГЕОГРАФІЧНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ІНФОРМАЦІЄЮ

Анотація. Розглянуто основні особливості географічних інформаційних систем, їх переваги та перспективні тенденції розвитку. Обґрунтовано мотивації впровадження ГІС-технологій у процес управління бізнесом.

Аннотация. Рассмотрены основные особенности географических информационных систем, их преимущества и перспективные тенденции развития. Обоснованы мотивации внедрения ГИС-технологий в процесс управления бизнесом.

Annotation. This article describes the basic features of geographic information systems, their advantages and future trends. The reasons of implementation of GIS-technologies in the process of business management are justified.

Ключові слова: інформаційні системи, географічні інформаційні системи, просторові дані, бізнес-інформація.

З позиції ділового бачення інформаційна система становить організовані та управлінські рішення, засновані на інформаційних технологіях, у відповідь на виклик, що посилається ззовні. У свою чергу, інтенсивний розвиток інформаційних технологій зумовив появу нових можливостей інформаційних систем в управлінні, серед яких провідне місце займають географічні інформаційні системи (ГІС), здатні забезпечувати вирішення проблем у діловому навколишньому середовищі за рахунок прийняття більш обґрунтованих управлінських рішень.

Зокрема, з огляду на те, що власникам і керівникам підприємств доводиться приймати рішення в умовах високого ризику і невизначеності, питання впровадження сучасних можливостей ГІС у процес управління бізнесом набуває особливо важливого значення.

Метою даного дослідження є аналіз природи та сутності ГІС, з'ясування економічної доцільності впровадження ГІС-технологій у процес управління бізнесом, а також визначення перспективи їх розвитку в комерційному секторі. Для досягнення поставленої мети треба вирішити такі завдання: розглянути основні особливості ГІС-технологій, визначити їх конкурентні переваги та перспективні тенденції розвитку.

У сучасному розумінні географічна інформаційна система (ГІС) – інноваційна комп'ютерна технологія, яка здійснює збір, відображення, обробку, аналіз і розповсюдження інформації щодо просторово розташованих об'єктів і явищ реального світу на основі електронних карт і пов'язаних з ними баз даних та супроводжуючих матеріалів. Ця технологія поєднує традиційні операції роботи з базами даних, такими, як запит і статистичний аналіз, з перевагами повноцінної візуалізації у вигляді різних карт, графіків, діаграм і географічного (просторового) аналізу, які надає карта [1, с. 22].

Ці особливості відрізняють ГІС від інших інформаційних систем і забезпечують унікальні можливості для її застосування в широкому спектрі завдань, пов'язаних з аналізом і прогнозуванням явищ та подій навколишнього світу; з осмисленням і виділенням головних факторів і причин, а також їх можливих наслідків; із плануванням стратегічних рішень і поточних наслідків виконаних дій.

© Іванова Т. І., 2011



Значною перевагою ГІС є те, що вона здатна об'єднувати два принципово різних типи даних і надавати широкий спектр картографічних інструментів і засобів просторового аналізу даних.

Перший тип визначає форму і місце розташування об'єкта або явища – це просторові дані. За формою подання їх можна розділити на векторні і растрові. Підвидом растрових даних є зображення – цифрові космічні, аеро- і звичайні фотознімки, будь-які оптично відскановані документи та картинки, в тому числі і паперові карти. Даними другого типу є додаткові відомості про географічне об'єкті (наприклад, число населення в місті) – це атрибутивні дані. Просторові дані є основою для створення базової карти, атрибутивні надають цій карті більший сенс і специфіку [1, с. 23–24].

Наявність суттєвих переваг ГІС зумовили їх широке використання для вирішення надзвичайно важливих завдань, що стоять перед бізнесом. Адже ГІС – це інструментальний засіб для управління бізнес-інформацією будь-якого типу з точки зору її просторового розташування. Додатки цієї технології у сфері бізнесу є доволі різноманітними.

Одним із найбільш поширених ділових використань ГІС є виявлення оптимальних ділянок для ефективного розміщення об'єктів, інші додатки включають ринковий аналіз і планування, матеріально-технічне постачання та розподіл, техніку моделювання експлуатаційних умов, а також моделі територіального розширення банків та інших підприємств. Відповідно це свідчить, що багато функціональних областей у бізнесі використовують ГІС, щоб розпізнавати й управляти їх географічними залежностями [2, с. 45].

На даному етапі розвитку ГІС-технологій широко використовуються вже розроблені спеціалізовані інформаційні пакети, що забезпечують вирішення типових бізнес-завдань, переважно із сімейства продуктів ESRI. До складу запропонованого сімейства програмних продуктів для сфери бізнесу входять: Arc View GIS, Atlas GIS, ArcLogistics Route, Arcinfo, GIS for SAP/R3, Spatial Database Engine, MapObjects IMS, ArcIMS, картографічні Інтернет-сервери ArcView IMS [3, с. 157].

Переваги, одержувані від впровадження ГІС у бізнес, можна умовно розділити на п'ять категорій:

1) зростання продуктивності. ГІС дозволяє підвищити продуктивність роботи не за рахунок введення додаткових ресурсів, а в результаті зниження грошових витрат і часових витрат персоналу на виконання певного обсягу робіт або надання послуг, що забезпечує досягнення того ж результату швидше, а іноді меншою кількістю людей;

2) покращення рівня обслуговування. Скорочується час реагування, збільшується швидкість обслуговування або зменшуються зусилля, що вимагаються від споживачів, щоб зробити замовлення або виконати деяку операцію.

Так, організація Dallas Area Regional Transit (DART) у штаті Техас, упровадивши ГІС, зменшила середній час переадресації запитів клієнтів з 45 до 10 секунд;

3) підвищення ефективності діяльності. Використовуючи ГІС, можна обчислити сукупний ефект від реалізації запланованого проекту з урахуванням різних завдань, які він покликаний вирішити. Наприклад, ГІС дозволяє швидко виконати попередні проектні роботи з будівництва нового житлового комплексу, що дає можливість розглянути більшу кількість факторів і альтернативних методів;

4) отримання великого прибутку за рахунок більш точного обліку. Використання ГІС дає можливість застосовувати просторовий аналіз об'єктів для виявлення їх властивостей і відносин, зокрема тих, що залишаються непоміченими при звичайному аналізі табличних або статистичних даних;

5) можливість передбачення критичних ситуацій і стихійних лих. ГІС може надавати дані про стан транспортних шляхів та інженерних комунікацій, переміщення транспортних засобів, про перешкоди та обмеження руху, що, у свою чергу, дозволяє ефективно контролювати організаційні процеси підприємства [4].

Таким чином, ГІС, маючи ряд суттєвих переваг над іншими інформаційними системами, є перспективною сучасною технологією, що динамічно розвивається.

Можна виділити такі тенденції розвитку технології та програмного забезпечення ГІС:

1) розвиток ГІС рухається до створення територіально-розподілених систем, розрахованих на багато користувачів, з доступом через локальні обчислювальні мережі та Інтернет;

2) створюються спеціалізовані сервери додатків – ГІС-сервери, що виконують основні розрахунки при обробці геопросторових даних, що дають користувачам можливість звертатися до функціональності ГІС через централізований сервер спільного використання;

3) відбувається поступова інтеграція різних інформаційних систем та ГІС. На даному етапі вже активно поширюється використання для вирішення маркетингових завдань інтегрованих інформаційних систем (ІС) на основі маркетингових інформаційних систем (МІС) та геоінформаційних систем (ГІС), які відомі як геоінформаційні системи (ГІС) [2, с. 49–50].

ГІС дозволяє комплексно вирішувати ряд завдань і включати у вирішення маркетингових завдань дані, які раніше оброблялися поза технологіями і маркетинговими інформаційними системами. Така інтеграція даних і комплексна обробка відноситься до технологій "Бізнесу у високому темпі" CALS.

Поява таких інтегрованих інформаційних систем зумовлена тим, що кожен з регіонів має свою специфіку. Бізнес-стратегія, яка веде до успіху в Києві, може не працювати в Харкові або Львові. ГІС, аналізуючи ринок, допомагають визначити, які продукти і послуги найкращим чином відповідають способу життя і прибуткам мешканців конкретної місцевості. Ці технології дозволяють

отримувати багатомірний зріз місцевого ринку для оптимального планування торгових площ, прогнозу обсягів продажів, проведення маркетингових заходів тощо. ГМІС дає можливість перетворити статистичні і географічні дані в інформацію, що використовують у процесі прийняття рішень, у вигляді карт [3, с. 155–156];

4) здійснюється подальший ідеологічний рух ГІС від систем відображення і найпростішого аналізу до аналітичних систем і систем підтримки прийняття рішень [2, с. 50].

Таким чином, аналіз сутності ГІС-технологій, переваг їх упровадження у процес управління бізнесом, а також перспектив їх розвитку дозволяє зробити такі висновки:

1) геоінформаційні системи є засобом, що дозволяє прискорити і підвищити ефективність процедури прийняття рішень за рахунок аналізу просторових даних, а також представлення результатів аналізу в наочному і зручному для сприйняття вигляді;

2) упровадження інноваційних ГІС-технологій у процес управління бізнесом дають можливість підвищити ефективність роботи підприємства, а також істотно збільшити його прибуток;

3) ураховуючи наявність у власників і керівників підприємств мотиваційної потреби в інноваційному вдосконаленні бізнесу, можна прогнозувати появу і розвиток комерційних ГІС, які зможуть проникнути на ринок і отримати своє широке поширення.

Наук. керівн. Затхей В. А.

Література: 1. Грабауров В. А. Информационные технологии для менеджеров / В. А. Грабауров. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 368 с. 2. Сиротин И. Бизнес и ГИС / Илья Сиротин // СІО. – 2005 – № 1. 3. Ершов Г. В. Использование ГИС для маркетингового управления и анализа / Г. В. Ершов // Вестник ОГУ. – 2005. – № 10. 4. www.govtech.net/.

УДК 657.22:004.78

Писарева О. А.

Студент 1 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ: РОЗВИТОК ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Анотация. Розкрито риси інформаційної технології в бухгалтерському обліку, особливості розвитку та перспективи.

Аннотация. Раскрыты особенности информационной технологии в бухгалтерском учете, особенности развития и перспективы.

Annotation. Specific features of information technologies in bookkeeping, its peculiarities and prospects are revealed.

Ключові слова: бухгалтерський облік, інформаційні технології, організації, автоматизація, операції.

На сучасному етапі розвитку економіки користь від інформаційних технологій є очевидною, проте, незважаючи на це, існує ще досить багато проблем щодо автоматизації діяльності підприємств та їх облікових підрозділів. Так, у майже 40 % підприємств України бухгалтерський облік неавтоматизований взагалі або автоматизовані окремі його ділянки. Проблема створення та впровадження інформаційних систем на підприємстві залишається однією з найскладніших в Україні. Упровадження інформаційної системи передбачає важку попередню роботу з реорганізації та відмову від застарілих стереотипів.

Сучасна технологічна революція має свої відмінні риси, що визначають її унікальність у новітній історії людства. Вони полягають у тому, що інформаційні технології, за влучним висловом авторів одного з американських досліджень, є "інструментами мислення, які збільшують інтелектуальні можливості людини так само, як технології промислової революції збільшили її мускульну систему".

© Писарева О. А., 2011



У наш час без комп'ютерної техніки та програмного забезпечення не може діяти навіть найменше підприємство. Зайняти лідируюче положення на ринку, підвищити ефективність роботи персоналу, створити оптимальну структуру управління – найважливіші завдання керівника підприємства. У бухгалтерській діяльності це особливо важливо, що обумовлює необхідність застосування пакетів програм для бухгалтерського обліку, впровадження яких підвищує оперативність обробки даних. Проблема оцінки можливостей та впровадження інформаційних систем бухгалтерського обліку на сьогодні залишається досить актуальною, оскільки з їх впровадженням праця стає більш творчою, спрямованою на організацію та вдосконалення обліку.

З точки зору фахівців, які здійснюють свою діяльність у сфері інформаційних технологій, фірми, підприємства є організаціями з переробки та передачі інформації. Грошові процеси, які протікають в організаціях, повинні бути інтерпретовані як процеси обробки, зберігання, захисту і перенесення інформації. Це стосується рівною мірою як розрахункових процесів, що маніпулюють інформацією про прибутки, витрати організації, так і процесів управління організацією та прийняття рішень. Особливо яскраво така інтерпретація проявляється, коли всі фінансові процедури не потребуватимуть паперових грошей і документів, а будуть полягати в комп'ютерній обробці і передачі інформації. Маючи на увазі таку перспективу, не можна переоцінювати роль комп'ютерних інформаційних систем і комп'ютерних телекомунікацій.

Інформаційні й комунікаційні технології – це найважливіший засіб підвищення ефективності керування практично в усіх сферах людської діяльності. Досвід індустріально розвинених країн свідчить, що інформаційні технології не просто виконують допоміжні функції в діяльності компанії і органів влади, а й стали їхнім невід'ємним компонентом [1].

Однією із перспективних сфер застосування інформаційних систем та комп'ютерних технологій на підприємствах є економічний аналіз на основі даних бухгалтерського обліку. Обчислювальна техніка істотно підвищує якість обробки облікової інформації, змінює зміст та організацію праці облікового персоналу, а саме: зменшується кількість ручних операцій з обробки первинних документів, систематизації облікових показників, заповнення регістрів та звітних форм. Застосування комп'ютерних технологій у бухгалтерському обліку значно підвищує продуктивність праці бухгалтерів.

Бухгалтерський облік є системою, яку не можна в повному обсязі спостерігати з позиції одного спостерігача в часі і просторі. Система бухгалтерського обліку є підсистемою складнішої системи, тобто системи управління. Бухгалтерський облік – це інформаційна система, оскільки її основним завданням є збирання, обробка та надання інформації. Крім того, це документальна система, оскільки бухгалтерський облік не може функціонувати без документів. Отже, бухгалтерський облік – це велика і складна інформаційно-документальна підсистема системи управління [2].

У системі бухгалтерського обліку координаційним центром є бухгалтерія. Отримання інформації, необхідної для управління, забезпечується за допомогою комплексу комп'ютерних програм обробки обліково-економічної інформації.

Дані про господарські процеси надходять у систему обліку безперервно по інформаційних входах, а потім, після перетворення, використовуються для інформаційного обміну із зовнішнім середовищем і всередині системи господарського обліку.

Для бухгалтера з обліку заробітної плати його автоматизоване робоче місце – це сукупність таких ресурсів, за допомогою яких він має можливість отримувати інформацію про виробіток продукції та відпрацьований час працівників, аналізувати отримані дані і за допомогою комп'ютерної техніки проводити нарахування заробітної плати та інших виплат працівникам, бо цей процес є досить складним. На кожному підприємстві є бухгалтер із заробітної плати, який слідує за її нарахуванням. Це досить трудомістка праця, тому на багатьох підприємствах її намагаються автоматизувати. Один із методів полегшення розрахунків є використання програмного середовища Visual Basic for Applications (VBA). Переваги VBA: висока швидкість створення програм із графічним інтерфейсом для MS Windows; простий синтаксис, що дозволяє дуже швидко освоїти мову; можливість як компіляції в машинний код, так і інтерпретації під час налагодження. Програма, створена в середовищі VBA, проста у використанні і не потребує особливих знань. Вона дозволяє повністю автоматизувати розрахунок заробітної платні [3].

Наприклад, для нарахування заробітної плати працівника бухгалтер змушений проаналізувати та опрацювати велику кількість інформації: стаж працівника, його розряд, його кваліфікацію і т. д. А в програмному середовищі VBA це можна зробити дуже швидко, варто тільки створити свою власну програму, ввести туди ті критерії, які будуть необхідні для розрахунку заробітної плати. Бухгалтеру залишається тільки ввести деякі дані, а всі розрахунки програма виконає самостійно.

Наведемо приклад створення такої програми. Ця програма буде використовуватися при розрахунку заробітної плати робочих з урахуванням таких фактів: тип підприємства, стаж, розряд і оклад працівника. Також буде використовуватися коефіцієнт заробітної плати, який залежить від типу підприємства і стажу працівника.

Преміювання працівників здійснюється відповідно до положення про преміювання, яке затверджується керівниками установ за погодженням із профспілковим комітетом.

На рис. 1 наведений фрагмент програмного коду процедури нарахування заробітної плати працівника з урахуванням премії.

```
' Общий расчет
If (OptОбычные.Value = True) Then
    If IntStaj <= 3 Then
        SngKoeff2 = 1
    ElseIf IntStaj < 10 Then
        SngKoeff2 = 1.3
    Else
        SngKoeff2 = 1.5
    End If
Elseif (OptМеталлургические.Value = True) Then
    If IntStaj <= 3 Then
        SngKoeff2 = 1.5
    ElseIf IntStaj < 10 Then
        SngKoeff2 = 1.7
    Else
        SngKoeff2 = 2
    End If
Else: SngKoeff2 = 2.5
End If
'Расчет квалификации
IntKvalif = IntRozriad * IntStaj
TxtКвалификация.Text = Format(IntKvalif, "# ##0")
If IntStaj > 10 Then
    CurZp = CurOklad * SngKoeff2 * 1.1
Else: CurZp = CurOklad * SngKoeff2
End If
TxtЗарПлата.Text = Format(CurZp, "# ##0.00")
TxtКэффицент.Text = Format(SngKoeff2, "# ##0")
StrSoob = "Зароботная плата работника составила " &
Format(CurZp, "# ##0.00") & " грн." & " Выплатить рабочему з/п?"
MsgBox StrSoob, vbInformation + vbYesNo, "Оплата"
StrSoob2 = "Стаж работника составляет" & Format(IntStaj, "# ##0") &
" лет" & vbCrLf & _
" соответственно его квалификация равна " &
Format(IntKvalif, "# ##0") & "," & vbCrLf & _
" а зароботная плата составляет" & Format(CurZp, "# ##0.00") &
" грн."
LblРезультат.Visible = True
LblРезультат = StrSoob2
End Sub
Private Sub SpРазряд_Change()
    TxtРазряд.Text = Format(SpРазряд.Value, "# ##0")
End Sub
Private Sub TxtРазряд_Change()
    'Расчет стажа работы
    Dim DtmOkonch As Date
    DtmOkonch = CDate(TxtДатаПост.Text)
    IntStaj = DateDiff("yyyy", DtmOkonch, DtmSegodnya)
    TxtСтаж.Text = Format(IntStaj, "# ##0")
End Sub
```

Рис. 1. Фрагмент програмного коду процедури нарахування заробітної плати працівника з урахуванням премії

На рис. 2 можна побачити зовнішній вигляд програми, який вона матиме при її завантаженні.

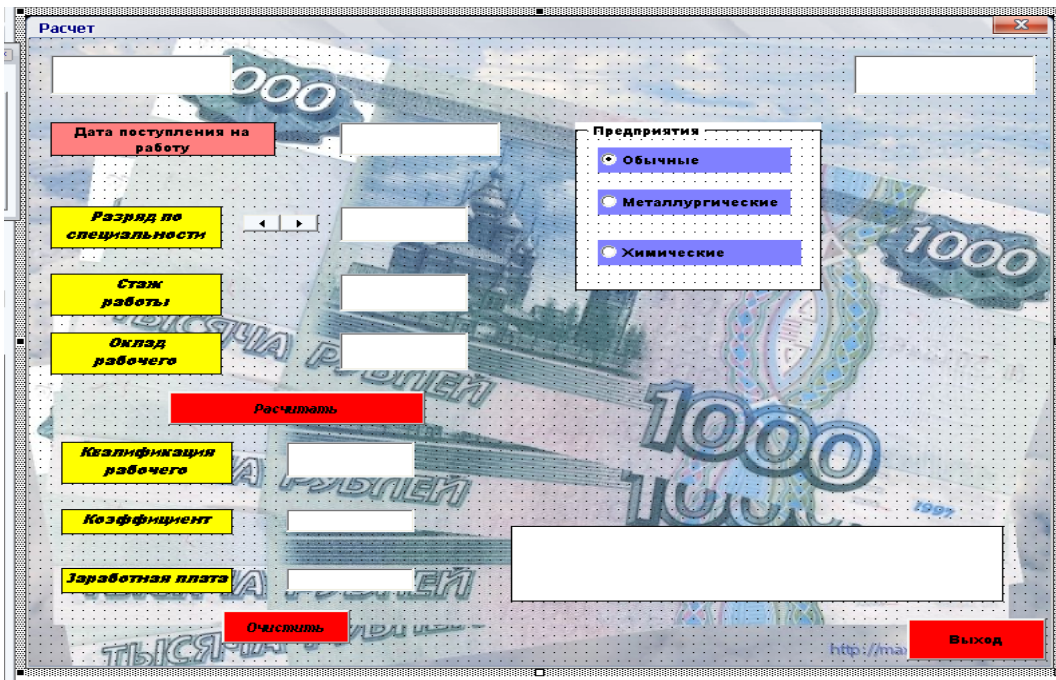


Рис. 2. Зовнішній вигляд форми під час завантаження

На рис. 3 наведений результат нарахування заробітної плати після введення бухгалтером відповідних даних про працівника.

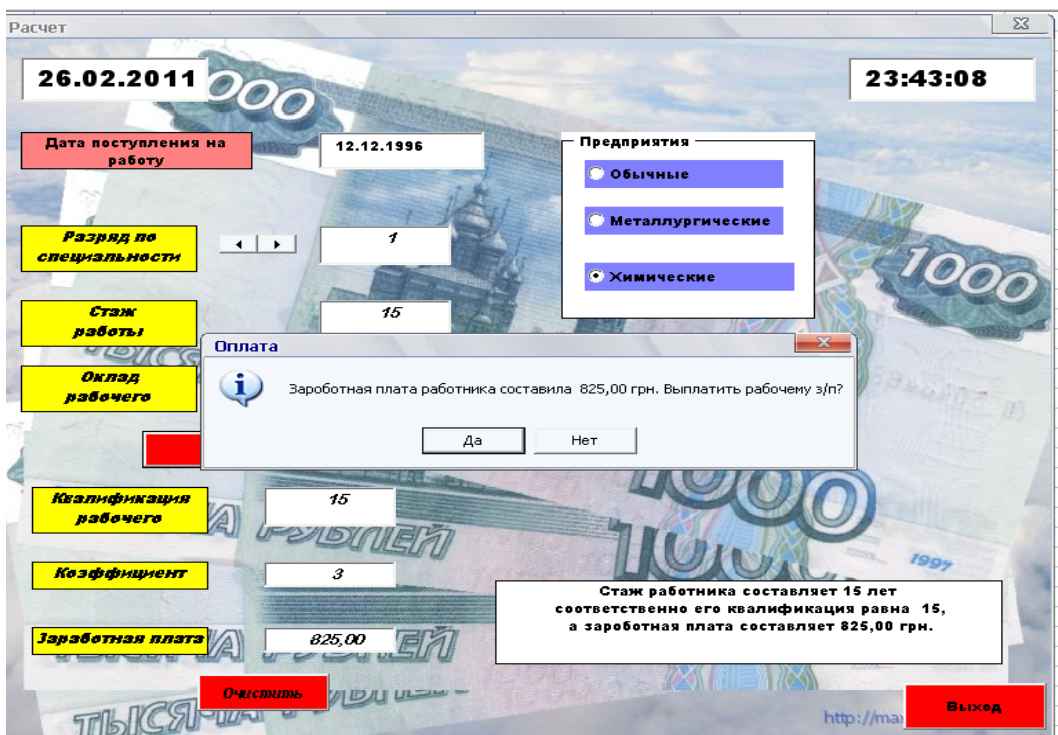


Рис. 3. Результат роботи програми для розрахунку заробітної плати

Безперечно, майбутнє бухгалтерського обліку, як і економіки в цілому, залежить від інформаційних технологій. Застосування цих технологій на практиці значно полегшує роботу працівників цієї сфери, адже значна частина інформації оброблюється комп'ютером, що дозволяє зробити розрахунки значно швидше й точніше.

Як відомо, використання комп'ютерних технологій значно підвищує продуктивність праці бухгалтерів. Створення та використання комп'ютерної системи бухгалтерського обліку сприяє не тільки прискоренню процесу обробки інформації на підприємствах, але й суттєвому покращенню його організації. Такі можливості зумовлені тим, що комп'ютерний спосіб обробки інформації вимагає формального та чіткого опису облікових процедур у вигляді алгоритмів, що приводить до впорядкування виконання обов'язків працівників бухгалтерської служби. Упровадження інформаційної системи дозволяє переходити на нові методи управління, на якісно новий рівень менеджменту і ведення бухгалтерського обліку та є стратегічно важливим для будь-якого підприємства. Розглянемо позитивний результат упровадження інформаційної системи на підприємстві, яким може бути:

- впорядкування бухгалтерського обліку;
- збільшення кількості інформації, що надходить з даних бухгалтерського обліку;
- зниження кількості бухгалтерських помилок;
- підвищення оперативності обліку.

Таким чином, до переваг, які отримує підприємство від упровадження облікових систем, можна віднести:

- економію оборотних засобів;
- зниження виробничого браку;
- скорочення витрат на адміністративно-управлінський апарат;
- зростання ефективності виробничих потужностей;
- зниження транспортних витрат;
- зниження страхових запасів на складах;
- зменшення витрат часу на здійснення господарських операцій.

Дуже важливою властивістю інформаційної технології є те, що для неї інформація є не тільки продуктом, але і вихідною сировиною. Безсумнівною перевагою інформаційної технології є те, що вона сама створює засоби для своєї еволюції. Формування системи, що саморозвивається, – найважливіший підсумок, досягнутий у сфері інформаційної технології.

Таким чином, усі названі риси інформаційної технології вказують на те, що вона й у майбутньому залишиться найперспективнішим видом технології, що допоможе людині впевнено крокувати шляхом прогресу.

Наук. керівн. Ковріжних І. П.

Література: 1. Шквір В. Д. Інформаційні системи і технології в обліку : навч. посібник / В. Д. Шквір, А. Г. Загородній, О. С. Височан. – Львів : Вид-во Нац. ун-ту "Львівська політехніка", 2005. – 376 с. 2. Івахненко С. В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту : навч. посібник / С. В. Івахненко. – К. : Знання-Прес, 2003. – 349 с. 3. Інформаційні системи бухгалтерського обліку : підручник / Ф. Ф. Бутинець, С. В. Івахненко, Т. В. Давидюк та ін. – Житомир : ПП Рута, 2002. – 544 с.

УДК 336.221.24(477):[004.738.5:339.176]

Білик В. І.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

НОВИЙ ПОДАТКОВИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ ТА ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНИ

Анотація. Проаналізовано новий податковий кодекс України, що передбачає закриття Інтернет-магазинів, що не мають власного офісного приміщення. Розкрито історію розвитку Інтернет-магазинів, їх переваги та недоліки.

Аннотация. Проанализирован новый налоговый кодекс Украины, который предполагает закрытие Интернет-магазинов, которые не имеют собственного офисного помещения. Раскрыты история развития Интернет-магазинов, их преимущества и недостатки.

Annotation. New Tax Code of Ukraine which requires the closure of online stores that don't have their own office space is analysed. What it is fraught which, the history of online stores, their advantages and disadvantages are disclosed.

Ключові слова: Інтернет-магазини, Інтернет-торгівля, новий податковий кодекс України.

Багато хто думає, що історія існування Інтернет-магазинів почалася тоді, коли Інтернет вийшов за межі дослідницьких центрів і перетворився у Всесвітню павутину. Згідно з цим



сценарієм, стрімко розвиваючись, нова індустрія запропонувала людству не тільки спосіб спілкування, а й значно спростила організацію його побуту – з'явилися Інтернет-магазини, Інтернет-банки і навіть спеціально розроблені Інтернет-гроші [1].

Однак це не так, ідея створення Інтернет-магазинів дещо старше. У 1979-му році послуга "відеотекст" надавала кінцевим користувачам текстову інформацію. Це відбувалося здебільшого у Великобританії через відеокасети. Але в 1979 році Майкл Олдріч дав концепцію "Телемагазин" (сьогодні це Інтернет-магазин), яка зробила революцію у бізнесі. Те ж саме відбувалося і в США в тому ж році і з тими ж послугами: CompuServe. У 1980-му році Мінітель вдається запустити "відеотекст" як сервіс онлайн-рішень, онлайн-покупок. Термінал підключався в телефонну мережу і мав функцію чата. Мінітель – прообраз сучасного Інтернету, що був успішно запущений у Франції і Великобританії, але у Великобританії він мав менший успіх. У 1987 році "SWREG" (відгалуження CompuServe) – співтовариство розробників програмного забезпечення – створили електронний ринок, де змогли продавати свою продукцію, використовуючи "торгові рахунки". Таким чином, це і був перший Інтернет-магазин. У 1990-му році Тім Барнерс-Лі написав Worldwide Web і перший Інтернет-браузер. Це змінило сутність речей та, власне, стало справжньою революцією. У 1992-му році виходить книга Шнайдера під назвою "Магазин майбутнього".

У 1994-му Netscape випустила браузер Navigator, а потім представила світу Secure Sockets Layer (SSL) — спосіб шифрування для безпечної передачі даних через Інтернет. У тому ж році Pizza Hut почала приймати онлайн-замовлення на власному сайті. У 1995-му Amazon.com почав продажі в Інтернеті, тим часом Джеф Безос запускає першу комерційну радіостанцію, яка віщає 24 години на добу. Тоді радіо НК та NetRadio також починають свою діяльність. Такі компанії, як Del та Cisco, почали використовувати Інтернет у всіх своїх операціях. У цьому році відкривається перший аукціон на eBay. У 1998-му році у Сполучених Штатах Америки починається продаж електронних поштових марок онлайн, які можна було придбати і завантажити для друку. У 1999 році між компаніями Business.com та eCompanies відбулася угода у 7,5 млн доларів. Перший файловий обмінник Napster запускає програмне забезпечення. У 2000-му році з'являється перша електронна біржа, але через спекуляції швидко руйнується. eBay у 2002-му році купує PayPal за 1,5 млрд доларів. Amazon.com у 2003-му році публікує перший звіт про річний прибуток, тим самим робить істотною свою присутність на фондовому ринку. У 2007-му, поступившись великим гравцям в технологіях домену, Business.com був проданий за 345 млн доларів RH Donnelley.

У США у 2008-ому році спостерігається величезне зростання електронної комерції. Продажі перевищують 204 млрд доларів, що на 17 % більше показника 2007-го року. Станом на 2009-й рік продажі Інтернет-магазину Amazon.com складають 2 500 млн доларів, річне зростання продажів – 14 %. Продажі Інтернет-аукціону eBay – 1 890 млн доларів [2].

Для багатьох людей, навіть тих, хто ознайомлений з мережею Інтернет, електронні магазини — це ще екзотика, і потрібен час, щоб процес купівлі через Інтернет став повсякденною справою. Упереджене ставлення до онлайн-покупок існує переважно у тих, хто жодного разу не робив цього. Отже, значні проблеми становлення Інтернет-торгівлі – це моральна неготовність людей робити покупки через Інтернет та недовіра до мережі Інтернет, як до чогось нового і незвіданого [3].

Інтернет-магазини мають багато переваг:

1. Низькі ціни. Більшість товарів в мережі Інтернет можна придбати за нижчу ціну, ніж у звичайному магазині. Це обумовлено зниженими витратами самого магазину.
2. Економія часу. Купівля необхідного товару через Інтернет може відбуватися цілодобово, без перерви, свят або вихідних.
3. Безкоштовна доставка (у більшості випадків).
4. Свобода вибору. Відвідувачі Інтернет-магазинів мають повну, нічим не обмежену свободу вибору. Сформована заявка надходить не на склад рядового роздрібного магазину, а на найбільший оптовий склад, де є величезний вибір товарів.
5. Психологічний комфорт. Відвідувачі Інтернет-магазинів не стовхаються в натовпі покупців, не чекають, коли підійде вільний менеджер, не вислухують надокучливі поради. Відсутній будь-який тиск з боку продавця. Консультації здійснюються через службу online-підтримки. Крім того, є можливість замовити товар, якого ще немає на складі.
6. Зручність оплати. Клієнти можуть вибрати найбільш оптимальний для них спосіб оплати обраного товару: готівкою при доставці кур'єром, поштою або банківським переказом, оплатою кредитною карткою або електронними грошима (WebMoney, Яндекс-Гроші і т. д.).
7. Анонімність. Про придбання відвідувачів Інтернет-магазинів ніхто не дізнається, якщо тільки вони самі цього не захочуть, адже в Інтернет-магазині можна зареєструватися під будь-яким ім'ям [4].

Недоліками Інтернет-магазинів є:

1. Неможливість безпосередньо перевірити (потримати, помацати) товар, що купується.
2. Проблеми з часом доставки.
3. Можливість того, що замовлений товар переплутають за якимись ознаками (колір, модель, вид і т. д.).
4. Замовлення може бути загубленим (але буває дуже рідко).
5. Те, що не всі магазини підтримують електронні валюти (електронні гроші) [5].
6. Покупцеві не надається ніяких гарантій, що виниклі під час купівлі проблеми зможе вирішити сам Інтернет-магазин.

В Україні можуть заборонити дистанційну торгівлю без наявності офісного приміщення, в якому здійснюється оформлення документів купівлі-продажу товарів. Така норма міститься в законопроекті "Про внутрішню торгівлю" [6].

"Суб'єкт торгівельної діяльності для здійснення дистанційної торгівлі повинен мати офісне приміщення, в якому проводиться оформлення документів з купівлі-продажу товарів. Донесення до покупця інформації про товари та договору купівлі-продажу дистанційної торгівлі здійснюється суб'єктом господарювання за допомогою каталогів, буклетів, проспектів, засобів зв'язку, поштового зв'язку, телебачення, радіо, інформаційних мереж, зокрема, мережі Інтернет", – йдеться в тексті документа [7].

Новий податковий кодекс передбачає скасування єдиного податку для Інтернет-торговців (виключення можливості здійснювати торгівлю через Інтернет магазини за спрощеною системою оподаткування). Кожен з них щомісяця вносив до бюджету країни 200 грн. Якщо підрахувати, Інтернет-магазини займають більше 9 % продажів всієї побутової техніки, а це близько 1 млрд 200 млн грн. Але податки з цієї суми можуть не піти до бюджету держави [8].

Якщо проект буде прийнятий, це вдарить як по тим Інтернет-магазинам, що тільки-но почали свою діяльність, так і по тим, що вже вдало працюють. Дохід з діючих Інтернет-магазинів у середньому невеликий, тому це дозволяло їм спокійно працювати при єдиному податкові (200 грн). Новий податковий кодекс України буде вимагати від Інтернет-магазинів близько 65 % прибутку віддавати в державну скарбницю.

Якщо це все-таки станеться, у Інтернет-підприємців не буде іншого виходу як:

піти із зони ".Ua" (таким чином не асоціюватися з українським підприємництвом);

"піти в тінь" і взагалі не сплачувати податків;

піти в системи, які можуть агрегувати платежі і виплачувати гроші нерезидентам, через які і будуть проводитися операції;

чесно сплачувати всі податки [9].

Відповідна до нового податкового кодексу діяльність Інтернет-магазинів просто нівелює їх основні переваги – дешевизну та зручність. Багатох з них розтопчуть конкуренти, тому що конкуренція дуже велика, а українська Інтернет-торгівля ще дуже молода і повноцінно ще не сформувалася.

Введення в дію положень податкового кодексу поверне Інтернет-торгівлю у 1990-ті роки: кодекс створює умови, за яких неможливо працювати і бути при цьому прибутковим, отже, всі будуть іти "в тінь", при цьому середня і нижня гілки влади отримають для Інтернет-торгівлі дуже короткий повідець і всі відповідні можливості для корупції. Якщо компанія вийде із законного поля, її стає набагато легше контролювати. У 1990-ті роздрібна торгівля відкривалася масово та без єдиного документа, але перебувала у підпорядкуванні у місцевих органів влади [10].

Необхідно, безумовно, змінювати новий податковий кодекс України і брати приклад з більш розвинених західних країн, де економічна політика уряду дуже сприятлива до розвитку Інтернет-бізнесу. У США були оголошені 10-річні податкові канікули на всі види електронної торгівлі. Такі програми варто було б запровадити і українському уряду [9].

Наук. керівн. Затхей В. А.

Література: 1. <http://www.tyrmnetmag.ru/>. 2. <http://www.studio19-87.ru/>. 3. <http://www.webstarstudio.com/>. 4. <http://www.promsistema.dp.ua/>. 5. <http://sulexa.com/>. 6. <http://news.ub.ua/>. 7. <http://forum.liga.net/>. 8. <http://www.sta.gov.ua/>, <http://ubr.ua/>. 9. <http://www.broadband.org.ua/>. 10. <http://www.business-resurs.com.ua/>.

УДК 657.22:004.78

Бурлака С. М.

Студент 1 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РОБОТІ БУХГАЛТЕРА

Анотація. Досліджено розвиток і впровадження інноваційних технологій для полегшення економічних розрахунків, зокрема нарахування заробітної плати працівникам.

Аннотация. Исследованы развитие и внедрение инновационных технологий для упрощения экономически расчетов, к которым относится начисление заработной платы работникам.

© Бурлака С. М., 2011

ISS

"Управління розвитком", №16(113)2011



Annotation. The future development and introduction of innovative technologies for simplification, of economic calculations as far as workers wages are concerned is investigated.

Ключові слова: бухгалтерський облік, інформаційні системи, заробітна плата.

Автоматизація і введення інформаційних систем бухгалтерського обліку на підприємстві та підготовка фінансової звітності в податкові органи є одним з найважливіших завдань. Чим же можуть допомогти бухгалтеру інформаційні системи? Комп'ютерна програма дозволить заощадити його час і сили за рахунок автоматизації рутинних операцій, знайти арифметичні помилки в обліку і звітності, оцінити поточне фінансове становище підприємства і його перспективи.

Створення і функціонування інформаційних систем в управлінні економікою тісно пов'язані з розвитком інформаційної технології – головної складової частини автоматизованих інформаційних систем.

Автоматизована інформаційна технологія – системно організована для вирішення завдань управління сукупність методів і засобів реалізації операцій збору, реєстрації, передачі, накопичення, пошуку, опрацювання і захисту інформації на базі застосування розвинутого програмного забезпечення, засобів обчислювальної техніки і зв'язку, а також способів, за допомогою яких інформація пропонується користувачам.

Сучасний етап розробки інформаційних систем в економіці характеризується створенням нових видів інформаційних систем, до яких належать експертні системи, системи підтримки прийняття рішень, інформаційно-пошукові системи, системи зі штучним інтелектом, виконавчі інформаційні системи та ін. Комп'ютерні інформаційні системи належать до класу складних систем, які містять у собі багато різноманітних елементів, що взаємодіють.

Все зростаючий попит в умовах ринкових відносин на інформацію та інформаційні послуги зумовив те, що сучасна технологія опрацювання інформації орієнтована на застосування досить широкого спектра технічних засобів і, насамперед, електронних обчислювальних машин і засобів комунікацій. На їх основі створюються обчислювальні системи і мережі різних конфігурацій не тільки для накопичення, збереження, опрацювання інформації, а й для максимального наближення термінальних пристроїв до робочого місця фахівця або керівника, що приймає рішення. Це є досягненням багаторічного розвитку автоматизованих інформаційних технологій [1].

Діяльність працівників сфери управління (бухгалтерів, фахівців кредитно-банківської системи, плановиків та ін.) зараз орієнтована на використання розвинутих технологій. Організація і реалізація управлінських функцій вимагає радикальної зміни як самої технології управління, так і технічних засобів опрацювання інформації, серед яких головне місце посідають персональні комп'ютери. Вони дедалі більше перетворюються із систем автоматичного переопрацювання вхідної інформації у засоби накопичення досвіду управлінських працівників, аналізу, оцінки й вироблення якнайефективніших економічних рішень.

Автоматизоване робоче місце бухгалтера – це сукупність таких ресурсів, за допомогою яких він має можливість отримувати інформацію про виробіток продукції та відпрацьований час працівників, аналізувати отримані дані і за допомогою комп'ютерної техніки проводити нарахування заробітної плати та інших виплат працівникам, бо цей процес є досить складним. Створення автоматизованих робочих місць припускає, що основні операції з накопичення, збереження й обробки інформації покладаються на обчислювальну техніку, а користувач виконує частину ручних операцій і операцій, що вимагають творчого підходу у підготуванні управлінських рішень [2].

На кожному підприємстві є бухгалтер, який слідкує за нарахуванням заробітної плати. На багатьох підприємствах намагаються автоматизувати цей процес, адже для нарахування заробітної плати працівника бухгалтер змушений проаналізувати та опрацювати велику кількість інформації: стаж працівника, його розряд, категорію, а також визначити суму, яка буде утримана з його заробітної плати.

Зараз оподаткування заробітної плати відбувається таким чином: збір до пенсійного фонду складає 2 %, збір до фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності – 1 %, а до фонду соціального страхування на випадок безробіття – 0,6 %, також 15 % від заробітної плати утримуються згідно із законом про оподаткування фізичних осіб [3].

Преміювання працівників здійснюється відповідно до положення про преміювання, яке затверджується керівниками установ за погодження з профспілковим комітетом.

Існує безліч програм, які дозволяють полегшити розрахунок заробітної плати. Одним із прикладів є програма, розроблена в середовищі Visual Basic for Application (далі – VBA).

Дана програма розраховує заробітну плату залежно від кількості відпрацьованих працівником за місяць годин, стажу працівника, його розряду, а також від наявності премії. Тут також ураховується податок, який утримується із заробітної плати. Вона є досить простою у використанні і не потребує спеціальних вмінь, адже бухгалтеру варто лише ввести відповідні дані про стаж працівника, кількість відпрацьованих ним годин тощо, а програма самостійно розрахує заробітну плату, враховуючи фактори, перераховані вище.

Нижче наведений зразок програми розробленої в середовищі VBA, за допомогою якої можна нараховувати заробітну плату працівника.

На рис. 1 подано фрагмент програмного коду процедури нарахування заробітної плати працівника з урахованням премії та податку.


```

IntStash = DateDiff("yyyy", DtmPrazivnyk, Date)
If ChkКонкурс.Value = True Then
SngKonkurs = CSng(TxtКонкурс.Text)
Else
SngKonkurs = 0
End If
If ChkПонаднормови.Value = True Then
SngPonadnormovi = CSng(TxtПонаднормови.Text)
Else
SngPonadnormovi = 0
End If
If ChkСкШтат.Value = True Then
SngSkShtat = CSng(TxtСкШтат.Text)
Else
SngSkShtat = 0
End If
Select Case SngRozryad
Case Opt1.Value: SngRozryad = CSng(Txt1.Text)
Case Opt2.Value: SngRozryad = CSng(Txt2.Text)
Case Opt3.Value: SngRozryad = CSng(Txt3.Text)
Case Opt4.Value: SngRozryad = CSng(Txt4.Text)
End Select
If IntStash <= 10 Then
SngStash = 2
Elseif (IntStash > 10) And (IntStash <= 20) Then
SngStash = 5
Else:
SngStash = 7
End If
End Sub

```

Рис. 1. Програмний код процедури нарахування заробітної плати

Зовнішній вигляд форми під час завантаження зображений на рис. 2.

The screenshot shows a software window titled "Заробітна плата" (Salary) with a blue background. At the top, it displays the date "13.03.2011" and time "16:39". The form is divided into several sections:

- Employee Data:** Fields for "Дата прийому працівника на роботу" (Employee start date), "Кількість відпрацьованих за місяць годин" (Hours worked per month), and "Вартість однієї робочої години" (Value of one working hour).
- Bonus Section (Премія...):** Three checkboxes with corresponding percentage values:
 - за виконання понаднормової роботи: 10%
 - за виконання роботи зі скороченим штатом: 5%
 - за підсумками проведених на підприємстві конкурсів: 4%
- Employee Grade (Розряд працівника):** Radio buttons and percentage values for four grades:
 - Перший: 4%
 - Другий: 3%
 - Третій: 2%
 - Четвертий: 1% (selected)
- Taxation (Опдаткування):** Percentage values for various taxes:
 - Податок на доходи фізичних осіб: 15%
 - Збір до пенсійного фонду: 2%
 - Збір до фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності: 1%
 - Збір до фонду соціального страхування на випадок безробіття: 0,6%

At the bottom right, there are three buttons: "Розрахунок" (Calculate), "Очистити" (Clear), and "Детальніше" (More details).

Рис. 2. Зовнішній вигляд форми під час завантаження

На рис. 3 подано результат нарахування заробітної плати після введення бухгалтером відповідних даних про працівника.

Заробітна плата

Дата: 13.03.2011 Час: 16:41

Дата прийому працівника на роботу: 10.10.1990

Кількість відпрацьованих за місяць годин: 160

Вартість однієї робочої години: 30

Премія... %

- за виконання понаднормової роботи: 10
- за виконання роботи зі скороченим штатом: 5
- за підсумками проведених на підприємстві конкурсів: 4

Розряд працівника %

- Перший: 4
- Другий: 3
- Третій: 2
- Четвертий: 1

Microsoft Word

За даний період працівнику нараховано 4 800,00 грн.
 Заробітна плата нараховується з урахуванням наступних показників:
 стаж працівника: 21 рік;
 кількість відпрацьованих годин: 160 год;
 премія отримана працівником: 672,00 грн;
 податок утриманий з заробітної плати: 892,80 грн.
 До видачі: 5 107,20 грн.

OK

Заробітна плата працівника складає 5 107,20 грн.
 Для отримання повної інформації натисніть кнопку
 Детальніше.

Розрахунок

Очистити

Детальніше

Рис. 3. Результат роботи програми для розрахунку заробітної плати

Застосування інформаційних систем бухгалтерського обліку на підприємстві в умовах ринкової економіки України є одним з найбільш важливих завдань. При використанні інформаційних систем у бухгалтерському обліку важливо не просто перевести всю паперову роботу на комп'ютер. Важливо, щоб це збільшило ефективність роботи бухгалтерії і поліпшило контроль над фінансово-господарською діяльністю підприємства, що, у свою чергу, збільшить ефективність управління підприємством і, як наслідок, ефективність його роботи.

Застосування інформаційних технологій на практиці значно полегшує роботу працівників, адже майже вся інформація оброблюється комп'ютером, а не самостійно бухгалтером. Саме тому майбутнє економіки за інноваційними технологіями.

Предметна галузь й інформаційні технології впливають одна на одну. Використання комп'ютера для ведення бухгалтерського обліку внесло зміни у предметну технологію, виключивши з обробки значну кількість журналів і відомостей (регістрів), які використовують за традиційної системи обліку, а також надавши принципово нові оперативні можливості. З іншого боку, предметні технології, наповнюючи специфічним змістом інформаційні технології, скеровують їх на цілком визначені функції. Такі технології можуть мати типовий чи унікальний характер залежно від ступеня уніфікації під час виконання цих функцій.

Наук. керівн. Затхей В. А.

Література: 1. Івахненко С. В. Автоматизація аудиту в Україні та світі: підходи і програмне забезпечення / С. В. Івахненко // Аудитор України. – 2007. – № 3. – С. 21. 2. Івахненко С. В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту : навч. посібник / С. В. Івахненко. – К. : Знання-Прес, 2003. – 349 с. 3. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sta.gov.ua>.

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БИЗНЕСЕ

Анотація. Розглянуто використання нових інформаційних технологій, які надають загальне прискорення розвитку економіки та інтенсивному розвитку того чи іншого бізнесу.

Анотация. Рассмотрено использование новых информационных технологий, которые придают общее ускорение развитию экономики и интенсивному развитию того или иного бизнеса.

Annotation. Utilization of new information technologies which give the general acceleration to economy intensive development of this or that business are regarded.

Ключевые слова: информационные технологии, автоматизация, вычислительный процесс.

Что такое бизнес? Как определить то единственное слово, которое отразило бы множество различных видов деятельности и понятий и оказалось бы наиболее точным. Можно определить бизнес как систему производства для удовлетворения потребностей и желаний общества. В процессе эволюции общества создаются новые отрасли, новые сферы деятельности. И эти отрасли производства способны кардинально изменять само общество. Так было при возникновении промышленности, теперь же информационные технологии вторгаются в нашу повседневную жизнь, изменяют мировое сообщество, изменяют человека и его окружение, дают основу для поступательного развития общества. Новая отрасль приводит к коренным изменениям в самом бизнесе, делая его более динамичным и совершенным [1].

Вышесказанное свидетельствует о том, что информация играет все более важную роль в международном бизнесе и как ресурс, и как товар. За последние годы резко возрос объем доступной фирмам информации, а с внедрением новых коммуникационных технологий скорость доступа к информации увеличилась во много раз. Однако этот рост не всегда сопровождался соответствующим улучшением качества информации.

Все бизнес-процессы в определенной степени зависят от информации, которая необходима для снижения риска при принятии решений и разработке стратегии. Управление информацией является основной функцией управляющих в большинстве фирм, особенно в крупных компаниях и транснациональных корпорациях. Ее определяют как получение своевременной, точной и необходимой информации и передача ее работникам всех уровней. Управление, таким образом, включает сбор, интерпретацию и хранение информации в логической системе. Системы управления информацией, построенные, как правило, на базе какой-либо компьютерной программы, помогают привести информацию в более стройную систему, ускорить процесс доступа к ней и увеличить скорость передачи данных. Несмотря на это, надо знать, что от этих систем не будет толку, если компания вначале не определит, какие именно виды информации она хочет получать, а также не обозначит приоритетные направления ее использования [2]. Автор одной из статей в бизнес-журнале "CIO, Chief Information Officer, руководитель информационной службы" [3] дает определение информационным технологиям как своего рода "тюнинга" для бизнеса предприятий, точная настройка ряда параметров для достижения максимальной эффективности работы.

При решении абсолютного большинства задач возникает необходимость выполнять анализ некоторой ситуации и на основе результатов этого анализа принимать решение о дальнейших действиях, то есть выбрать одну из возможных альтернатив обработки. При этом каждая альтернатива подразумевает последовательность действий.

На рис. 1 приведен пример организации вычислительного процесса, который будет основан на работе в системе программирования VBA и ориентирован на расчет стоимости товаров с учетом различных скидок и акций. Ниже рассматривается фрагмент программного кода, с помощью которого реализуется разветвляющийся процесс.

```

'Расширенный оператор If
If (OptОбычный.Value = True) Then
SngSkidka2 = CSng(TxtСкОб.Text)
Elseif (OptЛьготный.Value = True) Then
SngSkidka2 = CSng(TxtСкЛьг.Text)
End If
If CurSumma >= P1 Then
CurSumma1 = CurSumma - (CurSumma * (S1 + SngSkidka2 + SngSkidka3) / 100)
StrSoobsh1 = "Поздравляем!" & vbCrLf & "Вы преодолели пороговое значение!" & _
"Вам полагается скидка в размере 3%!Скидка на тип покупателя составляет " & _
SngSkidka2 & " %!Скидка на день недели равна " & SngSkidka3 & _
"%! Стоимость товара равна " & CurSumma1 & " грн. "
StrSoobsh = StrSoobsh1
MsgBox StrSoobsh1, vbInformation, "Стоимость товара"
Elseif CurSumma < P1 Then
CurSumma1 = CurSumma - (CurSumma * (SngSkidka2 + SngSkidka3) / 100)
StrSoobsh2 = "Стоимость товара равна " & CurSumma1 & " грн."
StrSoobsh = StrSoobsh2
MsgBox StrSoobsh2, vbInformation, "Стоимость товара"
End If

```

Рис. 1. Пример организации вычислительного процесса

Данный фрагмент является буквально основой для вычисления стоимости товара. При этом учтена скидка в случае преодоления заданного порогового значения (3 %); на тип покупателя (0 %; 2 %); на день недели (0 – 6 %). С помощью подобного вычислительного процесса можно качественно облегчить работу людям, которые вовлечены в сферу продаж.

Рассмотрим данный процесс в действии (рис. 2).

Рис. 2. Результат процесса вычисления стоимости товара

Можно заметить, что процесс вычисления стоимости товара является чрезвычайно удобным, качественным, быстрым и, главное, современным решением проблемы внедрения информационных технологий в сферу бизнеса.

По мнению Феликса Гликмана, иногда можно обойтись без четко сформулированной и изложенной в виде соответствующего документа ИТ-стратегии. Все зависит от размера предприятия, от представлений руководства о том, какой круг задач можно эффективно решить с помощью ИТ, а также от представления руководителя ИТ-подразделения, как и в какой последовательности этот инструмент нужно использовать. Но в любом случае у менеджмента должен быть план действий, представление об управлении программой применения ИТ, увязанное с бизнес-стратегией [3].

Руководитель, планирующий или начинающий внедрять информационные технологии в свой бизнес, как правило, полон иллюзий. Для этого существуют сразу несколько оснований: модная тема, обилие информации о возможностях ИТ и фирмах, сдающих уникальные информационные системы "под ключ" за смешные деньги, уверенность в своих силах и желание сделать "все путем", хорошая команда исполнителей. Однако при столкновении с действительностью оптимизм уменьшается – информационные "концы" не связываются, время уходит, фирмы-интеграторы исчезают, не выполнив и части работ, затраты растут, система стремительно усложняется, сотрудники открыто или неявно начинают саботировать нововведения, конфиденциальная информация теряется или попадает не к тем, к кому нужно. Величина разочарования в таких случаях прямо пропорциональна величине стартовых иллюзий или превышает их.

Из этого следует, что главной целью руководителя, менеджера является приложение максимум усилий для того, чтобы модель деятельности, которую он строит с целью совершенствования своего бизнеса, наполнилась бы с помощью информационных технологий реальным современным содержанием.

Сегодня можно констатировать, что потребность в информационных технологиях у предприятий, несомненно, есть. Информационные технологии изменили не только способ работы – они изменили способ делового стратегического мышления. Первые быстродействующие компьютеры использовались предпринимателями в основном для автоматизации процессов, которые раньше выполнялись вручную большим числом сотрудников невысокой квалификации; типичный пример – обработка данных. На современном этапе развития общества новая техника и технологии применяются не только для автоматизации сбора и обработки данных, но и для реализации новых идей, новых способов получения конкурентного преимущества [4].

Научн. рук. Затхей В. А.

- Литература:** 1. Введение в информационный бизнес : учебное пособие / О. В. Голосов, С. А. Охрименко, А. В. Хорошилов и др. ; под ред. В. П. Тихомирова, А. В. Хорошилова. – М. : Финансы и статистика, 1996.
2. Информационные технологии в бизнесе. Бизнес-класс / под ред. М. Желены. – СПб. : Питер, 2002. – 1120 с.
3. Статья их бизнес-журнала "CIO, Chief Information Officer, Руководитель Информационной Службы".
4. Баронов В. В. Автоматизация управления предприятием / В. В. Баронов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 239 с.

УДК 339.994:664.6(477)

Мільгром Ю. Д.

Студент 5 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Анотація. Визначено особливості сучасного міжнародного розвитку кондитерської галузі України.

Аннотация. Определены особенности современного международного развития кондитерской отрасли Украины.

© Мільгром Ю. Д., 2011

Annotation. Particularities of actual international development of confectioner's sector of Ukraine are defined in this article.

Ключові слова: кондитерська промисловість, розвиток, структура, експорт, імпорт, конкурентні переваги.

У сучасних умовах господарювання важливим засобом забезпечення ефективності функціонування економіки є подальший розвиток конкурентних відносин, підвищення конкурентоспроможності національної продукції та її виробників. Це пов'язане, в першу чергу, зі вступом України до СОТ, оскільки з відкриттям кордонів товарам українські виробники відчули суттєвий конкурентний тиск. Крім того, особливої значущості набувають питання конкурентоспроможності промислових підприємств на внутрішніх ринках, зокрема серед виробників кондитерської продукції, яка історично займає значне місце в раціоні українських споживачів.

Проблемами виявлення конкурентних переваг вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках вже досить давно займаються провідні вчені. Серед них такі науковці, як: Д. Лук'яненко, І. Піддубний, Г. Азоева, О. Градова, В. Марченко, Т. Мостенська, О. Гудзинський, Л. Смоляр, Р. Фатхутдінов, А. Юданова та ін.

Мета даної роботи полягає у дослідженні особливостей міжнародного економічного співробітництва підприємств кондитерської промисловості України.

Ринок продуктів харчування відрізняється від інших ринків найбільшою стабільністю попиту, а також тим, що споживачами його товару є всі без винятку мешканці тієї чи іншої країни. Харчова промисловість України є стратегічно важливою, оскільки підприємства цієї галузі формують продовольчу безпеку країни, забезпечують населення необхідними продовольчими товарами, витрати на споживання яких складають понад 60 % загальних грошових витрат населення. У 2009 році питома вага обсягу реалізації продукції підприємств з виробництва харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів у загальному обсязі промислової продукції склала 19,8 % (для порівняння, питома вага легкої промисловості – 0,9 %). Однією з найважливіших галузей харчової промисловості є кондитерська промисловість України. Вона представлена підприємствами, які входять до системи Державного департаменту продовольства України. При цьому майже чверть обсягів кондитерського виробництва зосереджена на 28 фабриках «Укркондитер», заводах протодоварів «Укрпродсоюзу», у цехах і на підприємствах громадського харчування системи «Укрхліб». Крім того, діяльність кондитерських підприємств України вже протягом багатьох років має важливе значення у зовнішньоторгівельному обороті країни, це пояснюється тим, що вітчизняна продукція характеризується співвідношенням високої якості та ціни товару. Однак в останні роки харчова промисловість як така стала поступово втрачати свої позиції на світових ринках [1].

Ринок кондитерської продукції умовно поділяється на три основні сегменти: цукристі, борошняні і шоколадні вироби. Протягом останніх років кондитерський ринок України характеризується зовсім невисокими темпами розвитку. Так, у 2006 р. випуск солодощів загалом по вищезазначених групах складав 3 041 тис. т, у 2009 р. цей показник склав 2 761 тис. т, що майже на 11 % менше 2006 року (рис. 1) [2].

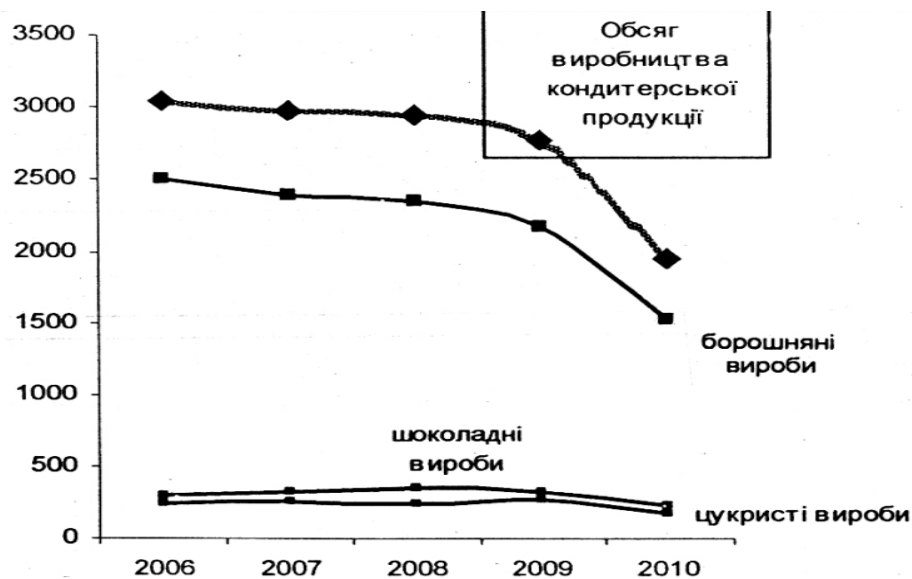


Рис. 1. Динаміка виробництва кондитерської продукції з 2006 по 2010 рр. (тис. т)

З графіка видно, що значних скорочень зазнало виробництво борошняних виробів. Але треба відзначити, що, незважаючи на скорочення виробництва загалом, галузь зберегла свою

структурну насиченість. Звісно ж, що період цього скорочення припав на період економічної кризи і нестабільність політико-економічної ситуації в Україні. Навіть сезонний попит на кондитерські вироби, пов'язаний з настанням новорічних свят, не мав бажаного рівня зростання. Хоча, порівняно з іншими галузями промисловості, кондитерській галузі все ж вдається утримувати свої позиції, про що свідчать досить великі об'єми виробництва.

Але для того щоб робити висновки про причини такого спаду, треба проаналізувати також і експортно-імпорتنу діяльність підприємств (рис. 2, 3) [2]. Адже, як зазначалось вище, кондитерська промисловість нашої країни має досить сильний експортний потенціал.

Загальний обсяг експорту

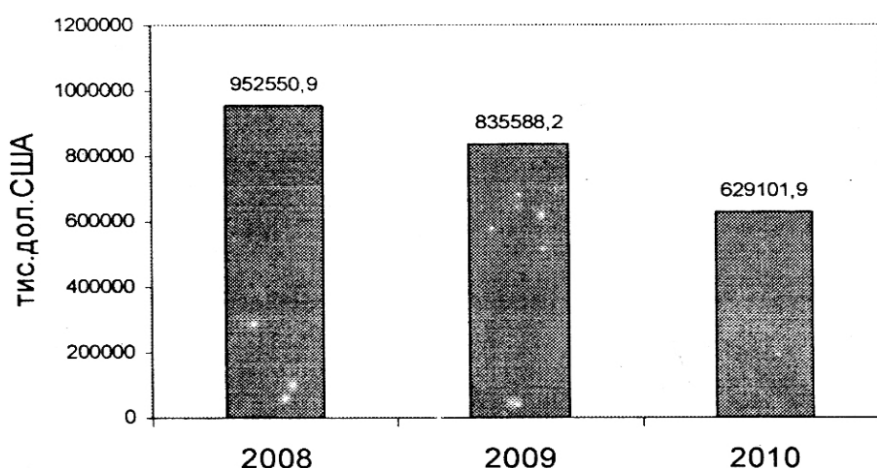


Рис. 2. Обсяги експорту та імпорту продукції

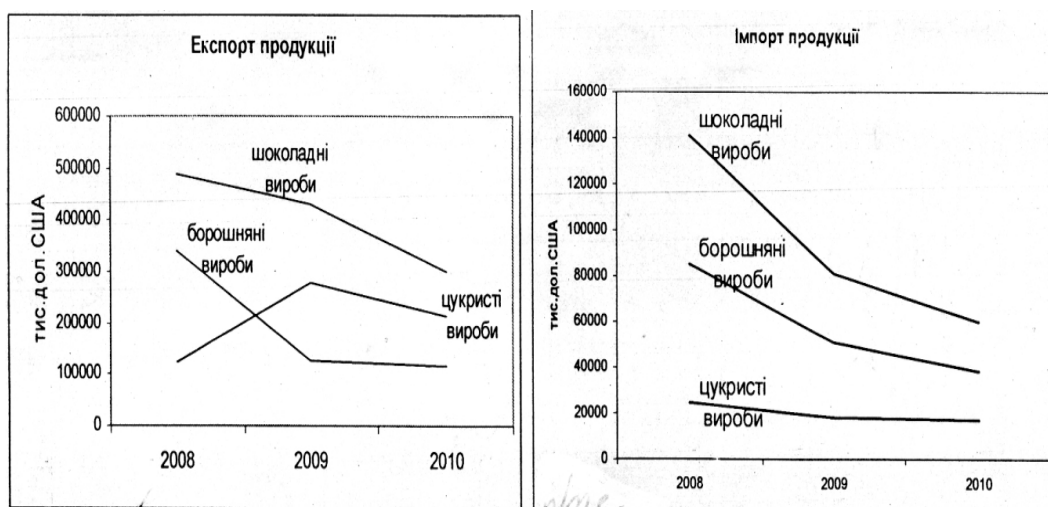


Рис. 3. Експорт-імпорт продукції за групами кондитерських виробів

З наведених рисунків можна бачити, що зміни в обсязі експорту відбуваються нерівномірно, у той час, коли імпорт продукції має стабільну тенденцію до зниження обсягів. Тут варто звернути увагу на дуже важливий момент: виходячи з наведених даних, виробництво кондитерської продукції у 2010 р. знизилось приблизно на 34 % порівняно з 2008 р., в той же час експорт продукції у 2010 р. відповідно до 2008 знизився на 34 %. Тобто саме експортний попит на продукцію змусив підприємства знизити об'єми виробництва. З цього можна зробити висновок про те, що внутрішнє споживання кондитерських виробів останні роки залишалось на приблизно однаковому рівні.

Зниження обсягів імпорту вказує на те, що українські покупці віддають перевагу вітчизняним кондитерським виробам, що свідчить про їх високу якість.

Крім того, варто зазначити, що з початку 2010 р. до серпня місяця було експортовано на 1 499 494,3 тис. дол. США готових харчових продуктів, що перевищує той же показник за 2009 р. майже на 21 %, тобто загальний експорт харчових продуктів зростає [2].

Все це вказує на те, що вищий управлінський персонал вітчизняних кондитерських підприємств приділяє недостатньо уваги своїм конкурентним перевагам.



Конкурентні переваги показують, у яких областях підприємство досягло більш високих результатів, ніж конкуренти. Конкурентні переваги дозволяють правильно виробити стратегію позиціонування товарів і послуг на ринку, вибравши цільові ринкові сегменти і сконцентрувати там фінансові ресурси підприємства.

Основним аргументом вітчизняних виробників у боротьбі за ринок залишається ціна. Чим нижчу ціну зможе запропонувати підприємство на свій товар, тим більше ним зацікавляться іноземні покупці. Постає питання, як це можливо зробити, якщо практично на всіх виробництвах частка імпортованих інгредієнтів у випуску виробів (за винятком печива) складає 15 – 20 % фізичного обсягу, а при виробництві, наприклад, шоколаду доходить і до 40 %. Імпортуються какао-боби, жири, пальмове, арахісове, кокосове масла, ароматизатори. За все це треба платити дорожчою валютою. Доводиться імпортувати і пакувальні матеріали (хоча б частково), що також обходиться надто недешево.

Звісно ж, кожне підприємство повинне самостійно знаходити шляхи «задержування» цін. Наприклад, можна віддати перевагу скороченню випуску виробів, виробництво яких потребує значних обсягів імпортової сировини, не підвищуючи ціни на найбільш ходові групи товарів (карамель, печиво). Але це не завжди може принести очікуваних результатів, адже утримання енергоносіїв, упаковки, ароматизаторів автоматично підвищить ціни на ходові товари. Виходячи з досвіду, особливо успішно проходить "задержування" цін на підприємствах, які мають запаси сировини. Проте необхідно відмітити, що купуючи сировину у великих обсягах, приходиться заморозувати обігові кошти.

Харчова промисловість загалом – один із найбільших реципієнтів іноземних інвестицій в економіку України. Кондитерська галузь не є винятком. За останні роки спостерігається зростання темпів оновлення основного капіталу промисловості, але це здійснюється шляхом модернізації наявної техніко-технологічної бази та введення нових потужностей, що ґрунтується на використанні традиційних технологій, тобто переважно технологій «вчорашнього дня». Тому, зважаючи на привабливість сектору та зацікавленість з боку інвесторів, кондитерській галузі потрібно впроваджувати новітні технології, які дадуть змогу економити на ресурсах, а також отримувати продукцію високої якості, що, в свою чергу, приведе до підвищення конкурентоспроможності [3].

Але для досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємству на міжнародному ринку потрібно мати переваги у витратах, якості або ціні, а також у впровадженні нових ідей у виробничу сферу, в сферу управління, стратегічного розвитку.

Насправді для виміру конкурентних переваг українські підприємства можуть використовувати такі елементи: конкурентне ціноутворення; переваги у витратах виробництва; якість продукту/послуг; дизайн продукту; упаковка; експлуатаційні характеристики продукту; післяпродажне обслуговування; швидкість реакції на запити споживача; імідж компанії/товарної марки; пропонований асортимент продукції; чистий дохід на одного зайнятого; чисельність зайнятих; кількість основних конкурентів; контакти з постачальниками; широта розподільної мережі; реклама; інші складові частини комплексу стимулювання збуту; техніка особистих продажів; система маркетингової інформації; маркетингові дослідження. Кожен з названих елементів може дати змогу підвищити конкурентоспроможність товару на зовнішніх ринках.

Проаналізувавши наявні дані про міжнародне економічне співробітництво кондитерських підприємств, можна зробити такі висновки: по-перше, кондитерська промисловість України є однією з провідних галузей, що змогла зберегти досить міцні позиції в умовах кризи. Але існує серйозна проблема з боку представлення українських товарів на міжнародних ринках, а саме визначення їх конкурентних переваг. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства – здатність підприємства створювати та реалізовувати продукцію, цінові й нецінові якості якої більш привабливі, ніж в аналогічній продукції конкурентів на зовнішньому ринку. Уповільнення темпів зростання українського кондитерського ринку, посилення конкурентної боротьби повинно спонукати виробників трансформувати або удосконалити існуючі та впроваджувати нові способи і методи просування своєї продукції. Крім того, новітні технології та обладнання – майбутнє кондитерської промисловості України.

Таким чином, основне завдання, яке стоїть перед кожним керівником кондитерської промисловості, – формування стратегічних напрямів розвитку кондитерської галузі, впровадження на підприємствах новітнього обладнання та технологій, підвищення конкурентоспроможності продукції.

Наук. керівн. Бестужева С. В.

Література: 1. Галушко О. С. Стан і перспективи розвитку підприємств харчової промисловості України / О. С. Галушко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 4. – С. 162–168. 2. www.ukrstat.gov.ua/ 3. Петруха С. В. Інноваційна активність підприємств харчової промисловості: упорядкування та динаміка параметрів / Петруха С. В., Колотуша М. М. // Економіст. – 2007. – № 3. – С. 35–81. 4. Ткаченко О. Перспективи розвитку вітчизняної кондитерської промисловості після вступу України до СОТ / О. Ткаченко // Економіст. – 2007. – № 5. Тарасюк Г. М. Планування потенціалу підприємств харчової промисловості: суть, основні проблеми та напрями / Г. М. Тарасюк // Статистика України. – 2008. – № 2. – С. 59–63.

СТРАТЕГІЯ ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто проблему бідності в Україні в сучасних умовах розвитку економіки, стратегію її подолання та запобігання.

Аннотация. Рассмотрены проблема бедности в Украине в современных условиях развития экономики, стратегия ее преодоления и предотвращения.

Annotation. The article considers the problem of poverty in Ukraine in modern conditions of economic development, the strategy of its overcoming and preventing.

Ключові слова: бідність, стратегія подолання бідності.

Бідність є глобальною проблемою людства. Це соціально-економічне явище вже стало звичним для буття українського народу. Безробіття та низька оплата праці торкнулися майже кожного українця. Все це у поєднанні зі зростанням цін на продовольчі та інші види товарів зумовили погіршення матеріального становища населення. Рівень життя українців знижується і частка бідних у структурі населення не зменшується, а навіть має тенденцію до збільшення. Усе це свідчить про погіршення добробуту населення, що відображається на розвитку та загальному стані національної економіки держави. Тому проблема бідності та боротьба з нею була й залишатиметься досить актуальною для українського суспільства найближчим часом.

Метою цієї роботи є визначення особливостей стратегії розвитку політики, спрямованої на подолання існуючої проблеми бідності в Україні.

Серед основних завдань статті можна виділити такі: розгляд сутності проблеми бідності та причин її виникнення, основних аспектів щодо особливостей і розвитку стратегії подолання бідності.

На межі століть проблема подолання бідності розглядається як ключова у соціально-економічній політиці будь-якої держави. Бідність – це соціальне становище індивіда та його сім'ї, що характеризується низьким рівнем життя, заснованим на економії матеріальних ресурсів [1].

Основними показниками бідності є: середній дохід на людину, прожитковий мінімум, рівень бідності, дефіцит доходу бідних сімей. Так, прожитковий мінімум у розрахунку на одну людину в Державному бюджеті України встановлено з 1 січня 2011 р. у розмірі 894 грн, з 1 квітня – 911 грн, з 1 жовтня – 934 грн, з 1 грудня – 953 грн. Мінімальна заробітна плата на 2011 р. встановлюється: 1) в місячному розмірі з 1 січня 2011 р. у розмірі 941 грн, з 1 квітня – 960 грн, з 1 жовтня – 985 грн, з 1 грудня – 1004 грн; 2) в погодинному розмірі з 1 січня 2011 р. у розмірі 5,66 грн, з 1 квітня – 5,77 грн, з 1 жовтня – 5,92 грн, з 1 грудня – 6,04 грн [2].

Місячний дохід українця становить менше 200 доларів на місяць, тобто менше 1,595 тис. грн. У середньому дохід одного українця за минулий 2010 р. майже 18,347 тис. грн, тобто 1,528 тис. грн на місяць. Середня місячна зарплата в Україні – близько 2,075 – 2,154 тис. грн. Середня пенсія – 800 грн, а пенсіонери у нас складають 30 % населення. Крім того, є велика кількість студентів, які отримують стипендію від 400 до 640 гривень. Заможні громадяни складають 0,5 – 0,7 % загальної кількості українців (46 мільйонів), тобто це 230 – 320 тис. осіб. Усього в країні за межею бідності живуть приблизно 14 – 15 млн українців. Така велика різниця пояснюється тим, що серед бідних 11,5 млн пенсіонерів, 2 млн безробітних (10 % усього працездатного населення), а також більша частина студентів. Найвищий рівень зарплат зареєстрований у Києві, де середня зарплата склала 3 453 грн. За 2010 р. рівень бідності підвищився на 0,4 % і становив 26,4 %, або 12,5 млн осіб [2]. Провиною цьому стала економічна криза, яка й досить суттєво впливає на економічний стан.

Основні напрямки політики боротьби з бідністю визначає довгострокова (до 2010 р.) стратегія подолання бідності шляхом: 1) створення економічно-правових умов для збільшення доходів населення та підвищення його зайнятості; 2) підвищення економічної активності працюючих громадян; 3) підвищення ефективності соціальної підтримки шляхом реформування системи соціального захисту.

Аналіз даних оцінки бідності населення в Україні свідчить про те, що комплексна програма з подолання цієї проблеми не виконується. Рівень бідності у 2009 р. становив 26,4 %, перевищивши визначений стратегією прогноз на 4,9 %. Кожен із восьми громадян країни у 2009 р. потрапив до



категорії крайньої бідності – рівень злиденності становив 13 %. Фактично має місце тенденція до зменшення частки заробітної плати у структурі доходів населення, тоді як частка соціальних допомог та інших поточних трансфертів зростає. Так, питома вага заробітної плати у доходах населення у 2008 році становила 43,3 %, у 2009 р. – 41,9 %, а питома вага соціальної допомоги, відповідно, – 37,8 та 39,6 %. У 2010 р. питома вага зарплати у доходах населення складала 40,9 % [3], тобто втрачається мотиваційна функція заробітної плати як головної складової сукупних трудових доходів населення.

Отже, головний спосіб боротьби з бідністю – це підвищення рівня життя населення. Тому для вирішення проблеми бідності в Україні необхідно здійснити такі заходи: 1) розроблення стратегії попередження та подолання бідності населення України в умовах фінансово-економічної кризи на 2010 – 2015 рр.; 2) підвищення та вдосконалення оплати праці; 3) підвищення рівня зайнятості населення; 4) удосконалення консолідованої адресної соціальної допомоги та соціальних послуг; 5) соціальна підтримка родин із дітьми та дітей, позбавлених батьківського піклування; 6) забезпечення та поліпшення житлових умов бідних категорій населення. Також поряд із реформуванням системи оплати праці необхідно добиватися зниження економічної нерівності. Це можливо шляхом запровадження гнучкої податкової політики, раціональних соціальних трансфертів, стимулювання малого та середнього бізнесу, захисту прав дрібних акціонерів.

Наук. керівн. Пивавар І. В.

Література: 1. Демографічні чинники бідності : монографія / за ред. Е. М. Лібанової. – К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, 2009. – 184 с. 2. Державний комітет статистики України. – Режим доступу : [http:// www.ukrstat.gov.ua/](http://www.ukrstat.gov.ua/) 3. У двох областях України за межею бідності – майже половина населення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unian.net/ukr/news/news-424367.html>

Зміст

Равлюк О. С. Аналіз підходів до визначення поняття "конкуренція".....	3
Шапошникова О. Н. Сравнительная характеристика атрибутивных элементов традиционного и Интернет-маркетинга.....	5
Прокопенко В. В. Сравнительный анализ международной практики таможенного оформления.....	7
Гуреева А. Ю. Аналіз факторів впливу світової фінансової кризи на діяльність вітчизняних підприємств.....	10
Бут А. В. Прийняття управлінських рішень у ситуаціях невизначеності та ризику.....	12
Кротюк Д. В. До питання формування інноваційної політики на машинобудівних підприємствах.....	14
Житіна А. В. Шляхи виходу українських підприємств на зарубіжні ринки.....	16
Даниленко А. О. Аналіз інноваційних стратегій розвитку для українських промислових підприємств.....	18
Слуцька О. В. Засоби забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації.....	20
Коростецкая М. В. Брендинг: битва за узнаваемость.....	21
Звягіна Д. В. Методика формування комунікаційної політики підприємства на міжнародному ринку B2B-комунікацій.....	24
Башевский А. А. Функционально-стоимостной анализ бизнес-процессов машиностроительных предприятий.....	27
Каліберда Є. Л. Методичні аспекти управління дебіторською заборгованістю підприємства.....	29
Чумаченко В. И. Систематизация рисков международного инжиниринга в энергетической сфере.....	31
Стеценко А. В. Особливості стратегії ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності промислових підприємств.....	34
Іваненко О. В. Особливості бюджетування як управлінської технології.....	36
Лутай М. В. Методичний аспект оцінки ефективності використання енергетичних ресурсів.....	39
Гончаренко О. С. Визначення поняття контролінгу та його інструментів.....	41
Яковчук А. С. Методичні аспекти впровадження бюджетного управління на основі процесного підходу.....	43
Шеноголец А. В. Теоретичні аспекти формування механізму управління витратами підприємства.....	46
Шапошник І. О. Теоретичні аспекти управління збутовою діяльністю підприємства на основі маркетингово-логістичного підходу.....	49
Михайленко А. С. Підходи до оцінки інвестиційної привабливості підприємств.....	51
Касьмін Д. С. Діагностика актуальних елементів компетентності фахівця з управління персоналом.....	55
Чупир М. Ю. Акціонерний капітал як джерело фінансування діяльності підприємства.....	58
Ворона О. В. Основні інструменти антикризового управління: переваги та недоліки.....	61
Молчанова О. І. Змістовна сутність визначення поняття потенціалу в сучасних умовах ринку.....	64
Яцун Я. С. Управління трудовим потенціалом та його розвиток на підприємстві.....	65
Іванова Т. О. Використання системи компетенцій персоналу як засіб підвищення ефективності діяльності підприємства.....	67
Нартова А. О. Управління фінансовою стійкістю підприємства.....	69
Гончаренко К. М. Застосування технології грейдингу для вдосконалення системи мотивації персоналу підприємства.....	71
Макарова Є. І. Сучасні аспекти функціонування світової валютної системи.....	74



Ткаченко А. А. Реклама: основні характеристики, функції та види.....	75
Мелікян Д. Р. Безвідсоткові гроші як альтернатива сучасній валютній системі.....	78
Скрынник Г. Ю. Проблема внешнего долга Украины.....	79
Джумаев М. И. Анализ методов ценовой и неценовой конкуренции.....	81
Полова А. І. Аналіз споживчого кошика та реальних видатків населення України.....	83
Лопатіна К. А. Стан та напрями ліквідації проблеми безробіття в Україні.....	85
Ніколаєва І. І. Оцінка тіньової діяльності в Україні.....	86
Гвоздинська В. В. Інвестиційний клімат в Україні.....	89
Діденко С. С. Проблеми механізму оподаткування суб'єктів малого бізнесу в Україні.....	91
Дурдыева Ш. Т. Моделирование поведения потребителя на рынке.....	94
Искандеров Я. Н. Проблемы доллара как глобальной валюты.....	96
Ле Хонг Фьонг. Проблема сбережений в Украине.....	97
Искандеров М. Н. Роль государства в смешанной экономике.....	99
Сиволоб А. О. Визначення найбільш впливових факторів на формування валового внутрішнього продукту України.....	101
Лопанчук Г. В. Проблеми забезпечення енергетичної незалежності української економіки.....	104
Попов І. І. Тіньова економіка України: сучасний стан та шляхи її скорочення.....	106
Клопов Б. І. Операція "Зірка" 1943 р.	107
Сиваш Ю. М. Розробленість соціально-економічних положень у Бендерській конституції 1710 р. і українсько-московських домовленостях II половини XVII ст.	110
Грязнов А. Ю. Построение бренда: психологические аспекты.....	113
Жиліна А. О. Електронна комерція як один з різновидів віртуального бізнесу.....	114
Рогулін Р. О. Аналіз впливу факторів на валовий внутрішній продукт України.....	116
Василина Ю. В. Аналіз залежності валового внутрішнього продукту від макроекономічних показників.....	118
Баглай К. А. Прямые иностранные инвестиции и влияние на них социально-экономических макропоказателей.....	120
Ус Е. И. Исследование зависимости сальдо миграции населения и отдельных социально-экономических показателей в регионах Украины.....	122
Калиниченко М. В. Аналіз впливу економічних факторів на міграційний приріст населення України.....	123
Ніколайчук В. В. Аналіз демографічного стану регіонів України.....	125
Логвин О. О. Поняття і сутність конкурентоспроможності.....	128
Михайловский А. Н. Теневая экономика в Украине.....	130
Пуша М. С. Індекс розвитку людського потенціалу в Україні.....	131
Євченко Д. А. Олігополія та олігополістичний ринок.....	134
Черкова М. Ю. Роль інститутів в економіці України.....	137
Стеценко Т. В. Конкуренция на рынке труда в современной экономике Украины.....	138
Кальніченко О. Б. Взаємозв'язок сталого розвитку і трансформаційної економіки.....	141
Хомюк А. В. Комп'ютерні технології при обліку праці та розрахунках заробітної плати.....	145
Іванова Т. І. Географічні інформаційні системи як інструмент управління бізнес-інформацією.....	147
Писарева О. А. Інформаційні технології у бухгалтерському обліку: розвиток та перспективи.....	149
Білик В. І. Новий податковий кодекс України та Інтернет-магазини.....	153
Бурлака С. М. Інноваційні технології в роботі бухгалтера.....	155
Бобрышева М. Н. Применение информационных технологий в бизнесе.....	159
Мільгром Ю. Д. Проблеми міжнародного економічного співробітництва підприємств кондитерської промисловості України.....	161
Ярцева Т. А. Стратегія подолання бідності в Україні.....	165