

**Управління
розвитком**
Харківський національний
економічний університет

*Міжвузівська науково-практична конференція
"Регіональна політика:
напрями її реалізації в Україні"*

20 травня 2009 року

*Секція 2
"Ефективна діяльність підприємств
як основа розвитку регіону"*

Збірник наукових статей

видається 2 рази на рік

№ 13' 2009

Харків. Вид. ХНЕУ, 2009

Засновник і видавець

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

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

Затверджено на засіданні вченої ради університету.

Протокол №11 від 27.04.2009 р.

Редакційна колегія

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Редакція збірника наукових статей

Зав. редакції **Седова Л. М.**

Редактори: **Дуднік О. М.**

Лященко Т. О.

Грицай І. М.

Комп'ютерна верстка **Труш В. Ю.**

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

Телефони:

(057)702-03-04 — головний редактор

(057)758-77-05 — зав. редакції

E-mail: vydav@ksue.edu.ua

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

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

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

При передрукуванні матеріалів посилання на збірник обов'язкове.

Підписано до друку 13.05.2009 р.

Формат 84×108 1/16. Папір MultiCopy.

Ум.-друк. арк. 16,5. Обл.-вид. арк. 20,8. Тираж 500 прим. Зам. № 318.

Ціна договірна.

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

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

Зміст

Секція 2 "Ефективна діяльність підприємств як основа розвитку регіону"

Безугла Л. А. Сутність та значення аналізу капіталу підприємства.....	7
Албул Н. С., Истомина Е. А. Значение прибыли и рентабельности в оценке эффективности производства.....	8
Бачинська А. Ю. Основні аспекти інноваційної діяльності підприємства.....	10
Бережна А. О. Поняття економічної безпеки підприємства.....	11
Биковська А. М. Управління інноваційною діяльністю як найважливіший фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	13
Бережна О. М. Шляхи зниження собівартості продукції.....	14
Бондарь В. А. Контроллинг как эффективная система управления предприятием.....	15
Гиковатая Н. К. Классификация процессов управления информационными ресурсами.....	17
Бородина А. С. Особенности мотивации труда на предприятиях Украины в современных условиях.....	21
Бусургіна М. А. Сучасні проблеми розвитку малого та середнього бізнесу в Україні.....	22
Воронкова К. С. Основні аспекти використання лізингу як джерела оновлення основних фондів.....	23
Ворошилова Е. М. Основные аспекты обеспечения экономической безопасности предприятия.....	25
Ганичева В. А. Пути повышения инвестиционной привлекательности Украины.....	26
Герашенко И. Н. Отбор персонала как функция кадрового менеджмента: цели и задачи отбора персонала.....	28
Євтушенко Н. О. Причини виникнення ризиків та шляхи їх подолання.....	29
Григоренко Л. Р. Сутність і оцінка фінансового стану підприємств.....	30
Гринько В. Г. Напрямки підвищення ефективності управління персоналом на підприємстві.....	32
Дубовик А. О. Кластерний аналіз емітентів цінних паперів за характеристиками їх ринкових мультиплікаторів.....	33
Дубровська Є. В. Класифікація методів та інструментів управління дебіторською заборгованістю підприємств.....	34
Зубченко Н. А. Система кредитного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників.....	36



Капленко Д. С. Принципи зростання вартості вітчизняних підприємств як складова фінансового менеджменту	37
Кобелев М. П. Основні напрямки вдосконалення механізму управління підприємством в умовах ринкової економіки.....	39
Комягіна О. А. Удосконалення стратегічного управління підприємства	40
Бондар О. А. Реструктуризація підприємств України на сучасному етапі	42
Ведмеденко А. М., Степанова Э. Р. Материально-техническое обеспечение предприятия	43
Вейцев С. В. Основні аспекти підвищення ефективності господарської діяльності підприємства мського громадського транспорту	45
Ващенко А. В. Анализ понятия "конкурентоспособность"	46
Віскова М. В. Організація мотивації праці на промисловому підприємстві	48
Громак М. Г. Проблемы и перспективы развития предпринимательства в Украине	49
Голубев С. М. Методи мотивації творчої праці персоналу підприємства.....	50
Гончарова Н. В. Формирование трансграничного банковского кластера.....	52
Губарев В. Г. Внедрение информационных технологий как один из путей повышения эффективности деятельности страховой компании.....	53
Детинич Н. Н. Предпринимательская деятельность в Украине.....	55
Еременко Н. П. Качество как инструмент мотивации работников.....	57
Замура А. О. Удосконалення формування та реалізації дивідендної політики підприємств з державною часткою в Україні	58
Казаков С. А., Харитонов В. А. Анализ и оптимизация портфеля ценных бумаг	59
Кононова А. В. Проблеми злиття та поглинання компаній в Україні.....	64
Корзун І. А. Теоретичні основи управління освітньо-професійним розвитком персоналу	65
Корнієнко С. М. Малий бізнес в Україні: проблеми та перспективи його розвитку.....	66
Криворучко А. С. Сущность управления организационной культурой, направленной на саморазвитие персонала.....	67
Крячко Р. Ю. Проблеми та перспективи становлення малого підприємництва в Україні	69
Кураксина Е. Б. Финансовое планирование как элемент планирования деятельности предприятия.....	70
Лашин Д. Ю. Проблема бедности в Украине	72
Лоба К. А. Влияние прямых иностранных инвестиций на экономику Украины	73
Лосева Ю. М. Антикризове управління підприємством.....	74
Макаренко Ю. В. Специфіка бізнес-планування в ринковій системі господарювання.....	76
Макуха А. В. Підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємства.....	77



Ягольницький О. А. Формування фінансових кластерних ініціатив у транскордонному співробітництві.....	78
Мандрикіна А. С. Обґрунтування та вибір інноваційних проєктів на підприємстві.....	80
Маркова И. О., Семенченко А. В. Анализ себестоимости и затрат на производство и сбыт продукции.....	81
Мельник В. І. Роль маркетингових інновацій в підвищенні конкурентоспроможності продукції.....	82
Мигунова Ю. А., Алексеева А. А. Факторы повышения производительности труда.....	84
Мищенко О. О. Инновации как фактор повышения конкурентоспособности предприятия.....	85
Мілорадов А. О. Бізнес-планування та його місце в забезпеченні діяльності підприємства.....	86
Моря І. М. Розвиток та державне регулювання малого бізнесу в Україні.....	88
Нехай М. Б. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні.....	89
Новікова О. В. Економічна криза як шанс для національних підприємств.....	91
Однорал А. И., Кобзева А. А. Особенности системы управления персоналом в условиях кризиса.....	92
Осадчая Ю. В. Резервы роста производительности труда.....	93
Отенко В. І., Колодіна О. М. Диференціація властивостей підприємства в контексті його розвитку.....	95
Плотникова М. Д. Сущность разделов бизнес-плана социальной направленности.....	96
Поклонська Ю. С. Реклама та маркетинг.....	97
Пономаренко І. В. Основні аспекти розвитку підприємництва в Україні.....	99
Придатченко І. М. Венчурний капітал як джерело фінансування інноваційної діяльності підприємств.....	100
Савченко Н. П. Теоретические аспекты управления персоналом предприятия.....	101
Сериков Д. А. Мотивация труда.....	103
Скиба И. Н. Проблемы трудоустройства молодежи в Украине.....	104
Склярова К. С. Визначення професійно важливих якостей працівника при професійно-психологічному відборі.....	105
Стукало Н. Н. Особенности применения антимонопольного законодательства на территории Украины.....	107
Суворова А. А. Совершенствование мотивации труда в рыночной экономике.....	108
Сухарева Т. Ю. Необхідність застосування управлінських інновацій на вітчизняних підприємствах.....	109
Ульянова Н. В. Сутність комерційної таємниці в умовах сучасної економіки.....	111
Ус М. А. Мотивация труда как фактор, направленный на повышение результатов трудовой деятельности.....	112
Харькова О. В. Банкротство – прояв кризи чи шахрайство?.....	113



Хмелевська А. Ю. Лізингове кредитування в Україні та проблеми його розвитку.....	115
Чаплигіна Ю. С. Удосконалення системи міжособистісної комунікації виробничої організації (через розвиток емоційного інтелекту).....	116
Черелюк В. О. Проблеми зайнятості на вітчизняних підприємствах	118
Чернищенко О. І. Управління конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств та основні напрями його підвищення.....	120
Шакура М. Г. Франчайзинг в Україні: реалії и перспективи.....	121
Шапошник Ю. А. Влияние инновационных процессов на повышение конкурентоспособности отечественных предприятий на внешнем рынке.....	122
Шепарнев А. В. Применение дивидендной политики предприятия в финансовом планировании	124
Шкарлат И. С. Особенности инвестиционной деятельности в Украине.....	125
Яловега Л. В. Маркетингова діяльність: ефективність та методика оцінки.....	127
Ярмолюк Т. П. Необходимость эффективной реализации стратегии на предприятии.....	128
Сергієнко А. В. Проблеми підвищення ефективності інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств.....	129

Секція 2

"Ефективна діяльність підприємств як основа розвитку регіону"

УДК 330.556:65.011.47

Безугла Л. А.

СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ АНАЛІЗУ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Суб'єкти господарювання починають свою діяльність при первинному накопиченні капіталу, оскільки він є необхідною умовою для фінансування господарської діяльності, а також джерелом погашення можливих збитків у подальшій діяльності підприємства. З позиції власника (засновника, підприємця) капітал виражає власність, яка становить вартісну оцінку майна і коштів, які він використовує для здійснення господарської діяльності та одержання прибутку.

Рівень ефективності господарської діяльності підприємства, у більшості випадків, визначається цілеспрямованим формуванням його капіталу. Якщо частка власного капіталу значна, то в кредиторів та інвесторів є впевненість у поверненні свої вкладень. Чим більша частка власного капіталу і менша позикового, тим менший фінансовий ризик. Цим пояснюється потреба в аналізі формування та використання капіталу підприємства.

Метою статті є вивчення сутності та значення аналізу капіталу підприємств.

Основними джерелами аналізу капіталу підприємства є ф. №1 Балансу, ф. №4 Звіту про власний капітал та дані бухгалтерського обліку.

Етапи аналізу формування й використання капіталу включають: підготовку для дослідження вихідної фінансової інформації; обробку вихідної фінансової інформації; формування аналітичної інформації; обробку одержаної аналітичної інформації; підготовку висновків і пропозиції за результатами проведеного дослідження.

Аналіз капіталу підприємства становить процес дослідження основних результативних показників. Форми аналізу капіталу подані в табл. 1.

Таблиця 1

Форми аналізу капіталу підприємства

За об'єктами дослідження		
Аналіз формування капіталу	Аналіз використання капіталу	
За організацією проведення		
Внутрішній аналіз (проводиться менеджерами, аналітиками, власниками з використанням усіх нормативних показників)	Зовнішній аналіз (здійснюють працівники аудиторських фірм, комерційних банків і т. д. з метою правильності відображення оцінки капіталу, показників кредитоспроможності тощо)	
За ступенем деталізації		
Аналіз формування та використання капіталу в цілому по підприємству	Аналіз формування та використання капіталу за видами діяльності	Аналіз формування та використання капіталу за структурними підрозділами
За обсягом дослідження		
Повний аналіз (вивчення всіх аспектів діяльності підприємства з використанням капіталу)	Тематичний аналіз (вивчення окремих аспектів використання капіталу підприємства)	
За періодами проведення		
Попередній аналіз (пов'язаний з вивченням умов майбутнього використання капіталу)	Оперативний аналіз (пов'язаний з використанням капіталу для оперативного впливу на хід окремих операцій)	Ретроспективний (здійснюється за звітний період (за квартал, рік))
За швидкістю проведення		
Експрес-аналіз (оцінка основних показників використання капіталу по підприємству в цілому, яка здійснюється на підставі даних фінансового обліку за стандартними алгоритмами розрахунків)	Поглиблений аналіз (оцінка показників використання капіталу, яка здійснюється на підставі даних фінансового та управлінського обліку із застосуванням альтернативних методів розрахунків і дослідженням впливу окремих факторів)	



Основними напрямками аналізу капіталу є:
горизонтальний аналіз, який полягає в порівнянні показників: а) звітного періоду з показниками попереднього періоду; б) аналогічного періоду минулого року; в) за ряд попередніх періодів;
вертикальний аналіз, який здійснюється у вигляді структурного аналізу: а) капіталу за видами діяльності; б) капіталу за звітний період; в) капіталу за попередній період; г) власного капіталу; д) позикового капіталу;
порівняльний аналіз показників капіталу підприємства: а) із середньогалузевими значеннями; б) з конкурентами; в) з оптимальними значеннями; г) із запланованими;
коефіцієнтний аналіз передбачає розрахунок: а) коефіцієнтів оборотності капіталу; б) показників рентабельності капіталу.
Інтенсивність використання капіталу характеризують показники оборотності, методику розрахунку яких подано в табл. 2.

Таблиця 2

Показники оборотності капіталу

Показник	Розрахунок
Тривалість обороту капіталу	відношення середнього розміру капіталу до одноденної чистої виручки від реалізації
	відношення добутку середнього розміру капіталу та кількості днів в аналізованому періоді на загальний розмір чистої виручки
Коефіцієнт оборотності капіталу	ділення кількості днів в аналізованому періоді на оборотність капіталу в разях
	ділення чистої виручки від реалізації на середній розмір капіталу підприємства
Капіталомісткість	ділення кількості днів в аналізованому періоді на оборотність капіталу у днях
	ділення середнього розміру капіталу підприємства на чисту виручку від реалізації

Показники рентабельності капіталу характеризують дохідність (прибутковість) капіталу. Найбільш розповсюдженими показниками, що використовуються для аналізу, є: загальна рентабельність (збитковість) капіталу, що визначається як відношення прибутку (збитку) від господарської діяльності до середньорічної вартості капіталу; загальна рентабельність (збитковість) власного капіталу, яка визначається відношення прибутку (збитку) від господарської діяльності до середньорічної вартості власного капіталу [2].

Таким чином, проведений аналіз за визначеними напрямками та показниками дасть можливість охарактеризувати платоспроможність, кредитоспроможність і забезпечення коштами підприємств. Виконуючи функції розподілу доходів і активів, фінансування ризику, капітал спрямовує діяльність підприємства на отримання прибутку.

Література: 1. Подольська В. О. Фінансовий аналіз: Навч. посібн. / В. О. Подольська, О. В. Ярош. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 488 с. 2. Тютюнник Ю. М. Фінансовий аналіз бізнесу: Навч. посібн. – Полтава: ІнтерГрафіка, 2004. – 288 с.

Албул Н. С.

УДК 338.514

Истомина Е. А.

ЗНАЧЕНИЕ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ В ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА

Финансовый анализ в условиях рыночной экономики играет важную роль в принятии управленческих решений. Цель финансового анализа состоит не только в том, чтобы установить и оценить финансовое состояние предприятия, но еще и в том, чтобы постоянно проводить работу, направленную на его улучшение. Данный анализ показывает, по каким конкретным направлениям надо вести эту работу, дает возможность выявить наиболее важные аспекты и наиболее слабые позиции в финансовом состоянии предприятия.

© Албул Н. С., Истомина Е. А., 2009

Основные задачи анализа прибыли и рентабельности деятельности предприятия отображены на рисунке.

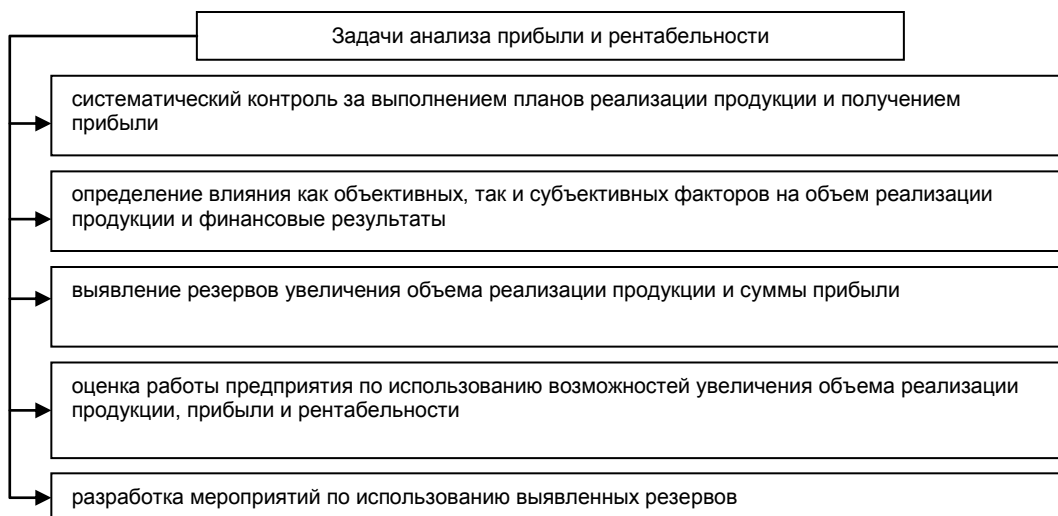


Рис. Основные задачи анализа прибыли и рентабельности

Обобщающая оценка финансового состояния предприятия осуществляется на основе показателей прибыли и рентабельности. По прибыли определяются доля доходов учредителей и собственников, размеры дивидендов и других доходов. Характеризуя целесообразность вложений средств в активы данного предприятия и степень умелости его хозяйствования, прибыль является наилучшим измерителем его финансового здоровья.

В условиях рыночных отношений предприятие должно стремиться если не к получению максимальной прибыли, то, по крайней мере, к такому объему прибыли, который бы позволил предприятию не только прочно удерживать свои позиции на рынке сбыта своих товаров и услуг, но и обеспечивать динамическое развитие его производства в условиях конкуренции. При этом на величину прибыли влияют различные факторы, имеющие как непосредственное отношение к деятельности предприятия, так и не зависящие от его деятельности.

Однако прибыль не может рассматриваться в качестве единого и универсального показателя эффективности производства. Поэтому при оценке интенсивности и эффективности производственного развития в практике экономической работы широко используется система показателей рентабельности, при исчислении которых абсолютный размер прибыли сравнивается с определенной базой.

Рентабельность определяется как показатель, представляющий собой отношение прибыли к сумме затрат на производство, к денежным вложениям в организацию коммерческих операций или сумме имущества фирмы, используемого для организации своей деятельности [1, с. 102].

Выделяют три основных группы показателей рентабельности: показатели рентабельности капитала, показатели рентабельности продукции и показатели, рассчитанные на основе потоков наличных денежных средств [2, с. 147].

Рентабельность собственного капитала – самый значимый показатель в деятельности предприятия, характеризующий эффективность использования имущества, находящегося в его собственности. На основе этого показателя собственник активов может выбрать место их вложения. При расчете принимается во внимание не операционный доход, а конечная, чистая прибыль, которая будет определенным образом распределена между владельцами предприятия. Данный показатель рассчитывается как отношение чистой прибыли к среднегодовой стоимости собственного капитала.

Рентабельность продукции определяет уровень эффективности производства данного вида продукции, то есть определяет количество затраченных производственных ресурсов и прибыль на единицу продукции. Данная группа показателей формируется на основе расчета уровней и рентабельности по показателям прибыли, отражаемым в отчетности предприятия [3, с. 19 – 20].

Показатели, рассчитанные на основе потоков наличных денежных средств, дают представление о степени возможности предприятия расплатиться с кредиторами, заемщиками и акционерами денежными средствами в связи с использованием имеющегося денежного притока [4, с. 22].

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Прибыль предприятия получают главным образом от реализации продукции, а также от других видов деятельности (сдача в аренду основных фондов, коммерческая деятельность на фондовых и валютных биржах и т. д.).



Прибыль и рентабельность производства тесно взаимосвязаны между собой и имеют огромное значение для определения эффективности деятельности производства. Прибыль – это абсолютный показатель, рентабельность же – это относительный показатель, который позволяет определить эффективность использования ресурсов предприятия, внедрения инноваций и вложения инвестиций в производство, рациональность производства того или иного вида продукции, видов услуг и работ.

Литература: 1. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет Р. С. Сайфулин. – М.: ИНФРА-М, 1995. – 176 с. 2. Грищенко О. В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебн. пособ. – Таганрог: Изд. ТРТУ, 2000. – 112 с. 3. Липчун Н. В. Проблемы формирования конечных финансовых результатов деятельности организации / Н. В. Липчун, Ю. С. Шевченко // Экономический анализ: теория и практика. – 2007. – №7(88). – С. 19 – 20. 4. Куранов М. В. Показатели и модели анализа финансового состояния на различных этапах жизненного цикла организации // Экономический анализ: теория и практика. – 2008. – №5(110). – 22 с.

Бачинська А. Ю.

УДК 005.597.6

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Упродовж тривалого періоду економіка функціонувала і розвивалась переважно за рахунок екстенсивних факторів, але ця тенденція практично вичерпала себе й дія таких факторів стала економічно невігідною. Розвиток та інтенсифікація сучасного виробництва повинні базуватися переважно на нових рішеннях у галузі технології, техніки, організаційних форм і економічних методів господарювання. Отже, ефективна діяльність підприємств в умовах ринку багато в чому залежить від їх здатності до інноваційного розвитку. Оцінка інноваційного потенціалу в сучасних умовах стає об'єктивно необхідним елементом у процесі управління інноваційною діяльністю підприємства. Одна з ключових проблем активізації інноваційної діяльності полягає у створенні умов, ситуацій, що максимально розвивають творчу активність персоналу або кадровий потенціал.

Актуальність теми обумовлена тим, що в умовах становлення ринкової економіки в Україні невіршеними залишаються безліч теоретичних, методичних і практичних питань управління інноваційною діяльністю вітчизняних підприємств.

Слід зазначити, що проблемами інноваційної діяльності займалися багато вітчизняних учених, серед них Ю. Бажал, А. Гриньов, В. Гриньова, О. Пушкар, О. Анненкова, О. Ястремська, О. Новікова, В. Онікієнко, М. Крупка, М. Туган-Барановський, Г. Андрощук та ін. Важливий внесок у вивчення проблем інноваційної діяльності зробили закордонні вчені-економісти: Б. Санто, Б. Твісс, Й. Шумпетер, І. Перлаккі, П. Друкер, В. Томсон, Н. Терпецький, А. Пригожин, Р. Фатхутдінов, О. Водачкова, П. Завлін, А. Казанцев та ін.

Метою даного дослідження є теоретичне обґрунтування й розробка практичних рекомендацій щодо основних аспектів інноваційної діяльності підприємств України в сучасних умовах господарювання.

У звичайному розумінні інноваційні процеси характеризуються сукупністю безперервно виникаючих у часі та просторі прогресивних, якісно нових змін. Результатом інноваційних процесів є новини, а їх запровадження у господарську практику визначається нововведеннями.

Виділяють такі типи інновацій:

технічні інновації проявляються у формі нових продуктів, технологій їх виготовлення, засобів виробництва (машин, устаткування, енергії);

організаційні інновації охоплюють нові методи і форми організації усіх видів діяльності підприємств та інших ланок суспільного виробництва (організаційні структури управління сферами науки і виробництва, форми організації різних типів виробництва і колективної праці);

економічні інновації — методи господарського управління наукою і виробництвом через реалізацію функцій прогнозування і планування, фінансування, ціноутворення, мотивації і оплати праці, оцінки результатів діяльності;

соціальні інновації — різні форми активізації людського чинника (професійна підготовка і підвищення кваліфікації персоналу, в першу чергу складу керівників усіх рівнів; стимулювання їх творчої діяльності; поліпшення умов і постійного підтримання високого рівня безпеки праці; охорона здоров'я людини і навколишнього природного середовища; створення комфортних умов життя);

юридичні інновації — нові і змінені закони та різноманітні нормативно-правові документи, що визначають і регулюють усі види діяльності підприємств та організацій.

За масштабами інновації поділяються на локальні, які приводять переважно до еволюційних перетворень у сфері діяльності підприємств і через це не справляють особливо істотний вплив на ефектив-

© Бачинська А. Ю., 2009



ність їх функціонування й розвитку, та глобальні, що у своїй більшості є революційними (принципово новими), мають за мету кардинально підвищувати організаційно-технічний рівень виробництва і завдяки цьому забезпечувати суттєві позитивні зрушення в економічних та соціальних процесах [1].

Усі групи нововведень відіграють дуже важливу роль для діяльності підприємства, та між окремими їх видами існує порівняно тісний взаємозв'язок. Ефективні технічні, організаційні та економічні інновації неодмінно призводять до помітних позитивних змін у соціальних процесах на підприємствах, а все зростаюча актуалізація нагальних завдань соціального характеру ініціює їх розв'язання за допомогою нових організаційно-технічних та економічних рішень. Усі локальні й особливо глобальні нововведення різної спрямованості можуть забезпечувати максимально можливий прогресивний вплив на виробництво за умови, якщо вони використовуються підприємством постійно, комплексно та гармонійно. Найбільший за наслідками безпосередній вплив на результативність діяльності підприємства справляють технічні й організаційні нововведення.

Дуже помітно посилюється вплив нових технологічних систем не тільки на економічні явища, але й на соціальні процеси. Цим обумовлена підвищена увага конструкторів нової техніки до показників її надійності та екологічності. Особливо важливим є завдання поліпшення екології виробництва на підприємствах [2].

Потенційні можливості розвитку й ефективності виробництва визначаються, перш за все, науково-технічним прогресом, його темпами і соціально-економічними результатами. Науково-технічний прогрес (НТП) у буквальному розумінні означає безперервний взаємообумовлений процес розвитку науки і техніки; у ширшому суттєво-змістовному значенні — це постійний процес створення нових та вдосконалення застосовуваних технологій, засобів виробництва і кінцевої продукції з використанням досягнень науки. Уся сукупність сучасних напрямків НТП слугує фундаментальною базою технічного розвитку будь-якого підприємства.

В умовах сучасних перетворень у технічному базисі виробництва ступінь його технічної досконалості та рівень економічного потенціалу в цілому визначаються прогресивністю використовуваних технологій — способів одержання й перетворення матеріалів, інформації, виготовлення продукції. Технологія виступає завершальною ланкою і формою матеріалізації фундаментальних досліджень, засобом безпосереднього впливу науки на сферу виробництва.

Загалом інновації передбачають якісне покращення виробничої структури підприємства, що, у свою чергу, позитивно впливає на розвиток виробництва, вирішення соціальних завдань, збільшує рівень життєзабезпечення колективу.

Націленість на сучасні досягнення науки та техніки, намагання залучити їх до виробництва забезпечують підприємству лідерство в конкурентній боротьбі, створює умови стійкого розвитку в довгостроковій перспективі [3].

Таким чином, у результаті проведення дослідження було розглянуто основні аспекти інноваційної діяльності підприємств, доведено, що значення інновацій для підприємства можливо охарактеризувати як життєву необхідність щодо розвитку підприємства, забезпечення його конкурентоспроможності у довгостроковому періоді.

Література: 1. Економіка підприємства: Підручник / За ред. С. Ф. Покропивного. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Вид. КНЕУ, 2000. – 526 с. 2. Економіка та організація інноваційної діяльності / За ред. О. І. Волкова, М. П. Денисенка. – К.: ЦУЛ, 2007. – 660 с. 3. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / За ред. Л. І. Федулової. – К.: Основа, 2005. – 552 с.

УДК 338.240(075.8)

Бережна А. О.

ПОНЯТТЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний етап реформування економіки України вимагає нового підходу до управління підприємствами, вироблення такої господарської політики і стратегії, які дозволяють організації підтримувати конкурентні переваги в довгостроковому періоді.

На багатьох підприємствах України система управління не адекватна вимогам ринкової економіки. Керівники і менеджери підприємств часто не знайомі з сучасним станом та розробками теорії й методології управління і продовжують використовувати у своїй діяльності принципи, форми та прийоми, якими користувалися в дореформений період.

© Бережна А. О., 2009



Сучасним інструментом управління розвитком організації в умовах наростаючих змін у зовнішньому середовищі і пов'язаній з цим невизначеності є методологія стратегічного менеджменту.

Аналіз літературних джерел [1 – 5] з проблеми формування економічної безпеки для різних інституціональних рівнів свідчить про різноманітність думок авторів щодо основних термінів, що ускладнює розуміння досліджуваних процесів. Отже, з метою уточнення категоріального апарату з питань наукових досліджень детально розглянемо сутність поняття економічної безпеки.

Сучасні автори мають дещо нову трактовку поняття економічної безпеки, наприклад, О. Бандурка вважає, що це стан і здатність економічної системи протистояти небезпеці руйнації її організаційної структури та статусу, а також перешкодам досягнення мети розвитку [1].

П. Орлов дав таке визначення економічної безпеці – це стан і здатність протистояти будь-яким чинникам небезпеки, що руйнують організаційні структури та обмежують спроможність реалізувати суспільну місію [2].

А теорія про поняття економічної безпеки видатного вченого Г. Пастернака-Таранушенка дещо відрізняється від попередніх. Він вважав, що економічна безпека – це стан держави, за якого вона забезпечена можливістю створення й розвитку розуму для плідного життя її населення, перспективного розвитку її економіки в майбутньому та зростання добробуту її мешканців [3].

О. Новікова трактує економічну безпеку як стан захищеності економічних інтересів особи, суспільства, держави від економічних загроз та впливаючих на них інших загроз національній безпеці [4].

На думку М. Фоміної, економічна безпека – стан захищеності економічних інтересів особи, суспільства, держави від економічних загроз національній безпеці, які на них впливають [5].

Думки авторів мають розбіжності: П. Орлов та О. Бандурка вважають, що це здатність протистояти будь-яким чинникам небезпеки, а О. Новікова, М. Фоміна, Г. Пастернак-Таранушенко говорять, що це стан захищеності економічних інтересів особи, суспільства та держави від економічних загроз. Проаналізувавши всі поняття, можна запропонувати своє бачення поняття економічної безпеки – це стан і здатність держави та економічної системи протистояти різного роду небезпекам, а також забезпечувати перспективний розвиток економіки і добробуту населення.

Але, на погляд автора, економічна безпека підприємства – це стан найбільш ефективного використання ресурсів з метою ліквідації загроз та забезпечення ефективного і стабільного функціонування підприємства в поточному та перспективному періодах. Необхідно зазначити, що економічна безпека підприємства характеризується сукупністю якісних і кількісних показників, головним з яких є рівень економічної безпеки, що становить результат оцінки стану використання ресурсів підприємства за критеріями економічної безпеки.

Кожне підприємство направлене на отримання максимального прибутку або підприємницького доходу. Для цього необхідно ефективно функціонувати, тому стратегію економічної безпеки доцільно розглядати як стратегію підвищення ефективності діяльності підприємства. У свою чергу, можна дати визначення стратегії економічного підвищення – це економічна система забезпечення економічної безпеки підприємства у довгостроковому періоді, що становить сукупність приватних взаємоузгоджених і взаємообумовлених складових, які об'єднує єдина глобальна мета – досягнення високого рівня економічного прибутку.

У нашій країні саме зараз потрібно розвивати і вдосконалювати економічну безпеку, для цього необхідно теоретично обґрунтовувати проблеми, а також розробляти практичні рекомендації щодо їх вирішення. Слід відзначити, що на державному рівні у вирішенні проблеми економічної безпеки вже зроблені перші кроки, але теоретичні та практичні аспекти економічної безпеки підприємств ще практично не досліджені.

Саме тому метою даної роботи є розкриття поняття економічної безпеки в цілому та економічної безпеки підприємства. Для того щоб донести до читачів, наскільки важливі ці поняття в суспільному житті, ми повинні досліджувати і знаходити нові шляхи вирішення проблеми економічної безпеки.

Література: 1. Бандурка О. М. Основи економічної безпеки: Підручник / О. М. Бандурка, В. Є. Духов, К. Я. Петрова, І. М. Червяков – Харків: Вид. Нац. університету внутр. справ, 2003. – 236 с. 2. Орлов П. І. Основи економічної безпеки фірми: Навч. посібн. – Харків: ТОВ "Прометей-Прес", 2004. – 284 с. 3. Пастернак-Таранушенко Г. Економічна безпека держави. Статика процесу забезпечення: Підручник для державних службовців, науковців, студентів і аспірантів вищих навчальних закладів економічного профілю / За ред. Б. Кравченка. – К.: Кондор, 2002. – 302 с. 4. Новікова О. Ф. Економічна безпека: концептуальне визначення та механізм забезпечення: Монографія / О. Ф. Новікова, Р. В. Покотиленко. – Донецьк: НАН України. Інститут економіки промисловості, 2006. – 408 с. 5. Фоміна М. В. Проблеми економічно безпечного розвитку підприємств: теорія і практика: Монографія. – Донецьк: Дон ДУЕТ, 2005. – 140 с.

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ЯК НАЙВАЖЛИВИЙ ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Рівень розвитку національної економіки визначається рівнем конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, насамперед, промислових підприємств. В умовах переходу до відкритої ринкової економіки боротьба за споживача на внутрішньому та зовнішньому ринках вимагає створення й виробництва дійсно конкурентоспроможних товарів. У зв'язку з цим пошук шляхів підвищення рівня конкурентоспроможності продукції вітчизняного машинобудування є однією з актуальних проблем економічної науки і практики промислових підприємств України.

Одним із найважливіших факторів підвищення конкурентоспроможності продукції є здійснення інноваційної діяльності, змістом якої є використання й комерціалізація результатів наукових досліджень та розробок, а головною метою – випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг.

Науково обґрунтовані рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання можна знайти у працях Г. А. Азоева, І. Ансоффа, А. П. Градова, П. В. Забеліна, Ю. Б. Іванова, Дж. Макартура, М. Портера, Дж. Робінсона, Р. А. Фатхутдінова та інших провідних учених-економістів. Разом з тим проблема управління інноваційною діяльністю на підприємстві й питання підвищення конкурентоспроможності розглядалися в літературі здебільшого відокремлено одне від одного, а у взаємозв'язку не були предметом наукового дослідження.

У наукових працях здебільшого виділяються такі чинники, що впливають на конкурентоспроможність підприємства: конкурентоспроможність продукції, що виробляється, та значущість ринку, на якому вона представлена [1]; конкурентоспроможність продукції та ефективність виробничо-господарської діяльності [2]; зростання і стабільність зовнішніх конкурентних переваг та внутрішня ефективність, а також обсяг знань і навичок управлінського персоналу, спеціалістів, працівників відділу досліджень і розробок [3]. Таким чином, інноваційна активність підприємства не відокремлюється як фактор, що впливає на конкурентоспроможність.

Разом з тим проведені дослідження господарської діяльності вітчизняних промислових підприємств дозволяють обґрунтувати вплив низького рівня інноваційної активності на деформацію галузевої структури промислового виробництва та деіндустріалізацію виробничого потенціалу України, що призвело до значного зниження рівня конкурентоспроможності національної економіки в цілому.

Метою даного дослідження є теоретичне обґрунтування взаємозв'язку управління інноваційною діяльністю підприємства та підвищення рівня його конкурентоспроможності, а також розробка практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємств.

У сучасний період розвитку економіки України стає очевидним, що для більшості вітчизняних підприємств вихід з кризи пов'язаний з виробництвом нової продукції, не лише технічно досконалої та якісної, а такої, що відповідає кращим зарубіжним аналогам і необхідна вітчизняним та зарубіжним споживачам, яка б задовольняла їх запити, у виробництві та реалізації якої підприємство зможе максимально використовувати власні переваги. У зв'язку з цим формування й реалізація стратегії управління інноваційними процесами – об'єктивна необхідність і важлива умова стабільного соціально-економічного розвитку підприємства в сучасних умовах.

Аналіз створення та впровадження нових типів промислової продукції на машинобудівних підприємствах Харківського регіону свідчить про те, що кількість найменувань нової продукції значно знизилася за останній період. Така ситуація склалася через відсутність фінансування науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт. У зв'язку з цим спостерігається процес збільшення тривалості створення зразків нових типів техніки й освоєння їх промислового виробництва. Але ж без посилення інноваційної активності сьогодні вся виробничо-господарська діяльність підприємства приречена на невдачу.

Нова продукція доповнює товарний асортимент підприємства і надає йому можливість конкурувати з продукцією інших виробників, пропонувати споживачам більше, ніж конкуренти, як з погляду різноманітності, так і з погляду засобів та умов їх реалізації, а також післяпродажного сервісу. Треба врахувати той важливий факт, що підприємство, яке здійснює технологічні та технічні зміни, контролює зрушення на ринках, не буде захопленим знезацька, коли існуючий товар несподівано застаріє.

Разом з тим будь-який товар після виходу на ринок починає поступово втрачати свій потенціал конкурентоспроможності. Такий процес можна уповільнити й навіть тимчасово затри-



мати, але зупинити його неможливо. Тому новий виріб має проектуватися за графіком, який забезпечує йому вихід на ринок до моменту значної втрати конкурентоспроможності попереднім виробом.

Основою моделі стратегії управління інноваціями може бути маркетингова служба, яка розглядається як один з провідних підрозділів підприємства, а також підрозділ промислової власності, який забезпечує правову охорону об'єктів промислової власності підприємства і дотримання норм вітчизняного та закордонного законодавства.

Таким чином, у результаті проведеного дослідження обґрунтовано вплив низького рівня інноваційної активності вітчизняних підприємств на зниження конкурентоспроможності національної економіки. Запропоновано модель управління інноваціями, яка базується на ефективному функціонуванні маркетингової служби та підрозділу промислової власності підприємства, що може бути використана суб'єктами господарювання з метою підвищення ефективності інноваційної діяльності вітчизняних підприємств.

Проведені автором дослідження не претендують на завершеність. У даному напрямку перспективними можуть бути подальші наукові розробки щодо створення та реалізації ефективної інноваційної стратегії суб'єкта господарювання й визначення основних напрямків підвищення інноваційно-технологічного потенціалу підприємства.

Література: 1. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИН-ФРА-М, 2000. – 312 с. 2. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений. – Харьков: РИО ХГЭУ, 1997. – 246 с. 3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Изд. "Питер", 1999. – 416 с.

Бережна О. М.

УДК 338.512

ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

В Україні відбуваються глибокі економічні перетворення, що не може позначитися на роботі основного суб'єкта ринкової економіки підприємства. Один за одним економічні кризи ставлять у важке становище не тільки підприємства, але й громадян – споживачів, від рівня купівельної спроможності яких залежать обсяги продажів виробленої продукції.

З переходом на ринкові відносини вміння ефективно господарювати стає умовою виживання підприємства в конкурентній боротьбі. Досягнення високих результатів діяльності підприємства неможливе без ефективного управління витратами на виробництво й реалізацію продукції [1].

Вибір даної теми обумовлений її актуальністю в умовах ринкових відносин, коли кожне підприємство прагне отримати максимальний прибуток за найменших витрат. Метою даної роботи є виявлення та аналіз резервів зниження собівартості продукції.

Дослідження собівартості в умовах ринкової економіки знайшли своє відображення в наукових роботах А. С. Бородіна, Б. І. Валуєва, С. Ф. Голова, З. В. Гуцайлюка, В. І. Єфименка, Б. М. Литвина, Є. В. Мниха, В. М. Пархоменка, М. В. Кужельного, А. М. Кузьминського, М. Г. Чумаченко та інших вітчизняних і зарубіжних авторів [2].

Шляхів зниження собівартості продукції є чимало: це й використання менш дорогих матеріалів, це й удосконалення процесу виробництва, автоматизація робочих місць і скорочення кількості працюючих, це й кооперація з іншими підприємствами, які можуть виготовляти ті чи інші складові частини за меншими цінами [3].

Вирішальною умовою зниження собівартості є впровадження нової техніки, комплексна механізація й автоматизація виробничих процесів, удосконалення технології, впровадження прогресивних видів матеріалів, що дозволяє значно знизити собівартість продукції.

Серйозним резервом зниження собівартості продукції є розширення спеціалізації й кооперування. На спеціалізованих підприємствах з масово-поточним виробництвом собівартість продукції значно нижче, ніж на підприємствах, що виробляють таку ж продукцію в невеликих кількостях. Розвиток спеціалізації вимагає встановлення найбільш раціональних кооперованих зв'язків між підприємствами.

Зниження собівартості продукції забезпечується, перш за все, за рахунок підвищення продуктивності праці. При підвищенні продуктивності праці скорочуються витрати праці в розрахунок на одиницю продукції, а отже, зменшується й питома вага заробітної плати у структурі собівартості.

© Бережна О. М., 2009



Успіх боротьби за зниження собівартості вирішує також зростання продуктивності праці робітників, що забезпечує в певних умовах економію на заробітній платі.

Найважливіше значення в боротьбі за зниження собівартості продукції є дотримання найсуворішого режиму економії на всіх ділянках виробничо-господарської діяльності підприємства. Послідовне здійснення на підприємствах режиму економії проявляється, перш за все, у зменшенні витрат матеріальних ресурсів на одиницю продукції, скороченні витрат на обслуговування виробництва й управління, у ліквідації втрат від різних непродуктивних витрат.

Матеріальні витрати, як відомо, у більшості галузей промисловості займають велику питому вагу у структурі собівартості продукції, тому навіть незначне заощадження сировини, матеріалів, палива й енергії при виробництві кожної одиниці продукції в цілому по підприємству дає великий ефект.

Підприємство має можливість впливати на кількість витрат матеріальних ресурсів, починаючи з їхньої заготівлі. Правильний вибір постачальників матеріалів впливає на собівартість продукції. Важливо забезпечити надходження матеріалів від таких постачальників, які знаходяться на невеликій відстані від підприємства, а також перевозять вантажі найдешевшим видом транспорту. При укладанні договорів про постачання матеріальних ресурсів необхідно замовляти такі матеріали, які за своїми розмірами та якістю точно відповідають плановій специфікації на матеріали, прагнути використовувати більш дешеві матеріали, не знижуючи в той же час якості продукції.

Основною умовою зниження витрат сировини й матеріалів на виробництво одиниці продукції є поліпшення конструкцій виробів та вдосконалення технології виробництва, використання прогресивних видів матеріалів, упровадження технічно обґрунтованих норм витрат матеріальних цінностей.

Скорочення витрат на обслуговування виробництва й управління також знижує собівартість продукції. Резерви скорочення загальновиробничих і адміністративних витрат полягають, перш за все, у спрощенні та здешевленні апарату управління, в економії на управлінських витратах. Проведення заходів щодо механізації допоміжних і підсобних робіт призводить до скорочення чисельності робітників, зайнятих на цих роботах. Найважливіше значення при цьому мають автоматизація й механізація виробничих процесів.

Значні резерви зниження собівартості є у скороченні втрат від браку та інших непродуктивних витрат. Вивчення причин браку, виявлення причин їх виникнення дають можливість провести заходи щодо ліквідації втрат, скорочення та найбільш раціонального використання відходів виробництва [3].

Масштаби виявлення резервів зниження собівартості продукції багато в чому залежать від того, як поставлена робота з вивчення й упровадження досвіду, що є на інших підприємствах.

Таким чином, розглянувши шляхи зниження собівартості продукції, можна зробити висновки про те, що ресурсоекономні та ресурсозберігаючі технології – це вихід для українського товаровиробника, тому слід упроваджувати на виробництво найсучасніше обладнання та вводити раціональні методи виготовлення продукції, а дотримання загальних економічних принципів і законів не тільки не призведе до погіршення кінцевого продукту, але й дасть вітчизняному товаровиробнику можливість одержувати додаткових покупців і додаткові доходи [4].

Література: 1. <http://www.ckct.org.ru/study/ep/ep4-6.shtml>. 2. <http://www.mark5.ru/47/14706/index1.1.html>. 3. http://www.sobstven.ru/puti_snizheniya_sebestoimosti.html. 4. <http://www.bestreferat.ru/>

УДК 005.935

Бондарь В. А.

КОНТРОЛЛИНГ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В последние годы в развитии украинской экономики очень важным аспектом для ведения бизнеса является обоснование эффективных методов управления предприятием. Важность вопросов эффективного управления обуславливаются рядом факторов: значительным увеличением масштабов производства, качественным сдвигом в экономике государства, завершением перехода предприятий производственной и непроизводственной сферы на новую систему хозяйствования, непредсказуемостью и нестабильностью внешней среды. Поскольку система управления нуждается в информационно-аналитической поддержке процессов принятия управленческих решений, то вопросы, связанные с рассмотрением контроллинга в управлении предприятием, приобретают особую актуальность.

© Бондарь В. А., 2009

IS

"Управління розвитком", № 13' 2009



Основной целью исследования является обоснование эффективности контроллинга в системе управления предприятием.

Впервые контроллинг был применен в Германии и США, но в Украине его начали исследовать и применять сравнительно недавно. Он определяется как концепция системного управления и способа мышления менеджеров, в основе которой лежит стремление обеспечить долгосрочное эффективное функционирование предприятия [1].

Изучению контроллинга в современных условиях развития экономики Украины уделяется недостаточно внимания: наблюдается недостаток научной и методологической основы для эффективного использования контроллинга на отечественных предприятиях.

Среди отечественных авторов, изучающих вопросы контроллинга, следует выделить М. Романову, А. Карминского, Е. Ананькину, И. Маркину и др. [1 – 4].

По мнению М. Романовой, контроллинг – синтез методов и инструментов, используемых в теории менеджмента, логистики, бухгалтерского учета, и адаптированных к рыночным условиям [2]. Если менеджер на предприятии ответственен за результат его деятельности, то контроллер (специалист по контроллингу) – за правильную интерпретацию и прозрачность полученных результатов, он ориентирован на будущее предприятия, его сферу деятельности (рисунк).



Рис. Контроллинг и сферы деятельности контроллера и менеджера

Контроллинг является сложной конструкцией, которая объединяет в себе разные элементы функции управления и использует их в решении задач оперативного и стратегического характера. Вследствие этого контроллинг обеспечивает системный, целостный взгляд на деятельность предприятия в прошлом, настоящем времени и решение проблем, которые возникают перед предприятием.

Контроллинг особенно эффективен на предприятиях с высоким уровнем диверсификации, в частности занятых одновременно производством, реализацией и продажей различных изделий, работ, услуг. Он позволяет оценить эффективность различных видов деятельности. При этом основными функциями контроллинга являются [2]: 1) мониторинг состояния экономики; 2) сервис, предусматривающий информационное обслуживание контроллинга с использованием различных данных изменения экономических, социальных и других показателей; 3) управление в виде приемов и методов рационального сочетания элементов и звеньев управляющей системы; 4) контроль и анализ; 5) упорядочивание, предусматривающее определение индикаторов системы раннего предупреждения и распознавания; 6) разработка методологии принятия решений, в том числе целевых показателей.

Основной целью контроллинга является ориентация процесса управления предприятием на достижение стратегических целей. Для этого нужно [3; 4]: формировать контролируемые величины для измерения и оценки потенциала предприятия; устанавливать нормативные величины; определять фактические значения контролируемых величин; сопоставлять фактические показатели с плановыми; фиксировать отклонения от стратегических целей и анализировать причины; выявлять требуемые корректирующие мероприятия для управления отклонениями от стратегического курса.

Потребность в реализации функций контроллинга в наибольшей степени ощущается на крупных предприятиях, которые нуждаются в более совершенных методах и инструментах управления. Это связано с тем, что крупные предприятия располагают ресурсами, необходимыми для создания служб контроллинга как специализированного структурного подразделения в системе управления предприятием.

При формировании служб контроллинга необходимо соблюдать ряд принципов [2]: 1) избежать излишне сложной структуры службы контроллинга; 2) выбрать наиболее приемлемый для данного предприятия тип организации контроллинга (централизованная, децентрализованная); 3) стимулировать самостоятельность и инициативность контроллеров; 4) обеспечить прямое подчинение службы контроллинга руководителю предприятия; 5) предоставить службе контроллинга право получать всю необходимую для работы экономическую информацию и комментарии к ней от всех служб предприятия; 6) придать службе контроллинга статус самостоятельного подразделения предприятия.

К основным инструментам, которые используются контроллингом, относятся PEST-анализ (анализ внешней среды), SWOT-анализ (анализ слабых и сильных сторон предприятия), матрица БКГ (анализ перспективных направлений развития предприятия) и др. [3].

Целесообразно в процессе контроллинга изучать такие объекты, как стратегии, цели, шансы и риски, сильные и слабые стороны предприятия, предположения, последствия. Анализ этих объектов помогает определить существующую ситуацию на предприятии, выявить сильные стороны предприятия по сравнению с конкурентами.

В современной инновационной политике многих предприятий прослеживается тенденция к переориентации научно-технической и производственно-сбытовой деятельности. Прежде всего повышается удельный вес новых изделий в ассортименте выпускаемой продукции, сбыт которых ведет к расширению сопутствующих услуг. Целью таких предприятий является обеспечение эффективного использования капитала и сохранение лидерства в конкретных секторах рынка экономики за счет выпуска новых изделий.

Таким образом, в условиях сложившейся нестабильной ситуации в стране предприятиям необходимо совершенствовать процесс управления и повышать эффективность производства. С этой целью необходимо использовать опыт зарубежных стран и внедрять на предприятиях системы контроллинга. Контроллинг оказывает содействие повышению качества управления и ориентированный на перспективное развитие предприятия, основной целью которого является ориентация управленческого процесса на максимизацию прибыли при минимизации риска и сохранение ликвидности и платежеспособности предприятия. Наряду с этим контроллинг позволяет не только предвидеть результаты деятельности и спланировать деятельность предприятия, но и своевременно получать точную информацию, необходимую для принятия обоснованных управленческих решений.

Литература: 1. Карминский А. М. Контроллинг в бизнесе. Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях / А. М. Карминский, Н. И. Оленев, А. Г. Примак, С. Г. Фалько. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 367 с. Романова М. Контроллинг как средство стратегического управления предприятием // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – №4. – С. 80 – 85. Ананькина Е. А. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Е. А. Ананькина, С. В. Данилочкин, Н. Г. Данилочкина; [Под ред. Н. Г. Данилочкиной. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 268 с. Маркина И. А. Методология современного управления: Монография. – К.: Высшая школа, 2001. – 312 с.

УДК 005.5:004.78

Гиковатая Н. К.

КЛАССИФИКАЦИЯ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫМИ РЕСУРСАМИ

Процессы трансформации экономики Украины требуют внесения корректировок в работу её экономических субъектов, которые связаны как с необходимостью адаптации предприятия к современным темпам научно-технического прогресса, так и с модифицированием потребностей общества. Поэтому требуемые изменения касаются техники и технологии, причем технологии управления предприятием в целом.

Руководство предприятия в развитых странах предполагает разбиение всех работ организации на связанные между собой, но отдельно выделенные бизнес-процессы. Причем основной задачей лиц, отвечающих за эти процессы, является оптимизация расходования ресурсов на каждом из них. К сожалению, в Украине еще не все руководители разделяют деятельность своих предприятий на отдельные управляемые процессы, а тем более выстраивают из них четкую логическую систему.

Под бизнес-процессом (или деловым процессом) понимается логическая последовательность взаимозависимых операций (действий), которые используют ресурсы предприятия для создания или получения в обозримом или измеримо предсказуемом будущем полезного для потребителя результата, такого как продукт или услуга [1].

Американским Центром производительности и качества (American Productivity & Quality Center (APQC)) разработана классификация бизнес-процессов (Process Classification Framework), состоящая из тринадцати типовых бизнес-процессов предприятия [2]. Они охватывают такие направления деятельности, как анализ рынка и потребностей потребителей, разработка видений и стратегии предприятия, продажа продуктов/услуг; производство и поставка продуктов/услуг, управление человеческими ресурсами и др.

Наравне с остальными рассматривается и бизнес-процесс "Управление информационными ресурсами". Под информационными ресурсами понимаются документы и массивы документов в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, банках данных и др.) [3].

© Гиковатая Н. К., 2009



Понимая, что информация как основной ресурс предприятия является составляющей каждого бизнес-процесса, рассмотрим бизнес-процесс "Управление информационными ресурсами" более подробно.

Традиционно, классификация позволяет делить объекты, предметы и процессы по определенному признаку, что дает возможность формировать соответствующие группы методов влияния на них.

Детальный анализ предложенной классификации в целом и указанного бизнес-процесса в отдельности показал, что в основе их деления нет четко сформулированных классификационных признаков. Вследствие этого для каждого подпроцесса необходимо разрабатывать отдельные методы управления, а данная классификация не может гарантировать их полного охвата. Такой подход является нерациональным, так как требует дополнительных затрат со стороны управляющего.

Целью данного исследования является построение классификации бизнес-процесса "Управление информационными ресурсами" и возможного улучшения его составляющих при помощи внедрения информационных инноваций.

В настоящее время усиливается значение информации во всех сферах деятельности, она относится к основным ресурсам предприятия и, с этой точки зрения, требует более детального анализа.

В таблице представлены подпроцессы бизнес-процесса "Управление информационными ресурсами" с указанием направленности относительно выполнения в IT-подразделениях: внешние и внутренние.

Таблица

Характеристика бизнес-процесса "Управление информационными ресурсами"

Номер подпроцесса	Направленность подпроцесса	Характеристика подпроцессов согласно классификации бизнес-процессов Американского Центра производительности и качества
1		Планировать управление информационными ресурсами
1.1	Внутренний	Определять требования на основе стратегий бизнеса
1.2	Внутренний	Определять архитектуру систем предприятия
1.3	Внутренний	Планировать и прогнозировать информационные технологии и методологии
1.4	Внешний	Устанавливать стандарты данных предприятия
1.5	Внешний	Устанавливать стандарты качества и контроля
2		Разрабатывать и развертывать системы поддержки предприятия
2.1	Внутренний	Проводить оценку специфических потребностей
2.2	Внутренний	Выбирать информационные технологии
2.3	Внешний	Определять жизненные циклы данных
2.4	Внешний	Разрабатывать системы поддержки предприятия
3		Внедрять системную безопасность и контроль
3.1	Внутренний	Устанавливать стратегии системной безопасности и уровни безопасности
3.2	Внутренний	Тестировать, оценивать и развертывать системную безопасность и контроль
4		Управлять хранением и поиском данных
4.1	Внутренний	Устанавливать базы данных
4.2	Внешний	Собирать и упорядочивать информацию
4.3	Внутренний	Хранить информацию
4.4	Внешний	Изменять и обновлять информацию
4.5	Внешний	Осуществлять возможность поиска информации
4.6	Внешний	Уничтожать информацию
5		Управлять оборудованием и сетевыми операциями
5.1	Внутренний	Управлять централизованным оборудованием
5.2	Внутренний	Управлять распределенным оборудованием
5.3	Внутренний	Управлять сетевыми операциями
6		Управлять информационными услугами
6.1	Внутренний	Управлять библиотеками и центрами информации
6.2	Внешний	Управлять документированием и фиксированием данных бизнеса
7		Обеспечивать распределенный доступ к информации и коммуникациям
7.1	Внешний	Управлять внешними коммуникационными системами
7.2	Внешний	Управлять внутренними коммуникационными системами
7.3	Внешний	Подготавливать и распространять публикации
8	Внешний	Оценивать и проводить аудит качества информации

Так как внешние информационные процессы – это те процессы, которые протекают за пределами IT-подразделений, их объектом является информация, характеризующая работу предпри-

ятия в целом, его цели и планы. Сбором подобной информации занимаются сотрудники всей организации. Внутренние процессы протекают внутри IT-подразделений и в большинстве своем направлены на обработку, хранение, обмен, обеспечение безопасности информации.

На рисунке представлена классификация информационных процессов, которая позволяет систематизировать и классифицировать все информационные процессы, протекающие на предприятии.

Таким образом, в результате анализа представленных подпроцессов и их перегруппировки по признаку "направленность информационных инноваций", было сформировано 7 групп подпроцессов бизнес-процесса "Управление информационными ресурсами".

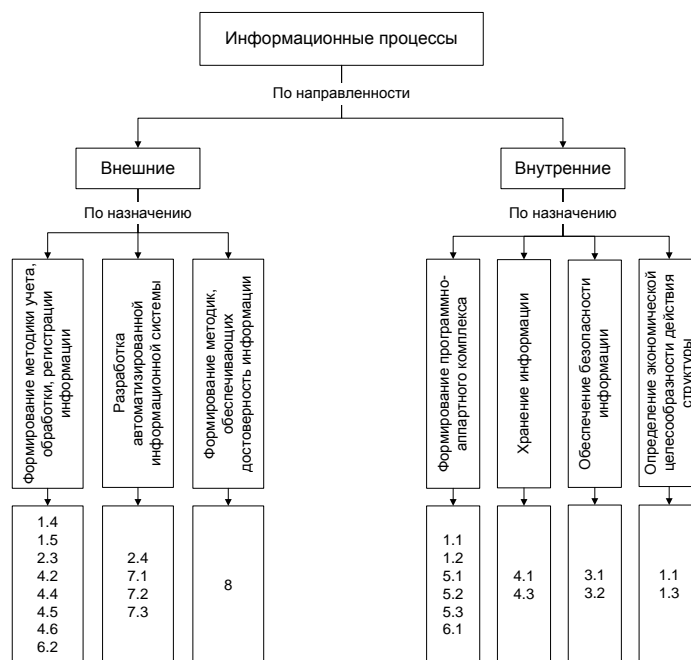


Рис. Классификация информационных процессов

Рассмотрим полученные группы подпроцессов с точки зрения значимости для предприятия и охарактеризуем их взаимосвязи с показателями качества информационного обеспечения предприятия.

1. Первой по значимости является группа подпроцессов "Разработка автоматизированной информационной системы (АИС)". Она включает разработку системы поддержки предприятия, управление внешними и внутренними коммуникационными системами. К показателям, характеризующим разработку АИС, относятся: количество принимаемых решений, стоимость и время получения решения, качество самого решения и др.

2. Группа подпроцессов "Формирование методики учета, обработки, регистрации информации" включает разработку стандартов данных предприятия, стандартов качества и контроля, определение жизненного цикла данных, работу с информацией (сбор, упорядочивание, изменение, обновление, поиск, уничтожение), управление документацией. Показатели, характеризующие данные процессы – это затраты (в том числе и временные) на обработку и внесение информации; требования к информации, которая может быть обработана (структурированная или нет, специального или общего назначения); производительность (количество информации, которое может быть обработано в единицу времени) и др.

3. "Формирование методик, обеспечивающих достоверность информации" предусматривает оценку и аудит качества информации и характеризуется такими показателями: стоимость и время процесса установления достоверности информации; качество проведения оценки информации (отношение количества информации, которая была выявлена с использованием методики, к общему количеству информации) и др.

4. "Хранение информации" предусматривает подпроцесс установления базы данных, а также непосредственно хранения информации и характеризуется такими показателями: стоимость, время и объем хранения информации; надежность; возможность системы восстанавливаться после сбоя и др.

5. "Обеспечение безопасности информации" включает подпроцессы формирования стратегии системной безопасности и уровней безопасности, а также тестирования, оценки и осуществления системной безопасности и контроля. Основные критерии оценки данных работ: стоимость и время реагирования на сигнал; финансовые потери, связанные с потерей информации; качество работы (количество неудачных попыток несанкционированного доступа к информации к общему количеству попыток) и др.

6. "Формирование программно-аппартного комплекса (ПАК)" – определение архитектуры систем предприятия, управление оборудованием и сетевыми операциями, управление библиотеками и центрами информации. Основные характеристики для контроля ПАК – его отказоустойчивость, энергопотребление, время обработки запроса, моральный износ и др.



7. "Определение экономической целесообразности действия структуры" – определение требований к действиям структуры на основе стратегий бизнеса, а также планирование и прогнозирование информационных технологий и методологий. Основные показатели – количество сотрудников, эффект от работы данного структурного подразделения и др.

Глубокий анализ данных характеристик позволит руководителю выявить так называемые "узкие места" в бизнес-процессе "Управление информационными ресурсами". Если значения рассмотренных выше показателей выходят за рамки допустимых, это является сигналом для принятия соответствующих управленческих решений.

Каждый руководитель выбирает пути развития своего предприятия в зависимости от своих финансовых, интеллектуальных, материальных возможностей, стратегии развития предприятия и прочих обстоятельств. Экстенсивный путь развития связан с наращиванием существующих мощностей путем увеличения их количества. В настоящее время, когда в результате быстро развивающегося научно-технического прогресса практически в каждой отрасли создаются новые технологии и оборудование, нецелесообразно вкладывать средства в морально устаревающую технику.

Предложим инновации, которые могут быть внедрены на каждом из этапов рассматриваемого бизнес-процесса "Управление информационными ресурсами".

1. Основной задачей подпроцесса "Разработка АИС" является поддержка принятия решений. Поэтому внедрение новейших систем, позволяющих получать от ПК не просто обработанные данные, а алгоритмы действий, позволяющих решить проблему, безусловно, снизят время и стоимость процесса принятия решения, а также приведут к росту количества принятых решений в единицу времени.

2. Второй процесс характеризуется в основном работой с информацией, приведением ее к определенному виду и стандарту. Повысить эффективность работы здесь можно за счет сокращения времени ввода информации, например, установив систему, которая бы позволяла клиенту самостоятельно осуществлять запрос и получать результат без участия менеджера. Примером являются уже действующие технологии заказа ж/д билетов по сети Интернет.

3. Процесс "Формирование методик, обеспечивающих достоверность информации" тесно связан с предыдущим. Используя систему, позволяющую работать с ПК напрямую, повышается вероятность ошибки ввода данных по различным причинам (случайно либо намеренно). Поэтому на данном этапе значительно повысить правильность работы системы поможет внедрение интеллектуальных алгоритмов проверки достоверности информации, интеграция баз данных предприятия с базами данных налоговой службы, управления статистики и др.

4. Процесс хранения информации всегда связан с проблемой нарастающего объема информации и нехватки ресурсов для хранения. Современные компьютерные технологии предлагают следующие инновационные пути решения. Во-первых, хранение больших объемов информации на удаленных web-серверах. Во-вторых, сокращение размеров носителей с одновременным ростом объема их памяти. В-третьих, хранение на ПК предприятия только ссылок на источники информации. Все вышеперечисленные технологии одновременно увеличивают надежность и существенно снижают стоимость процесса хранения.

5. Процесс обеспечения безопасности информации напрямую зависит от принятых решений относительно технологии хранения информации. Если, например, на ПК хранятся только ссылки на информацию, по каждой из которых закрыт несанкционированный доступ, то завладеть такими данными преступными путем очень сложно. Использование инновационных алгоритмов шифрования информации также повышает безопасность ее хранения.

6. Решение о наборе и характеристиках программно-аппартного комплекса (ПАК) связано с технологиями, используемыми в рассмотренных процессах. Так, хранение информации на Web-серверах требует от ПАК только возможности обработки полученной информации и вывода ее на печать. Эффективной инновационной технологией для предприятия может стать создание возможности удаленного доступа к его ПК. Тогда ПК клиента становится частью ПАК предприятия, за состояние которой он отвечает самостоятельно.

7. В процессе "Определение экономической целесообразности действия структуры" возможно внедрение новых методов планирования, прогнозирования, обучения персонала и др.

Таким образом, в результате проведенного анализа можно сделать следующие выводы.

Классификация подпроцессов бизнес-процесса "Управление информационными ресурсами" по направленности их действий относительно IT-подразделений позволяет выявлять места внедрения информационных инноваций (в самих IT-подразделениях или за их пределами), которые способны улучшить результаты, как подпроцессов так и бизнес-процесса в целом.

Выделение внешних информационных процессов и их классификация по признаку "назначение" позволит правильно организовать работу с информацией во внешних подразделениях предприятия.

Внутренние информационные процессы, сгруппированные по признаку "назначение", отражают те участки в общем процессе, которые следует контролировать и, в случае возникновения проблемных ситуаций, внедрять на них информационные инновации.

При определении рейтинга важности полученных групп подпроцессов с точки зрения значимости для предприятия выяснилось, что все они взаимосвязаны и взаимозависимы. Можно сказать, что наличие и организация каждого следующего подпроцесса зависит от наличия и организации предыдущего.

Литература: 1. <http://www.trizminsk.org/r/430001.htm>. 2. <http://content.mail.ru/arch/14855/668605.html>. 3. <http://uk.wikipedia.org/wiki/>.

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Для высокой эффективности труда на предприятии необходимо использование системы мотивации и стимулирования труда, ведь именно мотивацией обусловлено желание участвовать в трудовых отношениях. Правильное стимулирование повышает качество труда, вызывает желание работать лучше и продуктивнее.

Целью написания данной статьи является определение значения и видов мотивации труда на предприятии и выяснение особенностей мотивации украинских работников. В условиях кризиса проблема стимулирования мотивации труда остается по-прежнему актуальной и раскрывается в новом аспекте. Изучением данной проблемы занимались Ш. Ричи, П. Мартин, В. Демченко, А. Варенов Д. Бергер и Л. Бергер, описавшие особенности управления персоналом и его мотивирования.

Мотивация – это внешнее или внутреннее побуждение экономического субъекта к деятельности во имя достижения каких-либо целей, наличие интереса к такой деятельности и способы его инициирования [1]. Выделяют две системы мотивации – материальную и нематериальную. Материальное стимулирование достигает своей цели за счет материальных (денежных и неденежных, то есть с использованием неких благ) поощрений и санкций. Уровень материальной мотивации в большой мере зависит от наличия прямой связи между результатами трудовой деятельности и вознаграждением за их достижение [2]. Нематериальное стимулирование базируется на стремлении человека к самореализации, к моральному удовлетворению и т. п. Это может быть похвала, продвижение по карьерной лестнице, возможность самореализации и участия в управлении и др. Обе системы стимулирования важны, даже, более того, необходимы для достижения высоких результатов.

Для описания основных мотивов можно использовать пирамиду Маслоу [3]. На ее нижнем уровне расположены физиологические потребности, которые удовлетворяются за счет материальных средств, то есть заработной платы. Следовательно, первоначальным фактором, влияющим на выбор или выполнение работы, является размер дохода, получаемого на предприятии. Однако, как показывают исследования, увеличение материального вознаграждения обладает наибольшим эффектом первые 2 – 3 выдачи зарплаты, затем работник возвращается в привычный для него ритм, а через определенное время данный стимул уже не срабатывает [4].

Второй уровень пирамиды потребностей – безопасность. Потребность может выражаться в желании стабильности и уверенности в завтрашнем дне. За ней следуют социальные потребности, так называемые аффилиативными. Сюда входит потребность в общении, в принадлежности к определенной группе людей, в самоидентификации. Следующий уровень – уважение, а наивысший – самореализация. Эти уровни включают в себя потребность в творчестве, в признании достижений другими людьми, ценностные мотивации.

Для стимулирования труда разумно будет использовать особенности менталитета, в данном случае украинского. Наша система труда и определяющих ценностей отличается от аналогичной, скажем, в США. Один из основных стимулов, способных повлиять на труд работника, – гордость за компанию. Человек, испытывающий гордость и чувствующий себя частью компании, ощущающий свою важность и значимость, будет работать лучше и качественней. Что может ему в этом помочь? Результаты исследований говорят о том, что наибольшее значение имеют льготы: скидки при покупке продукции, путевки в санатории и на отдых, возможность пользоваться служебным транспортом и другими средствами предприятия, организация питания за счет предприятия. Вторая особенность – приоритет коллектива над индивидуумом. Ощущение принадлежности к группе может вызвать наличие униформы либо фирменных аксессуаров, выдаваемых фирмой. Существование корпоративной культуры также значительно мотивирует работников, но не следует переступать черты, за которой работа "превращается в тусовку" [3]. Значение статусов в организации заключается в их способности придать нужный "блеск" положению работника, а значит, проявить внимание к его деятельности и поощрить его работу в будущем. Интересна одна из особенностей российского персонала (что можно отнести и к специфике украинцев): "западный работник "зарабатывает", а русский – "заслуживает"". Отсюда и вытекают вышеизложенные способы и обоснования мотивации [5].

Для сбора данных про мотивационную направленность персонала используют систему мотивационного мониторинга – совокупность действий, направленных на контроль наблюдения за состоянием мотивации трудовой деятельности с целью его оценки в динамике, принятия управленческих решений в интересах повышения эффективности предприятия [2]. Создание соответству-



ющих служб или привлечение специалистов может существенно помочь в понимании текущей ситуации. Без этого развития дальнейшее совершенствование системы мотивации не будет происходить, а оно необходимо для получения высшего качества выполняемой работы, причем касается это всех секторов экономики и людей, занятых там.

Таким образом, в результате проведенного исследования были реализованы его главные цели: определены ключевые особенности мотивационной системы с учетом украинского менталитета, оценено значение разных видов и способов мотивации, обозначена необходимость дальнейшего развития системы мотивации.

Литература: 1. Управление фирмой. Справочник экономических терминов // <http://upr.org.ru>. 2. Байда О. Мотивация праці як складова успіху організації // Вісник. – 2006. – №1. – С. 55 – 57. 3. Тумашкова Н. Мотивация vs. стимулирование / Н. Тумашкова, Б. Мастеров // Менеджмент и менеджер. – 2004. – №9. – С. 38 – 44. 4. Хорошильцева Н. Исследование структуры мотивации специалистов при построении системы оплаты труда // Корпоративный менеджмент. – <http://www.management.com.ua/hrm/hrm040.html>. 5. Захаров Н. Л. Загадка русской души, или Особенности мотивации труда российского персонала // <http://www.personal-net.ua/articles/zagadka.html>.

Бусургіна М. А.

УДК 338.46(477)

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день в Україні функціонує приблизно 278 тис. підприємств малого та середнього бізнесу, які не дарма називають серцевиною й основною опорою економіки країни, адже вони становлять переважну частину підприємств країни, забезпечують гнучкість і мобільність виробництва, його високу орієнтацію на попит споживача. Крім того, мале та середнє підприємництво виконує важливу соціальну функцію – забезпечення зайнятості населення, вирішення проблем безробіття, створення можливості особистої реалізації для підприємців.

Тому питання розвитку, підтримки, фінансування підприємств є дуже важливими для сьогоднішнього. Їх вивчали у своїх роботах такі українські та російські вчені, як І. Р. Михасюк, В. Є. Сахаров, С. В. Мочерний, М. І. Савлук. На сьогоднішній день цими питаннями займаються фахівці Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва.

Актуальність даної статті виявляється в тому, що завжди існує потреба в постійному аналізі стану підприємств, їх місця, ролі та підтримки з боку держави. Тому метою даної роботи є докладний розгляд сучасних основних проблем на шляху становлення малого і середнього бізнесу та їх поглиблення через економічну кризу в країні, пропонування шляхів вирішення цих проблем.

В Україні сектор малого та середнього бізнесу знаходиться у процесі становлення, а ситуація в цій сфері ще не відповідає реальним потребам економіки та далека від рівня інших країн з розвиненими ринковими відносинами.

Звичайно для успішного розвитку підприємництва необхідні деякі умови, які сприятимуть цьому. До таких можна віднести такі:

- чіткі, зрозумілі, несуперечливі закони;
- достатня державна та регуляторна підтримка;
- доступ до фінансових ресурсів під невеликі відсотки;
- прийнятні норми податків [2].

Як стверджують самі підприємці, найхарактернішими факторами, які гальмують розвиток малого та середнього бізнесу, є такі:

- організаційно-правові труднощі започаткування бізнесу;
- недоступність кредитних ресурсів як для започаткування, так і для ведення бізнесу чи його відновлення;

- неоднозначність та суперечливість чинної нормативно-правової бази;
- несприятлива податкова політика, непомірний тягар оподаткування;
- слабкість інфраструктури малого підприємництва.

Зважаючи на вищесказане, зрозуміло, що без достатньої державної допомоги підприємництво не зможе ефективно та швидко розвиватися. Тож задля цього в державі розробляється й реалізується державна програма підтримки малого підприємництва, основною метою якої є створення умов для позитивних структурних змін в економіці України; підтримка вітчизняних виробників, формування умов для забезпечення зайнятості населення України, запобігання безробіттю, створення нових робочих місць.

© Бусургіна М. А., 2009

Державна підтримка підприємництва здійснюється за такими напрямками: формування інфраструктури підтримки й розвитку малого підприємництва; установа системи пільг для суб'єктів малого підприємництва; запровадження спрощеної системи оподаткування, бухгалтерського обліку та звітності; фінансово-кредитна підтримка малого підприємництва [3].

У зв'язку з охопивою весь світ економічною кризою наявні проблеми підприємництва в Україні поглибилися й до них додалися нові, такі, як:

- ускладнення з виплатою кредитів;
- підвищення податків;
- тнізація економіки, в основному за рахунок непомірних податків;
- підвищення кількості всіх видів контрольних перевірок;
- підірвання інвестиційної привабливості України.

Через це у січні цього року під час Загальноукраїнського з'їзду представників малого та середнього бізнесу був створений Національний комітет порятунку бізнесу та економіки України. Організатори вважають, що тільки спільна позиція змусить можновладців дослухатися до їхніх потреб.

Основні вимоги Комітету: сприятливі умови для розвитку й функціонування бізнесу в кризовий період – це пільгове кредитування, ухвалення нормативів, які сприятимуть розвитку підприємства.

А саме до термінових заходів подолання наслідків кризи підприємці віднесли такі: полегшення доступу до фінансових ресурсів шляхом зниження облікової ставки Національного банку України;

стабілізація курсу гривні, вдосконалення та поширення державних механізмів гарантування кредитів для малого підприємства;

зменшення податкового навантаження через введення єдиного соціального внеску [4].

Таким чином, можна сказати, що українське підприємство має чималі перешкоди на шляху свого розвитку, які сьогодні поглиблюються економічною кризою. Стає очевидним, що провідна роль у формуванні сприятливого середовища для розвитку підприємства і малого бізнесу належить державі. Найбільша ефективність державної політики підтримки підприємства може бути досягнута тільки на основі комплексної державної програми розвитку малого бізнесу, що враховує всі аспекти і сторони успішного функціонування малих підприємств у різних сферах діяльності.

Але разом з тим слід зазначити, що підприємство в Україні має великі резерви та великі перспективи, адже нема іншого способу становлення і зміцнення держави, окрім розвитку ринкової економіки, яка ґрунтується, насамперед, на приватному бізнесі, особистій ініціативі, що дає кожному можливість самореалізації та самоствердження.

Література: 1. Проблеми розвитку підприємництва в Україні // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №4. – С. 96 – 103. 2. Офіційний сайт Держкомстату України. – www.ukr.stat.gov.ua. 3. Закон України "Про державну підтримку малого підприємства" від 19.10.2000 р. №2063-III // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – №51 – 52. – С. 447. 4. Офіційний сайт Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва. – www.dkrp.gov.ua.

УДК 658.713

Воронкова К. С.

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ЛІЗИНГУ ЯК ДЖЕРЕЛА ООНОВЛЕННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ

У сучасних умовах розвитку економіки України пошук джерел фінансування процесу оновлення основних виробничих фондів підприємств є однією з актуальних проблем економічної науки та практики.

Такі джерела оновлення основних фондів, як власні кошти підприємств (прибуток, амортизаційні відрахування), не дають можливості розширеного відтворення, а залучені кошти у вигляді банківських кредитів у деяких випадках пов'язані з неабиякими труднощами або зовсім неможливі. Вирішенням цієї проблеми може стати фінансовий лізинг, який у деяких випадках набагато ефективніший, ніж кредит, і дозволяє швидко й відносно легко оновити основні фонди.

Дослідженням проблем, пов'язаних з оновленням основних виробничих фондів, і ролі лізингу в цих процесах були присвячені роботи провідних українських та закордонних вчених-економістів. У ро-

© Воронкова К. С., 2009



ботах П. А. Орлова, Т. В. Сівашенко, Ю. В. Свідзінського [1 – 3] були розглянуті проблеми розвитку ринку лізингу в Україні та його безпосередній вплив на оновлення основних фондів.

Але у жодній з робіт не було приділено достатньої уваги перевагам та недолікам лізингу або проведено порівняльного аналізу лізингу з банківським кредитом чи іншим джерелом оновлення основних фондів.

У зв'язку з цим метою даного дослідження є визначення переваг та недоліків лізингу порівняно з іншими джерелами оновлення основних фондів і розробка практичних рекомендацій щодо використання лізингових операцій на підприємствах України.

Лізинг – явище для України досить нове, але в розвинутих країнах частка лізингових операцій як одна з форм інвестування набула значного поширення. Сьогодні 25 – 30% інвестицій у розвинутих країнах припадає на лізингові операції, і близько 90% оновлення міського електротранспорту відбувається виключно за лізинговими схемами [3].

Основною перевагою лізингу на сучасному етапі розвитку є мобільність і доступність. Для того щоб стати клієнтом лізингової компанії, треба набагато менше документів, часу та початкового капіталу, ніж при користуванні банківським кредитом, де є обов'язкова передплата, або перший внесок (15 – 30%). Також лізинг дає можливість почати власну справу із самого початку і зробити це легше за звичайний кредит.

Разом з тим лізинг має недоліки, основним з яких є:

протириччя між окремими законодавчими актами, що регулюють лізингову діяльність;

нерегульованість окремих складових лізингової діяльності, зокрема, питань вторинного лізингу, повернення предмета лізингу лізингодавцю, взаємовідносин між учасниками лізингу у випадку пошкодження предмета лізингу тощо;

нестабільність законодавства, що створює додаткові ризики для лізингу, який за своєю сутністю є довгостроковою операцією;

національні положення (стандарти) обліку, що стосуються операцій лізингу, не повною мірою відповідають міжнародним стандартам;

в Україні не використовують новітні технології захисту і контролю, що значно підвищують витрати на страхування;

оподаткування податком на додану вартість відсотків та комісій лізингодавців при фінансовому лізингу;

неможливість віднесення на валові витрати всіх коштів, що витрачаються на страхування лізингових активів;

затримки у поверненні ПДВ лізингодавцям, що призводить до зниження конкурентоспроможності лізингу у співвідношенні до альтернативних видів оновлення основних фондів;

обмеженість та недосконалість залучення джерел фінансування лізингових операцій;

недостатній розвиток та обмежене використання інфраструктури ринку лізингу (бюро кредитних історій, механізми страхування фінансових ризиків тощо);

низький рівень обізнаності з питань лізингу серед представників малого та середнього бізнесу.

На думку автора, для вирішення зазначених проблем необхідне використання системного підходу та активне втручання держави з приводу вдосконалення законодавства і державної підтримки щодо розвитку лізингових послуг в Україні. Здійснення цього вимагає таких заходів:

внести зміни у законодавчі акти з метою вдосконалення загальних правових та економічних засад лізингу (Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, закони України "Про фінансовий лізинг");

внести зміни у законодавчі акти з метою поліпшення податкового клімату (Митний кодекс України, Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств", "Про податок на додану вартість", "Про фінансові послуги та державне регулювання ринку фінансових послуг");

привести у повну відповідність до міжнародних стандартів бухгалтерський облік операцій лізингу в Україні;

здійснити стимулювання пропозиції лізингу шляхом державної допомоги, що призведе до зменшення його ціни;

реалізувати положення міжнародних конвенцій щодо фінансової сфери, до яких приєдналася Україна (Конвенція ЮНСІТРАЛ "Про списання дебіторської заборгованості в міжнародній торгівлі", Конвенції ЮНІДРУА "Про міжнародний факторинг" і "Про міжнародний фінансовий лізинг");

упровадити останні розробки НТП з метою підвищення безпеки й ефективності використання обладнання (система GeFA).

Таким чином, проведені дослідження дозволили визначити переваги й недоліки лізингу порівняно з іншими джерелами оновлення основних фондів та запропонувати заходи щодо підвищення ефективності використання лізингових операцій на вітчизняних підприємствах на основі вдосконалення законодавчо-нормативної бази щодо регулювання лізингової діяльності в Україні.

Література: 1. Орлов П. А. Состояние инвестиционной деятельности, связанной с обновлением активной части основных производственных фондов (на примере предприятий машиностроения и легкой промышленности) / П. А. Орлов, Н. В. Беликова // Экономика развития. – 2006. – №3(39). – С. 82 – 86. 2. Сівашенко Т. В. Методичні підходи до використання лізингу як інструменту відтворення основних фондів авіакомпанії // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №5. – С. 22 – 29. 3. Свідзінський Ю. В. Застосування фінансового лізингу для оновлення основних засобів середнього та малого бізнесу // Лізинг в Україні. – 2007. – №4. – С. 14.

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современных условиях большое значение приобретает обеспечение экономической безопасности предприятия. Одной из функциональных целей экономической безопасности является обеспечение высокой эффективности и устойчивой работы предприятия. Экономическая безопасность предприятия – залог стабильности и процветания любого бизнеса.

Переход экономики на рыночные отношения требует от руководителей предприятий не только разработки рыночной стратегии, но и стратегии безопасности, обязательно включающей специальные программы по защите интеллектуальной собственности и экономической безопасности.

В экономической литературе много внимания уделяется рассмотрению тех или иных аспектов проблемы экономической безопасности предприятия. Среди последних исследований следует отметить работы таких авторов: А. Козаченко, В. Пономарева, А. Ляшенко, В. Мунтияна, В. Шлыкова, Н. Реверчук, А. Кендюхова, Д. Ковалева, Т. Сухоруковой, Е. Олейниковой. К наиболее весомым научным результатам можно отнести следующие: предложения по критериям оценки состояния экономической безопасности предприятия, определение основных составляющих экономической безопасности предприятия, классификация угроз, формирование механизмов обеспечения экономической безопасности, разработка понятийного аппарата теории экономической безопасности и др. [1 – 4].

По мнению автора, недостаточно внимания уделено проблемам обоснования факторов угроз с точки зрения современного состояния экономики Украины, а также необходимости создания новых механизмов обеспечения экономической безопасности предприятия не только в связи с переходом к рыночным отношениям, но и с изменением места Украины на международной арене.

Целью данного исследования является теоретическое обоснование и разработка практических рекомендаций по созданию системы обеспечения экономической безопасности национальных предприятий.

Категория "экономическая безопасность" сравнительно недавно появилась в понятийном аппарате экономической науки. Применительно к предприятию её рассматривают как интегральную оценку ресурсного потенциала и степени защищённости предприятия от отрицательного действия внешней среды [2; 3]. В ней находят отражение как элементы диагностики текущего состояния, так и прогноз будущих рисков и угроз. Основными составляющими экономической безопасности предприятия являются: ресурсная, технико-технологическая, финансовая, социальная безопасность [2].

Экономическая безопасность есть необходимым звеном в планировании деятельности предприятия.

Рыночная экономика меняет подходы к управлению производственно-хозяйственной деятельностью предприятия. На первый план здесь выдвигаются факторы конъюнктуры рынка: спрос, предложение, цена, удовлетворение нужд и потребностей покупателей. Производители должны не только удовлетворять нынешние потребности, но и прогнозировать будущие, особенно те, которые появляются как результат интеллектуального труда. Именно поэтому современная рыночная экономика трансформируется в новую, получившую название контактно-договорная, где оговариваются различные требования и условия к создаваемой продукции.

Большое внимание следует уделять методам оценки экономической эффективности капитальных вложений: капиталоемкости продукции, финансовым потокам, сроку и периоду окупаемости затрат, норме эффективности. Методы оценки финансового состояния предприятия основаны на сопоставлении динамики статистических показателей финансовой отчетности. Обеспечение экономической безопасности предприятия можно рассматривать как процесс предотвращения различных ущербов от проявления неблагоприятных факторов по всем направлениям его производственно-финансовой деятельности. Негативные воздействия могут оказывать как внутренние, так и внешние факторы – субъективные и объективные.

В современных условиях процесс успешного функционирования и экономического развития украинских предприятий во многом зависит от совершенствования их деятельности в сфере обеспечения экономической безопасности. В качестве основных факторов, отрицательно влияющих на безопасность предпринимательской деятельности в Украине, можно выделить следующие: активное участие представителей власти и управления в коммерческой деятельности; использование криминальных структур для воздействия на конкурентов; отсутствие законов, позволяющих в полном объеме противодействовать недобросовестной конкуренции; отсутствие в стране благоприятных условий для проведения научно-технических исследований; отсутствие подробной и объектив-



ной информации о субъектах предпринимательской деятельности и об их финансовом положении; отсутствие культуры ведения дел в предпринимательской среде; применение оперативных и технических методов с целью получения нужной информации о конкурентах [4].

Для этого необходимо создать надежную систему экономической безопасности, под руководством службы безопасности предприятия, основными функциями которой являются следующие: административно-распорядительная; хозяйственно-распорядительная; учетно-контрольная; организационно-техническая; планово-производственная; материально-техническая; научно-методическая; информационно-аналитическая.

Тем не менее следует иметь в виду, что обеспечение службы безопасности надежным инструментарием, грамотная расстановка приоритетов ее деятельности, как и всякая квалифицированная работа, требуют участия в ней специалистов, имеющих соответствующую профессиональную подготовку и, что не менее важно, обладающих достаточно большим практическим опытом в этой области. Систему безопасности предприятия должны создавать профессионалы, а сотрудничество с ними может быть плодотворным только если оно долгосрочное.

Анализ рассмотренных подходов к проблеме экономической безопасности предприятия позволяет сделать следующие выводы. Экономическая безопасность предприятия складывается из нескольких функциональных составляющих, которые для каждого конкретного предприятия могут иметь различные приоритеты в зависимости от характера существующих угроз. Основным фактором, определяющим состояние экономической безопасности, является обладание предприятием устойчивыми конкурентными преимуществами. Эти преимущества должны соответствовать стратегическим целям предприятия.

Таким образом, в результате проведенного исследования выявлены основные факторы, влияющие на экономическую безопасность отечественных предприятий, и разработаны практические рекомендации по повышению уровня экономической безопасности предприятий Украины в современных условиях.

Литература: 1. Мунтян В. І. Економічна безпека України. – К.: КВІУ, 1999. – 464 с. 2. Ковалёв Д. Экономическая безопасность предприятия / Д. Ковалёв, Т. Сухорукова // Экономика Украины. – 2001. – №10. – С. 48 – 52. 3. Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие, личность) / Под ред. Е. А. Олейникова. – М.: ЗАО Бизнес-школа Интел-Синтез, 1999. – 288 с. 4. Козаченко Г. В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: Монографія / Г. В. Козаченко, В. П. Пономарьов, А. Н. Ляшенко. – К.: Лібра, 2003. – 280 с.

Ганичева В. А.

УДК 330.322.2(477)

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ УКРАИНЫ

В современных условиях глубокие эффективные преобразования в экономике Украины возможны только на основе активного использования инвестиционной деятельности. На современном этапе инвестиции становятся основополагающим фактором экономического развития страны и успешного решения сложившихся социальных проблем. Именно поэтому эта тема является настолько актуальной в сложившейся экономической ситуации.

Исследованием инвестиционной деятельности занимались Дж. Бернал, Д. Норкотт, А. Пред, М. Герасимчук и др. Однако подавляющее большинство публикаций ученых и специалистов посвящено лишь отдельным аспектам рассмотренной проблемы, все они, безусловно, важны, но до настоящего времени еще не уделено необходимого внимания комплексному исследованию вопросов повышения инвестиционной привлекательности Украины в целом.

В связи с этим цель данной работы – выделение первоочередных мер по повышению инвестиционной привлекательности Украины в современных условиях.

В экономической литературе нет единого толкования термина "инвестиции". Инвестициями являются все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, вкладываемых в объекты предпринимательской и других видов деятельности, в результате которых создается прибыль (доход) или достигается социальный эффект [1].

По степени риска выделяют инвестиции с высоким и низким уровнями риска. Уровень риска определяется отклонением фактических полезных результатов инвестиций от ожидаемых.

© Ганичева В. А., 2009



Именно для иностранных инвестиций вопрос инвестиционной привлекательности стоит очень остро. Иностранный инвестор перед принятием решения о целесообразности инвестирования объекта (объектов) в данной стране должен располагать информацией о степени привлекательности вложений капитала, а также о возможных видах и формах иностранных инвестиций в данной конкретной стране. Основные признаки, которыми обычно пользуются для оценки степени привлекательности инвестирования, являются универсальными для многих экономически развитых стран.

К огромному сожалению, на данный момент Украина не соответствует многим из этих признаков. Сегодня большинство предприятий в Украине переживает не лучшие времена. Угрожающий износ основных фондов, старение кадров, отсутствие адекватной системы управления – это лишь немногие из тех факторов, которые мешают инвестиционному процессу в Украине.

Первоочередными мерами по повышению инвестиционной привлекательности являются:

- 1) обеспечение правового регулирования оформления договорных отношений;
- 2) создание условий для объединения финансовых и материальных ресурсов, установление приоритетов налогового регулирования;
- 3) определение форм ответственности местных органов за реализацию проекта и возможные негативные последствия;
- 4) обеспечение связи с общественностью через средства массовой информации для широкой демонстрации предлагаемого проекта.

Кроме того, необходима прямая поддержка государством уровня и интенсивности инвестиционных процессов в экономике, прямая кредитная поддержка отраслей и сфер экономики, структурная перестройка которых признана в качестве национальных приоритетов.

Необходимо разработать несколько крупных проектов стимулирования ускорения развития экономики, прежде всего, за счёт увеличения деловой активности в её общественном секторе. Основной практической реализации этих проектов должны являться денежные средства, выделяемые на государственные капиталовложения.

При этом критериями такой централизованной и прямой поддержки являются ориентация проектов на стимулирование расширения внутреннего спроса, содействие структурным реформам в национальной экономике, стимулирование целевого импорта и иностранных инвестиций в экономику, а также развитие перспективных технологий производств, вложение средств в которые на первом этапе несет высокую степень риска для финансовых институтов.

Необходимо повысить роль и ответственность регионов в принятии и реализации инвестиционных решений. Правительство должно проводить более активную региональную инвестиционную политику, включая поддержку развитие депрессивных регионов. При этом центр тяжести этой политики перемещается на уровень местных органов власти. Цель региональной инвестиционной политики – с помощью различных льгот привлечь внимание крупных корпораций и других частных предпринимателей к данной территории.

Правительству необходимо оказывать содействие фирмам, ведущим строительство в регионе, в правовой защите, использовании налоговых льгот и льготных тарифов на транспорт и энергию.

Проблема децентрализации инвестиционной политики актуальна в связи с тем, что в нашей стране между субъектами имеются существенные различия по всей совокупности факторов, определяющих экономическую и инвестиционную ситуацию. Поэтому законодательное закрепление прав и ответственности местных властей, создание соответствующих механизмов стимулирования капиталовложений являются необходимыми условиями саморазвития территорий.

Местным властям необходимо отвести важную роль в региональном планировании и зонировании территорий, экологической политике и управлении инвестиционными программами. Именно они определяют социальный аспект территориальных программ, составляют демографические прогнозы регионов, разрабатывают планы создания рабочих мест и необходимых объектов социальной и производственной инфраструктуры, а также занимаются вопросами привлечения подрядчиков, проектировщиков, инвесторов и деловых партнёров (спонсоров).

Таким образом, в нашей стране необходимо осуществить первоочередные меры по повышению инвестиционной привлекательности как на региональном, так и на общегосударственном уровнях. В целом государственная политика капиталовложений в стране должна быть направлена на структурную перестройку экономики на основе ресурсосберегающих и новейших технологий, широкой компьютеризации, а также новых систем управления, включающих повышение роли и ответственности местных властей.

Литература: 1. Закон Украины "Об инвестиционной деятельности" от 18.09.91 г. №1560-ХП // <http://zakon1.rada.gov.ua> 2. Степанов Ю. В. Деньги и кредит. – К.: Знання, 2001. – 578 с. 3. Андрейчук В. Г. Инвестирование. – К.: Изд. КНЭУ, 2002. – 120 с. 4. Розенберг Джерри М. Инвестиции. – К.: Каравела, 2001. – 400 с.

ОТБОР ПЕРСОНАЛА КАК ФУНКЦИЯ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА: ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА

В настоящее время проблема отбора персонала в организациях и на предприятиях является одной из актуальных. Поэтому эта тема все более часто рассматривается в современной литературе. Отбор персонала – это первоначальная задача любой организации. И первый шаг к созданию предприятия. Прием новых людей на работу является здесь повторяющимся действием и весьма значительным по своим последствиям. Повторяемость этого действия связана с наблюдаемым в организациях явлением движения кадров, которое возникает: во-первых, в связи с отсутствием у работника адаптации к условиям труда, а во-вторых, в результате объективных причин (воинская служба, уход на пенсию, продвижение по служебной лестнице и т. д.). И именно по этой причине предприятие вынуждено заполнять вакантные места за счет набора новых людей. Важно отметить, что этот отбор должен быть произведен профессионально.

Целью работы является представление предложений по совершенствованию научно-теоретических основ отбора персонала и разработка рекомендаций.

Проблема повышения эффективности управления персоналом рассматривается разными учеными: А. Я. Кибановым [1], Р. А. Маррой [2], А. В. Филипповым [3], В. Г. Шипуновым [4], но многие вопросы управления персоналом решены не в полной мере.

Отбор персонала относится к числу наиболее важных и наиболее трудных для предприятий этапов управления персоналом. В. Г. Шипунов [4] указывал на то, что руководителю для успешного функционирования своего предприятия необходимо глубоко знать свой персонал; устранять неспособных; быть хорошо знакомым с договорами, существующими между предприятием и служащими; подавать хороший пример работникам; делать периодические осмотры предприятия; устраивать совещания со своими главнейшими сотрудниками для достижения единства управления и согласования усилий; добиваться, чтобы среди персонала господствовал дух действенности, инициативы и создания долга [4].

Например, по оценкам специалистов США, в 1987 году отбор служащего высшего эшелона стоил предприятию (организации) в среднем 32 тыс. долл., служащего среднего уровня – 8 тыс. долл., контролера – 6 тыс. долл., инженера – 8 тыс. долл., бухгалтера – 10 тыс. долл., секретаря – 2 тыс. долл. [3].

Некоторые авторы, например А. В. Филиппов, подчеркивают большое значение при отборе персонала трудового коллектива. Процесс изучения личности кандидата, как правило, разбивает на два этапа, где непосредственно соискатель знакомится с коллективом.

На первом этапе он должен в течение некоторого времени выполнять совместную работу. При этом он должен иметь возможность проявить инициативу, оспаривать мнение руководителя и вообще работать с увлечением. Суть второго этапа заключается в постепенном расширении круга вопросов, являющихся предметом общения. В коллективе активность личности многопланова, что позволяет выявить в ней самое существенное.

Автор указывает на то, что при отборе все процедуры, связанные с этим, должны быть главными. Необходимо выделять два аспекта коллективного мнения: прогностический и стимулирующий. Первый аспект вытекает из оценки коллективом организационно-хозяйственной, социальной, кадровой ситуаций, сложившихся в данном коллективе. Второй аспект коллективного мнения – стимулирующий – связан с заданием свойств, черт и качеств претендента, требуемого в связи с поставленными на перспективу задачами [1].

В настоящее время существует довольно много диагностических средств, ориентированных на использование различных тестов, а также методик, связанных с использованием игровых средств получения информации.

Итак, сделаем вывод, основной целью отбора является прием работников, наиболее подходящих под стандарты качества выполняемой работы предприятия. К этому, однако, добавляются необходимость обеспечения удовлетворенности работников и полного раскрытия и использования их способностей. А также, для того чтобы отбор персонала был эффективен, нужно правильно подобрать методы отбора и составить критерии, которым должен соответствовать кандидат на занимаемую должность.

Литература: 1. Шипунов В. Г. Основы управленческой деятельности / В. Г. Шипунов, Е. Н. Кишкель. – М.: Изд. "Экзамен", 2000. – 360 с. 2. Филиппов А. В. Работа с кадрами: психологический аспект. – СПб.: Изд. "Питер", 2000 – 416 с. 3. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: отбор и оценка при найме, аттестация: Учебн. пособ. для студ. вузов / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. – М.: Изд. "Экзамен", 2003. – 336 с. 4. Управление персоналом в условиях социальной рыночной экономики Учебн. пособ. / Под ред. Р. Марра, Г. Шмидта. – К.: Изд. КНЭУ, 2002. – 194 с.

ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ РИЗИКІВ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

У процесі своєї діяльності підприємства України стикаються із сукупністю ризиків. Ризики різняться за часом і місцем виникнення, зовнішніми та внутрішніми чинниками, що впливають на рівень прибутковості підприємств. Для забезпечення безперервності діяльності підприємств та підтримки фінансово-економічних показників діяльності необхідно здійснювати ефективні методи управління підприємством в умовах економічного ризику. Також це потрібно для створення достатньої ресурсної бази, для компенсації можливих втрат від активізації факторів негативної дії, які можуть бути внутрішнього та зовнішнього характеру. Саме тому потрібен поглиблений аналіз економічних ризиків і чинників, що спричиняють їх виникнення.

В умовах конкурентного економічного середовища максимальні можливості підприємств будуть визначатися, як правило, спроможністю підприємства передбачати потенційні зміни в зовнішньому середовищі. Також важливо з готовністю та гнучко реагувати на ці зміни. У дослідженнях вчених про ризик розглядається необхідність власної зацікавленості менеджерів (суб'єктів ризику) в результатах управління об'єктом ризику. Але приватні інтереси рано чи пізно призводять до конфліктів в економіці. Це пояснюється тим, що діяльність підприємств спрямована тільки на задоволення власних, як правило, короткострокових інтересів, які в подальшому збільшують зростання ризику на цих підприємствах. Тому сьогодні є актуальним дослідження процесу економічного зростання підприємств в умовах невизначеності й виявлення факторів, які гальмують ці процеси та викликають появу економічних ризиків.

Метою дослідження є вивчення питання, пов'язаного з виникненням економічних ризиків та визначенням основних причин їх появи.

В економіці існують не тільки розбіжності в розумінні змісту поняття ризик, але ще й різні точки зору на природу його виникнення. Розглядають природу ризику з трьох сторін. По-перше, ризик існує незалежно від того, усвідомлюють люди його присутність чи ні, враховують чи ігнорують. По-друге, суб'єктивність ризику виявляється в різному його сприйнятті. Це пояснюється розбіжністю психологічних, моральних та ідеологічних принципів людей. По-третє, нерідкі випадки з'єднання об'єктивної і суб'єктивної сторін ризику. У цих випадках ризик породжується процесами як суб'єктивного характеру, так і тими, які не залежать від волі людини. Економічні процеси в своєму розвитку проходять визначені цикли.

Як відомо, економічний цикл – це послідовні підйоми та спади економічної активності. Розділяють цикл на чотири фази: підйом, пік, спад і криза, а часовий проміжок між підйомами та спадами і є циклом розвитку. Кожна фаза циклу переходить в іншу, наступну, й характеризується різними економічними явищами. Особливої уваги потребують пік і криза [1]. З огляду на це можна стверджувати, що природа ризиків тісно пов'язана з явищем кризи. У ринковій економіці головними елементами ризику є невизначеність та невпевненість кон'юнктури ринку, а також попиту, цін, поведінки споживачів і невикористаних можливостей виробників. Крім того, в умовах ринку бізнес можна визначити як діяльність, пов'язану з ризиком, з метою одержання за це компенсації у вигляді прибутку. Водночас прибуток дає змогу виявити головні моменти, характерні для виробництва, яке постійно перебуває в русі та обирає найбільш передові напрями економічного, соціального та інтелектуального зростання. Також варто зауважити, що ризик зростає всякий раз, коли підсилюється нестабільність, відбуваються реформи і спонтанні зміни в економіці, тобто коли в розвитку економіки в цілому та розвитку окремих підприємств настає криза [2].

З аналізу праць науковців та економістів випливає [3], що людина як підсистема, як частина великої системи (суспільства), відіграє важливу роль в економічних процесах, що відбуваються. Людські якості, які формують властивості економічного середовища, виявляються через виробництво і споживання. Ці два протилежно спрямовані процеси збуджують формування стаціонарного хвильового процесу, завдяки основній функції людства – функції розвитку. Але людські якості при процесах виробництва та споживання нерозривно пов'язані з факторами суспільно-економічного прогресу через знання і передові технології. При цьому змінюється характер розвитку продуктивних сил, праці, перетворюється місце і роль людини в процесі виробництва та суспільстві [4].

До основних причин виникнення ризику одні вчені [5] відносять такі чинники: непередбачені природні процеси і явища; випадковість явищ та дій; неможливість однозначного пізнання об'єкта; обмеженість і недолік ресурсів; незбалансованість основних компонентів господарського механізму; неповна і неточна інформація; зіткнення суперечливих інтересів; відносна обмеженість свідомої діяльності людини. На думку інших вчених, причини виникнення ризику групуються в кількох напрямках. По-перше, це невизначеність як результат необізнаності, недостатності знання законів, як результат умов певної господарської діяльності, що не дає змоги ефективно керувати нею. По-друге, це протидія, тобто вияв невизначеності у забезпеченні певного підприємства ресурсами, порушення до-



говірних зобов'язань, недосконалість державних регуляторів тощо [6]. І, по-третє, це суб'єктивізм людини, її здатність приймати помилкові рішення, яка пов'язана з інформаційною складовою. Але автор вважає, що причини виникнення ризиків можна сформулювати таким чином (рисунок).

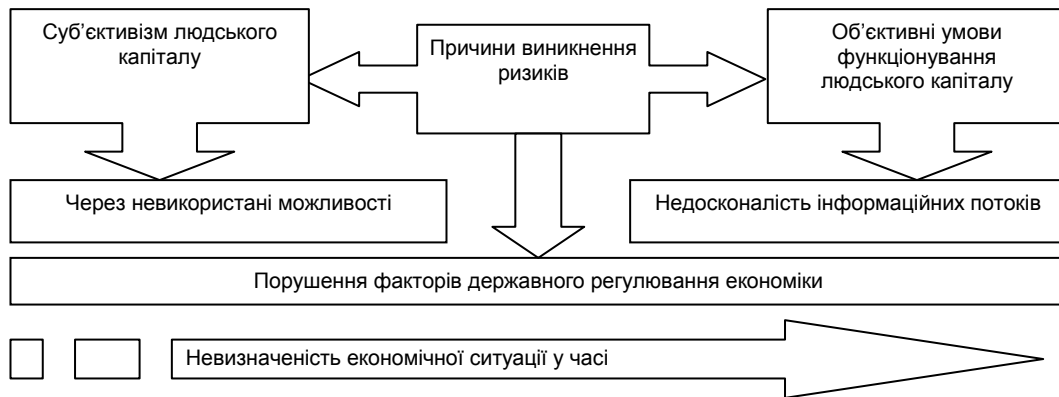


Рис. Причини виникнення економічних ризиків на підприємствах

З огляду на вищезазначене, можна стверджувати, що причини економічного ризику як на підприємстві, так і у суспільстві виникають, як правило, в умовах невизначеності економічної ситуації у часі і мають три напрямки. По-перше, це суб'єктивізм людського капіталу, який прагненні до цілей підприємства не використовує всі свої можливості. По-друге, це об'єктивні умови функціонування (економічні, політичні, природні чинники, демографічні фактори), в яких людський капітал здатний робити помилки через недосконалість інформаційних потоків в усіх зазначених напрямках. По-третє, це порушення регулювання економічних процесів з боку держави, зокрема, в законодавстві, грошово-кредитній та бюджетно-податковій політиках, у сфері зовнішньоекономічної діяльності й соціальної політиці. Але треба зауважити, що всі напрямки виникнення економічних ризиків відбуваються, як правило, на підставі використання та розподілу фінансових ресурсів.

Причини виникнення ризику, наведені вище, не лише узагальнюють їх характеристики як складову економічних процесів, а й ототожнюють змістову і складову цього явища з людським капіталом, інформаційним забезпеченням підприємств та державою. Утім ключовим моментом серед запропонованих причин виникнення ризиків є врахування вартісної природи ризику, яке в подальшому дасть змогу зосередитися на визначенні особливостей застосування механізмів управління для мінімізації ризикових подій.

Література: 1. Кривцов А. С. Теоретические основы современной экономики / А. С. Кривцов, В. М. Бережной. – Харьков: Прапор, 1997. 2. Чернявский А. Д. Классификация и цикличность кризисных явлений и ситуаций // Персонал. – 1998 – №6. 3. Чистілін Д. Про хвильову природу економічних циклів // Економіка України. – 2006. – №5. – С. 13. 4. Чухно А. Науково-технологічний розвиток як об'єкт дослідження еволюційної економічної теорії // Економіка України. – 2008. – №1. – С. 20. 5. Івченко І. Ю. Економічні ризики: Навч. посібн. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – С. 28 – 29. 6. Большой экономический словарь / Под ред. А. Н. Азриляна. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 1997.

Григоренко Л. Р.

УДК 005.915:005.642.3

СУТНІСТЬ І ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ

Серед фінансових проблем підприємств, мабуть, немає іншої, яка б так часто розглядалась науковцями й практиками та здавалась їм такою важливою, як аналіз і оцінка фінансового стану підприємства.

Значна увага до аналізу фінансового стану підприємства та його оцінки приділяється тому, що, з одного боку, він є результатом діяльності підприємства, свідчить про досягнення, а з іншого – виявляє передумови розвитку підприємства. У працях зарубіжних і вітчизняних економістів досліджено широке коло питань, пов'язаних з аналізом фінансового стану підприємств, його оцінкою та управлінням. Методичні основи кількісного виміру та оцінки фінансового стану підприємств і трак-

© Григоренко Л. Р., 2009

тування його сутності зафіксовано також і в нормативних документах. Серед науковців, які приділяли увагу дослідженню фінансового стану підприємств, слід виділити таких, як І. Т. Балабанов, Л. А. Бернштейн, І. О. Бланк, Ю. Брігхем, Л. Гапенські, Т. Р. Карлін, А. П. Ковальов, В. В. Ковальов, М. Н. Крейніна, Л. А. Лахтіонова, Г. В. Савицька, В. Т. Савчук, О.С. Стоянова, Р. Холт, А. Д. Шеремет.

Метою дослідження є всебічна оцінка різних трактувань поняття "фінансовий стан підприємства" та спроба уточнити його сутність і обґрунтувати вибір таких основних показників оцінки фінансового стану, що найповніше його характеризують.

Відомо, що оцінку фінансового стану підприємств здійснюють за низкою методик, розроблених міністерствами, НБУ та комерційними банками. Першооснову таких методичних підходів до оцінки фінансового стану підприємств закладено ще 1998 року Агентством з питань запобігання банкрутству підприємств та Державною податковою адміністрацією України [1, с. 23].

Розглянемо різні визначення вчених-економістів щодо розуміння ними сутності поняття "фінансовий стан підприємства".

Так, Е. А. Маркар'ян та Г. П. Герасименко визначають це поняття так: "Фінансовий стан підприємства – це сукупність показників, що відображають його спроможність погасити свої боргові зобов'язання". Таке визначення не розкриває економічну сутність цього поняття, а лише вказує на одну з його характеристик – відповідний рівень показника ліквідності [1, с. 23].

Досить звужене поняття "фінансовий стан підприємства" знаходимо у А. І. Ковальова і В. П. Привалова. Вони розуміють його як "сукупність показників, що відображають наявність, розміщення й використання фінансових ресурсів". Слід зауважити, що фінансовий стан підприємства – це сукупність показників, за їх допомогою він лише кількісно вимірюється [2, с. 3].

Доволі вагомим є таке визначення фінансового аналізу підприємства: фінансовий аналіз підприємства – це економічна категорія, яка відображає стан капіталу у процесі його кругообігу та спроможність суб'єкта до саморозвитку на фіксований момент часу [3, с. 261]. Особливість такого визначення полягає в тому, що автор уперше визнає фінансовий стан економічною категорією й підкреслює, що вона відображає стан капіталу у процесі його кругообігу.

У спеціальній літературі знаходимо і зовсім спрощене трактування цього поняття. Так, В. І. Іващенко наводить таке визначення: фінансовий стан підприємства – це результат фінансової діяльності. Він характеризується розмірами коштів підприємств, їх розміщенням та джерелами надходження [4, с. 263]. З цього виразу не зрозуміло, чому фінансовий стан підприємства є результатом лише його фінансової діяльності, чому він не є результатом також операційної та інвестиційної діяльності, зовсім не беруть до уваги якісні характеристики такого поняття.

Порівняння визначень цього поняття різними авторами та їх критична оцінка дає підстави дійти висновку, що фінансовий стан підприємства об'єктивно формується в системі зовнішніх і внутрішніх фінансових відносин підприємства та його слід розглядати як фінансову спроможність підприємства.

Отже, фінансовий стан підприємства – це реальна і потенційна фінансова спроможність підприємства забезпечити певний рівень фінансування поточної діяльності, саморозвитку та погашення зобов'язань перед підприємствами та державою. Кількісно він вимірюється системою показників, на підставі яких здійснюється його оцінка.

Для правильної оцінки фінансового стану підприємства необхідне поєднання трьох складових:

1. Чого ми хочемо досягти в конкретному випадку, визначаючи фінансовий стан підприємства? (З якою метою його оцінюємо?)
2. Як виміряти фінансовий стан підприємства?
3. Як його оцінити [5, с. 298]?

Фінансовий стан – це важлива характеристика економічної діяльності підприємства у зовнішньому середовищі. Він значною мірою визначає конкурентоспроможність підприємства, його потенціал у діловій співпраці, оцінює, якою мірою гарантовані економічні інтереси самого підприємства і його партнерів з фінансових та інших відносин.

Повним комплексним набором показників, на думку автора, характеризуються методики аналізу фінансового стану підприємства таких вчених-економістів, як В. Г. Артеменко, А. І. Ковальов, І. О. Бланк, В. П. Привалов, А. Д. Шеремет. Серед згаданих вчених найповніший перелік фінансових показників запропонував І. О. Бланк [6, с. 348].

Отже, зроблена критична оцінка трактувань сутності фінансового стану підприємства та методичних підходів до його аналізу й оцінки свідчить про потребу уніфікації трактування поняття "фінансовий стан підприємства" та вдосконалення методик проведення різних видів аналізу.

Література: 1. Маркар'ян Э. А. Финансовый анализ / Э. А. Маркар'ян, Г. П. Герасименко. – М., 2007. – С. 26. 2. Ковалев А. И. Анализ хозяйственного состояния предприятия / А. И. Ковалев, В. П. Привалов – М.: Центр экономики и маркетинга, 2004. – С. 3. 3. Азарова А. О. Анализ методів оцінки фінансового стану підприємства / А. О. Азарова, О. В. Воронюк. – Вінниця: Ландо Лтд., 2003. – С. 261 – 262. 4. Іващенко В. І. Курс економічного аналізу: Навч.-метод. Посібн. для самост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2000. – С. 263. 5. Бойчук І. М. Економіка підприємства / І. М. Бойчук, П. С. Харів, М. І. Хопчан, Ю. В. Піча. – К.: Каравела, Львів: Новий світ-2000, 2001. – С. 298. 6. Бланк І. А. Основи фінансового менеджмента. Т. 2. – К.: Ника-Центр, 2001. – С. 347 – 372.

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У нашому суспільстві відбувається розвиток науки, стрімкі зміни у техніці, створення нових технологій на підприємствах, виникнення інноваційних напрямів діяльності підприємств — усе це потребує від працівника високого рівня знань і вмінь. Тож у сучасних умовах дуже актуальним стало питання ефективного управління персоналом.

Управління персоналом стає фактором підвищення конкурентоспроможності та перспективного розвитку підприємства, тому потребує посиленої уваги і залишається актуальним для всіх корпоративних утворень.

Суттєвий внесок у вирішення проблеми забезпечення достатнього рівня управління персоналом зробили М. Армстронг, Д. Богиня, В. Веснін, Н. Гавкалова, Дж. Грехем, О. Грішнова, П. Друкер, Дж. Лафта, М. Нагорська, В. Савченко, П. Форсіф, А. Чухно, Г. Щекін та ін.

Дослідження й аналіз літературних джерел свідчать, що питання, пов'язані з ефективною системою менеджменту персоналом, широко висвітлені у працях вітчизняних та зарубіжних авторів [1 – 6].

Мета статті — формування теоретико-методологічних аспектів забезпечення соціально-економічної ефективності управління персоналом.

Забезпечити соціально-економічну ефективність управління персоналом можна за таких умов: розроблення ефективної системи оцінювання персоналу у процесі діяльності; застосування ефективних форм навчання персоналу [7]; залучення персоналу до участі у прийнятті управлінських рішень; створення умов для розвитку інтелектуальних здібностей працівників; формування сприятливого морально-психологічного клімату в колективах; проведення корпоративних заходів.

Останніми роками з'явилася багато наукових праць, у яких автори зосереджують свою увагу на корпоративній культурі, здатній гальмувати або стимулювати ефективну діяльність персоналу на підприємствах. Саме тому провідні підприємства для ефективного використання інтелектуального потенціалу приділяють першочергову увагу формуванню відповідної корпоративної культури [1; 3; 4; 6]. Але ж у цьому питанні не мають належного висвітлення деякі складові корпоративної культури, зокрема, неповно розкриті морально-етичні характеристики, а також питання дотримання неформалізованих правил, кодексів поведінки, які впливають на загальний стан організації.

Треба зазначити, що саме соціально-економічна ефективність управління персоналом є складовою ефективності виробництва. Ці категорії характеризують результати діяльності підприємства із забезпеченням мінімальних витрат та підвищенням ступеня задоволення потреб його працівників.

Важливе значення для підвищення ефективності управління персоналом має кадрова політика підприємства як система теоретичних засад, які визначають основні напрями роботи з персоналом [8]. Вона містить у собі документальне забезпечення характеристики працівників, а також оцінки персоналу та мотивації керівників до прийняття управлінських рішень.

Однією зі складових кадрової політики є система оцінювання персоналу, завдяки чому можна виявити ступінь відповідності його якостей ustalеним нормам і стандартам, а також і програма розвитку персоналу, яка відбувається завдяки заходам, які проводять на підприємстві з метою розкриття трудового потенціалу, спрямованого на досягнення мети діяльності підприємства й на забезпечення відповідності можливостей, бажань і мети працівників завданням підприємства [9]. Якщо, наприклад, забезпечити впровадження системи безперервного профнавчання, це може надати змогу здійснювати широкомасштабну цільову підготовку керівників і фахівців за новими напрямками виробничої діяльності, поглибити виробничі навички персоналу. У процесі розвитку підприємства не на останньому місці стоїть його соціальний капітал, тобто зв'язки, норми поведінки та цінності, котрі сприяють взаємодії працівників. На підприємствах України рівень даного капіталу не дуже високий, у колективах переважає позитивний морально-психологічний клімат, бувають і конфліктні ситуації, що є негативним аспектом діяльності. Для формування соціального капіталу підприємства треба реалізувати відповідну соціальну структуру колективу з ужиттям заходів, які будуть сприяти зміцненню колективу.

Наступна складова — мотивація персоналу до праці. Вона становить собою процес спонукання людини до діяльності для досягнення певної мети [10].

Таким чином, діяльність персоналу підприємства має бути соціально та економічно ефективною. З метою підвищення цієї ефективності підприємці повинні більше уваги приділяти кадровій політиці, котра допоможе з формуванням і використанням інтелектуального та соціального капіталів підприємства.

Реалізація запропонованих заходів сприятиме збільшенню питомої ваги кожної складової соціально-економічної ефективності управління персоналом підприємства та забезпечить ефективність управління персоналом, яка буде сприяти розвитку діяльності підприємства в цілому.

Література: 1. Антонюк Л. Д. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: Монографія. – К.: КНЕУ, 2004. 2. Балабанова Л. В. Управление персоналом на основе маркетинга: Монография. — Донецк: Дон ГУЭТ, 2004. – 212 с. 3. Спивак В. А. Организационное поведение и управление персоналом. — СПб.: Питер, 2000. — 416 с. 4. Ануриев С. Особенности разработки корпоративной стратегии / С. Ануриев, В. Сметанин // Менеджмент. Менеджер. – 2005. – №6. – С. 14 – 21. 5. Микром Б. Экономика, организация и менеджмент / Б. Микром, Дж. Роберте. — СПб.: Экономическая школа, 1999. 6. Wright С. Machattie К. Marketing Management in Practice. – London: "BPP Professional Education", 2004. 7. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами / Пер. с англ. под ред. С. К. Мордовина. – 8-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 832 с. 8. Веснин В. Р. Менеджмент персонала. — М.: Элит-2000, 2003. – 304 с. 9. Корнелиус Неларин. HR-менеджмент. Поиск, подбор, тренинг, адаптация, мотивация, дисциплина, этика: Пер. с англ. — Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. — 520 с. 10. Егоршин А. П. Управление персоналом: Учебник для вузов. — 4-е изд., испр. — Н. Новгород: НИМБ, 1999. – 720 с. 11. Чухно А. А. Интеллектуальный капитал: сущность, формы і закономірності розвитку // Економіка України. – 2002. – №11. – С. 48 – 55.

УДК 336.761

Дубовик А. О.

КЛАСТЕРНИЙ АНАЛІЗ ЕМІТЕНТІВ ЦІННИХ ПАПЕРІВ ЗА ХАРАКТЕРИСТИКАМИ ЇХ РИНКОВИХ МУЛЬТИПЛІКАТОРІВ

Актуальність апробації використання ринкових мультиплікаторів в оцінці вартості бізнесу відповідає планам заходів з реалізації Основних напрямів розвитку фондового ринку України на 2006 – 2010 рр., у яких стверджується про необхідність розроблення методичних рекомендацій щодо впровадження механізму оцінки ефективності управління акціонерними товариствами за показниками їх капіталізації на фондових біржах [1].

Аналіз останніх вітчизняних досліджень та публікацій [2; 3] з даної теми показав, що більшість з них спрямовані на адаптацію зарубіжних методик оцінки вартості підприємства методами ринкового підходу.

Метою досліджень є вдосконалення теоретичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо проведення оцінки бізнесу методами порівняльного підходу з урахуванням специфіки фондового ринку України.

Для досягнення поставленої мети були визначені такі завдання:

за розрахованими мультиплікаторами провести аналіз приналежності емітентів різних галузей промисловості до загальних умов формування ринкової ціни акції в цілому за ринком капіталу;
перевірити значущість галузевого критерію при підборі об'єктів-аналогів для оцінки вартості бізнесу методами порівняльного підходу;
надати практичні рекомендації щодо формування вибірки подібних об'єктів для оцінки вартості підприємства.

Для вирішення визначених завдань були використані непараметричні методи для перевірки статистичних гіпотез [4] (при перевірці гіпотези про приналежність емітентів різних галузей до єдиної загальної сукупності за даними їх ринкових мультиплікаторів), методи кластерного аналізу (метод об'єднання або деревовидна кластеризація та метод К-середніх) [5] для перевірки значущості галузевого критерію при формуванні переліку подібних об'єктів для оцінки вартості бізнесу порівняльним підходом.

Для розрахунку ринкових мультиплікаторів були використані дані річних звітів емітентів за 2007 рік [6] та інформація фондової біржі ПФТС про ринкові ціни на акції [7]. Аналіз був проведений на прикладі семи найбільш репрезентативних галузей із загальним об'ємом вибірки 98 емітентів (для виконання умови непараметричного критерію Краскела та Уолліса для перевірки статистичних гіпотез – кількість вибірок повинна складати не менше 4, кількість спостережень для кожної вибірки – не менше 5). За критерії порівняння вибірок були використані ринкові мультиплікатори для оцінки бізнесу (P/S, P/E, P/A, MCap/BV, EV/S, EV/EBITDA, EV/EBIT, EV/A, EV/IC).

При перевірці гіпотези про відповідність умов формування ціни на акції в межах кожної галузі та ринку капіталу в цілому за непараметричним критерієм перевірки статистичних гіпотез Краскела та Уолліса було визначено, що для кожного із аналізованих мультиплікаторів висунута гіпотеза повинна бути відхилена. Це означає, що за величинами ринкових мультиплікаторів аналізовані емітенти не можуть бути включені до єдиної сукупності.

© Дубовик А. О., 2009



Кластерний аналіз був проведений для емітентів, до складу яких також була включена галузь нафтопереробки, що не відповідала умовам формування вибірки за критерієм Краскела та Уолліса. Таким чином загальна вибірка для проведення аналізу складала 101 підприємство.

Для перевірки значущості галузевого критерію було побудовано 8 кластерів (що відповідає кількості галузей у сформованій сукупності). Галузеву структуру отриманих кластерів надано в таблиці.

Таблиця

Галузева структура кластерів

Галузь \ Кластери	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	Разом
Гірничо-збагачувальні комбінати	1	3	-	2	-	-	-	-	6
Машинобудування	2	-	-	11	3	12	-	1	29
Виробництво коксу	-	2	-	1	-	4	-	-	7
Хімічна промисловість	1	1	-	4	-	2	1	-	9
Енергетика	1	-	-	6	2	2	1	9	21
Газопостачання	1	-	1	1	-	6	-	-	9
Металургія	2	2	-	1	1	11	-	-	17
Нафтопереробка	-	1	-	-	-	2	-	-	3
Разом	8	9	1	26	6	39	2	10	101

З таблиці видно, що чітка залежність розподілу емітентів фондового ринку за даними мультиплікаторів від галузі не встановлена.

Таким чином, за результатами проведеного аналізу було визначено, що загальну кількість аналізованих емітентів за величинами їх мультиплікаторів не можна віднести до єдиної сукупності, тобто має місце особливість формування ринкової ціни акцій для різних підприємств. При цьому кластерний аналіз емітентів показав, що галузевий критерій при підборі об'єктів порівняння не є виключним. З отриманих результатів можна зробити висновок, що ринкова вартість акцій формується під впливом факторів, відмінних від галузевої приналежності, що має бути предметом подальшого дослідження.

Література: 1. Розпорядження КМУ "Про затвердження плану заходів з реалізації Основних напрямів розвитку фондового ринку України на 2006 – 2010 роки" №131-р від 07.03.2006 р. // <http://www.uapravo.net/data2008/base38/ukr38459.htm>. 2. Курочкіна І. Г. Оцінка вартості бізнесу суб'єктів господарювання (на прикладі металургійних та коксохімічних підприємств): Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04.– Харків Науково-дослідний центр індустріальних, проблем розвитку НАН України 2007. – 24 с. 3. Тертична Н. В. Комплексна оцінка вартості підприємства: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01. – Луганськ: Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, 2006. – 20 с. 4. Степнов М. Н. Статистические методы обработки результатов механических испытаний: Справочник. – М.: Машиностроение, 1985. – 232 с. 5. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях. – М.: Статистика, 1980. – 150 с. 6. Річна звітність емітентів // [http:// smida.gov.ua](http://smida.gov.ua). 7. Інформація сайту фондової біржі ПФТС // <http://www.pfts.com>.

Дубровська Є. В.

УДК 657

КЛАСИФІКАЦІЯ МЕТОДІВ ТА ІНСТРУМЕНТІВ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

У зв'язку з кризовими явищами, що відбуваються в Україні на цей час, першорядного значення для вітчизняних підприємств набувають питання ефективного управління дебіторською заборгованістю. Більшість підприємств практично не мають можливості нормально функціонувати у зв'язку з наявністю дебіторської заборгованості, адже це відволікає кошти з обороту. Саме за таких умов одним з етапів вирішення нагальної проблеми є систематизація методів та інструментів управління дебіторською заборгованістю.

© Дубровська Є. В., 2009



Метою статті є класифікація методів та інструментів управління дебіторською заборгованістю підприємств.

У ході дослідження наукових джерел було виявлено, що в економічній літературі представлена значна кількість методів та інструментів щодо управління дебіторською заборгованістю, але відсутня їх класифікація, яка, на думку автора, є важливим аспектом при побудові механізму управління дебіторською заборгованістю.

Заповнюючи цей недолік, пропонуємо своє бачення класифікації, яке передбачає її розподіл залежно від призначення.

Згідно з ієрархічною системою класифікації можна виділити два способи стягнення дебіторської заборгованості: досудове стягнення дебіторської заборгованості та її стягнення у судовому порядку.

Пропонуємо розробити класифікацію досудових методів та інструментів стягнення дебіторської заборгованості, яка передбачає виділення двох груп, а саме: інкасаційні методи та інструменти стягнення дебіторської заборгованості й інструменти рефінансування дебіторської заборгованості. Інкасаційні методи та інструменти стягнення дебіторської заборгованості забезпечують своєчасність виконання дебіторами зобов'язань за наданим комерційним кредитом.

Розглянемо кожну з вищезазначених груп методів та інструментів управління дебіторською заборгованістю, які базуються на розробках, можна класифікувати на такі методи впливу на боржників: психологічні – нагадування по телефону, факсу, пошти, використання ЗМІ чи поширення інформації серед суміжних постачальників, що загрожує боржнику втратою іміджу; економічні – фінансові санкції, припинення постачань; юридичні – претензійна робота, досудове переписування.

Також додатково виділяємо інструменти стягнення дебіторської заборгованості: взаємозалік, реструктуризацію, погашення дебіторської заборгованості шляхом урахування платежів до бюджету.

Для більш повного розуміння цих інструментів розглянемо кожен з них докладніше.

Реструктуризація дебіторської заборгованості передбачає розробку заходів, спрямованих на зміну структури зобов'язань підприємства [1, с. 116].

Взаємозалік є інструментом погашення взаємних вимог підприємств, тобто спосіб виконання зобов'язань, при якому погашаються зустрічні вимоги [2, с. 99; 3, с. 70].

Погашення дебіторської заборгованості шляхом урахування платежів до бюджету є припустимим за умови, якщо дебітор має певну суму податку на додану вартість із бюджету, а підприємство-кредитор має податкову заборгованість за платежами до державного бюджету [3, с. 70].

До низки питань, що мають бути уточнені та відіграють важливу роль в управлінні дебіторською заборгованістю, належить рефінансування дебіторської заборгованості, що становить систему фінансових операцій, які забезпечують прискорену трансформацію дебіторської заборгованості у грошові активи. Таким чином, інструменти рефінансування дебіторської заборгованості дозволяють підприємству прискорити конверсію дебіторської заборгованості в грошові активи, тим самим підприємство не тільки повертає кошти, інвестовані в дебіторську заборгованість, але й, передаючи дебіторську заборгованість третім особам, отримує можливість управляти якістю цього активу.

Основними формами рефінансування дебіторської заборгованості, що застосовуються нині, є факторинг, форфейтинг та облік векселів [4, с. 162].

Як зазначає Н. М. Новікова, подання позову в суд є завершальним етапом управління простроченою заборгованістю, який засвідчує що всі заходи досудового врегулювання не мали позитивних результатів [3, с. 66].

Виходячи з вищезазначеного, пропонуємо дослідити інструменти (особливості) стягнення дебіторської заборгованості у судовому порядку.

Першим етапом у системі стягнення дебіторської заборгованості у судовому порядку є її стягнення за рішенням суду. Але розпочати цей етап неможливо за відсутності претензійної роботи, досудового переписування, тобто порядок досудового врегулювання спору вважається виконаним за наявності відповіді на претензію.

Наступним етапом при стягненні дебіторської заборгованості у судовому порядку є виконання рішення, що є процесуальною формою, котра гарантує примусову реалізацію рішення суду та інших юрисдикційних органів.

У випадку нездатності боржника погасити заборгованість підприємство-кредитор може звернутися до господарського суду з позовом про банкрутство. Як зазначено у праці [2, с. 158], навіть наказ суду про стягнення грошової суми не гарантує, що дебітор сплатить свої борги. У зв'язку з цим одним із засобів захисту інтересів кредитора може стати спрямування стягнення на майно дебітора шляхом ініціювання справи про банкрутство.

Таким чином, опрацювавши найбільш розповсюджені методи та інструменти управління дебіторською заборгованістю, одержано класифікацію методів та інструментів, що дозволить підвищити ефективність управління дебіторською заборгованістю на підприємствах.

Література: 1. Басюк Т. П. Реструктуризація дебіторської заборгованості підприємства // Фінанси України. – 2004. – №12. – С. 115 – 123. 2. Лігоненко Л. О. Управління дебіторською заборгованістю підприємства: Навч. посібн. / Л. О. Лігоненко, Н. М. Новікова. – К.: Київ. нац. торг.-екон. університет, 2005. – 275 с. 3. Новікова Н. М. Інструменти досудового погашення прострочення дебіторської заборгованості // Вісник КНТЕУ. – 2005. – №2. – С. 65 – 73. 4. Кохась О. Переваги та недоліки наслідків рефінансування з управління дебіторською заборгованістю // Сіверянський літопис. – 2008. – №2. – С. 161 – 166.

СИСТЕМА КРЕДИТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ

Свою діяльність сільськогосподарські товаровиробники здійснюють за рахунок власних та залучених коштів, у тому числі кредитних ресурсів комерційних банків і кредитних спілок. Однак велика частина сільськогосподарських товаровиробників немає доступу до кредитних ресурсів. У результаті чого за відсутності в певний період необхідних коштів вони не мають змоги вчасно виконати комплекс певних видів сільськогосподарських робіт, одержують збитки, не розширюють виробництво.

З метою підвищення виробництва сільськогосподарської продукції і покращення її якості та у зв'язку з недостатнім самофінансуванням виникає потреба у залученні кредитних ресурсів кредитних установ. Це стає особливо актуальним в умовах євро інтеграції та вступу України до СОТ; підтримка сільського господарства фінансовими та кредитними ресурсами є істотною як з боку держави, так і кредитних установ. Тому виникає необхідність у дослідженні системи кредитного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників.

Розробкою пропозицій щодо розвитку системи кредитного забезпечення аграрного сектору економіки займаються багато вчених. Серед них можна відмітити В. М. Алексійчука [1], В. Я. Амбросова, П. І. Гайдуцького, О. Є. Гудзь, М. Я. Дем'яненка, В. В. Зіновчука, П. А. Лайка, М. Й. Маліка [2], Л. В. Молдаван [3], П. Т. Саблука та ін. У своїх працях вони зосередили увагу на проблемі розвитку системи кредитного забезпечення на макрорівні. Тому виникає необхідність у розробці пропозицій щодо формування регіональних систем кредитного забезпечення, які б урахували специфіку регіонів.

У 2000 році держава припинила практику товарного кредитування сільського господарства й почала стимулювати грошове. Функції кредитного забезпечення були передані комерційним структурам. У результаті кредитні ресурси нарешті пішли в АПК через банківську систему і витрати бюджету на його кредитування суттєво зменшилися.

Бюджетна підтримка кредитування села проявилася через стимулювання грошового кредитування у вигляді часткової компенсації кредитних ставок. Така форма кредитування забезпечила зрушення у процесі кредитування аграрного сектору економіки. Проте ще не повністю використано механізм часткової компенсації кредитів. Зокрема, це відмова в наданні кредитів збитковим підприємствам навіть за наявності застави, відсутність кредитної історії у позичальників та високі заставні вимоги до забезпечення кредитів. Адже збиткові підприємства відповідно до Положення НБУ про порядок дотримання використання резервів комерційними банками належать до категорії безнадійного ризику і до кредитування не належать.

На першому етапі розвитку фінансової системи пільгове кредитування застосовували тільки для короткострокових кредитів, а починаючи з 2004 року – і для довгострокових. У зв'язку з цим істотно зросли суми наданих кредитів.

Зміцнення позицій сільськогосподарських товаровиробників у кредитному портфелі комерційних банків можна пояснити наявністю вивільненого капіталу, необхідністю розміщення надлишку залучених ресурсів для виконання зобов'язань за ними, наявністю державної програми здешевлення кредитів та стабільністю макроекономічних показників.

Незважаючи на зростання обсягів кредитування, актуальною проблемою для підприємств АПК залишається процедура отримання банківського кредиту та високі вимоги до застави. Особливо це стосується фермерів і дрібних сільгоспвиробників. Велика кількість необхідних документів і тривалий період їхнього розгляду часто є однією з причин низької ефективності кредитування сільськогосподарських товаровиробників.

У 2008 року комерційні банки видали кредитів аграріям Полтавської області на суму понад 10 млрд грн, що удвічі перевищує суму 2007 року. Однак частка пільгових кредитів незначна, що пов'язано з проблемами одержання компенсації за кредити та зростанням інфляційних процесів в економіці.

Кредитування сільськогосподарських товаровиробників взагалі, а малого бізнесу в аграрній сфері зокрема не є привабливим для комерційних банків. І тому переважна більшість сільськогосподарських товаровиробників не мають доступу до кредитних ресурсів комерційних банків. Цю нішу можуть і прагнуть заповнити кредитні спілки. Вони, особливо в сільській місцевості, є чи не єдиним джерелом фінансування малих та середніх підприємств.

Починаючи з жовтня 2008 року потенційні позикодавці припинили видачу кредитів сільськогосподарським товаровиробникам. Це питання не вирішено до цього часу, хоча й уряд веде розмови щодо надання аграріям пільгових кредитів на проведення комплексу весняно-польових робіт 2009 року.

З погіршенням фінансової ситуації в державі кредитування сільськогосподарських товаровиробників припинилося зовсім. Тому є всі підстави сумніватися у вчасному та якісному проведенні комплексу весняно-польових робіт 2009 року, через те що значна частина сільськогосподарських товаровиробників провести його зможуть лише за наявності кредитних ресурсів.

Таким чином, сільськогосподарських товаровиробників Полтавської області кредитують комерційні банки та вісім кредитних спілок. Ці дві системи є взаємодоповнюючими. Кредитні спілки значну роль відіграють у кредитуванні фермерських господарств та селян-одноосібників, а комерційні банки надають перевагу великим сільськогосподарським формуванням перед невеликими. Поза кредитною системою знаходиться переважна більшість дрібних фермерських та індивідуальних господарств населення.

Література: 1. Лайко П. А. Кредитування малих та середніх підприємств у сільській місцевості через кооперативну кредитну систему з урахуванням досвіду держав – членів ЄС / П. А. Лайко, В. М. Алексійчук, О. Є. Гудзь, Г. П. Лайко // Облік і фінанси АПК. – 2005. – №3. – С. 31 – 44. 2. Малік М. Й. Фінансово-кредитний механізм у розвитку аграрного підприємництва // Фінанси України. – 2004. – №5 – С. 47 – 53. 3. Молдаван Л. В. Форми і методи державної підтримки кредитного обслуговування малого і середнього бізнесу на селі // Проблеми фінансової підтримки малих і середніх підприємств на селі / За ред. М. Я. Дем'яненка. – К.: ННЦ ІАЕ, 2004.

УДК 658.15

Капленко Д. С.

ПРИНЦИПИ ЗРОСТАННЯ ВАРТОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СКЛАДОВА ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Розвиток економіки України тісно пов'язаний з розвитком підприємництва. Розвиток підприємництва — це необхідна умова становлення ринкової економіки, ефективної реструктуризації вітчизняних підприємств.

Процеси приватизації зумовили зміни не лише відносин власності, а й змусили переглянути підходи до організації фінансової діяльності на підприємстві. Так, нестабільні умови економічного розвитку підприємств спричинили необхідність диверсифікації підприємницьких ризиків і сприяли об'єднанню промислового та банківського капіталів. Як результат, – виникнення різноманітних корпорацій, холдингів, концернів і т. п. [1]. З огляду на це важливим внеском у розвиток вітчизняної фінансової школи є дослідження теоретичних аспектів питання принципів забезпечення зростання вартості вітчизняних підприємств як складової фінансового менеджменту.

У попередніх дослідженнях такі автори, як: Ю. Бріггем, Дж. Хорн, С. Росс, Ж. Перарвже, С. Боринець, В. Федосов, В. Суторміна, Н. Резанова, звертали увагу на те, що світова практика виробила різноманітні універсальні принципи, методи, а також практичні посібники з фінансового менеджменту [2]. Але механічне копіювання та використання західних моделей в умовах України, зважаючи на специфіку її розвитку, не тільки не прийнятне, а й не можливе. Виникає необхідність у теоретичній базі, адаптованій до умов розвитку ринкової економіки в нашій країні, яка б закріплювала практичні навички управління фінансовими ресурсами з урахуванням розвитку банківської системи, інфляції, падіння виробництва, кризових явищ та інших чинників.

Тому метою даної статті є вдосконалення фінансового менеджменту за рахунок принципів зростання вартості вітчизняних підприємств.

Організація ефективного фінансового менеджменту на підприємствах вимагає корінної перебудови механізму управління фінансовими ресурсами. Тут необхідно відзначити, що в умовах формування ринкової економіки відбувається зсув акцентів в управлінні підприємством із суто виробничого планування на фінансове [3].

Зараз у центрі уваги фінансового менеджменту на підприємстві перебувають короткострокові показники ефективності. У такій моделі менеджменту криється суперечність, оскільки курс (вартість) корпоративних прав, який установлюється на ринку капіталів, виражає, насамперед, довгострокові очікування інвесторів. Водночас менеджмент, сфокусований на короткостроковій перспективі, реалізує свої акції також у короткостроковому періоді. Це означає, що такий інструмент фінансового менеджменту, як опціони на придбання акцій, не діє. Можна зробити висновок, про формальний підхід менеджменту багатьох підприємств до управління вартістю компанії. Керівництво компаній здебільшого декларує використання концепцій VBM, не здійснюючи реальних кроків щодо практичної їх реалізації. Аналізуючи системи управління фінансовими ресур-



сами на вітчизняних підприємств, доводиться констатувати, що на переважній більшості з них запровадження вартісного підходу навіть не планується [1].

Для вдосконалення вищенаведеного підходу фінансового менеджменту пропонуємо базуватися на наукових принципах, запропонованих А. Раппапортом, що можуть бути адаптовані для управління вітчизняними підприємствами:

Перший принцип зводиться до того, що не слід надто захоплюватися прогнозуванням показників прибутку. Висновки про відсутність безпосереднього зв'язку між показниками прибутку підприємства та приросту вартості не лише підтверджуються теоретичними дослідженнями, а й є емпірично обґрунтованими.

Другий принцип – забезпечення зростання вартості, згідно з яким менеджеру під час прийняття фінансових рішень слід орієнтуватися на прогнози майбутніх чистих грошових потоків (cash-flow). Аналіз вітчизняної практики прийняття інвестиційних рішень засвідчує, що попри світові тенденції в Україні поширеною є теза про необхідність вкладання коштів в активи з "високим потенціалом короткострокового зростання".

Згідно з *третьим принципом*, слід інвестувати кошти в майбутнє. Як правило, компанії створюють вартість у результаті звичайної операційної діяльності. Однак найреальнішим способом забезпечити рентабельність понад очікування ринку капіталів є концентрація "на нових полях" бізнесу. Приймаючи інвестиційні рішення цього типу, менеджер має обґрунтувати, де, коли і як можна очікувати підвищення вартісних параметрів.

Четвертий принцип указує на необхідність утримання лише тих активів, які здатні максимізувати вартість компанії. Згідно з цим принципом, менеджмент має періодично оцінювати вартість компанії та її окремих структурних підрозділів. Якщо окремі виробничі функції характеризуються високим рівнем витрат та низькими вартісними показниками, то слід розглянути питання про можливість їх аутсорсингу.

П'ятий принцип полягає у поверненні власникам інвестованих у підприємство коштів, якщо немає можливості нарощення вартості. Йдеться про необхідність виплати дивідендів та зменшення статутного капіталу на основі викупу корпоративних прав у тому разі, якщо підприємство не має інвестиційних проєктів, рентабельність яких перевищує ставку залучення капіталу.

Шостий принцип указує на необхідність установаження винагороди топ-менеджменту компанії за довгострокові успіхи [4]. Компанія може реалізувати потенціал зростання вартості лише за наявності дієвої системи стимулювання всієї ієрархії менеджменту. Для цього здебільшого приймаються рішення, спрямовані на максимізацію прибутку в короткостроковому періоді, тобто повністю ігноруються принципи ефективного управління вартістю [5].

Сьомий принцип передбачає створення дієвих систем матеріального стимулювання для керівників структурних підрозділів компанії. Винагороду менеджерам лінійних підрозділів недоцільно прив'язувати до ринкового курсу акцій чи до інших індикаторів, які характеризують ефективність діяльності підприємства в цілому. Сьогодні досить поширеною є практика інтеграції систем мотивації в систему бюджетування. Бонуси менеджерів за цього підходу залежать від рівня виконання планових показників.

Відповідно до *восьмого принципу* фінансового менеджменту, реалізуючи стратегію зростання вартості, не слід забувати про рядовий персонал. Створення доданої вартості без персоналу є практично неможливим. Показники обсягів реалізації, економічної доданої вартості є корисними вартісними індикаторами, однак вони слугують орієнтирами для підвищення ефективності фінансового менеджменту на підприємстві [2].

Дев'ятий принцип проголошує, що рівень ризиків топ-менеджерів і акціонерів має бути однаковим. Характеризуючи цей принцип, слід зауважити, що повністю вирівняти ризики менеджменту та інвесторів неможливо. Це зумовлено тим, що менеджер як агент завжди матиме переваги в інформаційному забезпеченні порівняно з інвесторами.

Десятий принцип обстоює необхідність ефективної комунікації компанії з її інвесторами. Завдяки якій комунікації знижується ціна залучення капіталу та зростає ринковий курс акцій. Для таких цілей доцільним є складання й оприлюднення так званого репортингу про вартість компанії [4].

Підсумовуючи сказане вище щодо змісту та значення принципів забезпечення зростання вартості підприємства, можна стверджувати, що підприємства, які декларують довгострокову стратегію зростання, не зможуть її розробити ефективно без дотримання зазначених принципів. Якщо фінансовий менеджмент свою увагу концентрує на короткострокових цілях та наявній операційній діяльності, ігноруючи при цьому можливості зростання, закладені в "нових полях" бізнесу, то рано чи пізно результати діяльності виявляться нижчими від очікувань на ринку капіталів. Унаслідок цього курс акцій і ринкова вартість підприємства знижуватимуться. Таким чином, реалізація розглянутих принципів зростання вартості підприємств дасть змогу розробки й реалізації ефективної стратегії щодо вдосконалення фінансового менеджменту на вітчизняних підприємствах.

Література: 1. Ілишева Н. М. Щодо питання о принципах фінансового менеджменту // Фінанси і кредит. – 2005. – №1. – С. 2 – 8. 2. Кириченко О. Фінансовий менеджмент на підприємствах України: принципи забезпечення позитивної динаміки / О. Кириченко, К. Ваганів // Банківська справа. – 2007. – №5 – С. 3 – 17. 3. Мельник Т. М. Вдосконалення фінансового менеджменту підприємства на основі впровадження принципів // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №3(33). – С. 171 – 179. 4. Петренко Ю. В. Організація служби фінансового менеджменту на підприємстві // Фінанси України. – 2006. – №5. – С. 94 – 98. 5. Череп А. В. – Фінансовий менеджмент як необхідна передумова ефективного управління підприємством // Економіка, фінанси, право. – 2005. – №3 – С. 13 – 16.

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Основним результатом процесу формування української моделі ринку виявилось розуміння важливості мистецтва управління державою і суспільством. Зокрема, проблема управління підприємством як основної ланки національної економіки на даному історичному етапі придбала пріоритетний характер, оскільки стратегічні завдання нації не можуть бути вирішені тільки на державному рівні. Такими адекватними можливостями повинен володіти кожен трудовий колектив, кожна ланка управлінського апарату. Це обґрунтовує актуальність продовження досліджень у даній області стосовно створення нових способів і механізмів управління, застосування адекватних економіко-математичних методів та моделей.

Метою даного дослідження є теоретичне обґрунтування основних напрямків удосконалення механізму управління підприємством в умовах ринкової економіки.

На основі аналізу обґрунтування визначення терміна "управління" такими авторами, як А. А. Грицанов, Т. С. Кабаченко, Л. І. Лопатников, та аналізу обґрунтування визначення терміна "підприємство" такими авторами, як М. Е. Волосов, В. Н. Додонов, можна дати визначення такому терміну як "управління підприємством". Управління підприємством – це процес систематичного, свідомого, цілеспрямованого впливу людей на самостійний господарюючий суб'єкт із правами юридичної особи, який виробляє продукцію, товари, послуги.

У будь-якій фірмі, при будь-якому типі економіки метою управлінського рішення є досягнення поставлених цілей. Але основною умовою є те, що мета й завдання повинні бути реальними, співвідноситися з наявними ресурсами та їх видами для вирішення конкретних завдань, а також способами й технологіями, які передбачається застосувати. Кожне управлінське рішення має свій конкретний результат, тому метою управлінської діяльності повинно бути знаходження таких форм, методів, засобів і інструментів, які могли б сприяти досягненню оптимального результату в конкретних умовах та обставинах.

Ефективність і якість управлінського процесу визначається, насамперед, обґрунтованістю методології вирішення проблем, тобто підходів, принципів, методів. Без гарної теорії практика сліпа. Аналіз теорії й практики управління різними об'єктами дозволив установити необхідність застосування до менеджменту 13 наукових підходів: системного, комплексного, інтеграційного, маркетингового, функціонального, динамічного, відтворювального, процесуального, нормативного, кількісного (математичного), адміністративного, поведінкового, ситуаційного [1]. Кожний з перерахованих підходів відображає або характеризує один з аспектів менеджменту.

Формування цілей функціонування підприємства є складнокомбінованими процесами, що потребують вирішення комплексних завдань, заснованих на врахуванні й аналізі впливу численних та різних за рівнем економічного узагальнення факторів і показників. Вирішенню даних завдань сприяє розробка механізму управління підприємством, яке розвивається в умовах ринкової економіки. Поняття "механізм" буквально означає "систему взаємозалежних рухомих або нерухомих деталей, призначених для здійснення визначених доцільних рухів" [2] або "внутрішню будову машини, приладу, апарата що приводить їх у дію" [3]. Такий зміст даного терміна припускає механічну поведінку об'єкта, тобто свідомо не регульовану. Механізм управління підприємством, який ставить своєю стратегічною метою сталий розвиток в умовах ринкової економіки, становить собою сукупність:

засобів управління, які включають інструменти й важелі, що відповідають орієнтирам, передбачуваним наслідкам, обмеженням і вимогам процесу розвитку підприємства з урахуванням певної стадії циклу його розвитку;

організаційних та економічних методів управління, що становлять способи, прийоми і технології приведення в дію й використання засобів управління.

Управління соціально-економічною системою будь-якого рівня ієрархії – це складний процес, що припускає існування її в часі і просторі відповідно до поставленої мети. На тлі наявності широкого спектра концепцій управління, його способів, методів й інструментів особливе місце займає діагностика поведінки системи. Насамперед, це ґрунтується на тому, що оцінка й аналіз стану досліджуваного об'єкта є інформаційним базисом передбачення функціонування й розвитку системи в майбутньому, що безпосередньо впливає на якість прийнятих рішень з управління її поведінкою у зовнішньому ринковому середовищі, що динамічно змінюється.

На основі аналізу існуючих трактувань дамо визначення такому терміну, як "діагностика" (від гр. *diagnostikos* – здатний розпізнавати). У перекладі з давньогрецької він означає розпізнавання стану об'єкта будь-якої природи. Найширше даний термін використовувався в медицині, але із середини ХХ ст. міцно увійшов у практику економічних досліджень, відображаючи процес міждисциплінарних взаємодій різних наук.



Метою діагностики підприємства в роботі є оцінка, прогнозування й аналіз тенденцій його зовнішнього і внутрішнього середовищ на основі дослідження їх хвильової, циклічної природи. Дана мета носить комплексний характер і реалізується через сукупність підцілей механізму діагностики.

Теоретичною основою діагностики виступають різноманітні теорії управління, які визначають особливості об'єкта і предмета діагностики в рамках відповідного дослідження. Принципи діагностики формують її методологічні засади, дозволяючи, залежно від особливості об'єкта дослідження, розробити або обрати спектр методів, способів, прийомів, адекватних її цільовій спрямованості.

Таким чином, можна зробити висновок, що на підставі аналізу сутності проблеми управління підприємством виділено основні складові процесу управління, до яких віднесено: мету управління, модель управління, структуру підприємства та модель мотивації і стимулювання ефективної діяльності працівників – проведено угруповання кола локальних проблем відповідно до цих складових. Вивчення характерних рис відповідних трансформаційних етапів національної економіки дозволило виділити типові підходи щодо вирішення проблеми управління підприємством та запропонувати альтернативні підходи, що зумовлюють необхідність її вирішення в межах концепції управління підприємством.

Література: 1. Гриньова В. М. Управління підприємством в умовах розвитку ринку / В. М. Гриньова, М. М. Новікова. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2004. – 168 с. 2. Ожегов С. И. Словарь русского языка. – 19-е изд., испр. – М.: Русский язык, 1987. – 750 с. 3. Энциклопедический словарь. Т. 2. / Под ред. Б. А. Введенского. – М.: Советская энциклопедия, 1964. – 736 с.

Комягіна О. А.

УДК 658.011.1

УДОСКНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегічне управління – це набір рішень і дій щодо формулювання та реалізації стратегій для того, щоб досягти мети організації [1]; система управління підприємством, яка ґрунтується на розробці та реалізації стратегії підприємства [2].

На теперішній час підприємства знаходяться у кризовому становищі і вимагають радикальних змін щодо їх вирішення, проблема пов'язана з тим, що немає розподілу повноважень між службами окремого підприємства. Для того щоб вирішити низку проблемних питань на підприємстві, потрібна цілеспрямована скоординована діяльність на всіх рівнях управління.

Основна проблема, що виникає при розробці стратегічного управління на підприємстві, – це суміщення стратегічної структури і діючої організаційної структури, тобто це організаційна форма стратегічного управління. Її треба розглянути для того, щоб підвищити оперативність реалізації стратегій підприємства.

Гармонічне управління відбувається тоді, коли стратегічна організаційна структура управління співпадає з організаційною структурою управління підприємства в цілому, зорієнтована на реакцію змін у зовнішньому середовищі, характеризуються децентралізацією, гнучкістю, універсальністю в діяльності окремих ланок, спрямованих на виявлення проблем нових управлінських рішень [2].

Організаційна структура управління – формальні правила для розподілу праці й посадових обов'язків серед працівників, визначення норми управління і ліній впорядкованості, а також координації всіх функцій, щоб організація могла діяти як єдине ціле [3].

Тоді метою даної статі є порівняння організаційної і стратегічної структури управління, що вимагає всі рівні управління при реалізації стратегії підприємства та вибір єдиної структури.

Можна розглянути два варіанти сумісності організаційної структури і стратегічної структури управління. Перша – коли стратегічна структура накладається на існуючу організаційну структуру. Розподіл стратегічних функцій у цій ситуації буде виконуватися в рамках існуючих організаційних структур. Така модель становить ідеалістичну стратегічну структуру. Але на вітчизняних підприємства складається така ситуація, коли стратегічна структура сприяє виникненню нових структурних підрозділів і організаційних форм [4]. У такому випадку проблема полягає у формуванні саме такої організаційної структури, яка забезпечує реалізацію стратегії у повному обсязі.

Ця ситуація викликає необхідність створення спеціального підрозділу, що буде координувати процеси впровадження, функціонування й розвитку системи стратегічного управління на підприємстві.

Організаційна структура розробляється менеджерами для досягнення стратегічної мети організації. Це своєрідний офіційний план виконання завдань, що забезпечують досягнення стратегічної мети. Коли керівництво складає перелік передбачуваних планів діяльності підприємства, тоді відбувається формалізація плану діяльності організації. Щоб розробити організаційну структуру підприємства, менеджерам необхідно: сформувати вертикальну структуру (створення робочих місць

© Комягіна О. А., 2009

під конкретні функції); здійснити ієрархію підрозділів (групування робочих місць за відділами і більш великими структурними одиницями); сформувати горизонтальну структуру (координація всіх функцій, щоб компанія могла працювати як єдине ціле).

Ступінь управління знаходиться у вертикальній залежності згідно з ієрархією: менеджер більш високого ступеня управляє прийняттям рішення, які конкретизують і доводять до нижчої ланки [5]. Звідси виникає така структура управління підприємства, що подана на рисунку.

Президент
Віце-президент
Директори служб
Начальник цеху
Старші майстри
Бригада

Рис. Типова структура управління організацій

Основною рисою діяльності кожного підприємства є поділ праці всередині організації: горизонтальний та вертикальний. Горизонтальний поділ праці передбачає поділ робочого процесу на складові компоненти. Сучасні умови надання послуг та виробництва продукції передбачають чіткий розподіл праці згідно з професією, спеціальністю, кваліфікацією.

Такий розподіл праці призвів до утворення підрозділів та робочих груп, працівники яких об'єднані спільними завданнями згідно зі спеціальностями працюючих. Підрозділ – формальна група на підприємстві, що відповідає за виконання конкретного набору завдань підприємства в цілому. Розподіл праці між чисельною кількістю виконавців призводить до вертикального поділу праці. Вертикальний поділ праці передбачає поділ усіх видів діяльності підприємства, спрямованих на досягнення цілей підприємства, та координування. Відповідно всі посади в організації розділяють на виконавчі (неуправлінські) й менеджерські (управлінські). У менеджменті розрізняють три основні рівні управління верхній; середній; нижній. Керівники верхнього рівня – це представники вищого рівня управління, які мають найбільшу владу та несуть відповідальність за діяльність усієї компанії. Це директори (президенти) підприємства, їх заступники (віце-президенти). Вони визначають загальні напрямки функціонування та розвитку підприємства в цілому або її великих складових, приймають ключові рішення відносно поточних справ та майбутнього організації, розробляють довгострокові плани, формують політику і представляють компанію за її межами. Тільки вони мають право на придбання іншої компанії, запуск нової виробничої лінії та ін. У цілому від керівників вищого рівня залежать цілі фірми й засоби їх досягнення. Їх діяльність характеризується масштабністю, складністю, пріоритетністю стратегічної та перспективної спрямованості, найбільшим зв'язком із зовнішнім середовищем, різноманітністю рішень, напруженим темпом. З усіх основних функцій менеджменту найбільше часу вони приділяють плануванню та контролю.

До обов'язків керівників середнього рівня входять розробка планів щодо здійснення загальних завдань, установлених на вищому рівні управління, й координації роботи керівників нижчого рівня. Середній рівень управління включає в себе менеджерів підприємства, менеджерів відділів та служб, а також інших підрозділів (зав. відділу, начальник цеху, директор філіалу, керівник з продукту). Характер роботи керівника середнього рівня визначається змістом роботи очолюваного ним підрозділу. У ній переважає вирішення тактичних завдань, значне місце приділяється взаємодії керівників нижнього та середнього рівнів. Основну увагу у своїх підрозділах керівники цього рівня приділяють функціям організації, мотивації та контролю.

Керівник нижнього рівня управління впроваджує до життя політику вищого керівництва організації, виконує накази, розпорядження вищого та середнього керівництва; представляє інтереси безпосередніх працівників перед керівниками вищого рівня; вносить пропозиції з покращення діяльності очолюваного ним колективу, умов праці підлеглих (пропозиції можуть стосуватися й діяльності організації в цілому); керує працівниками, які виконують конкретні завдання. До таких керівників відносяться: керівники групи, майстри, бригадири тощо. Їх основним завданням є мотивація та контроль.

Таким чином, можна зробити висновки про те, що стратегія управління підприємства може бути ефективною за умови, коли існує гармонія між організаційною та стратегічною структурами управління. Таке управління відбувається, коли кожен працівник має чіткі завдання й розуміє стратегічну мету підприємства в цілому.

Література: 1. Щегла А. В. Менеджмент: Підручник. – К.: Знання, 2004. – С. 410; 610. 2. Большаков А. С. Современный менеджмент: теория и практика / А. С. Большаков, В. И. Михайлов. – СПб.: Питер, 2002. – С. 170 – 191. 3. Бабець С. К. Основи менеджменту: Навч. посібн. / С. К. Бабець, А. Г. Максимчук, В. П. Стасюк, А. П. Чернов. – К.: ВД "Професіонал" 2007. – Ст. 162 – 173. 4. Терминология менеджмента: Словарь / Сост. А. К. Семенов, В. И. Набоков. – М.: Изд. "Книг. центр "Маркетинг", 2002. – Ст. 158 – 159. 5. Кабушкин Н. И. Основы менеджмента: Учеб. пособ. – 8-е изд. – М.: Новое знание, 2005. – С. 45 – 49.



РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

У сучасних умовах процес реструктуризації стає об'єктивною необхідністю, що забезпечує конкурентноспроможність підприємства і його виживання. За останнє десятиріччя практично ні одна провідна корпорація у світі не змогла уникнути ризикованої та болісної процедури радикального реструктурування. Гальмування і спроба обійтися без серйозних змін призвели до зникнення кожної четвертої компанії із списку п'ятиста провідних корпорацій світу. У зв'язку зі світовою економічною кризою більшість українських підприємств, зокрема харківських, потребують реструктуризації. Це є свідченням актуальності та необхідності дослідження проблематики реструктуризації підприємств.

Дослідження наукової літератури дає змогу стверджувати про відсутність єдності думок у визначенні поняття реструктуризації. Одна група авторів [1, с.19; 2, с. 27] пов'язує реструктуризацію з комплексом заходів, спрямованих на подолання кризових явищ, та антикризовим управлінням. Друга група фахівців [3, с. 14; 4, с. 57, 5, п. 1] зводить широке поняття реструктуризації лише до одного її виду: фінансової, тим самим звужуючи область її дії; третя – робить наголос на окремих аспектах реструктуризації – цілях, засобах здійснення (реалізації) та очікуваних результатах. Аналіз використаних літературних джерел дозволив зробити певні узагальнення.

По-перше, реструктуризація – це засіб, який дозволяє забезпечити ефективне функціонування підприємства не лише в ринкових умовах.

По-друге, суттєвим аспектом реструктуризації в умовах нової економіки є формування у підприємства можливості до швидкого реагування на зміни зовнішнього середовища.

По-третє, напрями структурної перебудови підприємства повинні бути пов'язані зі стратегією його розвитку.

По-четверте, вивчення даного питання дозволяє підтримати точку зору фахівців, котрі вважають, що реструктуризація підприємства це комплекс структурних перетворень, що здійснюється на системній основі заходами організаційно-економічного, техніко-технологічного, правового і фінансового характеру.

І, по-п'яте, довгостроковою метою кожного підприємства є збільшення вартості власного бізнесу, яке забезпечується через зростання ефективності виробництва, підвищення конкурентноспроможності, підвищення інвестиційної привабливості тощо.

Виходячи з цього, поняття реструктуризації пропонується викласти таким чином:

Реструктуризація – це засіб формування у підприємства потенційної спроможності та реальної здатності до реагування на зміни зовнішнього середовища відповідно до стратегії його розвитку шляхом проведення комплексу організаційно-економічних, техніко-технологічних, правових і фінансових заходів, спрямованих на зростання ринкової вартості його бізнесу [6, с. 34].

Заходи, що вживаються у процесі проведення реструктуризації підприємств, часто суттєво відрізняються один від одного. Це визначає необхідність класифікації реструктуризаційних процесів за окремими ознаками для забезпечення цілеспрямованого управління ними.

Досить розгорнута класифікація видів реструктуризації представлена у працях [6, с. 98; 3, с. 12], у яких запропоновано такі класифікаційні ознаки: цільова спрямованість, масштаб, тривалість та обсяг робіт, область проведення, форма корпоративної реорганізації, зв'язок з цільовими програмами, зміна розмірів підприємства, вид реакції і час проведення, джерела фінансування, обсяг фінансових витрат, права власності, обов'язковість проведення, характер трансформаційних заходів, суб'єкти реструктуризації. Однак у зв'язку з тим, що реструктуризація підприємств у всіх її видах сполучена з багаточисельними ризиками, ступінь впливу яких на її результативність суттєво збільшується в умовах сучасного бізнес-середовища, рекомендується залежно від ступеня ризику виділяти такі види реструктуризації: з мінімальним (низьким), підвищеним (середнім) та з високим рівнем ризику.

Також у зв'язку із загостренням питання фінансування витрат на проведення реструктуризації та зростанням ролі іноземних інвестицій у розвитку української економіки вбачається доцільним розподіляти реструктуризацію залежно від регіональних джерел фінансування на види:

реструктуризація, що проводиться за рахунок національного капіталу – коштів резидентів даної країни;

реструктуризація, що проводиться за рахунок іноземного капіталу – коштів не резидентів даної країни;

реструктуризація, що проводиться за рахунок змішаного капіталу (національного та іноземного).

Використання іноземного капіталу на фінансування реструктуризації підприємств часто дозволяє отримати додаткові переваги у вигляді нових знань та досвіду іноземних партнерів, оскільки останні бажають отримати ефект від вкладених інвестицій не менший, ніж у своїх країнах, і усіляко сприяють цьому. Негативним аспектом використання іноземних джерел фінансування є розпорощення доходів підприємств, що реструктуруються.

Реструктуризація буває фінансова, оперативна та стратегічна. Фінансова реструктуризація передбачає зміну структури та розмірів власного й позикового капіталу, інших пасивів підприємства [6, с. 84].

Оперативна реструктуризація полягає у визначенні головних видів діяльності й розробці конкретних пропозицій, а також заходів ліквідації недоліків у господарсько-фінансовій діяльності підприємства з мінімальними витратами. Вона здійснюється в короткостроковому періоді тоді, коли підприємство підвищує платоспроможність та ліквідність за рахунок власних ресурсів при здійсненні санаційної реструктуризації. Основними шляхами такої реструктуризації можуть бути скорочення чисельності працюючих, вдосконалення організації виробництва, вдосконалення управління грошовими потоками, економія витрат, виключення збиткових видів діяльності, підвищення контролю за якістю продукції та витрачанням фінансових ресурсів.

Стратегічна реструктуризація полягає в розробці та вжитті довгострокових заходів вдосконалення виробництва та поліпшення фінансового стану підприємства і здійснюється за рахунок залучення внутрішніх та зовнішніх джерел фінансування. Основними шляхами цієї реструктуризації можуть бути зміна організаційної структури підприємства та власності, впровадження нових технологій, придбання та встановлення нового обладнання, розробка нових видів продукції, пошук нових ринків збуту, підвищення кваліфікації персоналу.

Щодо українських підприємств, то процес реструктуризації призвів до різних наслідків. Деякі з них мають на меті скорочення запасів продукції і покращення показників грошових потоків, зниження собівартості, розвитку експортної діяльності, вдосконалення політики проведення закупівель, розмежування діяльності, вдосконалення процесу прийняття управлінських рішень. Наприклад, Харківський тракторний завод скоротив запаси товарно-матеріальних цінностей на складах. Також це має першочергову мету – зниження собівартості продукції, але яка б реструктуризація не проводилась, існує велика залежність від покупних комплектуючих, що в свою чергу не дає на багато зменшити собівартість тракторів. На цей час гостро стоїть проблема реструктуризації чисельності кадрів, яка пов'язана зі скороченням обсягів виробництва внаслідок світової економічної кризи. Так, на 1 листопада 2008 року чисельність кадрів зменшена на 25%, але це ще не межа. Трохи раніше була проведена організаційна реструктуризація – ремонтні служби з підрозділів були об'єднані в єдиний сервісний центр обслуговування виробництва. Але це нововведення не призвело до поліпшення результатів роботи ремонтних служб і підприємства в цілому. Економія витрат виражається в тому, що скорочуються виробничі площі для зменшення витрат на утримання споруд та будівель.

Практика багатьох підприємств свідчить, що єдиного рецепта реструктуризації не існує. Вибір конкретних реорганізаційних заходів має бути індивідуальним для кожного підприємства залежно від економічного стану підприємства, що реорганізується.

Незважаючи на приклади проведених реструктуризацій, слід зауважити, що і законодавча база, і кваліфікація учасників ринку потребує значного вдосконалення та запровадження державної підтримки в цей процес. Досвід, накопичений західними та вітчизняними фінансистами, сьогодні варто глибоко проаналізувати, щоб розробити оптимальну послідовність економічних та юридичних заходів, які спроможні привести підприємства до бажаного результату.

Література: 1. Заболотний В. М. Реструктуризація підприємства: Навч. посібн. для вузів / В. М. Заболотний, Л. П. Батенко, В. А. Білошапко, А. М. Власова, В. І. Шаміль. – К.: Міленіум, 2001. – 440 с. 2. Дунь В. В. Техніко-економічний механізм санації у виробництві по справах про банкрутство // Український інвестиційний журнал "Welcome". – 1998. – №11 – 12. – С. 25 – 27. 3. Нізалов Д. В. Основні напрями структурної реструктуризації промислових підприємств України // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію. – 1997. – №8. – С. 66 – 68. 4. Заїкіна Валентина. Організаційно-економічні аспекти проведення реструктуризації підприємств // Страницка аспиранта. – 1999. – Август. – С. 57 – 58. 5. Наказ Агенства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій "Про затвердження методики розробки планів реструктуризації державних підприємств" від 2 червня 1997 року №73 // <http://zakon1.www.rada.gov.ua>. 6. Мазур І. І. Реструктуризація підприємств // І. І. Мазур, В. Д. Шапиро. – М.: Высшая школа, 2000. – 587 с. 7. Бляхман Н. С. Основы функционального и антикризисного менеджмента. Учебн. пособ. – СПб.: Изд. Михайлова В. А., 1999. – 380 с. 8. Москвин С. А. Реорганизация предприятий в контексте нового законопроекта "Про банкрутство" // Український інвестиційний журнал "Welcome". – 1998. – №11 – 12. – С. 4 – 6.

УДК 658.7

Ведмеденко А. М.

Степанова Э. Р.

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Материально-техническое обеспечение является важнейшим условием нормального функционирования предприятия. Задача этого сложного процесса заключается в определении потребностей предприятия или организации в материалах и технических ресурсах, выявлении возможностей покрытия этой потребности (особенно в условиях экономического кризиса и политической

© Ведмеденко А. М., Степанова Э. Р., 2009



нестабильности), а также определенных условий хранения материалов до их выдачи в цехи и непосредственной установки.

Решая задачу материального обеспечения производства, работники органов снабжения предприятия должны тщательно проанализировать и изучить спрос на те материальные ресурсы, которые потребляет данное предприятие, изучить уровень цен на рынке материалов и техники, выбрать наиболее экономическую форму движения товаров и многое другое. Именно от отдела снабжения зависит качество и стоимость материально-технической базы предприятия.

Использование морально и физически устаревших основных фондов серьезно тормозит процесс внедрения передовых технологий, мешает наращиванию выпуска изделий, отвечающих высшим мировым достижениям, снижает темпы экономического роста. Поэтому важным направлением повышения эффективности производства является ускорение обновления машин и оборудования [1, с. 90]. Машины, оборудование, транспорт должны обладать высокой производительностью, экономичностью в их пользовании, универсальностью, надежностью и качеством их изготовления.

Обеспечение оборотными средствами имеет свои особенности, которые заключаются в следующем: во-первых, объем оборотных средств должен быть достаточным для производства и реализации продукции; во-вторых, он должен быть минимальным, не ведущим к увеличению издержек производства за счет образования сверхнормативных запасов; в-третьих, качество производственных запасов влияет на конкурентоспособность выпускаемой продукции; в-четвертых, производственные запасы, в особенности сырье, подвержено порче, устареванию [2, с. 218].

Расходы сырья, материалов, топлива, энергии, других предметов труда имеют наибольший удельный вес среди текущих расходов на производство в большинстве отраслей производственной сферы. Поэтому в процессе финансово-экономического анализа работы предприятия выдвигает такой круг вопросов, которые связаны с поиском резервов снижения расхода предметов труда: анализ качества расчетов; определения потребности в материальных ресурсах; обеспечение бесперебойности поставок материальных ресурсов; факторный анализ материалоемкости продукции; выявление резервов снижения расходов материальных ресурсов за счет внедрения прогрессивных норм, ресурсосберегательных технологий, уменьшения непродуктивных потерь, отходов и т. п.; подсчет влияния внедрения режима экономии материальных ресурсов на количественные и качественные показатели работы предприятия [3, с. 264].

Вся работа по организации и планированию использования материальных и технических ресурсов проводится в направлении создания условий для их максимальной экономии при одновременном повышении качества продукции, выявления резервов экономии материалов.

В целях наиболее экономного расходования материальных ресурсов проводится анализ использования материальных ресурсов. Обычно этот анализ начинают с установления обобщающих показателей, к числу которых относятся следующие:

- а) вес изделия на единицу продукции или ее полезного свойства;
- б) коэффициент использования материалов (отношение веса готовой продукции к весу материалов, идущих на ее изготовление);
- в) расход топлива на единицу продукции;
- г) отношение фактического расхода материалов к плановому, которое характеризует соблюдение установленных норм;
- д) удельный вес отходов, возникающих в процессе производства, с выделением возвратных и безвозвратных отходов [4, с. 266].

Одной из причин нарушения норм расхода материалов являются перебои в системе материального снабжения, нарушение комплектности и сроков поставки материалов. Для уточнения действительного положения в выполнении плана материально-технического снабжения проверяют комплектность и своевременность поставок [5].

Соблюдение сроков поставок тесно связано с состоянием складских запасов. Для оценки изменения запасов специально фиксируют все случаи, когда фактический запас был ниже нормального уровня, и определяют причины каждого из этих случаев.

Все факторы, определяющие экономию материалов, можно свести к следующим основным группам: материальные, технологические, проектно-конструктивные и организационно-экономические [6, с. 187 – 188].

Завершением анализа является разработка практических мер, позволяющих улучшить использование материальных ресурсов, на их основе установить новые, прогрессивные нормы, отражающие передовой производственный опыт и научно-технические достижения, которые должны быть реализованы в предстоящем плановом периоде.

Литература: 1. Ковалев В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 340 с. 2. Кожанова Е. Ф. Экономический анализ: Учебн. пособ. для самост. изуч. дисц. / Е. Ф. Кожанова, И. П. Отенко. – Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2003. – 208 с. 3. Економіка підприємства: Підручник / За ред. А. В. Шегди. – К.: Знання, 2006. – 614 с. 4. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: Навч. посібн. – 3-те вид., перероб. та доп. – К.: Тов. "Знання", КОО, 2002. – 294 с. 5. <http://www.eduzone.net/show/44632.html> 6. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебн. пособ. – 6-е изд., перед. и доп. – Мн.: Новое знание, 2001. – 704 с. 6. Экономический словарь / Отв. ред. А. И. Архипов. – М.: ТК "Велби"; Изд. "Прспект", 2005. – 624 с.

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА МІСЬКОГО ГРОМАДСЬКОГО ТРАНСПОРТУ

У наш складний динамічний час ключове значення в умовах великого міста відіграє його транспортна система, а саме рівень її розгалуженості, швидкість транспортних засобів, що в ній задіяні, економічна доцільність використання громадянами такої системи та багато інших параметрів. Ключовим елементом транспортної системи сучасного великого міста є громадський транспорт з високою пропускну здатністю, що в м. Харкові представлений метрополітеном.

На сьогоднішній день місто Харків має значні ускладнення у функціонуванні метро, що, перш за все, пов'язано з новими умовами його існування в рамках кризи в ринковій економіці незалежної України, де муніципальний транспорт стикається з недостатнім фінансуванням та непродуманою політикою можновладців. У зв'язку з цим пошук шляхів підвищення ефективності господарської діяльності державного підприємства "Харківський метрополітен" – об'єктивна необхідність і важлива умова стабільного розвитку транспортної системи м. Харкова.

Науково обґрунтовані рекомендації щодо підвищення ефективності господарської діяльності підприємств міського громадського транспорту можна знайти у працях Д. Львова, О. Абрамова, О. Єфанова, Т. Федіної та інших провідних учених-економістів.

Разом з тим проблема функціонування та підвищення ефективності економічної діяльності метрополітену м. Харкова в сучасних умовах господарювання вимагає глибокого вивчення.

Актуальність зазначеної проблеми, її недостатня розробка, теоретичне і практичне значення зумовили необхідність проведення даного дослідження.

Метою даної роботи є теоретичне обґрунтування й розробка практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності господарської діяльності державного підприємства "Харківський метрополітен".

Із зростанням пасажиропотоку, що відбувається із року в рік, і з подоланням восени 2008 року відмітки у 1 млн перевезених пасажирів за одну добу, пред'являються нові умови до функціонування метро [1].

На сьогодні необхідно додаткове залучення коштів задля фінансування:

ремонту та оновлення колійного господарства, тунельних пристроїв, іншого обладнання, що відповідає за безпечний рух;

ремонту пасажирського рухомого складу;

модернізації вагонів типу "ЄжЗ", строк експлуатації яких вийшов вже багато років тому, що проводиться незначними темпами через замале фінансування відповідного цеху з переобладнання і модернізації застарілого рухомого складу;

придбання нового пасажирського рухомого складу;

фонду оплати праці для підвищення життєвого рівня співробітників метрополітену [2].

З настанням економічної кризи відбулося подорожчання певних ресурсів, що використувалися підприємством для забезпечення своєї діяльності, зменшилися доходи від реклами, оскільки за часів стагнаційних явищ в економіці багато суб'єктів господарювання – рекламодавців – припинили свою діяльність, що позначилося на рівні забезпечення метрополітену обіговими коштами і призвело до створення відставання від необхідних показників.

Виникають явища циклічного недофінансування на підприємстві, що негативно може відбитися на показниках рівня безпеки перевезень, адже саме вони є одними з найбільш ключових на будь-яких транспортних підприємствах.

Через недоотримання коштів місцевим та державним бюджетами докорінно змінилася ситуація і щодо будівництва нових станцій. У бюджеті на 2009 рік коштів на будівництво метро у м. Харкові не передбачено [3].

У сучасних умовах господарювання подолання негативних економічних явищ на державному підприємстві "Харківський метрополітен" вимагає підвищення сум надходжень коштів, тобто залучення додаткового фінансування. За умов економічної кризи і недофінансування бюджету метро слід розраховувати лише на власні кошти. При цьому недопустимим є скорочення штату працівників, адже це призведе до того, що соціально незахищеними залишаться люди, які десятиліття своєї трудової діяльності віддали цьому підприємству.

Треба зазначити, що джерела додаткових обігових коштів базуються на оптимізації політики формування та використання фондів грошових коштів, оскільки за сучасних умов повноплатні перевезення окупують себе, а пільгові перевезення мають змогу фінансуватися за рахунок неоснов-



них видів діяльності метрополітену, які потрібно розширювати в напрямках рекламної діяльності, оренди торговельних та інших приміщень на території метро.

Також украї необхідним заходом є оптимізація перевезень, що передбачає формування парності руху потягів (виходів потягів на лінію) пропорційно пасажиропотоку.

За умов ринкової економіки доцільним є введення зональної системи сплати проїзду в метрополітені. Подібна практика вже характерна для багатьох країн світу. При диференціації сум сплати за проїзд поїздки середньої дальності можуть залишатися за вартістю на теперішньому рівні, на більш великій відстані — збільшитися, а на короткій відстані — зменшитися. Саме здешевлення вартості поїздок між станціями на невеликій відстані дозволить частині пасажирів використовувати не більш дешевий муніципальний електричний наземний транспорт, а метрополітен, який за вартістю проїзду на короткій відстані відповідатиме вартості тролейбусів, трамваїв і буде значно дешевше маршрутних автобусних транспортних засобів.

У той же час введення подібної системи має свої недоліки. Необхідно буде залучити додаткові кошти на встановлення турнікетів на виходах зі станцій для реєстрації відстані, що проїхав пасажир. Окрім цього, зональна оплата проїзду призведе до вилучення з обігу жетона та введення безконтактної платіжної карти для всіх видів пасажирів, а це призведе до проблеми забезпечення тимчасовими картами гостей міста Харкова.

Передача метрополітену до муніципальної власності одночасно з уведенням зональної оплати проїзду дозволить підвищити ефективність функціонування підприємства і виділити частину коштів на додаткові потреби, в тому числі й такі, як будівництво нових станцій, придбання нового рухомого складу для пасажирів, технічне переоснащення збудованих за радянських часів споруд, що внаслідок морального старіння втратили свою ефективність у використанні.

Таким чином, у результаті проведеного дослідження обґрунтовано необхідність розробки та реалізації системи організаційно-економічних заходів щодо підвищення ефективності господарської діяльності державного підприємства "Харківський метрополітен" в умовах економічної кризи.

Література: 1. Яницький Б. А. Так будували метро. – Харків: Центр освітніх ініціатив, 2003. – 216 с. 2. Державна цільова програма розвитку метрополітенів України на 2005 – 2010 рр. // <http://gortransport.kharkov.ua/other/docs/docs.php>. 3. <http://gortransport.kharkov.ua/subway/index.php>.

Ващенко А. В.

УДК 33.009.12

АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ "КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ"

В условиях нынешнего экономического кризиса понятие конкурентоспособности принимает особое значение, так как в условиях спада экономики выживает только сильнейший производитель, конкуренция становится особо жестокой, следовательно, конкурентоспособность является важным показателем способности компании выжить в условиях кризиса.

Цель данной статьи – рассмотреть понятие "конкурентоспособность" во всех его аспектах и установить главные факторы, определяющие конкурентоспособность.

Как отмечает С. Г. Светушков, некоторые авторы считают, что универсального определения конкурентоспособности нет и быть не может, а все зависит от того, применительно к какому объекту (предмету) или субъекту оно относится [1]. Это утверждение носит обобщающий характер и требует расширенного понятия экономических объектов. По мнению автора, такая группировка объектов может быть произведена на основе анализа применимости понятия "конкурентоспособность" в приложении к определенным экономическим объектам. Самое широкое распространение имеет термин "конкурентоспособность продукции, товара". Следует остановиться на использовании термина "конкурентоспособность" применительно к элементам экономических систем, не относящихся к продукции. Это, прежде всего, предприятия, производящие продукцию, которая оценивается с точки зрения конкурентоспособности. Кроме того, сюда же целесообразно отнести отрасли, регионы, а также страны.

Исходя из понятия "конкурентоспособность товара", можно прийти к понятиям "конкурентоспособность предприятия", "конкурентоспособность отрасли". Преобразуя понятие "конкурентоспособность страны", можно перейти к понятию "конкурентоспособность региона". Результаты такого анализа можно представить в виде схемы, отражающей возможную взаимосвязь различных понятий конкурентоспособности, а также их отличия (рисунок) [1].

© Ващенко А. В., 2009

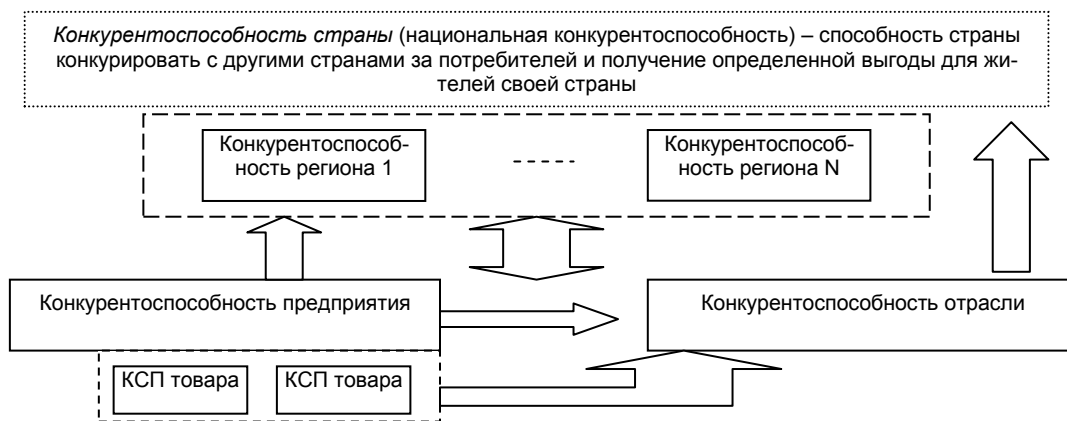


Рис. Схема взаимосвязи понятия "конкурентоспособность" различных экономических систем

Как видно из схемы, представленной на рисунке, исходным, но не исчерпывающим для понятий более обобщенного уровня является понятие конкурентоспособности товара или изделия.

Япония характеризуется как самая конкурентоспособная страна. Это подтверждает сделанный выше вывод о наиболее широком применении именно этих двух понятий – "конкурентоспособность продукции" и "конкурентоспособность страны".

Профессор Р. Фатхутдинов определяет конкурентоспособность как "...свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке". К множеству объектов, обладающих свойством конкурентоспособности, автор относит помимо продукции еще и нормативные акты, научно-методические документы, проектно-конструкторскую документацию, технологию, производство, персонал ("рабочий", "специалист", "менеджер" по выражению автора), ценные бумаги, инфраструктуру (окружающую среду), информацию [2].

При рассмотрении различных аспектов конкурентоспособности продукции указывается, что главными факторами, определяющими конкурентоспособность, являются качество и цена. Достижение оптимального соотношения между качеством изделия и издержками производства определяется как цель управления конкурентоспособностью.

Европейский форум по проблемам управления определил, что конкурентоспособность – это реальная и потенциальная возможности фирм в существующих для них условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителя, чем товары их конкурентов [3]. Недостаток этого определения заключается в том, что оно касается только товара и учитывает исключительно ценовые и неценовые характеристики.

Конкурентоспособность объекта определяется по отношению к конкретному рынку либо к конкретной группе потребителей, формируемой по соответствующим признакам стратегической сегментации рынка. Если не указан рынок, на котором конкурентоспособен объект, это означает, что данный объект в конкретное время является лучшим мировым образцом.

Практически во всех публикациях авторы, не заявляя это в явном виде, исходят из того, что конкурентоспособный объект – это объект, который способен обеспечивать прибыль, а стало быть совершенствование конкурентоспособности является эффективной операцией.

Обобщенно понятие конкурентоспособности формулируют следующим образом: конкурентоспособность как обобщенная экономическая категория характеризует экономическую ситуацию, включая проектные, производственные, распределительные и потребительские аспекты результатов экономической деятельности [4].

Обобщая определения конкурентоспособности по отношению к различным экономическим объектам, можно сказать, что конкурентоспособность конкретного объекта – это экономическая категория, позволяющая оценить положение данного объекта относительно сходных объектов-конкурентов на рынке, выраженная через определенный набор показателей.

Литература: 1. Светуньков С. Г. Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью // Энциклопедия маркетинга. – www.marketing.spb.ru. 2. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью // Стандарты и качество. – 2006. – №10. – С. 13 – 14. 3. Управление конкурентоспособностью предприятия на основе потребительской оценки товара // *Economix*. – 2007. – №7. – С. 27 – 28. 4. Конкурентоспособность фирм // *Компаньон*. – 2008. – №24. – С. 11 – 12. 5. Йеннер Т. Отраслевая структура, рыночная стратегия и успех предприятия // www.alt.rcom.ru.

ОРГАНІЗАЦІЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Чітка організаційна структура, визначеність прав і обов'язків співробітників, налагоджені канали поширення інформації — все це необхідна основа ефективності діяльності колективу. Проте вирішальний вплив на успішність організації чинить трудова поведінка її співробітників.

Організація (від фр. *organization*, від лат. *organizo* – надаю стрункого вигляду) – складова частина управління, суть якої полягає в координації дій окремих елементів системи, досягненні взаємної відповідності функціонування її частин [1, с. 228; 2, с. 432].

Важливою частиною будь-якої організаційних процесів на підприємстві можна назвати організацію праці.

Організація праці становить систему науково обґрунтованих заходів, спрямованих на забезпечення умов для оптимального функціонування працівників у процесі виробництва, сприяє досягненню високої результативності трудової діяльності [3, с. 190].

В основі трудової поведінки кожного працівника лежать мотиви: внутрішні настанови, цінності, що визначають спрямованість активності людини і її форми.

З усього переліку мотивів можна виділити такі основні:

1) захопленість професією, справою;

2) орієнтація на отримання максимальної матеріальної винагороди.

3) усвідомлення важливості і потреби роботи, навіть якщо робота не досить приваблює матеріально.

У своїх працях С. А. Шапіро дає таке визначення мотивації – це процес свідомого вибору людиною того чи іншого типу поведінки, що визначається комплексним впливом зовнішніх (стимули) і внутрішніх (мотиви) факторів. У процесі виробничої діяльності мотивація дозволяє працівникам задовольнити свої основні потреби через виконання своїх обов'язків на роботі [3 с. 98].

Мотиваційний потенціал також є невід'ємною частиною організації мотивації. Його можна представити як певну характеристику робочої сили, яка показує готовність працівника ефективно працювати. Дослідження мотиваційного потенціалу Д. Хекманом і Д. Олдхемом привело до появи нової категорії "мотиваційний потенціал роботи". Так, у процесі оцінки робіт для отримання показника мотиваційного потенціалу вони використовували такі характеристики персоналу: різноманітність навичок, цілісність виконуваної роботи, значущість роботи для працівника і колективу в цілому, рівень свободи та незалежності працівника, ступінь інформованості про отримані результати.

Так, при дослідженні мотиваційного потенціалу працівників окремого підприємства можна визначити ступінь використання індивідуально направлених важелів мотиваційної поведінки. Можна навести декілька ознак мотивуючої організації праці, що в максимальній мірі мотивують працівника:

1. Будь-які дії повинні бути осмисленими. В першу чергу, це відноситься до того, хто вимагає дії від інших.

2. Більшість людей переживають радість від роботи, відповідаючи за неї, задовольняючи свою потребу в особистій причетності до результатів діяльності, до роботи з людьми (клієнтами). Вони хочуть, щоб їх дії були важливі для когось конкретно.

3. Кожен на своєму робочому місці хоче показати, на що він здібний. Він прагне довести свої здібності і свою значущість. Він не хоче, щоб у тих питаннях, у яких компетентний саме він, рішення ухвалювалися без його участі.

4. Кожен прагне виразити себе у праці, дізнатися про себе в якихось результатах, мати доказ того, що він може щось зробити. Це "щось" по можливості повинне отримати ім'я свого творця. Це відноситься і до працівника, і до групи [4, с. 47].

5. Практично кожен має власну точку зору на те, як можна поліпшити свою роботу, її організацію. Він хоче реалізувати свої цілі і не боїться санкцій.

6. Людям подобається відчувати свою значущість. Кожен співробітник знає, як важлива його праця для спільного успіху.

7. Кожна людина прагне до успіху. Успіх — це реалізовані цілі. У співробітників вироблені цілі, досягнення яких піддається вимірюванню за рівнем і термінами виконання.

8. Успіх без визнання призводить до розчарування. Кожен добре працюючий співробітник з повним правом розраховує на визнання й заохочення — і матеріальне, і моральне.

9. Кожному потрібна інформація про якість власної праці. Співробітнику вона потрібніше, ніж його начальнику. До того ж вона повинна бути оперативною, щоб працівник міг вносити корективи у свої дії.



10. Для всіх контроль зі сторони неприємний. Кожна робота виграє від максимально можливого ступеня самоконтролю. Безпосередньо видимі результати дії підвищують інтерес до роботи.

11. Співробітники гостро реагують, якщо їх старання й отримані результати призводять тільки до того, що їх ще більше завантажують. Особливо, якщо це ніяк не компенсується в грошовому еквіваленті. Так "вбивають" ініціативу.

12. Є вільний простір для ініціативи в організації виробництва, для індивідуальної відповідальності працівників у всьому виробничому ланцюжку.

На сучасних підприємствах промислового комплексу перелічені фактори використовуються здебільшого повільно, але при вдосконаленні всього механізму організації мотивації праці можливо найбільш ефективно задовольнити прагнення працівників і отримати позитивні результати виробництва.

Література: 1. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 496 с. 2. Энциклопедия бизнесмена, экономиста, менеджера / Под ред. М. И. Дякова. – К.: Либра, 2000. – 704 с. 3. Шапиро С. А. Мотивация и стимулирование персонала. – М.: ГроссМедиа, 2006. – 224 с. 4. Колот А. М. Мотивация персонала: Учебник. – К.: Изд. КНЕУ, 2002. – 346 с.

УДК 344.722

Громак М. Г.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ

Для украинской экономики проблема развития предпринимательства и экономической активности остаётся одной из самых актуальных, так как проблема развития обусловлена причинами многих неудач предпринимателей, которые работают в современных экстремальных условиях, и не всегда срабатывают западные технологии ведения бизнеса.

К числу наиболее характерных для современных предприятий проблем, которые препятствуют их эффективному функционированию в условиях рынка, стоит отнести: неэффективность системы управления; низкий уровень ответственности руководителей предприятий перед учредителями за последствия принятых решений, сохранение и эффективное использование имущества предприятия; небольшие размеры уставного капитала акционерных обществ; отсутствие эффективного механизма выполнения судебных решений и т. д. [1].

Изучали данную проблему такие учёные, как О. Балакирева, Н. Чухрай, О. Кириченко, Л. Будена, О. Сардак, Т. Добродий, В. Добровольская и другие ведущие учёные-экономисты.

Цель данной работы – изучить проблемы предпринимательской деятельности в Украине и методы, с помощью которых можно их преодолеть.

Для устранения негативных тенденций необходимо сконцентрировать внимание на обеспечении эффективного развития предприятия как основного элемента экономической системы Украины.

Переход предприятия на общепринятые в рыночной экономике принципы функционирования составляет содержание реформирования предприятий. Целью реформирования предприятий является содействие их реструктуризации, которая способствует улучшению управления на предприятиях, стимуляции их деятельности по повышению эффективности производства и конкурентоспособности продукции, которая выпускается, а также производительности труда, снижению расходов производства, улучшению финансово-экономических результатов [2].

Приоритетные задачи реформирования предприятий:

- 1) обеспечение инвестиционной привлекательности предприятий;
- 2) защита прав акционеров (для акционерных обществ);
- 3) совершенствование механизмов выполнения судебных решений;
- 4) обеспечение учредителей, акционеров, участников, инвесторов и кредиторов достоверной информацией о финансово-экономическом состоянии предприятий;
- 5) создание эффективного механизма управления предприятием.

Как показывает изучение заграничного опыта, непременным условием успеха в развитии малого бизнеса является положение о том, что малые предприятия и малое предпринимательство нуждаются во всесторонней и стабильной государственной поддержке. Она осуществляется в раз-



ных формах, в первую очередь, путем стимулирования производства наиболее приоритетных видов продукции, предоставления налоговых льгот, дотаций льготно банковского кредитования. Важную роль играют принятие и выполнение законодательства, разработка и реализация конкретных комплексных программ [3].

Острой является проблема формирования финансовой базы становления и развития малого бизнеса. Для этого ему должны быть предоставлены определенные льготы. Это могут быть льготы по налогообложению, но осуществляемая в нашей стране налоговая политика не только не эффективная, но экономически опасна. Она идет вразрез с установленной в мире практикой и современными мировыми тенденциями развития экономики. Неоправданно высокое налогообложение "убивает" в Украине малое предпринимательство (многочисленные налоги и поборы нередко оставляют предприятию лишь 5 – 10% полученной прибыли). Нужно освободить малые предприятия от налогов на инвестиции, ввезенные технологии.

Комплекс первоочередных мер для развития предпринимательства должен осуществляться по следующим направлениям: нормативно-правовое, информационно-техническое; финансово-кредитное, организационное, кадровое и консультационное обеспечение, внешнеэкономическая деятельность [4].

Также в государственной программе должны быть отражены механизмы денежно-кредитной, налоговой, бюджетной и ценовой политики, материально-технического снабжения, системы официальных гарантий, которые обеспечивали бы создание равных стартовых условий в развитии предпринимательской деятельности

Для реализации данных программ должны быть привлечены средства государственного бюджета, отечественных и зарубежных инвесторов.

Подведя итог, можно сказать, что для реализации инновационной модели экономического роста, обеспечения достойного уровня жизни, становления среднего класса в Украине необходимо:

- усовершенствование нормативно-правовой базы в сфере предпринимательской деятельности;
- формирование единой государственной регулятивной политики в сфере предпринимательства;
- создание благоприятного инвестиционного климата для эффективной деятельности малых инновационных предприятий.

Литература: 1. Балакірева О. М. Розвиток підприємництва в Україні // Економіка і прогнозування. – 2007. – №2. – С. 7 – 23. 2. Бровко Н. І. Бізнес та підприємництво // Вісник. – 2007. – №1. – С. 55 – 57. 3. Булах Т. Регіональні відмінності розвитку підприємництва у сфері послуг та фактори, що їх зумовлюють // Підприємництво, господарство і право. – 2008. – №6. – С. 163 – 165. 4. Добровольська В. Засоби державного регулювання підприємницької діяльності // Підприємництво, господарство і право. – 2007. – №2. – С. 89. 5. www.wikipedia.org.ua.

Голубев С. М.

УДК 005.32:331.101.3

МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ТВОРЧОЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних нестабільних умовах економічної кризи підприємства потребують швидких та нестандартних рішень, які дозволили б не тільки вижити, але й зміцнити свої позиції, потіснити конкурентів. Отже, зараз, як ніколи, є необхідним прийняття креативних, творчих рішень, що потребує від керівників підприємств створення механізму мотивації творчої праці персоналу, який буде поєднувати прогресивні методи впливу на поведінку працівників.

Тому метою даної роботи є визначення основних методів та заходів мотивації творчої праці персоналу.

Через те що творча праця – це особливий вид праці, який спрямований на розвиток людини та вдосконалення або створення нових, оригінальних матеріальних, інтелектуальних та духовних благ, пошук нових рішень і шляхів досягнення цілей підприємства, вона має певні особливості, на які слід зважати при формуванні механізму мотивації. Це залежність від бажання людини займатися творчістю, велика ризикованість, залежність від творчих здібностей людини, можливість займатися творчістю за межами робочого місця [1].

© Голубев С. М., 2009

Тому для мотивування працівників до творчої праці необхідно розробити особливий механізм мотивації, який би впливав, у першу чергу, на творчу активність працівників. Механізм мотивації поєднує методи та засоби мотиваційного впливу. До основних методів мотивації працівників відносять: економічні, соціальні, психологічні, організаційно-адміністративні, освітньо-виховні, самоуправління [2]. Кожен метод знаходить свій прояв у відповідних йому засобах мотиваційного впливу. Їх використання на підприємстві передбачає реалізацію комплексу заходів щодо мотивації творчої праці.

Спираючись на положення основних теорій мотивації (в першу чергу двофакторну теорію Ф. Герцберга), виділимо дві групи заходів щодо мотивації творчої праці персоналу (таблиця) [3 – 6].

Таблиця

Заходи щодо підвищення рівня використання творчої праці

Заходи щодо створення умов для сприяння творчій праці	Заходи, спрямовані на мотивування працівників до творчості
Зміна організаційної культури	Виплата змінної частини заробітної плати залежно від творчого внеску
Роз'яснення працівникам очікуваних від них творчих результатів	Використання преміювання та участі у прибутках підприємства
Створення атмосфери відвертості та довіри	Використання гнучкого графіка роботи
Сприяння використанню колективної творчості, обміну ідей	Забезпечення кар'єрного просування залежно від результатів творчої праці
Розвиток у працівників більшої психологічної готовності до нових ідей та нового досвіду роботи	Надання більшої свободи та самостійності у прийнятті рішень і делегування повноважень
Виділення часу та ресурсів на вироблення й упровадження нових ідей	Заохочення розвитку творчих здібностей
Терпляче та адекватне відношення до невдач у творчій праці	Надання можливості самореалізації персоналом своїх здібностей
Керівник повинен позбутися від зайвої владності та використання залежності підлеглих	Надання можливості отримання додаткової освіти та підвищення своїх професійних якостей
Керівник повинен позбутися від зайвої владності та використання залежності підлеглих	Розширення змісту праці, наповнення його можливостями для творчості
Необхідно боротися з опором колективу шляхом роз'яснення необхідності застосування творчої праці	Заохочення шляхом похвали, визнання, підвищення соціального статусу та поваги

Головними методами мотивації творчої праці персоналу є соціальні, психологічні, освітньо-виховні та методи самоуправління. Хоча на відміну від економічних та організаційно-адміністративних вищезначені методи ще недостатньо застосовуються на підприємствах та вимагають більшої уваги з боку керівництва.

Таким чином, творча праця як особливий вид трудової діяльності потребує розробки відповідного механізму мотивації, який поєднує методи та засоби мотиваційного впливу на персонал з метою використання ним творчого підходу при реалізації трудових функцій. Для цього необхідно впровадити на підприємстві комплекс заходів, які створюють умови та мотивують працівників до використання творчої праці.

Для організаційного забезпечення та конкретизації запропонованих заходів, уточнення строків їх впровадження й визначення виконавців необхідно розробити програму мотивації творчої праці персоналу, що буде напрямом подальших досліджень.

Література: 1. Лепейко Т. И. Формирование системы активизации творческого труда / Т. И. Лепейко, М. С. Бриль // Економіка розвитку. – 2005. – №3(35). – С. 5 – 8. 2. Дороніна М. С. Соціально-економічний механізм мотивації трудової поведінки / М. С. Дороніна, В. М. Лугова // Економіка розвитку. – 2006. – №2. – С. 18 – 21. 3. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. — 3-е изд., доп. и перераб. — М.: ИНФРА-М, 2005. — 638 с. 4. Прокопенко Г. И. 100 идей для развития творческого потенциала сотрудников // Элитариум: Психология и экономика жизненного успеха. Центр дистанционного обучения. — Элитариум http://www.elitarium.ru/2005/11/11/page,1,100_idejj_dlja_razvitija_tvorcheskogo_potenciala_sotrudnikov.html. 5. Мотивация творческого персонала // <http://md-hr.ru/management/motivationCR.html>. 6. Лепейко Т. И. Проблемы мотивации творческой работы персонала // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: Економічна. – 2003. – №59. – С. 169 – 177.

ФОРМИРОВАНИЕ ТРАНСГРАНИЧНОГО БАНКОВСКОГО КЛАСТЕРА

Банковская система Украины стремительно развивается. В первую очередь это отражается в росте совокупных активов украинских банков и показателя результатов их деятельности. В то же время для нее по-прежнему характерны слабость ресурсной базы, узость ассортиментного ряда и высокие риски, что свидетельствует о недостаточной конкурентоспособности и о неполном удовлетворении потребностей экономики в банковских продуктах.

Таким образом, важной задачей для украинских банков является ускорение интеграции с другими звеньями социально-экономической системы, другими банковскими учреждениями. Решение этой задачи сопряжено с необходимостью становления кластерных инициатив на рынке банковских услуг, развития трансграничного сотрудничества для оптимизации ожидаемого эффекта от кластеризации. Данные процессы обуславливают актуальность обозначенной тематики для написания работы.

Среди отечественных и зарубежных ученых, работы которых посвящены освещению затронутой автором проблемы, следует назвать: Н. Н. Внукову [1; 2], Я. Н. Дранева [3], М. Портера [4] и др.

Цель работы состоит в исследовании процесса становления кластерных инициатив на рынке банковских услуг, формировании трансграничного банковского кластера и в разработке практических рекомендаций относительно реализации кластерной политики для банковского сектора еврорегиона "Слобожанщина". Для достижения указанной цели поставлены следующие задания: предложить модель создания регионального кластера и активизации кластерной инициативы банковского сектора; разработать практические рекомендации реализации кластерной политики.

Существует множество определений понятия "кластер". Но, прежде всего, кластер следует понимать как объединение однородных организационных единиц отрасли. Действие, направленное на повышение конкурентоспособности регионального отраслевого кластера с участием членов кластера, называется кластерной инициативой [2].

Как отдельный фактор, имеющий влияние на эффективность деятельности банковского учреждения, выступает процесс установления и оптимизации межбанковских корреспондентских отношений, которые рассматривают как инструмент реализации кластерной инициативы.

На сегодняшний день для Украины важным направлением во внешней политике остается сотрудничество с Российской Федерацией. Еврорегион "Слобожанщина" (Харьков – Белгород) может рассматриваться как кластер по признакам: географической близости, наличия взаимосвязанных структур, общих целей и установления разного рода отношений [2]. Для построения модели регионального кластера банковского сектора Харьковского и Белгородского регионов предложено использовать метод иерархической структуры [1]. Соблюдение порядка выполнения задач позволило в ходе проведения трех итераций образовать пять уровней модели, из которых с экономической точки зрения целесообразно сформировать три модели кластерных образований (рисунок).

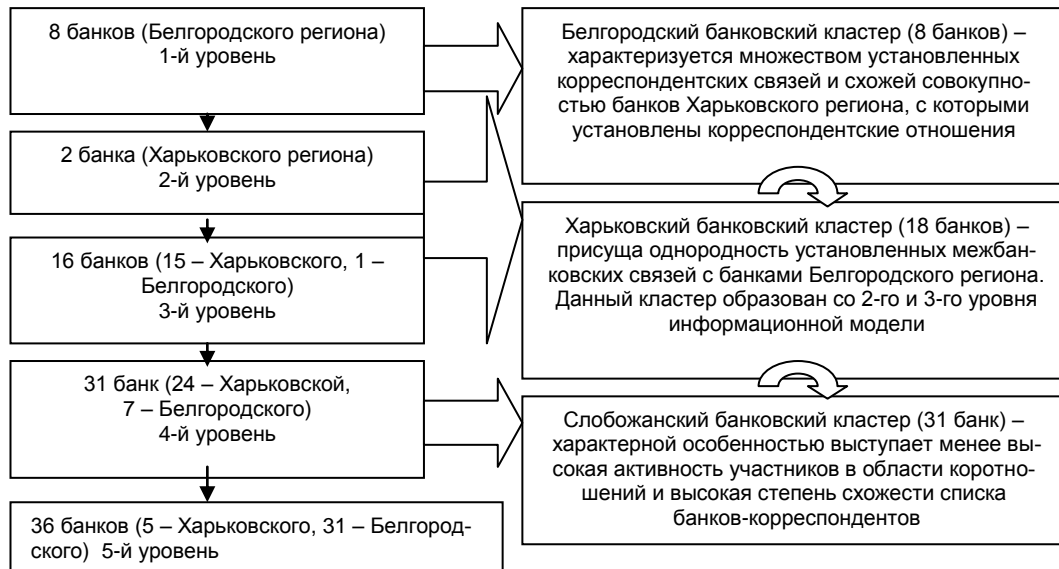


Рис. Предполагаемый состав участников банковских кластеров



Первая из полученных информационных моделей состоит только из банков Белгородского региона, вторая – только Харьковского. Следовательно, для формирования трансграничного банковского кластера следует выбрать третью модель, в которую вошли банки двух регионов.

Установление системы финансовых связей внутри кластера между банками двух стран позволит сохранить региональную банковскую систему и сконцентрировать все ресурсы без повышения рисков для роста внешнеэкономической деятельности в приграничных районах [2].

Автором разработаны следующие рекомендации по реализации кластерной политики в еврорегионе "Слобожанщина":

1) создать план действий по реализации частно-государственного партнерства для взаимодействия Харьковского и Белгородского регионов;

2) разработать мероприятия по использованию различных бизнес-процессов для реализации "доверительных" отношений между банками;

3) рассмотреть возможность создания агентств регионального развития для реализации кластерных инициатив в регионах;

4) обеспечить включение кластерного подхода в региональные программы и стратегии социально-экономического развития;

5) реализовать процессы по выделению банков для установления неформально доверительных отношений.

Результаты построения трансграничного кластера могут использоваться при подготовке стратегии развития региона.

Литература: 1. Внукова Н. М. Алгоритм моделювання ієрархічної структури проблем системи / Н. М. Внукова, Н. І. Питула // Свідectво про реєстрацію авторського права на твір, №23706. – К., 2008. 2. Внукова Н. М. Кластерні ініціативи трансграничного співробітництва у забезпеченні конкурентоспроможності єврорегіонів. – К.: Спілка економістів України, 2007. – С. 72 – 75. 3. Дранев Я. Н. Кластерный подход к экономическому развитию территорий // В кн. Практика экономического развития территорий: опыт ЕС и России. – М.: Сканрус, 2007. – С. 120 – 153. 4. Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.

УДК 004.78:368.03

Губарев В. Г.

ВНЕДРЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК ОДИН ИЗ ПУТЕЙ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ

Последнее десятилетие развития украинской экономики характеризуется повышенным интересом предпринимательских структур и средств массовой информации к страховому бизнесу. И этот интерес вполне оправдан. Исторически страхование было и остается самым доступным способом обеспечения финансовой защиты. Страхование призвано удовлетворить фундаментальную потребность человека – потребность безопасности, но наряду с этим страхование играет роль одного из путей концентрации накоплений физических и юридических лиц, эффективного использования этих накоплений.

Страхование повышает инвестиционный потенциал страны, способствует росту благосостояния нации, позволяет решать проблемы социального и пенсионного обеспечения. Вопросы страхования затрагивают интересы как физических, так и юридических лиц.

Интенсивное развитие страхового бизнеса в Украине привело к жесткой конкуренции на страховом рынке. Обострение конкуренции вызвано как появлением на рынке крупных иностранных страховых групп (а также страховых компаний, ведущую роль в уставном фонде которых играет иностранный капитал), так и насыщением отдельных сегментов страхового рынка. В результате работы в условиях жесткой конкуренции значительно снизилась рентабельность отдельных видов страхования. В этой связи для страховых компаний Украины все более важным становится повышение эффективности страховой деятельности, для решения этой задачи управляющим страховых компаний приходится решать вопросы, связанные с определением оптимального размера страхового тарифа, оценкой риска, принятием решения о перестраховании договоров, определением оптимального объема страхового портфеля, планированием страховой деятельности и т. п., что позволяет повысить прибыльность компании.

© Губарев В. Г., 2009



Поэтому в настоящее время достаточно актуальным является создание инструментария, позволяющего прогнозировать прибыль и оценивать степень риска при утверждении условий страхового договора. В качестве одного из основных требований к подобному инструментарию необходимо выдвинуть повышение эффективности оперативной работы страховой компании, что также является очень важным, по сути, исходя из всего вышесказанного, такие задачи должна решать информационная система, а именно система поддержки принятия решений (СППР). Как известно, СППР – компьютерная информационная система, используемая для поддержки различных видов деятельности при принятии решения в ситуациях, где невозможно или нежелательно иметь автоматические системы, которые полностью выполняют весь процесс принятия решения. СППР не заменяет лицо, принимающее решения, автоматизируя процесс принятия решения, а оказывает ему помощь в ходе решения поставленной задачи. СППР — это системы, обладающие средствами ввода, хранения и анализа данных, относящихся к определенной предметной области, с целью поиска решений.

По сути, такая система в страховой компании может являться инструментом стратегического планирования и управления страховым портфелем, параллельно решая задачи аналитической поддержки на уровне руководства и оптимизировать работу в отделах.

Современный страховой бизнес невозможно представить без эффективных информационных технологий, однако выбор оптимального IT-решения с учетом перспективных и текущих бизнес-задач страховой компании до сих пор остается весьма непростым делом. Как правило, этот выбор основан на тщательном анализе бизнес-процессов страховой компании. Основные бизнес-процессы страховых компаний в целом не так уж сложны, в их числе можно назвать:

- развитие продуктов — создание новых страховых продуктов, изменение версий имеющихся;
- маркетинг и продажа продуктов — формирование предложения на страхование, издание полиса;
- управление договорами — аннулирование, прерывание, изменение, дополнительное приглашение, учет бланков;
- андеррайтинг — ручной или автоматический;
- обслуживание процессов продажи — учет агентских договоров, формирование ведомостей на сдачу денег, формирование отчетов агента, учет агентского вознаграждения;
- перестрахование — ведение облигаторных договоров, расчет величин перестрахования, формирование бордеро по премиям и убыткам, факультативное перестрахование;
- обработка ущербов — прием заявлений, открытие и ведение дел, внесение пострадавших субъектов и объектов, ущербов и оценок по ним, авторизация решений, формирование страхового акта и распоряжений на выплату, учет суброгаций;
- расчеты и страховая отчетность (включая расчеты резервов);
- управление финансами — учет платежей по страховым операциям;
- учет бланков строгой отчетности [1].

Для крупных страховых компаний все эти бизнес-процессы имеют высокую степень приоритетности, для фирм средних размеров — все, за исключением перестрахования и обработки ущербов, которые занимают уровень среднего приоритета. Что касается начинающих страховщиков, то для них самый высокий приоритет принадлежит процессам маркетинга и продажам.

Современная информатизация страхового бизнеса представлена на сегодняшний день в следующем виде:

- внедрение комплексных информационных систем для автоматизации основных бизнес-процессов (ERP-системы);
- внедрение систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-системы и Business Intelligence);

Интернет-страхование (в основном к использованию Интернета в страховании относятся как к вспомогательному процессу взаимодействия между страховщиком и клиентом) [2].

Среди страховщиков наиболее распространены ERP-системы, включающие в себя полный набор функций учета полисов, договоров страхования и перестрахования, брокерских и агентских договоров, а также функции бухгалтерского и кадрового учета. Чаще всего ERP-системы используются страховыми компаниями в целях накопления первичных данных о договорах страхования, рисках, премиях, выплатах и иной информации, которая затем используется компанией для статистических и экономических расчетов. Система сочетает в себе функции составления справочников и классификаторов, ведения учета полисов и договоров страхования, ведения договоров перестрахования, ввода или расчета базовых величин договора и т. п. [3].

Чтобы время на покупку страхового продукта сокращалось, страховые компании в рамках ERP-системы используют модульные расчетные программы, автоматизирующие процесс расчета страхового взноса и выписки полиса, а также модульные программы, основанные на технологии call-center, которая позволяет страховщикам не задумываться над тем, как обзвонить всех клиентов из-за нехватки человеческих ресурсов, потому что работа осуществляется в автоматическом режиме.

Не меньшей популярностью помимо, ERP-систем, в страховых организациях пользуются CRM-решения (customer relationship management). Именно благодаря внедрению новейших информационных технологий в сфере обслуживания потребителей страховых услуг у страховых компаний появляются дополнительные плюсы в борьбе с конкурентами. Стратегия CRM реализуется с помощью специального набора программного обеспечения (ПО) и технологий, позволяющих ав-

томатизировать и совершенствовать бизнес-процессы в сфере продаж, маркетинга и обслуживания клиентов.

CRM-решения дают возможность организациям всегда помнить пожелания будущих и уже осуществивших покупку клиентов; в базе данных указывается, какой сотрудник работает с данным клиентом; расширяется возможность найти новые рынки сбыта. При помощи данной системы страховая компания может найти в своей работе ошибки, при устранении которых в дальнейшем будут видоизменяться страховые продукты.

Инструменты Business Intelligence позволяют более точно прорабатывать структуру бизнеса, безошибочно оценивать реальный уровень рисков и соответствующим образом назначать цены этих рисков. Благодаря использованию BI-системы работникам страховых компаниям легче принимать решения, объединять данные в центральном хранилище управления информацией и затем использовать сложные интегрированные приложения, чтобы быстро "углубляться" в данные, рассматривать и анализировать их по-новому. Эти современные аналитические инструменты обеспечивают ежедневное обновление основных ключевых показателей, по которым оценивается текущее состояние дел компании.

Применение Business Intelligence обеспечивает страховым организациям своевременный и точный доступ к данным аналитической информационной среды, отвечающим следующим характеристикам: доступность данных; интеграция данных; простота интерпретации данных; стабильность данных; совместное использование информации.

Страховщики могут использовать Business Intelligence для ранжирования клиентов в следующих видах: 1) по выгоды клиентов; 2) по ценности клиента на всем промежутке эффективного взаимодействия с ним; 3) сегментировать клиентов; 4) анализировать потери; 5) анализировать сходства; 6) использовать целевой маркетинг; 7) анализировать компании.

Наиболее прогрессивным в развитии информационных технологий у страховщиков является Интернет-страхование, но при этом в основном страховщики рассматривают Интернет-страхование только со стороны маркетинга, а не как отдельный канал сбыта, то есть к использованию Интернета в страховании относятся как к вспомогательному процессу взаимодействия между страховщиком и клиентом.

По оценке ряда специалистов, сейчас нет ни одной компании, которая обходилась бы только покупным ПО, поскольку ни один продукт не отвечает всем потребностям страхового бизнеса [4].

Доказано, что прибыли компаний, которые делают крупные инвестиции в информационные технологии, могут быть на 36% выше, чем у их конкурентов, вяло внедряющих новые технологии. Именно развитие информационно-коммуникационных технологий позволит компаниям выйти на совершенно другой уровень развития.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что страховые компании готовы и уже на данном этапе вкладывают средства в развитие информационной инфраструктуры, хотя этот этап можно назвать только начальным. Однако, как видно, эти средства информатизации позволяют охватить только небольшую сферу страховой деятельности, которая в настоящее время постоянно расширяется и требует более детального подхода к решению задачи ее автоматизации. Такой подход используется как раз в СППР, эти системы, основанные на модульной архитектуре, в качестве отдельных компонент включают и компоненты Business Intelligence и ERP, что позволяет повысить эффективность страхового бизнеса и, как следствие, повысить прибыльность компании.

Литература: 1. Абрамов В. Ю. Страхование: теория и практика – М.: Волтерс Клувер, 2007. – 240 с. 2. Баданов В. М. Выбор стратегии автоматизации страховой деятельности // *Страховая жизнь*. – 2007. – №2. – С. 7 – 9. 3. Гутко Л. М. Страховый рынок Украины: стан, проблеми розвитку та шляхи їх вирішення // *Страхова справа*. – 2007. – №4. – С. 48 – 50. 4. Калыгбаева З. Страховой бизнес и IT // *Финансы Украины* – 2007. – №4. – С. 39 – 41.

УДК 334.722 (477)

Детинич Н. Н.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В УКРАИНЕ

В последнее десятилетие экономика Украины была отмечена широким развитием малого бизнеса. Предпринимательская деятельность занимает одно из немаловажных мест в развитии этого бизнеса. Благодаря большому желанию, настойчивости, заинтересованности в процветании своего дела, в приумножении материального благосостояния страны, предприниматель старается

© Детинич Н. Н., 2009



твердо стать на ноги и постоянно расширять свой бизнес. Тема предпринимательской деятельности очень актуальна, потому что благодаря предпринимателям обеспечиваются дополнительные рабочие места, а государство получает часть прибыли в виде налогов.

Как известно, ранее выделяли землю, труд и капитал как ключевые факторы производства; в настоящее время к ним добавляют новый фактор – предпринимательский потенциал.

Предпринимательство стало темой анализа и дискуссий в XVIII ст. и начало привлекать интерес экономистов XIX ст., тогда в мире стали употребляться такие слова, как "предпринимательство", "свободное предпринимательство", "капитализм". Ученые стали признавать, что предприниматели выступают проводниками прогрессивных изменений.

Переход к рыночным отношениям в Украине потребовал новой правовой основы хозяйственной деятельности. В ряде законов, регулирующих рыночные отношения, появились такие термины, как "предпринимательство", "предпринимательская деятельность". Конституция Украины впервые закрепила за каждым право на предпринимательскую деятельность, не запрещенную законом (ст. 42 Конституции) [1, с. 401]. Основные признаки предпринимательской деятельности были закреплены в Законе "О предпринимательстве" [1, Ст. 405].

Сильной стороной малого бизнеса считается прямой контакт с потребителем и способность быстро реагировать на его спрос. Для малого бизнеса характерна высокая восприимчивость к новым идеям и быстрое переключение на новую продукцию [2, с. 147].

Малый бизнес оказывает весьма положительное влияние на решение проблемы безработицы, стимулирование деловой активности населения. Бывшие безработные, ставшие владельцами и участниками малого бизнеса, не только экономят бюджетные средства, но и сами через налоговую систему пополняют бюджет. Снимается социальная напряженность в обществе. В Министерстве труда Украины также пришли к выводу, что развитие малого бизнеса является важнейшим средством борьбы с безработицей. Эти выводы можно наблюдать в действительности и на практике. Некоторые люди, которые были определенное время безработными, а через некоторый промежуток времени занявшись предпринимательством или же открывшие свой малый бизнес, в последующее время становятся успешными предпринимателями или же бизнесменами. За время отсутствия работы у них могли появиться определенные умения, навыки, которые помогли в открытии данного дела. И тем самым они вносят определенный вклад в государство, пополняя его определенными денежными средствами. Существуют определенные условия предпринимательской деятельности, которые важны как для предпринимателя, так и для государства. Ведь предприятие и государство в определенной степени взаимосвязаны друг с другом. Эта взаимосвязь проявляется в том, что предприятие вносит определенные денежные средства в казну государства, а государство, в свою очередь, оказывает поддержку данному предприятию в подготовке высококвалифицированных кадров.

Правовую основу предпринимательства составляют законодательные и другие нормативно-правовые акты, нормы гражданского, финансового, административного, трудового и других отраслей права [1; 3].

Каждый предприниматель, начиная свою деятельность, должен ясно представлять потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь четко рассчитать эффективность использования ресурсов в процессе работы фирмы.

В рыночной экономике предприниматели не смогут добиться стабильного успеха, если не будут четко и эффективно планировать свою деятельность, постоянно собирать и аккумулировать информацию как о состоянии целевых рынков, положений на них конкурентов, так и о собственных перспективах и возможностях.

При всем многообразии форм предпринимательства существуют ключевые положения, применимые практически во всех областях коммерческой деятельности и для разных фирм, но необходимые для того, чтобы своевременно подготовиться и обойти потенциальные трудности и опасности, тем самым уменьшить риск в достижении поставленных целей.

Важной задачей является проблема привлечения инвестиций, в том числе и зарубежных, в действующие и развивающиеся предприятия. Для этого необходимо аргументировать и обосновать оформление проектов (предложений), требующих инвестиций.

Немедленных изменений требует налоговая ситуация. Необходимо реформировать налоговую систему для всех предприятий: уменьшить налоговое давление путем снижения налогов на заработную плату, НДС, таможенных сборов на импортируемую продукцию, уменьшить количество налогов и разнообразных платежей, превратить налоговую систему в стимулирующий фактор развития малого бизнеса.

Звенья рыночной инфраструктуры также находятся в кризисной ситуации. Необходимо принятие пакета законов, четко регламентирующих работу бирж, компаний и центров, формирующих рыночную инфраструктуру Украины.

Решение этих вопросов будет способствовать развитию предпринимательства в Украине.

Литература: 1. Гражданский кодекс Украины. – Харьков: ООО "Одиссей", 2004. – С. 400 – 410. 2. Поспелова В. И. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. – М.: Мастерство, 2002. – С. 45 – 150. 3. Хозяйственный кодекс Украины. – Харьков: ООО "Одиссей", 2004. – С. 323 – 240.

КАЧЕСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ

Каждый из нас является потребителем на рынке, который хочет приобрести качественный товар. Ведь качество продукции – важнейшая экономическая категория рыночной экономики. На сегодня мы все чаще сталкиваемся с проблемами производства некачественной продукции. Теперь, чтобы приобрести качественный товар, нужны немалые деньги [1, с. 234].

Каждый из нас задумывался, откуда берутся деньги и куда они деваются. Для тех, кто ведёт честный бизнес, есть единственный источник доходов – те деньги, которые потребитель согласился заплатить за предоставленную продукцию или услуги. Выходит, что именно потребитель – главное действующее лицо, и если вы хотите удержаться на рынке, вам придётся угождать ему и потакать всем его прихотям. Более того, вы будете вынуждены продавать свою продукцию по тем ценам, какие вам предложит покупатель. Конечно, торговаться можно, но перспективы торговли сомнительны: на рынке сколько угодно конкурентов.

Мы работаем, чтобы удовлетворить свои потребности: материальные, духовные, культурные, их можно перечислять очень долго, но автор не просто так поставил на первое место материальные потребности, ведь они же все-таки играют ведущую роль в мотивации работников. Да, конечно вы можете спорить со мной, говоря о том, что мы работаем не только для того, чтобы получать деньги, с этим автор тоже согласен, но не будем обманывать самих себя, ведь главная цель все-таки получение максимальной прибыли! Когда я спросила у человека, который работает уже много лет на производстве: "Зачем вы работаете!", он ответил: "Для того, чтобы зарабатывать деньги". Потом я спросила: "А разве в деньгах счастье?", на что он ответил: "Нет, но его измерителем являются деньги!". Это заставляет задуматься! Мы работаем для того, чтобы получить деньги, согласно этому мы должны качественно выполнить работу и, соответственно, предоставить качественную продукцию.

Мы привыкли, что когда слышим слово "качество" то понимаем, что оно означает, то что полезно. Из этого, если бы я была на данный момент работодателем, можно сделать вывод, что качество – это то, что удовлетворяет потребителя. Он, и только он, может знать, что это такое. Это происходит не потому, что производитель глупее, а просто потому, что только потребитель знает, что именно он собирается сделать с купленной у нас продукцией.

Таким образом, запуск эффективной системы качества направлен, в конечном счёте, на стремление к неуклонному росту фонда оплаты труда, а значит и личных заработков каждого из нас. Поэтому система качества сама по себе есть мощный мотиватор нашей деятельности. Но фонд – это достояние коллектива. В системах качества такой коллектив часто называют командой (если вам так больше нравится, то бригадой). Представление о командном подходе к организации труда связано с глубоким преобразованием организационных структур. И хотя общий механизм мотивации через такой инструмент, как система качества, уже ясен, без выяснения особенностей командной организации труда нам не обойтись [2, с. 111].

Как сказал известный профессор и экономист П. А. Орлов: "Спасение утопающих – дело рук самих утопающих" [1, с. 165]. Это означает, что если вас наняли на работу в некоторую организацию, особенно в большую организацию, предложили вам определенную сумму заработной платы и пообещали премии за хорошую работу, то ваша задача совершенно понятна. Надо прилагать как можно меньше усилия и тратить на работу как можно меньше времени, делая вид при этом, что вы работаете изо всех сил, и что не платите вам премию каждый месяц – это, по меньшей мере, безнравственно. Ваш работодатель, конечно, понимает вашу логику, но что он может ей противопоставить? В лучшем случае эффективную систему контроля и угрозу наказания в случае, если он сможет доказать ваше уклонение от работы, вплоть до увольнения в экстремальных случаях. Понятно, что такая ситуация порождается конфликтом интересов. А сам конфликт возникает в связи с несовпадением целей работодателя и наёмного работника. Как следствие, появляются профсоюзы, которые стремятся защитить трудящихся от эксплуатации работодателями. Они борются за улучшение условий труда, снижение норм выработки и повышение заработной платы. Такие цели выглядят весьма благородно. Беда только в том, что в случае успеха в борьбе за них организация оказывается либо за бортом рынка и просто все лишаются работы, либо её рыночная ситуация существенно ухудшается. Эксплуатируемым от этого не становится лучше. И более того, эта ситуация развивается по спирали, постоянно толкая организацию на край пропасти.

Надеюсь, что теперь перед вами нарисована полная картина. Но добавлю к ней ещё несколько штрихов. Наши предприятия и их работники привыкли к традиционным формам работы, то есть, отработали – получили деньги. Например, можно практиковать следующий механизм оплаты



труда. Каждый месяц вы получаете примерно 85% от того, что вы фактически заработали. И это можно называть зарплатой. А один или два раза в год вам выплачивают остальные 15% сразу за полгода. Чем не премия? И людям такая схема нравится. Между прочим, 15% ваших денег родная фирма использует целых полгода в своих целях, конечно, с ведома сотрудников. Эта схема очень интересная, но почему-то не применяется на наших предприятиях, хотя является очень полезной, так как удовлетворяет обе стороны. Мы бы смогли закупать больше сырья и использовать его для изготовления продукции. Продукция будет выпускаться качественной, так как работники заинтересованы в этом качестве, ведь от него зависит их заработная плата [3, с. 317].

Трудно утверждать наверное, но, на взгляд автора, есть серьезные основания полагать, что многое из сказанного можно попытаться обобщить на более сложные организационные системы, такие как холдинги, а то и государство. Ясно, что делать это надо очень осторожно. Что же касается конкретных предприятий, действующих на рынке, то изложенный выше подход представляется вполне корректным.

Литература: 1. Прохорова А. Р. Управленческий учёт. Как его использовать для контроля бизнеса: Пер. с англ.; [Под ред. Н. Д. Коломиец. – М.: Аудит, Юнити, 2001. – 346 с. 2. Притыченко Р. А. Учебник по методологии функционального учёта затрат / Р. А. Притыченко, А. Страттон, В. П. Шалабанов. – М.: ВИП "Радуга", 2000. – 456 с. 3. Шонбергер Р. Японские методы управления производством. Девять простых. – М.: Экономика, 2000. – 456 с. 4. Щегинин В. А. Всеобщее качество (TQM) в украинских компаниях. – М.: ОАО "Типография "Новости", 2000. – 432 с.

Замура А. О.

УДК 658.155

УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ДИВІДЕНДНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ З ДЕРЖАВНОЮ ЧАСТКОЮ В УКРАЇНІ

Оптимальна дивідендна політика повинна створювати раціональне співвідношення між частиною прибутку, що розподіляється між акціонерами (направляється у фонд виплати дивідендів), і його частиною, що накопичується (реінвестування у виробництво).

У вітчизняних умовах таке співвідношення досить часто порушується. Переважна більшість акціонерних товариств у нашій країні дивідендів зовсім не сплачують. У цьому випадку йдеться про прямі та опосередковані втрати для держави, яка є особливим акціонером таких суб'єктів господарювання. Незважаючи на скорочення кількості підприємств, у статутному капіталі яких є частка держави, питання підвищення результативності їх дивідендної політики не втрачає своєї актуальності.

Питання вдосконалення дивідендної політики підприємств присвячено праці таких вітчизняних дослідників, як О. В. Козлова, Ю. О. Лупенко, Я. І. Невмержицький, С. В. Нестерова, Н. Г. Пігуль, Б. С. Стеценко, С. І. Цесаренко, В. С. Шафран, М. В. Короленко та ін. Значний внесок у вирішення проблем корпоративних фінансів, у тому числі у формування обґрунтованої дивідендної політики, зробили такі зарубіжні дослідники, як Р. Брейлі, Ю. Брігхмен, Дж. Ван Хорн, М. Гордон, Д. Дюран, М. Дональд, Дж. Лінтнер, С. Майєрс, М. Міллер та ін. А також російські вчені, які займалися вивченням цих питань: П. Алтухов, Б. Басаргін, Д. Голубков, Т. Долгопятова, А. Колганов, Л. Страхова, А. Фоміних та ін. Незважаючи на досить велику кількість праць, присвячених проблемам формування й реалізації дивідендної політики, окремі її аспекти все ще залишаються недостатньо розробленими і висвітленими в економічній літературі. Насамперед, це стосується проблеми невиплати дивідендів вітчизняними акціонерними товариствами, у статутному капіталі яких є державна частка.

Основною метою даного дослідження є вивчення сучасного стану і проблематики формування дивідендної політики на підприємствах з державною часткою, розробка на основі досвіду дійових заходів, спрямованих на вдосконалення такої політики.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі завдання: дослідити сутність дивідендної політики та основні фактори її формування; обґрунтувати заходи щодо поширення практики і забезпечення стабільності виплат дивідендів підприємствами з державною часткою в нашій країні.

© Замура А. О., 2009



Функції держави з управління власними корпоративними правами мають два ключових аспекти. З одного боку, держава повинна задовольняти суспільні потреби та здійснювати макроекономічне регулювання основних ринків. З іншого – вона повинна обов'язково реалізувати свої інтереси як акціонер у межах конкретного акціонерного товариства. Виконання всіх цих функцій можливе за умови забезпечення ефективного використання та надійного збереження державного майна, яке міститься у статутних фондах акціонерних товариств, організацій контролю за рухом грошових потоків, дотримання законодавства, своєчасного та повного надходження дивідендів до бюджету. Обов'язково слід збалансувати інтереси держави з розвитком акціонерних товариств. При цьому головним критерієм успішної діяльності для будь – якого акціонера є питання виплати очікуваного доходу за цінними паперами, тобто дивідендів [1].

У даний час значна частина вітчизняних підприємств, у тому числі з державною часткою у статутних фондах, не виплачують дивідендів. Це обумовлено такими чинниками, як відсутність прибутку (або ж його приховування), недосконалості податкового законодавства, значний вплив інсайдерів на прийняття фінансових рішень, існування певних груп власників з різними цільовими орієнтирами, висока вартість фінансових ресурсів на ринку капіталів, штучне зниження інтересу до підприємств сторонніх інвесторів, слабкість інституційних інвесторів тощо [2].

Одним зі шляхів підвищення ефективності використання державної власності може бути поширення використання механізму випуску державних довгострокових інвестиційних облігацій для фінансового забезпечення розвитку найбільш привабливих підприємств з державною часткою. Кошти, отримані в результаті емісії таких облігацій, можуть направлятися на підтримку діяльності зазначених підприємств, попередній відбір яких має здійснюватися урядом. Основним джерелом цих виплат можуть бути кошти, направлені на дивідендні виплати за державними корпоративними правами [3].

Таким чином, на даному етапі формування вітчизняної економіки зростає актуальність питань, пов'язаних з ефективністю управління державними корпоративними правами, з підвищенням прибутковості підприємств з державною часткою, а також виплати ними дивідендів. Повнішому використанню резервів для зростання показника надходження дивідендів сприятиме активне залучення зарубіжного досвіду в управління державними корпоративними правами, а також створення та зміцнення всіх необхідних елементів інфраструктури ринку цінних паперів у нашій державі.

Література: 1. Білоченко А. М. Удосконалення формування та реалізації дивідендної політики підприємств з державною часткою в Україні // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №5. – С. 96 – 102. 2. Козлова О. В. Визначення та оцінка дивідендного потенціалу акціонерного товариства // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції "Теорія і практика економіки і підприємництва". – Симферополь, 2004. – С. 131. 3. Цесаренко С. І. Управління дивідендною політикою в акціонерних товариствах: теорія і практика – К.: Українська академія зовнішньої торгівлі, 1998. – 48 с.

УДК 336.763

Казakov С. А.

Харитонов В. А.

АНАЛИЗ И ОПТИМИЗАЦИЯ ПОРТФЕЛЯ ЦЕННЫХ БУМАГ

Данная статья рассматривает процесс формирования эффективного инвестиционного портфеля с помощью модели Марковица, а так же анализирует целесообразность применения данной модели в условиях современного фондового рынка Украины. Тема является актуальной, так как на данный момент нет одной общепринятой модели, которая бы применялась для оптимизации портфеля в условиях украинского фондового рынка. В первую очередь, это связано со спецификой украинской экономики.

Цель данной статьи – рассмотреть модель Марковица и показать, как она работает на конкретном примере, а также выявить ее преимущества и недостатки.

Деятельность фондового рынка регулируется украинским законодательством, в частности Законом Украины "О ценных бумагах и фондовом рынке" [1].

© Казаков С. А., Харитонов В. А., 2009



При формировании портфеля ценных бумаг перед инвестиционным менеджером встает целый ряд довольно сложных вопросов. Первый вопрос это то, какой объем капитала компания готова инвестировать. Этот вопрос решается наиболее просто, так как на прямую зависит от финансовых возможностей компании. Второй вопрос, над которым стоит задуматься инвестиционному менеджеру, – это то, на какой срок должны быть инвестированы средства. Обычно существует прямая зависимость между сроком вложения и доходностью. Чем больше срок вложения, тем больше доходность. Однако следует учитывать особенность украинской экономики: существует большой риск изменения конъюнктуры рынка, что обязательно приведет к изменению прибыльности отрасли, в которую были вложены средства. С уменьшением срока вложений уменьшается не только доходность, но и возрастают транзакционные издержки. Ведь при осуществлении сделок с ценными бумагами необходимо платить процент брокеру, а также учитывать разницу между ценой покупки и продажи, которая по своей сути тоже является издержкой. В зависимости от срока инвестирования менеджер будет исповедовать одну из стратегий: активного или пассивного инвестора. Споры о том, какое инвестирование является более доходным, ведутся давно и еще не скоро утихнут [2].

Следующий этап формирования портфеля – это выбор инструментов инвестирования (ценных бумаг). Этот выбор зависит от агрессивности политики, которой придерживается менеджер. Существует консервативная, умеренная и агрессивная политики [2]. Все зависит от уровня толерантности риска инвестора. У. Шарп определяет толерантность как меру приемлемого риска. Толерантность риска τ можно определить как отношение риска ценной бумаги к ее доходности.

Математически У. Шарп это выразил следующим образом [2]:

$$\tau = \frac{2 \left[\left(\bar{r}_c - r_F \right) \sigma_S^2 \right]}{\left(\bar{r}_s - r_F \right)^2}, \quad (1)$$

где \bar{r}_c – ожидаемая доходность портфеля;
 \bar{r}_s и r_F – ожидаемая доходность портфеля акций и безрисковая ставка соответственно;
 σ_S^2 – дисперсия портфеля акций.

Если предельно упростить эту формулу и передать только ее смысл, то получим следующий вид:

$$\tau = \frac{\sigma_S}{\bar{r}_c}, \quad (2)$$

где σ_S – среднее квадратическое отклонение (стандартное отклонение), которое является квадратным корнем из дисперсии [3].

Из формулы следует, что чем меньше τ , тем лучше для инвестора. Ожидаемая доходность портфеля будет зависеть от состава портфеля. Наиболее рискованным считается портфель, содержащий большое количество акций, особенно если эти акции имеют один эмитент. Для того чтобы уменьшить риск, портфель диверсифицируют. Принцип диверсификации очень просто определил Марковиц: "Не стоит класть все яйца в одну корзину". Из этого следует, что не следует приобретать на все средства ценные бумаги одного эмитента, а желательно, и вида.

Для нахождения оптимального инвестиционного портфеля используют специальные модели. Первым, кто создал такую модель, был Гарри Марковиц. На основе этой модели появилось множество других моделей оптимизации, но для их понимания необходимо понять исходные принципы.

Оптимизировать портфель вручную с помощью модели Марковица невозможно, поэтому необходимо использовать специальное программное обеспечение. Расчет можно сделать и в Excel.

В модели есть ряд основополагающих допущений. Первое – это то, что ожидаемая доходность по ценным бумагам представляет собой математическое ожидание от доходности прошлых периодов. Таким образом, для получения ожидаемой доходности необходимо взять цены закрытия интересующих инструментов за определенный отрезок времени. При стабильной экономике можно брать достаточно длительный период в несколько лет, но в условиях украинской экономики лучше использовать небольшие периоды. Автором были взяты цены закрытия с официального сайта ПФТС по наиболее ликвидным акциям украинских эмитентов за период с 10.07.08 по 28.10.08 с периодичностью в одну неделю и подсчитана разница, которая является доходностью [4]. Для подсчета доходности необходимо применить следующую формулу: (закрытие текущей недели – закрытие прошлой недели)/(закрытие прошлой недели). В табл. 1 приведены полученные результаты.

Доходность по акциям пяти украинских эмитентов

	UNAF	CEEN	AZST	MSICH	ENMZ
17.07.2008	59	-18	-43	-19	-28
24.07.2008	-39	3	27	7	9
31.07.2008	5	-36	4	-15	-25
14.08.2008	2	-1	1	0	0
21.08.2008	-3	2	1	-5	-1
28.08.2008	-14	-6	-21	-32	-20
04.09.2008	-3	-4	-17	7	-8
11.09.2008	-21	-14	-23	44	-38
18.09.2008	12	-32	-21	-54	-35
25.09.2008	-22	142	3	264	22
09.10.2008	0	-57	-30	-71	-22
16.10.2008	-14	-20	-6	-2	-32
23.10.2008	-11	-1	62	-32	8
30.10.2008	-13	-39	11	-23	-33
гср	-4	-6	-4	5	-14
σ^2	498	2140	697	6347	371
σ_p	22	46	26	80	19

Расчет ожидаемой доходности производится по формуле [2]:

$$\frac{1}{T} \sum_{i=1}^T r_{it}, \quad (3)$$

где T – количество прошлых наблюдений доходности ценных бумаг

Следующее важное допущение – риск по ценной бумаге равен среднему квадратическому отклонению доходности ценной бумаги. Стандартное отклонение – это корень квадратный из дисперсии. Для нахождения среднего квадратического отклонения (стандартного отклонения) необходимо использовать следующую формулу:

$$\sigma_p = \sqrt{\sigma^2}, \quad (4)$$

где σ^2 – дисперсия цен закрытия ценных бумаг

Дисперсия – это мера разброса возможных исходов относительно ожидаемого значения. Следовательно, чем выше дисперсия, тем больше разброс, а значит и риск. Формула для расчета дисперсии следующая:

$$\sigma^2 = \sum \frac{(r_i - \bar{r})^2}{(T-1)}. \quad (5)$$

В Excel с помощью функции ДИСП можно вычислить дисперсию. Для этого необходимо в статистических функциях выбрать ДИСП и выделить диапазон ячеек с доходностью эмитента. Из полученного значения дисперсии следует извлечь корень квадратный с помощью функции SQRT. Зная, как вычисляется доходность и риск по отдельным ценным бумагам можно приступить к определению этих параметров для целого портфеля.

Доходность портфеля определится как средневзвешенная доходность его составляющих, что можно выразить формулой:

$$R_p = \sum_{i=1}^N W_i \times r_i, \quad (6)$$

где R_p – ожидаемая доходность портфеля;

W_i – процентная часть ценной бумаги в портфеле,

r_i – доходность ценной бумаги.

Риск портфеля ценных бумаг определяется следующей формулой:

$$\sqrt{\sum_{a=1}^N \sum_{b=1}^N W_a \sigma_a W_b \sigma_b \rho_{ab}}, \quad (7)$$

где σ_a и σ_b – среднеквадратическое отклонение по данным ценным бумагам, ρ_{ab} – коэффициент линейной корреляции.



Корреляция используется для определения силы взаимодействия между двумя активами. Коэффициент корреляции лежит в интервале от -1 до 1. Значение -1 говорит о разнонаправленности движения активов, то есть при росте первой ценной бумаги будет наблюдаться падение другой. Значение 1 будет – о движении доходности активов в одну сторону. Ноль будет свидетельствовать о том, что связи между этими ценными бумагами нет, и цена одной не влияет на цену другой. Формулу корреляции можно найти в любом учебнике по статистике.

Также для оптимизации по модели Марковица используется коэффициент ковариации. Ковариация – это мера взаимодействия двух случайных переменных. Положительное значение ковариации говорит о том, что значение доходности этих активов изменяется в одном направлении, отрицательное значение говорит о разном направлении движения цен, малое значение коэффициента говорит о отсутствии связи.

Вручную коэффициенты корреляции и ковариации рассчитывать довольно сложно, но Excel имеет специальные функции КОРРЕЛ и КОВАР, которые значительно облегчают расчет. Для расчета следует выбрать функцию и два диапазона ячеек, которые будут иметь данные о доходности актива. Корреляцию и ковариацию необходимо найти между каждой парой активов и сформировать корреляционную и ковариационную матрицы, так как показано в табл. 2 и 3.

Таблица 2

Матрица корреляции

	UNAF	EN	CE	ST	AZ	ICH	MS	MZ	EN
UN									
AF	1,00	0,31	-	0,53	-	0,32	-	0,37	-
EN	-0,31	0	1,0	2	0,2	4	0,9	3	0,7
ST	-0,53	2	0,2	0	1,0	9	0,0	7	0,5
ICH	-0,32	4	0,9	9	0,0	0	1,0	4	0,5
MZ	-0,37	3	0,7	7	0,5	4	0,5	0	1,0

Таблица 3

Матрица ковариации

	AF	UN	CEEN	ZST	A	SICH	M	NMZ	E
F	UNA	498	-320	312	-	569	-	159	-
N	CEE	320	-	2140	69	2	3	464	50
T	AZS	-312	269	97	6	1	89	1	90
CH	MSI	569	-	3464	89	1	6	347	29
MZ	EN	-159	650	90	2	8	29	8	71

Ковариация между доходностью одного и того же актива должна быть равна дисперсии доходности по этому активу.

Теперь стоит упомянуть о цели задачи Марковица. Задача любого инвестиционного менеджера – сформировать портфель с максимальной доходностью и минимальным риском, но задача, поставленная таким образом, будет иметь бесконечное множество решений. Цель по Марковицу состоит в нахождении минимального риска при заданной доходности, также можно рассматривать и обратный вариант. Значит, цель оптимизации можно выразить следующей функцией [5]:

$$\begin{cases} R_p \geq R_{req}; \\ \sigma_p \rightarrow \min; \\ W_i \geq 0; \\ \sum W_i = 1. \end{cases} \quad (8)$$

Хотя в реальной жизни ограничение $W_i \geq 0$ может быть снято, отрицательное значение процентной составляющей актива в портфеле будет говорить о том, что менеджеру стоит занять длинную позицию по этому активу. То есть купить опцион на продажу акций данной компании. В этом случае следует учесть издержки на покупку опциона. На украинском фондовом рынке опционы не торгуются, следовательно, данное ограничение стоит принять к сведению. Также 0 можно заменить некоторым небольшим значением для лучшей диверсификации портфеля.

Итак, сформировав все данные на одном листе Excel, как это показано на рис. 1. для решения задачи следует использовать надстройку "Поиск решений".

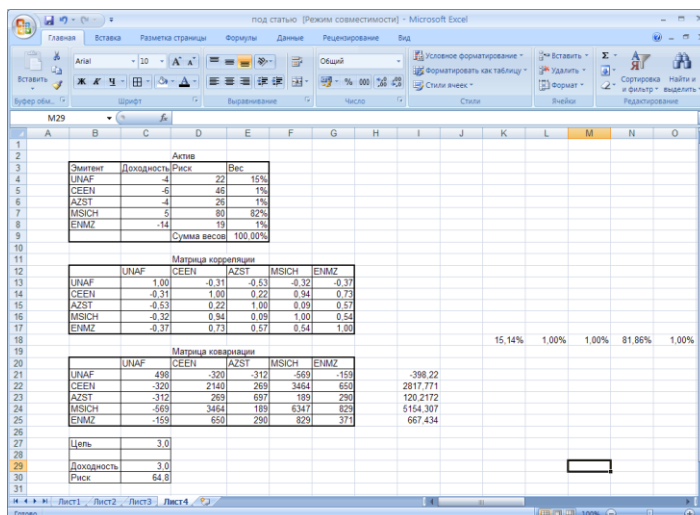


Рис. 1. Общий вид окна Excel

В ячейке C27 задается целевая доходность, которая в примере равна 3%. Ячейка C30 покажет минимальный риск при заданной доходности, а в ячейках E4:E8 будут отображены значения в процентах ценных бумаг, которые необходимо закупить для портфеля с указанными доходностью и риском. Для "Поиска решений" ячейка C30 должна содержать формулу подсчета риска, после преобразования в формат Excel она имеет следующий вид: =КОРЕНЬ(МУМНОЖ(K19:O19;I21:I25)). Ячейки K19:O19 – это веса акций в портфеле, преобразованные из столбца E4:E8 в строку. Ячейка E9 должна содержать формулу подсчета суммы весов активов: =СУММ(E4:E8).

Далее "Данные→Поиск решений", если данной вкладки нет, то нужно ее добавить. В "Поиске решений" необходимо установить целевую ячейку и ограничения, накладываемые на ячейки, а также указать диапазон ячеек с процентным значением актива в портфеле. На сумму весов в портфеле (ячейка E9) следует наложить ограничение, указав, что значение должно быть равно единице. После установки всех ограничений, так как это показано на рис. 2, нажать "Выполнить".

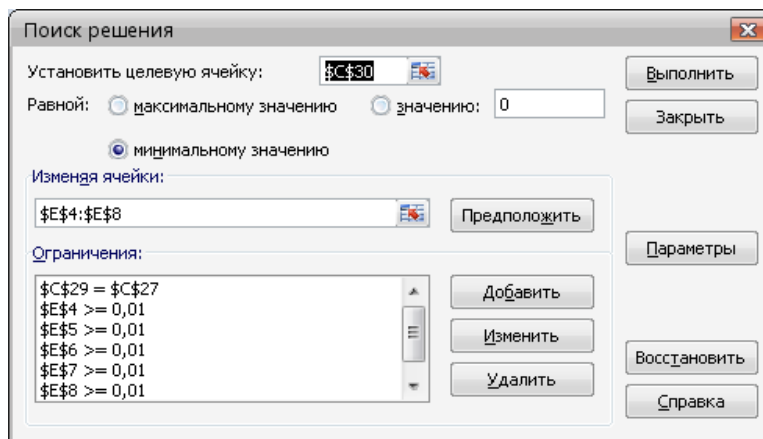


Рис. 2. Окно "Поиск решений"

Данный пример показывает достаточно высокий уровень риска при низкой доходности. Это связано с экономическим кризисом, периода за который были взяты цены закрытия сделок по акциям. Также можно решить обратную задачу путем нахождения максимального значения доходности при заданном риске.

Расчеты показывают, что модель Марковица является достаточно удобной для формирования оптимального портфеля ценных бумаг. Но не следует забывать о том, что инвестирование в соответствии с этой моделью может дать не те результаты, которые ожидаются. Это связано с нестабильностью украинской экономики, а как следствие, и фондового рынка. Прогнозировать доходность на основе данных предшествующих периодов можно только в стабильной экономике.

Литература: 1. Закон Украины "О ценных бумагах и фондовом рынке" от 23.02.06 г. // www.rada.gov.ua. 2. Шарп У. Инвестиции: Пер с англ. / У. Шарп, Д. Бэйли. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 1028 с. 3. www.cfin.ru. 4. www.pfts.org. 5. www.sekvestr-trade.narod.ru.

ПРОБЛЕМИ ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

Проблеми злиття та поглинання зараз дуже актуальні, адже останніми роками на українському ринку злиття і поглинання спостерігається зростання кількості та обсягів угод. Лідуючі позиції у цій сфері займає фінансовий сектор. При цьому значну активність на ринку виявляють іноземні інвестори, за участю яких відбувається майже половина всіх угод зі злиття та поглинання. У 2007 р. більше половини угод на українському ринку злиття і поглинання здійснювалося за участю іноземних інвесторів. Зокрема, було укладено 297 транзакцій, у яких покупцем виступала іноземна компанія. У свою чергу, українські компанії здійснили всього 18 угод з іноземними активами [1].

Ключовими проблемами в цій сфері можна зазначити такі: практичні аспекти управління процесом злиття та поглинання; ефективне PR-супроводження угод зі злиття та поглинання з урахуванням національних особливостей; новітня практика купівлі компаній в Україні; структурування угод зі злиття та поглинання на вітчизняному ринку. Крім того, особливу увагу треба приділити питанню розв'язання корпоративних конфліктів та механізмам захисту бізнесу, зокрема, розглянути основні методи боротьби з протиправними поглинаннями (рейдерством).

Основна мета роботи полягає в дослідженні змістовної сутності категорій злиття та поглинання, а також захисту від рейдерства, що дасть можливість подальшої розробки ефективного механізму управління даними процесами.

Процеси злиття та поглинання є малодослідженими в економічній літературі. Найчастіше ними займалися американські дослідники. Основоположниками таких досліджень можна вважати Патрика А. Гохана, Доналда Деламфиліса, Ф. Ріда, П'єро Моросіні, Ульріха Стеджера, Дінза Греймса, Крюгера Фріца та Стефана Зайзеля. Серед українських дослідників можна назвати такі імена: І. Івашківська, А. Смітюх, В. Заїкін та Г. Паламарчук.

На сьогодні не існує єдиної думки щодо ефективності операцій злиття та поглинання. В економічній науці стикаються протилежні точки зору щодо доцільності реструктуризації з використанням даних механізмів. Одна група науковців є захисниками процесів злиття і поглинання, інша – дотримується точки зору, суть якої полягає в неефективності такої реструктуризації. Реструктуризація розглядається ними як прояв амбіційності окремих менеджерів, чії наміри знижують ефективність діяльності корпорації.

Незалежно від точок зору науковців, світова практика має багаторічний досвід проведення операцій злиття і поглинання. Однак на сьогодні вони залишаються малодослідженими з позицій теоретико-методологічного їх обґрунтування, що породжує змішування й підміну понять, а відповідно призводить до викривлення статистики угод та неефективного управління ними.

Злиття і поглинання можна назвати "найбільш корпоративними" операціями. Незважаючи на складність їх проведення, вони виглядають привабливо, оскільки дозволяють менеджменту компанії швидко збільшити її масштаби та змінити розміщення сил у конкуренції по галузі. Такі операції вимагають ретельного аналізу, як заздалегідь при їхньому плануванні й розробці, так і після об'єднання [2].

Сьогодні одним із найбільш актуальних питань в Україні є розробка методів боротьби із протиправним поглинанням компаній, або рейдерством. В Україні рейдерством називають досить широкий спектр дій: від звичайного законного ворожого поглинання підприємства до його бандитського захоплення. Для уточнення поняття "рейдерство" використовується його поділ на види – від цілком легальної діяльності (рейдерства як бізнесу, що не відрізняється від інших видів бізнесу) до дій злочинного характеру (корупції, фізичного насильства) [3].

Державні органи мають брати активну участь у процесі створення ефективних механізмів протидії рейдерським атакам у нашій країні. У зв'язку з цим позитивним кроком є прийняття Закону "Про акціонерні товариства" [4].

Уже напрацьована низка законодавчих актів, які сприятимуть боротьбі з протиправними поглинаннями. Одним із важливих регулюючих актів у цій сфері є проект Закону "Про систему депозитарного обліку цінних паперів". З одного боку, він має спростити систему обліку цінних паперів, а з іншого – запобігти протиправним поглинанням.

Крім того, вирішенню проблеми рейдерства покликані сприяти такі проекти законів: "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо відповідальності за правопорушення на ринку цінних паперів", "Про внесення змін до Закону України "Про третейські суди", "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо протидії протиправному поглинанню та захопленню підприємств)", "Про внесення змін до Закону України "Про державну реєстрацію юридичних

осіб та фізичних осіб-підприємців (щодо вдосконалення механізму державної реєстрації, припинення акціонерних товариств)" та ін. [5].

Дослідження теоретичної сутності понять злиття та поглинання дає право стверджувати, що внутрішня їх характеристика є різною. Для операцій злиття внутрішньою складовою процесу виступає злиття як форм, так і активів. Поглинання, на відміну від злиття, носить ознаки формального об'єднання, оскільки використовується як термін, що описує процеси, в основі яких лежить передача власності. Поглинання пов'язане з юридичним оформленням права власності, а не форм діяльності. Юридичне оформлення змін у структурі компанії – поглиначка може настати після реалізації процесу поглинання, а може й не настати залежно від бажання власника щодо його подальшої поведінки до об'єкта поглинання.

Література: 1. Злиття та поглинання в Україні // Цінні папери України. – 2008. – №17 (509). – С. 15 – 17. 2. Івашківська І. Фінансовий аналіз злиттів та поглинань компаній // Фінансовий ринок України. – 2008. – №2. – С. 29 – 33. 3. Паламарчук Г. Особливості рейдерства в Україні та політика його подолання // Економіка України. – 2007. – №9. – С. 38 – 45. 4. Закон України "Про акціонерні товариства" від 17.09.2008 р. №514 – VI // <http://zakon1.rada.gov.ua>. 5. Злиття та поглинання в Україні // Цінні папери України. – 2008. – №42 (534). – С. 14 – 15.

УДК 331.36

Корзун І. А.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ

В умовах ризику та нестабільності зовнішнього середовища перед керівниками сучасних підприємств постає багато питань, серед яких найважливішим є необхідність створення гнучкого підприємства, здатного вчасно реагувати на зміни. Промисловість, знання і технології розвиваються настільки швидко, що протягом кожних п'яти років кількість інформації подвоюється. Працівнику у процесі виконання трудових функцій уже недостатньо лише тих знань, які були придбані у спеціальній школі або вищому навчальному закладі. Тому актуальною стає побудова системи розвитку й освіти на підприємстві та управління освітнім розвитком його персоналу.

У працях таких вчених, як В. А. Савченко, Ф. І. Хміль, В. М. Гриньова, В. Н. Слиньков та ін., які присвячені проблемам управління розвитком персоналу, висвітлені ключові проблеми, що обумовлюють необхідність створення комплексу заходів щодо управління освітнім розвитком його персоналу. Так було виявлено, що необхідність зростання і розвиток підприємства обумовлює необхідність випереджаючого особистого зростання та професійного розвитку персоналу, оскільки результати роботи співробітників не завжди відповідають їх потенціалу; окремі навчальні заходи не дають бажаних результатів; на підприємство приходять нові співробітники, яких потрібно знайомити з її специфікою; виникає необхідність створити для цінних співробітників додатковий стимул до продовження роботи на підприємстві. Тобто все це потребує визначення ресурсного потенціалу людини, а саме її знань, навичок, досвіду та результатів практичної роботи, що реалізуються в її компетентності [1 – 4].

Усі ці проблеми виникають на підприємствах у різних співвідношеннях та потребують упровадження комплексу заходів освітньо-професійного розвитку персоналу. Тому розробляти комплекс заходів освітньо-професійного розвитку персоналу на підприємстві необхідно за чотирма напрямками:

- розробка заходів для адаптації нових співробітників;
- розробка заходів для підвищення ефективності роботи підприємства в цілому (наприклад, посилення орієнтації на потреби клієнтів і зміна методів роботи з клієнтами);
- розробка заходів для підвищення ефективності окремих груп співробітників і підрозділів (наприклад, зміни в бухгалтерському обліку або технології виробництва);
- розробка заходів для підвищення ефективності окремих співробітників (наприклад, придбання спеціальних навичок та освоєння управлінських технологій).

© Корзун І. А., 2009



Таким чином, передумовою ефективної діяльності підприємства у важких соціально-економічних умовах є відповідність професійного рівня працівників потребам підприємства і ринку праці. На забезпечення цієї відповідності направлено управління освітньо-професійним розвитком персоналу підприємства. Це завдання викликає необхідність осмислення важливості навчання персоналу підприємства та управління його розвитком.

Література: 1. Гриньова В. М. Адміністративне управління трудовим потенціалом. Навч. посібн. / В. М. Гриньова, М. М. Новікова, М. М. Салун, О. М. Красносова; [За ред. докт. екон. наук, проф. В. М. Гриньової. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2004. – 428 с. 2. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу: Навч. посібн. – К.: КНЕУ, 2002. – 352 с. 3. Хміль Ф. І. Управління персоналом: Підручник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Академвидав, 2006. – 488 с. 4. Янкович Ш. А. Управление офисом: Учебн. пособ. для студентов вузов, обучающихся по специальностям 062100 "Управление персоналом" и 061100 "Менеджмент организации". – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 256 с.

Корнієнко С. М.

УДК 334.722 (477)

МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ

Малий бізнес – один із провідних секторів ринкової економіки, який насичує ринок товарами та послугами, стимулює розвиток конкуренції, примушує більшість компаній поліпшувати ефективність виробництва і впроваджувати нові технології, створює нові робочі місця, підвищує добробут та якість життя населення. За рахунок мобільності, гнучкості малі підприємства здатні швидко пристосуватися до змін споживчого попиту, знайти свою ринкову нішу, оперативно здійснювати виробництво нової продукції малими партіями. Цим і пояснюється значна й ретельно продумана державна підтримка малого бізнесу на Заході. В Україні малий бізнес розвивається у складних умовах і стикається з безліччю проблем, що позначаються на ефективності його діяльності.

Поміж сучасних українських науковців, які з'ясували сутність малого бізнесу, його місце та роль у розвитку економіки України, необхідно відзначити Н. Азьмука [1], В. Виговську [2], С. Дригу [3], К. Ваганова [4] та ін. Однак не всі аспекти цієї багатогранної проблеми були належним чином обґрунтовані. Тому ця тема є актуальною.

Мета роботи полягає у дослідженні стану малого бізнесу в Україні.

Відповідно до вказаної мети поставлені такі завдання:

визначити проблеми цього сектору економіки;

розробити механізми, які будуть спрямовані на забезпечення ефективного розвитку малого бізнесу в Україні.

Об'єктом дослідження є підприємства малого бізнесу.

Предметом роботи виступають теоретичні, методичні та практичні засади, спрямовані на аналіз тенденцій розвитку малого бізнесу.

Малий бізнес є важливим сектором ринкової економіки, основою дрібнотоварного виробництва. Він дозволяє більш ефективно використовувати місцеві ресурси, здійснює структурну перебудову економіки, здійснює перерозподіл витрат у короткому інвестиційному циклі, стає надійним джерелом коштів у державні позабюджетні фонди й бюджети всіх рівнів, має високу мобільність, раціональні форми управління. Малий бізнес сприяє формуванню середнього класу, що виступає в сучасному суспільстві гарантом політичної стабільності [4].

Можна виділити основні негативні фактори, які впливають на розвиток малого бізнесу в нашій країні: законодавча нестабільність; перешкоди, що виникають як наслідок державного контролю та використання методів управління, властивих командній економіці; відсутність підтримки органів виконавчої влади; відсутність розвиненої ринкової інфраструктури; корупція. Також негативно впливають такі стримуючі чинники, як загальний спад вітчизняного товаровиробництва, зростання цін, високий рівень інфляції, низький рівень платоспроможності населення [2; 3].

Саме тому важливою є проблема розробки методів і механізмів, які будуть спрямовані на забезпечення ефективного розвитку малого бізнесу, а також на формування економічної стабільності в Україні.

Усі заходи для забезпечення сталого розвитку малого бізнесу та підвищення його ефективності доцільно згрупувати за певними рівнями.

На державному рівні мають бути вдосконалені чинні законодавчо-правові акти щодо підвищення дієвості фінансової, інноваційної, консалтингової та іншої підтримки розвитку малого підприємництва.

© Корнієнко С. М., 2009



Завданнями регіонального рівня є створення єдиної регіональної інформаційно-аналітичної системи, сприяння налагодженню співпраці між підприємницькими структурами та науково-освітніми установами, підтримка розвитку інноваційних інститутів у регіоні.

На рівні місцевого самоврядування дієвими заходами підтримки є створення єдиного загальнодоступного банку даних про наявність об'єктів нерухомого майна, земельних ділянок під забудову, розробка положень про умови їх придбання, здачі в найом і використання, оприлюднення заповідей на виконання робіт та послуг для міста, налагодження співпраці з вищими навчальними закладами міста.

На мікрорівні необхідно вирішити проблеми, пов'язані з плануванням, організацією, мотивацією працівників і контролем діяльності малого підприємства, використовуючи послуги консультантських агентств, тренінгових фірм тощо [1].

Отже, результати проведеного дослідження дозволили визначити місце та роль малого бізнесу в розвитку економіки нашої країни. Також були визначені ключові проблеми і напрями щодо їх вирішення. Послідовне вирішення цих питань, з одного боку, засвідчуватиме поетапний процес становлення загальнодержавної системи підтримки малого підприємництва, а з іншого – впровадимо системні та послідовні заходи, спрямовані на його подальший розвиток. Однак це можливо за умови об'єднання зусиль виконавчої і законотворчої гілок влади для створення практичних репродуктивних механізмів малого підприємництва в Україні та їхньому законодавчому затвердженню.

Література: 1. Азьмук Н. Проблеми розвитку малого підприємництва // Вісник Київ. нац. торг.-ек. університету. – 2008. – № 6. – С. 27 – 37. 2. Виговська В. В. Малий бізнес України: сучасний стан і тенденції розвитку // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №1. – С. 59 – 64. 3. Дрига С. Підтримка малого підприємництва: економічна та соціальна доцільність // Вісник Київ. нац. торг.-ек. університету. – 2008. – №6. – С. 27 – 37. 4. Кириченко О. А. Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу в Україні / О. А. Кириченко, К. Г. Ваганов // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №6. – С. 103 – 118.

УДК 005.32:005.73

Криворучко А. С.

СУЩНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРОЙ, НАПРАВЛЕННОЙ НА САМОРАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА

В настоящее время неуклонно возрастает роль организационной культуры, направленной на саморазвитие персонала, в общей стратегии развития организации, поскольку развитие и саморазвитие персонала является одним из ведущих факторов конкурентоспособности производственной организации в условиях постоянных изменений.

Для обеспечения стабильного развития организации повышается необходимость инвестирования ресурсов в развитие такой организационной культуры и механизмов управления ею. Управление культурой необходимо для ее поддержания, развития, изменения. Оно включает усиление или ослабление культуры, адаптацию людей в культуре. Поэтому понимание сущности управления организационной культурой, направленной на саморазвитие персонала, является важным условием эффективной деятельности руководства организации.

Несмотря на разработанность различных механизмов управления организационной культурой, вопросы особенностей управления организационной культурой, направленной на саморазвитие персонала, остаются открытыми. Поэтому целью данной статьи является определение сущности управления такой культурой и разработка инструментов ее управления.

Под организационной культурой, направленной на саморазвитие персонала, будем понимать совокупность ценностей, установок, убеждений, отношений, норм и правил поведения, которые способствуют созданию условий для саморазвития персонала организации.

Управление культурой является достаточно длительным процессом, так как он предусматривает постоянную социализацию членов организации [1, с. 456].

Очевидно, что управление организационной культурой не есть простым делом. Ценностные ориентации должны быть не только заявлены, но и стать неотъемлемой частью внутренней жизни высшего руководства и передаваться на нижние уровни организации во всех своих деталях.

Управление организационной культурой, которое осуществляется постоянно, включает в себя планирование, организацию, мотивацию и контроль. Поэтому все действия руководства

© Криворучко А. С., 2009



должны быть совместимы с понятиями и ценностями требуемой организационной культуры. Следовательно, управление организационной культурой должно ориентироваться на ценности, составляющими которых являются стремления к самосовершенствованию и саморазвитию.

С позиций управления организационной культурой основным принципом ее планирования должно быть соответствие культуры всем элементам системы управления. На практике этот принцип означает, что при разработке или внедрении изменений в стратегии, структуре и в других элементах системы управления следует оценивать степень их реализации в рамках существующей культуры и при необходимости предпринимать шаги по ее изменению.

Об управлении процессом планирования организационной культуры можно говорить только в случае, когда высшее руководство демонстрирует и утверждает определенную систему взглядов, норм и ценностей, прямо или косвенно способствующих выполнению стратегических задач организации. Традиционно в организациях формируется культура, в которой воплощаются ценности и стиль поведения их лидеров [2, с. 14]. Поэтому основная нагрузка в процессе управления организационной культурой ложится на эффективного саморазвивающегося лидера.

Организация культуры включает распределение полномочий и установление зон ответственности, обеспечение необходимыми ресурсами и создание определенных условий для саморазвития персонала, а также сам процесс внедрения организационной культуры, направленной на саморазвитие персонала.

При управлении организационной культурой следует учитывать сопротивление персонала изменениям, а также влияние факторов внешней и внутренней среды.

Мотивационная роль организационной культуры заключается в том, чтобы заинтересовать работников в достижении не только целей организации, но и своих собственных.

Контроль является формой постоянно действующей обратной связи. Контроль включает, в первую очередь, оценку результативности внедренной организационной культуры, проведение мониторинга, соответствие полученных результатов установленным целям.

Независимо от той стадии развития, на которой находится организация, ее высшее руководство может управлять культурой двумя способами:

видение свыше, которое должно вызвать энтузиазм у большинства членов организации. Руководитель-лидер воодушевляет и превращает в жизнь базовые ценности организации;

управление начинается с нижних уровней организации. В данном случае большое внимание уделяется деталям реальной жизни в организации [1, с. 454].

Для управления организационной культурой, направленной на саморазвитие персонала, эффективнее использовать первый способ, так как он реализуется через личный пример руководителя, публичные выступления и заявления, свидетельствующие о последовательном интересе к вводимым ценностям. В данном случае, важнейшая ценность – это саморазвитие. Таким образом, руководитель, который сам будет саморазвиваться, сможет активизировать это стремление у всего персонала.

Управление организационной культурой, направленной на саморазвитие персонала, возможно с помощью следующих инструментов:

постоянный контроль ее состояния руководителями;

пропаганда саморазвития персонала;

подбор кадров, готовых саморазвиваться, то есть соответствующих данной культуре;

широкое использование символики, обрядов, ритуалов, показывающих постоянное стремление персонала к саморазвитию;

гибкая реакция руководства на сопротивление персонала изменениям.

Целенаправленное управление организационной культурой, направленной на саморазвитие персонала, позволит:

эффективно использовать человеческие ресурсы организации для реализации ее стратегии;

повысить уровень управляемости организацией;

усилить сплоченность команды;

использовать культуру как стратегический мотивирующий фактор, направляющий сотрудников на саморазвитие.

Таким образом, внимание со стороны руководства организации к процессу управления организационной культурой, направленной на саморазвитие персонала, будет способствовать формированию соответствия индивидуальных и общеорганизационных целей, что приведет к удовлетворению личных потребностей и стремлений персонала, а также к развитию организации в целом.

Литература: 1. Виханский О. С. Менеджмент: Учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 3-е изд. – М.: Экономист, 2003. – 528 с. 2. Первушина М. Управление корпоративной культурой // Управление персоналом. – 2008. – № 7. – С. 14 – 16. 3. Веснин В. Р. Менеджмент: Учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК "Велби"; Изд-во "Спектр", 2006. – 504 с. 4. Дороніна М. С. Організаційна культура. Конспект лекцій для студентів усіх спеціальностей усіх форм навчання / М. С. Дороніна, К. Г. Наумік. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – 80 с. 5. Маслов В. И. Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры: Учебник. – М.: Изд. "Финпресс", 2004. – 286 с. 6. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. Т. Ю. Ковалевой. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2007. – 336 с.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СТАНОВЛЕННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Після проголошення незалежності Україна розпочала багатоступінчастий та складний процес ринкової трансформації. Формування ринкової системи господарювання в нашій державі пов'язане, насамперед, із зростанням підприємницької активності в усіх сферах економіки. Одним із перспективних напрямів створення ринкового середовища є розвиток малого бізнесу. Адже завдяки таким властивостям, як гнучкість, мобільність, динамічність, сфера малого підприємництва сприяє розв'язанню ряду економічних та соціальних проблем.

На сьогоднішній день досить гостро постає проблема усвідомлення доцільності та перегляду специфіки розвитку малого підприємництва в умовах перехідної економіки України. Актуальність цього питання визначається таким: незважаючи на те, що протягом усього періоду економічних реформ чимало сказано про необхідність розвитку в Україні малого бізнесу, в дійсності стан його залишається незадовільним. Проблема розвитку та становлення малого підприємництва в нашій державі приваблює багатьох вчених-економістів, розробки яких складають наукові підвалини для подальшого аналізу й дослідження у даній сфері. Так, наприклад, І. Д. Падерін вважає, що мале підприємство є основою для формування в Україні середнього класу та прискорення переходу до ринкових відносин, активізує структурну перебудову, стає однією з найважливіших передумов економічного зростання та зниження соціальної напруги [1]. Беручи до уваги дослідження В. Парсяка, можна відзначити таку специфічну рису малого бізнесу, як інновативність. Зокрема, цей вчений наголошує, що в умовах потреби у прискоренні НТП малі підприємства мають стати невід'ємним елементом системи великого виробництва, забезпечуючи підвищення його ефективності [2]. Процес становлення малого приватного бізнесу в економіці України потребує подальшого ґрунтовного дослідження, адже сучасні розробки не дають вичерпної оцінки тих глибинних перетворень, які відбуваються у секторі малого підприємництва, котрий перебуває у постійній динаміці. Можна погодитися з думкою В. Ю. Пудсакулича стосовно того, що останнім часом дійсно посилюється інтерес до аналізу тенденцій змін у секторі малого бізнесу, але отримані на основі досліджень дані мають досить фрагментарний характер [3].

У зв'язку з цим метою даної роботи є узагальнення теоретичних викладок щодо розвитку малого підприємництва в умовах перехідної економіки України та визначення перспектив його подальшого становлення.

Світовий досвід і практика господарювання свідчать, що найважливішою ознакою ринкової економіки є існування та взаємодія багатьох великих, середніх і малих підприємств, їх оптимальне співвідношення. Найбільш динамічним елементом структури національної економіки, що постійно змінюється, є малий бізнес. У ринковій економіці він виступає провідним сектором, що визначає темпи економічного зростання, структуру і якість валового національного продукту [4].

У ринковій економіці малі підприємства виконують цілу низку життєво важливих функцій: відіграють особливу роль у розвитку торгівлі, сфери послуг, громадському харчуванні, виробництві товарів народного споживання; сприяють формуванню конкуренції та протистоять монополістичним тенденціям; створюють велику частку товарів в економіці; сприяють вирішенню проблеми зайнятості; задовольняють специфічні потреби споживачів, формують індивідуальний попит; роблять значний внесок у науково-технічний прогрес; забезпечують базу для становлення середніх і великих підприємств у майбутньому; пом'якшують економічні кризи; підтримують соціальну та політичну стабільність; утверджують демократизм у бізнесі. Тому для української економіки малий бізнес виступає джерелом прогресивних економічних змін [1].

Проте мале підприємство має й деякі недоліки. Невеликий обсяг операцій лімітує його можливості розширювати свою діяльність, а також вести великі наукові розробки. Малі підприємства відрізняються підвищеною вразливістю до коливань ринкової кон'юнктури, що призводить до частих розорень та банкрутств. Відповідно працівники малих компаній є менш соціально захищеними, ніж на великих фірмах [4].

Малі підприємства в Україні перебувають у приватній, колективній, державній та змішаній формах власності. Одним із шляхів виникнення малих приватних підприємств є мала приватизація. Аналіз стану малого підприємництва в Україні свідчить про те, що останнім часом суттєвих зрушень у становленні цього сектору ринкової економіки не відбулося. На жаль, зараз існує чимало перешкод на шляху становлення малого бізнесу у державі, його розвиток відбувається нерівномірно, хаотично та суперечливо.



Основними причинами гальмування розвитку малого підприємництва в Україні та її регіонах є: відсутність дієвого механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого бізнесу; неймовірно важкий тягар оподаткування, що примушує багатьох суб'єктів малого підприємництва йти в тіньову економіку; низькі темпи та перекося у процесі реформування власності; відсутність належного нормативно-правового забезпечення розвитку малого бізнесу; обмеженість або повна відсутність фінансових ресурсів; недосконалість системи обліку та статистичної звітності малого підприємництва; обмеженість інформаційного і консультативного забезпечення; недосконалість системи навчання та перепідготовки персоналу для підприємницької діяльності тощо.

Безумовно, для стабілізації української економіки, викорінення перешкод та бар'єрів у формуванні ринкової системи господарювання необхідно визначити перспективи, подальші тенденції розвитку підприємництва, зокрема малого бізнесу.

Серед основних напрямків щодо подальшого розвитку малого підприємництва, на думку автора, необхідно виділити такі: забезпечення активного та позитивного втручання держави у процеси становлення малого підприємництва; створення відповідної нормативно-правової бази; зменшення податкового тиску; впровадження спрощеної системи бухгалтерського обліку та звітності малих підприємств; вирішення питань щодо організаційного забезпечення малого підприємництва; створення спеціалізованих банківських установ або установ з кредитування малого підприємництва; організація інформаційного, консультативного та кадрового забезпечення діяльності суб'єктів малого підприємництва; організація підготовки й перепідготовки кадрів через систему бізнес-центрів, інкубаторів та технопарків тощо.

На основі проведення даного дослідження можна зробити висновок, що становлення малого бізнесу є життєво необхідною умовою реформування української економіки. Він здатний забезпечити структурну перебудову економіки, створити нові робочі місця, сприяти процесам приватизації та демократизації. Сектор малого підприємництва в Україні ще недостатньо розвинутий, але потрібно докласти зусиль для його перспективного розвитку в майбутньому. Адже становлення малого бізнесу є гарантом невідворотності вітчизняних ринкових перетворень, джерелом прогресивних змін у соціально-економічному розвитку України.

Література: 1. Падерін І. Д. Аналіз діяльності малих підприємств за результатами анкетування // Економіка, фінанси і право. – 2005. – №12. – С. 38 – 39. 2. Парсяк В. Малий бізнес у контексті інноваційного розвитку економіки // Економіст. – 2006. – №8. – С. 52 – 53. 3. Пудсакулич В. Ю. Малий бізнес: проблема визначення розміру підприємства // Регіональна економіка. – 2007. – №3. – С. 251 – 258. 4. Варналій З. С. Мале підприємство: основи теорії і практики. – 3-тє вид. – К.: Знання, КОО, 2005. – 302 с.

Кураксина Е. Б.

УДК 005.915:005.51

ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях перехода от административной к рыночной экономике процесс планирования деятельности предприятия претерпел коренные изменения. Старая система планирования не соответствовала новым условиям. Работать же без планирования, как оказалось, не в состоянии ни одно предприятие. Таким образом, возникла необходимость разработки новой системы, отвечающей целям и задачам предприятия в условиях рыночной экономики, помогающей осуществлять эффективную управленческую деятельность. В условиях рыночной экономики значительная роль в успешной финансовой деятельности предприятия принадлежит финансовому планированию.

Финансовое планирование — это управление процессами создания, распределения, перераспределения и использования финансовых ресурсов на предприятии, реализующееся в детализированных финансовых планах. Финансовое планирование является составной частью общего процесса планирования. Если финансы, как таковые, охватывают все стороны деятельности предприятия, то финансовое планирование выражает эти стороны деятельности в соответствующих финансовых показателях, используемых в управлении экономикой [1].

Без финансового планирования не может быть достигнут тот уровень управления экономикой, который обеспечивает предприятию повышение его эффективности, успех на рынке, расши-

© Кураксина Е. Б., 2009

рение материальной базы, успешное решение социальных вопросов и вопросов материального стимулирования работников.

Финансовое планирование связано с планированием производственной деятельности предприятия. Показатели всех плановых финансовых инструментов базируются на планах объема производства, ассортимента товаров и услуг, себестоимости продукции, они должны создавать необходимые финансовые условия для успешного выполнения этих планов. В этом состоит основное назначение финансового планирования. Финансовое планирование способствует выявлению внутренних резервов предприятия.

Целью данной статьи является изучение подходов к финансовому планированию на предприятии.

Главным инструментом финансового планирования в современных условиях выступает финансовый план предприятия, в частности, в форме баланса доходов и расходов, значительное распространение в практике имеют также такие инструменты финансового планирования, как платежный календарь, бизнес-план [2].

Одним из основных направлений повышения эффективности финансового планирования является внедрение бюджетирования, так как бюджетирование может принести существенный эффект.

Бюджетирование – это процесс планирования будущей деятельности предприятия, результаты которого оформляются системой бюджетов [3]. Исходя из стратегических целей фирмы, бюджеты решают задачи распределения экономических ресурсов, находящихся в распоряжении организации. Разработка бюджетов придает количественную определенность выбранным перспективам существования фирмы.

К числу финансовых бюджетов относятся и бюджет доходов и расходов; бюджет денежных средств; прогнозный баланс. Дополнительным есть инвестиционный бюджет, который является отражением долгосрочной финансовой и инвестиционной стратегии предприятия [3].

Также важным аспектом стабильной деятельности предприятия – бизнес-план. Без него очень редкий инвестор решится вкладывать деньги в развитие или расширение бизнеса. От правильности и точности прогнозов зависят успехи и неудачи предпринимательской деятельности. Кроме того, при планировании необходимо учитывать структуру выпуска продукции, которая может оказать существенное влияние на финансовые результаты предприятия. После отказа от старой системы планирования многие отечественные предприятия пытались самостоятельно разработать новую эффективную систему, но нехватка квалифицированных специалистов данного направления делала задачу невыполнимой. Слепо перенимать западный опыт было неразумно. В идеальном случае современное планирование должно сочетать положительный опыт предыдущей системы хозяйствования и новое, что диктуется изменившимися условиями и позитивным зарубежным опытом [2].

Поэтому новшеством для Украины в финансовом планировании является: процесс планирования начинается не с производства, а с изучения потребности рынка в конкретном продукте; производится анализ безубыточности продаж; при планировании учитывается спрос на продукцию; определяется запас финансовой прочности; достоверно проводится сценарный анализ и анализ финансовой устойчивости предприятия в изменяющихся условиях деятельности.

Однако в финансовом планировании существуют и недостатки, связанные с медлительностью перехода от старой экономической системы к новой, которые заключаются в следующем: формы большинства планово-экономических документов неудобны для финансового анализа, экономическое планирование не доводится до финансового (то есть планируется только прибыль, а не деньги), и поэтому нет возможности определить потребность в финансировании предприятия.

Таким образом, можно сказать, что финансовое планирование несовершенно и имеет много недостатков, так как еще не закончен процесс адаптации к новым условиям. Финансовое планирование должно быть тесно связано и опираться на маркетинговый, производственный и другие планы предприятия, подчиняться миссии и общей стратегии предприятия. Никакие финансовые прогнозы не обретут практическую ценность до тех пор, пока не проработаны производственные и маркетинговые решения, что говорит о комплексности подхода в процессе ведения хозяйственной деятельности предприятия, что отвечает требованиям сегодняшнего дня.

Литература: 1. Шеремет А. Д. Теория экономического анализа. – М.: ИНФРА-М, 1992. – 232 с. 2. Брейли Р. Принципы корпоративных финансов / Р. Брейли, С. Майерс. – М.: "ОЛИМП-БИЗНЕС", 1997. – 352 с. 3. Палий В. Ф. Технично-экономический анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятий / В. Ф. Палий, Л. П. Суздальцева. – М., 2001. 4. Ковалев В. В. Финансовый анализ. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 236 с. 5. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин. – Москва: ИНФРА-М, 2006. – 160 с.

ПРОБЛЕМА БЕДНОСТИ В УКРАИНЕ

Проблема бедности – это очень актуальная тема сегодня. Сложная экономическая ситуация в нашей стране влияет на стремительное снижения уровня жизни. По критериям бедности Всемирного банка на сегодняшний день 70% украинцев живут за чертой бедности. Большинство украинцев в среднем тратят на продукты питания более половины своего заработка, при этом, согласно европейским нормам, обеспеченными можно считать граждан, которые тратят на еду менее 20% своего месячного бюджета [1]. Поэтому резкое подорожание продуктов за последние месяцы сильно ударило по карманам простых украинцев. В данной ситуации людям не хватает даже на самое необходимое, если учесть расходы на питание и на платежи по коммунальным услугам, то получается, что денег и вовсе не остается.

В настоящее время в Украине сложилась вообще уникальная ситуация: бедность является проблемой и для работающих. По состоянию на июнь 2008 года 814 тыс. граждан Украины была начислена зарплата ниже минимальной, установленной законодательством [2]. На таких категориях граждан необходимо сосредоточить особое внимание. Недавно одна из политических сил все же добилась, чтобы в новом бюджете минимальная заработная плата была приравнена к минимальному прожиточному минимуму. Но Кабмин не сможет с 1 января обеспечить норму приведения размера минимальной зарплаты к прожиточному минимуму, так как в стране нет для этого средств [3].

Необходимо принципиально изменить действующую систему льгот. Существование развитой системы льгот (в налогообложении, в оплате целого ряда услуг и т. п.) представляет собой одну из болевых точек нынешней социальной политики. Сторонники ее сохранения подчеркивают, что во многих странах военнослужащим, к примеру, кроме зарплаты, предоставляется целый ряд льгот. Но, во-первых, соответствующая отрасль возмещает убытки, которые могли бы понести из-за этого, скажем, транспортники. То есть фактически происходит перераспределение средств отрасли между прямыми и косвенными расходами на оплату труда. Во-вторых, и стоимость, и объемы использования этих льгот четко определены. У нас же и убытков отрасль не возмещает, и стоимость предоставленных льгот никто не считает. При этом не стремятся к наведению порядка с учетом использованных (а не просто продекларированных) льгот, прежде всего, те структуры, которые их предоставляют.

Ныне в украинском законодательстве предусмотрено девять видов многоразовых и четыре вида однократных льгот. Часть их должна обеспечивать определенные привилегии лицам, и без того имеющим достаточные средства к существованию, а часть направлена на социальную поддержку ущемленных слоев населения. Наиболее распространены льготы на оплату проезда в городском и пригородном пассажирском транспорте, право, на которое имеет треть населения страны, право на льготный проезд в междугородном транспорте (имеют 13% населения) [4]. В отличие от этого льготы на оплату жилищно-коммунальных услуг использует 94% имеющих на них право (примерно 8% населения, а с учетом членов семей — 14%). Вообще лишь 43% населения использует свое право на те или иные льготы, причем их удельный вес значительно выше среди более состоятельных слоев [4].

Более 70% получателей льгот — вполне обеспеченные по украинским стандартам люди. Например, среди пользователей льготами на оплату жилищно-коммунальных услуг доля небедных достигает 77% [4].

Подводя итоги, хотелось бы подчеркнуть необходимость минимизации льгот и замены их денежными выплатами. Кроме всего прочего, льгота ограничивает право выбора, например, пенсионера между проездом на трамвае и покупкой каких-либо товаров или оплатой услуг.

Те же льготы, которые будут сохранены, необходимо учитывать. Так, одним из направлений упорядочения компенсаций транспортникам за бесплатный проезд пенсионеров может стать выдача каждому пенсионеру определенного количества талонов на проезд, отличающихся от общих (чтобы предотвратить их использование другими гражданами). Такие талоны должны сдаваться водителю или кондуктору при проезде, попадая на транспортное предприятие. Только по фактической стоимости предъявленных талонов и должна осуществляться бюджетная компенсация затраченных средств этому предприятию.

Система социальной поддержки уязвимых слоев населения должна быть ориентирована на действительно нуждающихся. Необходимо, чтобы парламентарии наконец преодолели свою «длительность» и назвали бедность бедностью. За этим должно последовать утверждение официальных критериев и порогов бедности, разработка механизма государственной поддержки бедных слоев общества.

Самые высокие уровни бедности характерны для юго-восточных областей, где меньше распространены самозанятость и временная трудовая миграция, то есть там, где население хуже адаптировалось к новым социально-экономическим условиям. Несколько лучше ситуация в областях с

относительно высоким развитием незарегистрированного сектора экономики, включая личное подсобное хозяйство [5].

На взгляд автора, с целью решения проблемы бедности в Украине, в первую очередь, нужно срочно простимулировать внутренний спрос. Страна, в которой производятся и потребляются блага, менее сильно пострадает от кризиса. А для этого хотя бы нужно не прекращать выплаты по зарплате, социальные и другие выплаты, другими словами, чтобы у населения были деньги, которые они смогли бы тратить на продукты и услуги. Это, в свою очередь, будет стимулировать производство благ, тем самым позволяя сохранять рабочие места. Далее необходимо больше внимания уделять трудоустройству с помощью государственной службы занятости на свободные и вновь созданные рабочие места, также привлекать безработных к оплачиваемым общественным работам. Все мероприятия нужно проводить достаточно быстро и эффективно, иначе столь большие вливания денежных средств в экономику страны окажутся напрасными и не приведут к желаемым результатам.

Литература: 1. <http://times.ua/story/69443/>. 2. <http://www.zn.ua/3000/3050/54951/>. 3. <http://www.rbc.ua/rus/newsline/2008/12/25/483165.shtml>. 4. <http://www.zn.ua/2000/2650/30585/>. 5. <http://www.3w.mk.ua/Site3W/00000101.htm>.

УДК [339.727.2:330.5] (477)

Лоба К. А.

ВЛИЯНИЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ УКРАИНЫ

В Украине одной из целей государственной политики провозглашено содействие инвестиционной активности, в том числе развитию иностранных инвестиций. Вливание дополнительных ресурсов в экономику, техническое переоснащение украинских предприятий, внедрение современных технологий, включая управленческие технологии, – неполный перечень таких выгод.

Деятельность иностранных инвесторов в Украине регулируется приблизительно 70 нормативными актами разного уровня. К действующему законодательству постоянно вносятся изменения и дополнения, которые часто нарушают существующие положения и условия деятельности иностранных инвесторов [1].

Основные пути получения иностранного капитала заключаются в следующем: прямые инвестиции через создание предприятий с иностранным капиталом, в том числе совместных предприятий; портфельные инвестиции; кредиты, займы и гарантии международных финансовых институтов, стран, государственных учреждений и т. п. [2].

Прозрачность экономики, умение вести внешнеэкономические отношения, подготовка кадров, возврат долгов, выполнение обязательств государством и его субъектами, законодательная база и, наконец экономический рост – все это важнейшие составляющие, по которым оценивается та или иная страна. Оптимизация регулирования иностранного инвестирования требует комплексного подхода [3].

Исследователи McKinsey Global Institute пришли к выводу, что инвесторов интересуют, прежде всего, потенциал рынка и макроэкономическая стабильность [4].

Украина находится в сильной финансовой зависимости от Европейского Союза, одной из причин являются прямые иностранные инвестиции. На начало 2007 года они составили 4,65 млрд долл. США и их ежегодный прирост составляет около 850 млн долл. в год [5].

Внутренний потребительский рынок привлекает иностранные инвестиции, и это стимулирует большие инвестиции в пищевую промышленность, особенно, в последние годы, в торговлю. "Торговая тенденция" продолжается по мере продвижения самого большого в Украине немецкого инвестиционного проекта – сети Metro (текущие, в 2007 году инвестиции были запланированы на уровне 75 млн евро).

Свыше трех десятков крупных компаний с капиталом из Евросоюза работают в различных промышленных отраслях. Их финансовые показатели (за 2007 г.) дают суммарно 1,5 млрд евро дохода (оборота) и до 50 млн евро прибыли. Это, по показателям дохода, совсем немного, лишь 4,5% от всего промышленного производства в Украине. По меркам ЕС это вообще не суммы – почти 300 промышленных компаний в ЕС имеет оборот больший, нежели все инвесторы из Евросоюза в Украине вместе взятые. Хотя на некоторых рынках (например, пива) инвесторы из ЕС играют



ключевую роль. Оценка инвестиций ЕС по результатам не позволяет говорить о приоритете привнесения технологий: лишь 6 – 7% дохода крупных компаний приходится на работающие в технологических секторах (в то время как до трети всего оборота промышленных компаний с инвестициями из Евросоюза обеспечивают пиво и табак) [5].

Происходит расширение присутствия в Украине банков с капиталами из ЕС. Это имеет двоякий характер. С одной стороны – расширяют свои сети, открывают филиалы уже работающие банки (тот же австрийский Raiffeisenbank) или открывают дополнительные представительства банки, работающие на уровне представительских офисов. С другой – происходит скупка существующих украинских банков, открытие представительских офисов новичками, открытие филиалов [6].

Дальнейший приход банковского капитала из ЕС приведет к увеличению доли ЕС в банковской системе до 50% и выше. С учетом активного проникновения в банковскую систему российского капитала, присутствия американцев и казахов европейский фактор станет решающим в преобразовании банковской системы Украины из украинской в преимущественно иностранную уже к началу 2010-х годов. При невступлении Украины в ЕС потеря собственной банковской системы означает значительные риски для экономического суверенитета страны [7].

Таким образом, приток прямых инвестиций из Евросоюза выходит на ежегодный уровень в один миллиард долларов позволяет говорить о примерном равенстве для экономики Украины евросоюзных и российских инвестиций. С учетом примерного равенства внешнеторгового оборота Украины со странами ЕС и ЕЭП можно утверждать, что в ближайшие годы Украина продолжит балансировать в своей внешнеэкономической политике между Евросоюзом и Россией. Помимо количественной переоценки существует и качественная переоценка инвестиций из Евросоюза. Они, как правило, не идут на развитие технологических секторов украинской экономики (таких всего до одной десятой от всего объема вложенных средств). Зато инвестиции в банковский сектор могут вырасти настолько, что смогут нести угрозу экономической безопасности страны. При всем этом инвестиции из Украины в ЕС малозначительны и проводятся в основном крупными бизнес-группами. Если в Украине для инвестиций ЕС включен зеленый свет, то в ЕС украинские капиталы не ждут.

Возможно, указанные проблемы решались бы проще, если бы украинская власть четче выделяла приоритеты инвестиционного сотрудничества с ЕС. Так, нам, в первую очередь, нужны: технологии и возможности производить их самостоятельно, прозрачность ведения бизнеса европейскими партнерами, благоприятный инвестиционный климат для украинского бизнеса в Евросоюзе. Только настойчивая работа по этим направлениям сможет изменить процессы взаимной инвестиционной активности не только количественно, но и качественно.

Литература: 1. Гальчинский А. Иностраные инвестиции: проблемы и перспективы // Зеркало недели on the web. – 2007. – №36 (564). – <http://www.zerkalo-nedeli.com/nn/show/564/51246/>. 2. Балацкий Е. Иностраные инвестиции и экономический рост: теория и практика исследования / Е. Балацкий, Р. Павличенко // МЭиМО. – 2002. – №1. – С. 52 – 59. 3. Газета День. – www.day.kiev.ua 4. Фаррелл Д. Правда о глобализации / Д. Фаррелл, Я. Ремес, Х. Шульц // Вестник McKinsey. – 2003. – №3(5). – http://www.mckinsey.com/russianquarterly/articles/issue05/02_0303.aspx. 5. Газета Бизнес. – www.business.kiev.ua. 6. Электронная газета Proua. – www.proua.com. 7. Коваленко В. Что значат инвестиции ЕС для украинской экономики? // Диалог. Уа. – 13.06.2007 –. <http://dialogs.org.ua/ru/print/material/2/3284>.

Лосева Ю. М.

УДК 005.334

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Перехід української економіки на ринкові відносини об'єктивно визначає необхідність зміни форм і методів управління на рівні основного господарюючої ланки – підприємства. При сучасному стані української економіки суспільство висуває досить істотні вимоги до функціонування основних суб'єктів економічної діяльності. Ринкова реформа, кризовий стан української економіки й уведення процедури банкрутства у практику економічного життя України зробили актуальною проблему ефективної організації управління діяльністю підприємств, вибору методів антикризового управління, перетворення його в найважливіший важіль підприємницької активності.

© Лосева Ю. М., 2009

Мета даної роботи – розкрити сутність та доцільність використання методів антикризового управління. На підставі поставленої мети сформовані такі завдання: розкрити суть антикризового управління, уточнити методи виведення організації із кризового становища й виробити компетентність до прийняття оптимальних рішень в умовах обмежених фінансових ресурсів, великого ступеня невизначеності й ризику.

Об'єктом дослідження виступають заходи антикризового управління підприємствами.

Предмет дослідження – теоретичні проблеми і практичні питання використання методів антикризового управління.

У роботах останніх років пильна увага приділялася проблемам антикризового управління підприємствами, дослідженню ролі і значення управлінського персоналу у створенні й подоланні кризових ситуацій. Цими питаннями займаються автори: Р. А. Попов [1], Я. А. Фомін [2], Э. М. Короткова [3], у роботах яких наданий аналіз кризового становища української економіки й позначені конкретні шляхи виходу із кризи, розглянуті недоліки в розвитку системи управління економікою, які негативно вплинули на розвиток ринкових відносин в Україні. Однак у науковій літературі недостатньо розвинений системний підхід до вивчення всього комплексу теоретичних, методологічних і практичних проблем антикризового управління щодо доцільності використання його методології, інструментарію керівництвом підприємства.

Підприємство повинне оперативно реагувати на виникнення кризової ситуації. Але розвиток кризи може бути настільки швидким, що воно не встигне ухвалювати рішення щодо його врегулювання. Тому важливо заздалегідь виробити загальні принципи і стратегію антикризової комунікаційної програми, до якої фірма може звернутися у випадку виникнення кризової ситуації [4]. Формування такої стратегії дозволить підприємству оперативно реагувати на розвиток кризової ситуації, уникнути втрати часу при узгодженні дій з антикризового управління з усіма зацікавленими сторонами, показати громадськості, що підприємство усвідомлює масштаби кризи й уже має план дій щодо її врегулювання.

Велику увагу варто приділити формуванню команди з антикризового управління. Така команда може складатися, наприклад, з топ-менеджера або представника вищої управлінської ланки, консультанта з правових питань і керівника служби із зв'язків з громадськістю. Склад команди залежить від типу кризи, а учасниками повинні стати ті співробітники, які найбільш компетентні в питаннях з кризової ситуації. В основному робота повинна будуватися за такими напрямками: комунікації із клієнтами підприємства; відносини зі співробітниками; робота з урядових структур; робота зі ЗМІ. Крім того, члени антикризової команди відповідають за збір і аналіз інформації та її джерел, розвиток комунікаційної стратегії, поширення повідомлень про сформовану ситуацію, залучення третіх сторін для підтримки позицій підприємства. Робота зі ЗМІ містить у собі підготовку матеріалів для преси, моніторинг ЗМІ, реагування на недостовірну інформацію, організацію прес-конференцій [5].

Важливим моментом при підготовці до кризової ситуації є вибір відповідальної особи, що буде від імені підприємства представляти її позиції й інтереси перед громадськістю та ЗМІ під час кризової ситуації. Співробітник, якого вибрали, повинен стати компетентним джерелом інформації для цільових груп. Суть його роботи – постійно одержувати інформацію про розвиток ситуації, що виникла, і сприяти в її одержанні тим, хто її потребує [6].

Позиції й інтереси підприємства можуть представляти співробітники різних рівнів, це залежить від масштабу кризового становища, його типу та особливостей. Формування політики підприємства відносно ЗМІ – один зі складових пунктів планування антикризового управління. Під час кризової ситуації підприємство повинно орієнтуватися на думку цільової аудиторії й ураховувати її позицію у своїх виступах у ЗМІ. Важливо зосередитися на тій інформації, що викликає найбільший інтерес у громадськості [7].

Таким чином, можна зробити висновок, що підприємство у кризовій ситуації має спиратися на такі принципи: повинне мати стратегію розвитку бізнесу мінімум на три роки; до кризи потрібно бути готовим заздалегідь, тобто мати розроблену антикризову програму; при розробці антикризової стратегії необхідно визначити цільову аудиторію, найбільш значущу для нашого підприємства; кожний співробітник повинен знати, які дії почати до кризи, під час кризи, після кризи; виділити інформаційні потоки, які проходять через цільову аудиторію; призначити відповідальних осіб за координацію заходів; призначити співробітників для ведення переговорів зі ЗМІ; необхідно періодично організувати "спровоковані кризи".

Література: 1. Попов Р. А. Антикризисное управление. – М.: Высшая школа, 2003. – 428 с. 2. Фомин Я. А. Диагностика кризисного состояния предприятия. – М.: ЮНИТИ, 2003. – 352 с. 3. Короткова Э. М. Антикризисное управление. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 432 с. 4. Александров Г. А. Антикризисное управление: теория, практика, инфраструктура. – М.: Бек, 2002. – 544 с. 5. Родионова Н. В. Антикризисный менеджмент. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 223 с. 6. Жариков В. В. Управление финансами: Учебн. пособ. / В. В. Жариков, В. Д. Жариков. – Тамбов: Изд. Тамб. гос. техн. университета, 2002. – 80 с. 7. Айвазян З. Антикризисное управление: принятие решений на краю пропасти / З. Айвазян, В. Кириченко // <http://arbitration.narod.ru/>.

СПЕЦИФІКА БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В РИНКОВІЙ СИСТЕМІ ГОСПОДАРЮВАННЯ

За умови ринкової системи господарювання жодне підприємство не може працювати прибутково без ретельно підготовленого плану. Досвід організації підприємництва свідчить, що планування діяльності організації набуває дедалі більшого значення у зв'язку зі швидкими змінами в середовищі функціонування підприємства. Чим більш динамічним і невизначеним стає середовище діяльності, тим більше порядку має бути на підприємстві, більше уваги слід приділяти розробці стратегій та оперативним діям для їх реалізації.

Виникнення будь-якої підприємницької ідеї ставить багато різноманітних запитань: хто є конкретним споживачем, які кошти необхідні для реалізації проекту, чи виправдовує себе проект економічно та ін. Задля зазначення цих аспектів і складають бізнес-план.

Необхідність розробки бізнес-плану пояснюється ще й тим, що ризик банкрутства для щойно створених підприємств, особливо в перші 3 – 5 років, значний. Про це свідчить і міжнародна практика. Тому вміння складати бізнес-план в умовах сучасної економіки – це досить актуальне завдання.

Мета даної роботи – вивчення головних аспектів бізнес-планування та визначення його особливостей в умовах ринкової економіки.

Питанням розробки концепції бізнес-планування присвячено праці А.Миронової, І. Ідрісова, М. Мінченка, Н. Колеснікової, М. Пашути, В. Попова, В. Черняка, В. Кошелевої, Л. Штефан, А. Богомолова, С. Покропивного, В. Марцина, Г. Швиндаленко.

В економічній літературі бізнес-план розглядають у кількох аспектах. На думку автора, найбільш повне визначення бізнес-плану таке: бізнес-план – це письмовий документ, у якому викладено суть підприємницької ідеї, шляхи та засоби її реалізації, охарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні й фінансові аспекти майбутнього бізнесу та особливості управління ним [1].

У бізнес-плані сформульовано перспективи й поточні цілі реалізації ідеї, оцінено сильні й слабкі сторони бізнесу, наведено результати аналізу ринку й перелічено його особливості, викладено подробиці функціонування підприємства за таких умов, визначено обсяги фінансових та матеріальних ресурсів для реалізації проекту [2].

Бізнес-план у ринковій системі господарювання виконує дві найважливіші функції:

1) зовнішню – ознайомлення представників ділового світу із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї;

2) внутрішню (життєво важливу для діяльності самого підприємства) – опрацювання механізму самоорганізації, тобто цілісної, комплексної системи управління, реалізації підприємницького проекту [1].

Крім того, у бізнес-плані вирішуються такі конкретні завдання:

уточнюються правові аспекти, нормативи, обмеження, вимоги муніципальних органів;

наводиться аналіз початкових матеріалів;

розглядаються розміри можливих втрат;

формується інвестиційна програма проектної пропозиції нового бізнесу з чітким аналізом можливих варіантів розвитку ситуації;

визначаються форми та умови реалізації проектної пропозиції;

прогнозуються умови виробництва продукції (надання послуг) підприємствами;

визначаються показники економічної, комерційної та бюджетної ефективності проектної пропозиції;

розробляється стратегія маркетингу;

формується план фінансування та організації функціонування об'єкта;

визначаються умови, форми, терміни розвитку бізнесу;

уточнюються типи комерційних ризиків і умови страхування;

готується резюме, подаються основні характеристики, параметри та показники проектної пропозиції, її переваги, можливі доходи, інвестиційні й експлуатаційні витрати та ін. [2].

У бізнес-плануванні гнучко поєднуються виробничі та ринкові, фінансові й технічні, внутрішні та зовнішні аспекти діяльності підприємства. Цей документ дає чітку відповідь на значну кількість запитань і застерігає нових товаровиробників від можливих помилок та прорахунків [3].

Розробляючи бізнес-план і займаючись внутрішньофірмовим плануванням, розробники цих документів інколи допускають певні помилки, а тому зазнають невдач. Аналіз недоліків під час здійснення бізнес-проектів та бізнес-планів дає змогу виявити типові помилки і наочно продемонструвати користь професійного планування на підприємстві [4]. До головних прорахунків при розробці бізнес-плану можна віднести недостатній аналіз існуючого стану й обґрунтування вимог до плану, а також нечітко визначену мету бізнес-плану. Тому потрібно чітко визначити потреби у зміні стану системи, підготувати необхідну інформацію для прийняття рішення, перевірити, на яких даних базується визначення мети, яку користь принесе досягнення мети, за який час і з якими витратами можна цього досягти.

Специфіка бізнес-плану полягає в тому, що це комплексний документ, який відображає всі основні аспекти підприємницького проекту. У ньому розглянуто чимало проблем, які можуть виникнути під час діяльності, визначено спроби розв'язання цих проблем.

Отже, за ринкової системи господарювання бізнес-план – це активний робочий інструмент управління, відправний пункт усієї планової та виконавчої діяльності підприємства; це документ, який визначає оптимальні за часом і найменш ризиковані шляхи реалізації підприємницького проекту.

На сучасному етапі розвитку економіки бізнес-планування стало визнаною у всьому світі методологією підприємницької діяльності, перетворилося на своєрідний культурний міст у цивілізованому бізнесі і діловій співпраці між країнами й континентами.

Література: 1. Економіка підприємства: Підручник / За ред. С. Ф. Покропивного. –3-те вид., перебоб. та доп. – К.: Вид. КНЕУ, 2002. – 528 с. 2. Кошелєва В. Бізнес-план як складова функціонування підприємства / В. Кошелєва, Л. Штефан // Персонал. – 2007. – №10. – С. 15 – 17. 3. Марцин В. С. Планування як складова процесу фінансової діяльності // Фінанси України. – 2008. – №4. – С. 31. 4. Пашута М. Бізнес-планування як фактор успішної підприємницької діяльності // Персонал. – 2006. – №10. – С. 66 – 74.

УДК 339.9:658.155

Макуха А. В.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні діяльність вітчизняних виробничо-торгівельних підприємств, які працюють на ринку промислового обладнання, певною мірою залежить від імпортних поставок. Підприємства, що стоять перед вибором здійснення комерційної угоди між вітчизняним або закордонним виробником, повинні мати точну інформацію і діагноз про кінцеву ефективність угоди та її вплив на загальні результати діяльності підприємства.

Акціонерне товариство "Укрпромобладнання" здійснює внутрішньо- та зовнішньоекономічну діяльність з метою забезпечення підприємств електротехнічного, машинобудівного, нафтопереробного й паливно-енергетичного комплексу України, Росії та Казахстану таким обладнанням, як амперметри, вольтметри, ватметри, манометри, фазометри, термометри, лічильники електроенергії, реле, трансформатори, вентилятори тощо. Виробниками обладнання є заводи країн СНД, а також Німеччини. Фахівці АТ "Укрпромобладнання" здійснюють підбір можливих аналогів, а також консультують споживачів з питань застосування, конструкційних параметрів та особливостей обладнання. Підприємство використовує гнучку систему знижок залежно від обсягу замовлення. Усе це сприяє залученню нових споживачів до співробітництва. Широка пропозиція обладнання дає можливість, з одного боку, спрямовувати зусилля на максимальне врахування запитів підприємств-споживачів, а з іншого – вимагає обирати такий тип обладнання, який за комплексом параметрів був би ефективним для акціонерного товариства. Часто для підприємства виникає альтернатива постачання імпортного та вітчизняного обладнання, яке за рядом технічних параметрів є задовільним для споживача, але не завжди прийнятним за ціною. Вплив на вибір споживачем обладнання з боку АТ "Укрпромобладнання" буде залежати від ефективності конкретної угоди.

Метою даних досліджень була порівняльна оцінка зовнішньоекономічних операцій з постачання різноманітного промислового обладнання для підприємств електротехнічного, машинобудівного, нафтопереробного і паливно-енергетичного комплексу для продажу в Україні, Росії та Казахстані, а також формування системи діагностики ефективності зовнішньоекономічних операцій і її вплив на рентабельність підприємства.

Проведені розрахунки контрактної і реальної вартості закупівель дали змогу рекомендувати АТ "Укрпромобладнання" стратегію збільшення імпортних операцій за рахунок розширення кількості вкладених контрактів, а не їх вартості. Обмежуючими факторами реалізації такої стратегії виступатиме зростання внутрішніх цін на аналогічну продукцію вітчизняного виробництва та необхідність розширення кола потенційних покупців обладнання для паливно-енергетичного комплексу німецького виробника. Але за вчасного моніторингу впливу вказаних факторів підприємство може забезпечити підвищення рівня ефективності зовнішньоекономічних операцій у найближчій перспективі.

Для здійснення ефективного менеджменту у підприємстві, що досліджувалося, пропонується сформувати систему діагностики ефективності зовнішньоекономічних операцій та їх впливу на загальну рентабельність підприємства. Діагноз ефективності ЗЕД доцільно здійснювати за показниками, які узагальнюють діяльність підприємства (виручка від реалізації продукції, загальна виручка від реалізації продукції, загальна собівартість продукції, чистий прибуток, рентабельність) та характеризують зовнішньоекономічну діяльність у цілому і порівняно із внутрішніми операціями (оборотний капітал, авансований у товарні запаси за імпортом, виручка від реалізації імпортного обладнання, собівартість



імпортного обладнання, виручка від реалізації обладнання вітчизняного виробництва, собівартість обладнання вітчизняного виробництва, ціна імпортного обладнання та ціна вітчизняного обладнання).

Крім того, для оцінки ефективності ЗЕД введено такі показники ефективності: показник економічного ефекту імпорту (імпортний прибуток):

$$E_{\text{ім}} = B_{\text{р.ім.}} - B_{\text{п.ім.}}$$

де $E_{\text{ім}}$ – показник економічного ефекту імпорту, грн;
 $B_{\text{р.ім.}}$ – ціна реалізації імпортного обладнання за винятком витрат, пов'язаних з реалізацією (реклама, маркетинг, транспорт та ін.), грн;
 $B_{\text{п.ім.}}$ – ціна купівлі (придбання) імпортного обладнання, що включає всі витрати, пов'язані з придбанням (ціна контракту, мита, тощо), грн;
базовий коефіцієнт ефективності імпорту:

$$K_{\text{е.ім.}} = \frac{B_{\text{в}}}{B_{\text{ім}} + T_{\text{р}} + O_{\text{р}}},$$

де $K_{\text{е.ім.}}$ – базовий коефіцієнт ефективності імпорту обладнання;
 $B_{\text{в}}$ – внутрішня виручка від продажу імпортованого обладнання;
 $B_{\text{ім}}$ – вартість імпортованого обладнання;
 $T_{\text{р}}$ – транспортні витрати;
 $O_{\text{р}}$ – організаційні витрати;

альтернативний коефіцієнт ефективності імпорту:

$$AK_{\text{е.ім.}} = \frac{B_{\text{в}} + B_{\text{ім}} + T_{\text{р}} + O_{\text{р}}}{B_{\text{в}} + B_{\text{ан}}},$$

де $AK_{\text{е.ім.}}$ – альтернативний коефіцієнт ефективності імпорту обладнання;
 $B_{\text{ан}}$ – вартість вітчизняного обладнання, аналогічного імпортному;

коефіцієнт віддачі оборотного капіталу:

$$K_{\text{в.ім.}} = \frac{B_{\text{в}}}{OK},$$

де $K_{\text{в.ім.}}$ – коефіцієнт віддачі оборотного капіталу за імпортними операціями;
 $B_{\text{в}}$ – внутрішня виручка від реалізації імпортованого товару;
OK – оборотний капітал (авансований у запаси імпортованого обладнання).

Таким чином, на основі дослідження умов здійснення зовнішньоекономічних операцій для конкретного підприємства – АТ "Укрпромобладнання" – визначено сукупність показників, які доцільно ввести до складу системи діагностики ефективності зовнішньоекономічних операцій.

Ягольницький О. А.

УДК 332.135

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ КЛАСТЕРНИХ ІНІЦІАТИВ У ТРАНСКОРДОННОМУ СПІВРОБІТНИЦТВІ

У XXI сторіччі все більше популярності в наукових колах набувають теми всесвітньої глобалізації та посилення інтеграційних процесів. Не обминули ці процеси і Україну. Важливим партнером нашої країни у зовнішньополітичних та економічних зв'язках є Європейський Союз, і на сьогодні членство в ЄС є однією з головних стратегічних цілей України.

© Ягольницький О. А., 2009

Ураховуючи сучасну регіональну спрямованість європейської політики, в Україні необхідно виробити власну концепцію регіональної політики, складовою якої повинна стати регіональна транскордонна співпраця.

У цьому напрямку вже зроблено перші кроки:

затверджено в грудні 2006 року Кабінетом Міністрів України Державну програму розвитку транскордонної співпраці;

відбулися парламентські слухання 16 травня 2007 року "Про інтенсифікацію співпраці України з Європейським Союзом в рамках євро регіонів та перспективи транскордонної співпраці" [1];

п.6 Розпорядження КМУ 10.09.08 р. №1214-р затверджено розробку регіональної стратегії створення і ведення транскордонних кластерів [2].

Кластер, за результатами реалізації Швейцарського-українського проекту "Forza", визначений як територіально-галузеве добровільне об'єднання самодостатніх юридичних осіб, котрі зберігають свій автономний юридичний статус, здійснюють тісне співробітництво з науковими центрами, громадськими організаціями та органами місцевої влади з метою виробництва конкурентної продукції, надання послуги, захисту інтересів, досягнення загальної й особистої вигоди та створення умов для економічного розвитку регіону [3].

Транскордонне співробітництво – це специфічна сфера зовнішньоекономічної, політичної, екологічної, культурно-освітньої та інших видів міжнародної діяльності, яка здійснюється на регіональному рівні, і, охоплюючи всі загальні їхні форми, відрізняється необхідністю та можливостями більш активного їх використання, а також низкою особливостей, а саме – наявністю кордону і необхідністю його облаштування, спільним використанням природних ресурсів і, відповідно, спільним вирішенням проблем екологічної безпеки, більш широким взаємним спілкуванням населення сусідніх держав та особистими зв'язками людей, значно вищим навантаженням на інфраструктуру [4].

Однак, у даний час вітчизняна наука недостатньо уваги приділяє дослідженню методів формування та визначення пріоритетних кластерних ініціатив регіону. Також деякі вчені виділяють проблему фінансування кластерів. Тому важливо визначити ймовірні перспективи використання саме ринку фінансових послуг в забезпеченні кластерних ініціатив, де їм надається чи інфраструктурна чи базисна роль [5].

Основна мета дослідження полягає у пошуку способу визначення ймовірного виду транскордонного фінансового кластеру, а в перспективі – збільшення конкурентоспроможності регіонів України.

Для вирішення поставленого завдання використано метод аналізу ієрархій, розроблений американським математиком Т. Сааті [6], який дозволяє на базі кваліфікованих експертних оцінок здійснити технологічне передбачення можливого і бажаного стану розглядаємої організаційної системи та вибору найбільш вірогідного виду кластерного утворення.

Ґрунтуючись на вищезазваному, була розроблена ієрархічна модель прогнозування можливого сценарію створення фінансового кластеру "євро регіону "Слобожанщина", в якій враховано взаємозалежність факторів зовнішнього середовища, активних суб'єктів відносин середовища, мотивацію їхньої діяльності, а також сценарії створення можливих фінансових кластерів у прогнозованому майбутньому.

Результатом проведеного дослідження підтверджено можливість використання методу аналізу ієрархій, який дозволяє визначити можливі сценарії створення фінансових кластерів та оцінити їх вірогідність. Даний метод був обраний у зв'язку з тим, що на сучасному етапі основним стратегічним завданням є вступ до ЄС, тому необхідно розробляти програми максимально наближені до європейських стандартів.

Створення фінансових кластерних ініціатив транскордонного співробітництва є важливим кроком розвитку, як регіонів, так і економіки країни, що наблизить Україну до вступу в ЄС.

Література: 1. Бітнер О. Транскордонному співробітництву міцніти // Урядовий кур'єр. – 2007. – №86. — С. 4. 2. Розпорядження КМУ "Про затвердження плану заходів щодо реалізації стратегії національної безпеки України на 2009 рік" від 10.09.08 р. // <http://zakon.rada.gov.ua>. 3. Якуба М. М. Кластерний аналіз лісового сектору Карпатського регіону // Матеріали міжнародної конференції "Можливості міжнародної співпраці у формуванні лісових кластерів та дерев'яного домобудування" в м. Ужгород 26 березня 2009 р. – Ужгород, 2009. – 118 с. 4. Беленський П. Ю. Зовнішньоекономічна діяльність регіонів / П. Ю. Беленський, Н. А. Мікула // Регіональна політика: методологія, методи, практика: Монографія НАН України. Інститут регіональних досліджень / За ред. М. І. Долішнього. – Львів, 2001. — 729 с. 5. Внукова Н. М. Фінансові послуги в кластерних ініціативах транскордонного співробітництва // Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні: Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. – К.: КНТЕУ, 2007. – С. 54 – 56. 6. Амбросов А. Е. Системний аналіз в економіці: Конспект лекцій / А. Е. Амбросов, В. І. Лямед. – Харьков: ХИУ, 2006. – 249 с.

ОБҐРУНТУВАННЯ ТА ВИБІР ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Інновації на сучасному етапі розвитку економіки є основою досягнення конкурентних переваг. Тому все більше підприємств використовують їх як інструмент підвищення конкурентоспроможності. Упровадження цих інновацій відбувається за допомогою застосування концепції управління проектами. На сьогодні управління проектами стало визнаною у всіх розвинених країнах методологією інноваційної діяльності. Усі зміни та нововведення у сферах технології, техніки, управління, виробництва, маркетингу, організаційної структури та інших реалізуються в комплексній програмі, яка складається з окремих інноваційних проектів [1].

Але, враховуючи складну кризову ситуацію, що склалася в економіці країни, підприємства вимушені більш ретельно відноситися до відбору проектів та майбутнього ефекту від них. Постає питання скорочення фінансування і перегляду стратегічних цілей підприємства. У такому випадку, коли виникає брак коштів та немає можливостей реалізації всього комплексу проектів, необхідно вибрати з них найбільш доцільні на цей час для підприємства, які б відповідали новій стратегії, передбачали мінімум затрат та мали максимальний ефект.

Одним із найважливіших питань, які необхідно розглянути при вирішенні даної проблеми, є питання оцінки ефективності інновацій. У цій сфері значний вклад зробили вчені В. М. Гриньова, Р. А. Фатхутдинов, О. М. Хотяшева, С. Д. Ільєнкова, П. П. Микитюк, Л. І. Федулова, К. П. Янковський та ін.

Проте ситуація, що склалася в економіці, вимагає більш детально розглядати це питання, особливо зважаючи на нові внутрішні та зовнішні умови існування підприємств.

На практиці існує багато методів вибору інноваційних проектів. Це метод чистого дисконтованого доходу, індексу прибутковості, внутрішньої норми дохідності, строку окупності. Але, коли на підприємстві виникає проблема вибору одного проекту серед декількох доцільних та прибуткових, ще й спрямованих у різних напрямках, необхідно застосовувати інші методи, котрі були б адаптовані до особливостей підприємства. Це може бути метод переліку критеріїв, який полягає у такому: розглядається відповідність проекту кожному з установлених критеріїв і за кожним критерієм дається оцінка проекту. Метод дозволяє побачити всі переваги й недоліки проекту та порівняти свої стратегічні цілі й можливості з очікуваними результатами проекту та засобами, які необхідні для його реалізації. Також у разі потреби формалізації результатів аналізу проектів застосовується метод бальної оцінки. Він полягає в тому, що визначаються найбільш важливі фактори, які здійснюють вплив на результати проекту, та їм привласнюються значення залежно від їхньої важливості [2].

Критерії, необхідні для оцінки інноваційних проектів, можуть розрізнятися залежно від конкретних особливостей організації, її галузевої приналежності і стратегічної спрямованості. При складанні переліку критеріїв потрібно використовувати лише ті з них, що впливають безпосередньо з цілей, стратегії та завдань організації, її орієнтації, довгострокових планів.

Усі критерії розділяються на 5 блоків:

мета організації, стратегія, політика і цінності (сумісність проекту з поточною стратегією організації та довгостроковим планом, відповідність проекту вимогам організації з урахуванням тимчасового аспекту, вплив великих фінансових втрат і відстрочки одержання прибутку на сучасний стан справ в організації, вплив невдачі проекту на стан справ в організації та ін.);

фінансові критерії (розмір інвестицій, потенційний річний розмір прибутку, передбачуваний час, після закінчення якого даний проект почне приносити прибуток, наявність фінансів у потрібні моменти часу, фінансовий ризик, стабільне надходження доходів від проекту, можливість використання податкових пільг, фондівіддача та ін.);

науково-технічні критерії (ймовірність технічного успіху, патентна чистота, унікальність продукції, наявність науково-технічних ресурсів, вартість і час розробки, можливість майбутнього застосування нової генерованої технології, вплив на інші проекти, потреби в послугах консультативних фірм та ін.);

виробничі критерії (необхідність технологічних нововведень для здійснення проекту, відповідність проекту наявним виробничим потужностям, наявність виробничого персоналу, величина витрат виробництва та ін.);

зовнішні та екологічні критерії (можливий шкідливий вплив продуктів і виробничих процесів, правове забезпечення проекту, можлива реакція суспільної думки на здійснення проекту та ін.) [3].

Вибір інноваційних проектів – це один із суперечливих та проблемних аспектів інноваційного менеджменту. Найбільш складним є визначення системи критеріїв відбору та ранжування іннова-



ційних проектів на початковому етапі інноваційної діяльності, тому що до сьогодні не існує єдиної концепції оцінки ефективності інновацій. Причиною цього, по-перше, є те, що дохідність багатьох інновацій має стратегічний характер, а їх окупність спостерігається у великому часовому розриві відносно до періоду вкладання коштів. По-друге, інноваційна діяльність відбувається в умовах невизначеності та великого ризику, тому дуже складно оцінити на початковому етапі кінцевий результат нововведення. Також треба враховувати, що метою впровадження інновацій, наприклад, може бути не отримання прибутку в короткостроковому періоді, а створення іміджу інновативної компанії для стимулювання продажу основного асортименту.

Література: 1. Пономаренко В. С. Інновації: проблеми науки і практики. Монографія / В. С. Пономаренко, Ю. Б. Иванов, М. О. Кизим. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2007. – 208 с. 2. Гринева В. Н. Проблемы развития современного общества: культура, инновации, высокие технологии и экология / В. Н. Гринева, П. Д. Дудко, А. Г. Крюк. – Харьков: Изд. ХГЭУ, 2003. – 300 с. 3. Геець В. Інноваційні перспективи України: Монографія. / В. Геець, В. Семиноженко. – Харьков: Константа, 2006. – 272 с.

УДК 338.512

Маркова І. О.

Семенченко А. В.

АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ И ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО И СБЫТ ПРОДУКЦИИ

Выбор темы данной статьи обусловлен ее актуальностью в условиях рыночных отношений, когда каждое предприятие стремится извлечь максимальную прибыль с наименьшими затратами.

Изучение себестоимости продукции имеет важное значение для предпринимательской деятельности организаций. Данные учета издержек производства являются важным средством выявления производственных резервов, постоянного контроля за использованием материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Цель данной работы – рассмотрение показателя себестоимости продукции как одного из важнейших факторов развития экономики любого предприятия. Изучением данной темы занимались отечественные ученые, такие, как: Г. Л. Громыко, В. Е. Адамов, А. И. Ежов, А. С. Харченко и др. [1].

Задачами анализа себестоимости продукции являются: оценка обоснованности и напряженности плана по себестоимости продукции, издержкам производства и обращения на основе анализа поведения затрат; установление динамики и степени выполнения плана по себестоимости; определение факторов, повлиявших на динамику показателей себестоимости и выполнение плана по ним, величины и причины отклонений фактических затрат от плановых; анализ себестоимости отдельных видов продукции; выявление резервов дальнейшего снижения себестоимости продукции.

Анализ себестоимости продукции направлен на выявление возможностей повышения эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов в процессе производства, снабжения и сбыта продукции [2].

Важным разделом управления себестоимостью продукции является анализ взаимосвязи себестоимости, объема продаж и прибыли. Маркетинговый анализ должен ответить на вопрос, продавать ли небольшое количество изделий, но по относительно высокой цене, с ориентацией на состоятельного покупателя с индивидуальными запросами или продавать много изделий, ориентированных на массового покупателя по относительно низкой цене. Второй путь требует решения проблемы снижения расходов и себестоимости продукции, для этого необходим анализ поведения расходов. При анализе взаимосвязи расходов, объема продукции и прибыли вычисляют точку преломления убытков и прибыли, или порог рентабельности. Эта точка характеризует продажную выручку, когда уже нет убытков, но еще нет прибыли [3].

Себестоимость и прибыль являются одними из основных экономических категорий, отражающих деятельность предприятия. Размер прибыли зависит от трех факторов: роста объема производства (рост массы прибыли), увеличения цены и снижения затрат на производство и сбыт продукции. Следовательно, прибыль как бы заинтересовывает подразделения в значительном большем количестве факторов, чем себестоимость продукции. Но, как считает С. А. Воеводин, вклю-

© Маркова І. О., Семенченко А. В., 2009



чение прибыли в систему показателей для внутрихозяйственного расчета нецелесообразно по следующим причинам [4]:

1. Рост прибыли за счет увеличения количества продукции может перекрыть увеличение затрат и, таким образом, создать видимость благополучной работы.
2. Получение надбавок к цене за счет повышения качества изделий во многом связано с усилиями всего коллектива, а не отдельных подразделений.
3. Как показывает анализ, на многих предприятиях основным фактором роста прибыли является снижение затрат на производство и сбыт продукции.
4. Установление прибыли требует разработки условно-оптовых цен, а это значительно усложняет работу управленческого персонала.
5. На прибыль большое влияние оказывают ассортиментные сдвиги выпускаемой продукции.
6. Привлечение прибыли к оценке деятельности цехов вызвано, видимо, не экономической целесообразностью, а желанием перенести заводской показатель на уровень внутрихозяйственного расчета.

В настоящее время главное внимание коллективов цехов должно быть обращено на улучшение использования ресурсов и внедрение результатов научно-технического прогресса. Итоги деятельности в этих направлениях относительно легко можно выявить через снижение себестоимости продукции. Поэтому С. А. Воеводин [4, с. 105 – 106] предлагает основным цехам машиностроительной промышленности устанавливать план по себестоимости товарной продукции и задание на ее снижение. Поскольку фактическое снижение себестоимости относительно плана не всегда связано с усилиями данного коллектива, то себестоимость необходимо корректировать с учетом независимых факторов. Для точной оценки вклада цеха в результаты работы действенным методом является организация нормативного учета. Если коллектив будет знать, что снижение себестоимости, учитываемое в результатах хозрасчетной деятельности, зависит только от него, он с готовностью пойдет на более напряженное плановое задание [4].

Итогом анализа себестоимости является выявление резервов дальнейшего улучшения показателей. Резервы должны быть обобщены, взаимно увязаны, определены их общая сумма и основные направления реализации.

Литература: 1. Кожанова С. П. Економічний аналіз: Навч. посібн. / С. П. Кожанова, І. П. Отенко. – 2-е вид., доправ. і доп. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2005. – 344 с. 2. Петрова В. И. Анализ хозяйственной деятельности машиностроительного предприятия. – М.: Машиностроение, 2002. – 223 с. 3. Олейник С. У. Автоматизированные системы управления машиностроительными предприятиями: Учебник для вузов / С. У. Олейник, В. И. Иванова, Г. М. Макарова, С. К. Потемкин; [Под ред. С. У. Олейника. – М.: Высшая школа, 2005. – 222 с. 4. Воеводин С. А. Экономический механизм управления промышленным производством (методология и практика организации). – К.: Вища школа, 2003. – 160 с.

Мельник В. І.

УДК 339.13.017

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

У сучасний період розвитку економіки України стає очевидним, що для більшості вітчизняних підприємств вихід з кризи пов'язаний з виробництвом нової продукції, не лише технічно досконалої та якісної, а такої, що відповідає кращим зарубіжним аналогам і необхідна вітчизняним та зарубіжним споживачам, яка б задовольняла їх запити, у виробництві та реалізації якої підприємство зможе максимально використати свої переваги. У зв'язку з цим інноваційна діяльність промислових підприємств є визначальним інструментом у конкурентній боротьбі, що забезпечує умови для реалізації запитів споживачів. Причому найбільшого успіху досягають ті підприємства, які впроваджують у свою господарську діяльність різні типи інновацій.

Здійснення інноваційної діяльності опирається на маркетингові дослідження та оцінки. Місце і роль маркетингу як координуючої й інтегруючої функції в управлінні інноваційною діяльністю промислових підприємств вивчалися та були представлені у працях Ф. Котлера, Дж. Еванса, П. Діксона, П. Дойля, Ж. Ламбена, М. Портера, Д. Н. Баркана, І. М. Герчикової, А. Н. Романова, П. С. Зав'ялова, Р. А. Фатхутдінова та інших провідних учених-економістів. Разом з тим проблема використання маркетингових інновацій для підвищення рівня конкурентоспроможності продукції не була предметом наукового дослідження.

© Мельник В. І., 2009

Комплексний інтегрований підхід до цього питання досі не набув достатнього теоретичного та методологічного обґрунтування. Існує необхідність конкретизації суті поняття маркетингових інновацій, розробки методичних підходів до управління цими процесами на підприємстві, вивчення й узагальнення вітчизняного та зарубіжного досвіду з цих питань.

У зв'язку з цим метою даного дослідження є теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо впровадження маркетингових інновацій для підвищення конкурентоспроможності продукції промислових підприємств.

Маркетинговими інноваціями є реалізовані нові або значно поліпшені маркетингові методи, що охоплюють істотні зміни в дизайні й упакуванні продуктів, використанні нових методів продажів і презентації продуктів (послуг), їх подання та просування на ринки збуту, формування нових цінових стратегій.

Маркетингові інновації спрямовані на більш повне задоволення потреб споживачів, розширення їх складу, відкриття нових ринків збуту з метою підвищення обсягів продажів. Зміни в дизайні продукту, що є частиною нової маркетингової концепції, відносяться до змін у формі і зовнішньому вигляді продукту, які не впливають на його функціональні та споживчі характеристики. Вони також включають зміни в упакуванні, що для таких продуктів, як, наприклад, продукти харчування, напої, миючі засоби, є визначальним для їх зовнішнього вигляду [1].

Використання нових методів продажів і презентації продуктів пов'язане з розширенням продажів і не включає методи логістики (транспортування та зберігання). Використання нових методів подання і просування продуктів (послуг) означає застосування відповідних нових концепцій. Інновації у формуванні цін передбачають застосування нових цінових стратегій для торгівлі продуктами й послугами підприємства.

Сезонні, регулярні або інші поточні зміни в маркетингових інструментах, як правило, не є маркетинговими інноваціями. Варто розрізнити маркетингові інновації й продуктові, процесні інновації. Головним критерієм розмежування є наявність істотних змін у функціях або способах використання продукту. Продукти або послуги, функціональні або споживчі характеристики яких істотно поліпшені порівняно з існуючими, становлять продуктові інновації. Зміна дизайну існуючого продукту є маркетинговою, а не продуктовою інновацією, якщо його функціональні або споживчі характеристики не зазнали значних змін [2].

Таким чином, до маркетингових інновацій можна віднести такі:

упровадження значних змін у дизайн продуктів і послуг;

реалізація нової маркетингової стратегії, орієнтованої на розширення складу споживачів або ринків збуту;

застосування нових методів просування продукції (нові рекламні концепції, імідж бренда, методи індивідуалізації маркетингу та ін.);

використання нових каналів продажів (прямі продажі, Інтернет-торгівля, ліцензування продуктів і послуг);

введення нових концепцій презентації продуктів у торгівлі (наприклад, демонстраційні салони, веб-сайти та ін.);

використання нових цінових стратегій при продажі продуктів і послуг.

Маркетингові інновації можуть бути новими для підприємства, але воно не обов'язково повинне першим запроваджувати такі інновації. Не має значення також, чи були маркетингові інновації розроблені самим підприємством або іншими підприємствами.

Як свідчить вітчизняний досвід, на багатьох промислових підприємствах недооцінюється той факт, що успішне впровадження маркетингових інновацій є важливим компонентом маркетингових програм і що необхідно здійснювати точну координацію дій маркетингових служб з іншими службами підприємства.

Розробка маркетингових інновацій та їх реалізація припускає створення спеціальної групи на чолі з лідером – генератором нових ідей, що може запропонувати й запровадити в життя нововведення. Різні аспекти групового керування, принципи формування та діяльності інноваційної групи також вимагають всебічного теоретичного аналізу й практичної реалізації наявних наукових розробок.

Таким чином, у результаті проведеного дослідження обґрунтовано вплив інноваційної активності підприємства на підвищення конкурентоспроможності його продукції. Уточнено економічну сутність та склад маркетингових інновацій. Запропоновано модель управління маркетинговими інноваціями, яка базується на ефективному функціонуванні спеціальної групи маркетингової служби підприємства, що може бути використано вітчизняними підприємствами для підвищення конкурентоспроможності власної продукції.

Література: 1. Джагдиш Н. Проблемы и анализ продуктивности маркетинга / Н. Джагдиш, С. Раджендра // Российский журнал менеджмента. – 2007. – №2. – С. 91 – 116. 2. Кетова Н. П. Инновационный потенциал маркетинговых стратегий промышленных компаний регионов Юга России // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2008. – №1. – С. 40 – 52.

ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

Производительность труда является важным трудовым показателем. Все предприятия стремятся повысить его, так как от ее уровня и динамики зависит численность работников, уровень и фонд оплаты труда, объем выпуска продукции, а также развитие общества и уровень благосостояния населения.

Рост производительности труда проявляется в следующих формах: сокращение расходов труда на единицу произведенной потребительской стоимости, что выражается в экономии материальных и трудовых ресурсов; рост массы потребительских стоимостей, которые производятся в единицу времени, что отображается не в расходах, а в результатах труда; изменение соотношения между живым и овеществленным трудом с уменьшением расходов совокупного труда; увеличение массы и нормы прибавочного продукта [1].

Рост производительности труда обеспечивает увеличение реального продукта и дохода, поэтому он является важным показателем экономического роста страны.

По известному определению К. Маркса, рост производительности труда заключается в том, что частица затрат живого труда в продуктах уменьшается, а частица затрат прошлого труда (впущенной в средства производства) – увеличивается, но так, что общая сумма труда в каждой единице продукта уменьшается.

На сегодняшний день предложено много путей повышения производительности труда, также выделено несколько групп факторов, которые влияют на ее уровень: материально-технические, организационные, экономические и социальные.

Все четыре группы факторов роста производительности труда действуют не изолированно, а в тесной взаимосвязи, дополняя друг друга. Однако следует отметить, что реализация организационно-экономических и социальных факторов нуждается обычно в значительно меньших капитальных вложениях, чем обеспечение других двух групп факторов. При этом они могут оказать большое влияние на повышение эффективности производства и обеспечить наиболее быструю отдачу, а, следовательно, должны использоваться в первую очередь.

Также на уровень производительности труда на предприятии влияют уровень экстенсивного использования труда, интенсивность труда и технико-технологическое состояние производства.

Уровень экстенсивного использования труда показывает степень производительного использования и длительность на протяжении рабочего дня при неизменности других характеристик. Интенсивность труда характеризует степень ее напряженности и определяется количеством физической и умственной энергии человека, потраченной за единицу времени [2].

Следовательно, уровень экстенсивности использования труда и интенсивность труда — это важные факторы роста производительности труда, которые, однако, имеют четкие ограничения, то есть не могут использоваться бесконечно.

Источником роста производительности труда, который не имеет границ, является технико-технологическое совершенствование производства под действием научно-технического прогресса. За несколько последних десятилетий в развитых странах уровень экстенсивного использования труда уменьшился больше чем вдвое, интенсивность труда не росла, а производительность увеличилась в несколько раз, что проявилось в значительном росте благосостояния и уровня потребления всех слоев работающего населения.

Как известно, эффективность общественного производства предполагает опережение темпов роста производительности труда по сравнению с темпами роста средней заработной платы. В Украине за последние годы темпы роста заработной платы превышают рост производительности труда. По мнению доктора экономических наук Андрея Ревенко, это может свидетельствовать о дисбалансе ключевых макроэкономических показателей.

Андрей Ревенко приводит статистические данные, согласно которым за 2000 – 2007 годы среднегодовые темпы прироста реальной заработной платы составляли 19,2%, а темпы прироста производительности труда, определенные по ВВП, – 7,2%, то есть в 2,7 раза ниже. В то же время размер ВВП на душу населения в Украине, который дает представление о производительности труда, по данным ученого, в среднем составляет лишь 25% в сравнении со странами Евросоюза [3].

В сложившихся условиях можно предложить несколько способов повышения производительности труда, учитывая не только техническую сторону производства, но и человеческий фактор. Управление сотрудниками, правильная организация их трудовой деятельности помогут это сде-



вать. Какой бы ни был выбран стиль управления, важно создать нужный климат для работы сотрудников, объединить их в команды для работы над конкретной задачей. Для этого можно использовать несколько подходов: экономический, социальный, органический.

Экономический предусматривает стимулирование работодателем производительности труда, повышая премии, ставя бонусы на выполнение определенных задач. Органический подход в своей основе имеет качественную работу команды. Выделяется лидер и делается упор на развитии лидерских качеств у других членов команды. Социальный подход выражается в создании работнику максимально комфортных для него условий труда и отдыха, предоставлении социального пакета, льгот и т. д.

Применять эти подходы надо в совокупности с достижениями науки и техники, механизацией и автоматизацией производственных процессов, улучшением качества труда, ликвидацией простоев, устранением брака, совершенствованием управления и организации труда.

Литература: 1. Крайник О. П. Экономика предприятия: Учебн. пособ. / О. П. Крайник, Е. С. Барвинская; [Под ред. О. П. Крайник. – Львов: Национальный университет "Львовская политехника" (Информационно-издательский центр "ИНТЕЛЕКТ+", Институт последипломного образования), "Интеллект-Запад", 2003. – 208 с. 2. Мельник Л. Г. Экономика предприятия: Конспект лекций / Л. Г. Мельник, О. И. Каринцева. – Сумы: ВТД "Университетская книга", 2004. – 412 с. 3. Терещенко Н. Методология исследования процесса мотивации трудовой деятельности // Вестник Украинской академии государственного управления при Президенте Украины. – 2007. – №1.

УДК 005.591.6:005.332.4

Мищенко О. О.

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современных условиях развития экономики значительно возрастает роль инноваций как фактора повышения конкурентоспособности предприятия, поскольку при ужесточающейся борьбе за потребителя ключевые позиции занимают наиболее конкурентоспособные предприятия, то есть те, которые могут в максимально короткие сроки приспособиться к потребностям рынка, а значит, обладающие наибольшей мобильностью.

На рубеже XX – XXI веков страны, добившиеся наибольших успехов в сфере материального производства, смогли перейти из разряда индустриальных в постиндустриальные (Англия, Япония, США). Таким образом, происходит трансформация структуры экономики этих стран. Приоритетами их деятельности становится производство высокотехнической и высокотехнологичной продукции, которая зачастую облегчает как производственный процесс, так и повседневную жизнь потребителей и базируется на плодах интеллектуальной собственности. Данная продукция известна как "инновации", а динамика создания и их внедрения – "инновационный процесс".

Актуальность данного исследования связана с тем, что Украина поддерживает партнерские отношения со странами, входящими во Всемирную торговую организацию. И для того чтобы повышать объемы экспорта продукции на мировые рынки, их качество должно выдерживать конкуренцию со стороны стран-производителей.

Исследованию инноваций и инновационных процессов посвящена литература под редакцией как зарубежных, так и отечественных ученых: П. Друкера, А. Гринева, А. Мельника, Ю. Коренева, М. Хаммера и других ведущих ученых-экономистов [1 – 5].

Целью данного исследования является изучение экономической сущности инноваций как фактора повышения конкурентоспособности предприятия.

Задачи исследования: определить основные уровни поддержки инновационного процесса и инновационной деятельности предприятия, оценить конкурентоспособность экономики Украины и стратегические направления её инновационной деятельности.

На данный момент существует огромное количество вариантов толкования понятия "инновации". Учитывая все положительные и отрицательные их моменты, А. Г. Мельник предлагает следующую трактовку данного термина: "Инновации – это продуцированные в пределах организации, реализованные в экономическом обороте конкурентные преимущества, воплощенные в коммерциализированном продукте в виде технологий, лицензий, патентов, товаров и т. п." [3].

Ключевыми категориями инновационного процесса являются информация и интеллектуальная собственность. Их защита и регулирование осуществляется на основе Закона Украины "О приоритетных направлениях инновационной деятельности в Украине" [6].

© Мищенко О. О., 2009



Особенностями данного процесса выступают имиджевая направленность и учет потребностей конкретных потребителей.

Созданию конкурентоспособного продукта должна способствовать реализация задач на макро- и микроуровнях.

На макроуровне (уровень государства) этими задачами являются:

выбор приоритетов стратегического инновационного развития;

выплата бюджетных субсидий лучшим инновационным проектам;

создание условий развития интеллектуального потенциала и предотвращение "утечки мозгов" за рубеж;

обеспечение защиты прав интеллектуальной собственности;

поддержка малого и среднего бизнеса.

На микроуровне (уровень предприятия) должны реализовываться:

внедрение достижений науки и техники с целью снижения затрат и повышения качества продукции;

разработка эффективной инновационной стратегии;

повышение квалификации сотрудников предприятия;

освоение наиболее эффективных методов управления.

Проанализируем ситуацию с модернизацией производства в Украине.

Украина как страна с переходной экономикой имеет ряд преимуществ, особенно в период мирового финансового кризиса. В то время как состоявшимся развитым странам придется привлечь все имеющиеся активы для модернизации экономики, Украине достаточно лишь будет выбрать наиболее прогрессивный путь развития.

Однако столь радужные перспективы возможно осуществить лишь преодолев структурную деформацию отечественной экономики, в которой доминируют сырьевые отрасли (менее склонные к инновационным процессам).

Исходя из этого, основными направлениями инновационной деятельности Украины должны стать:

информационные технологии контроля и управления объектами базовых технологий; программные системы распознавания объектов и процессов;

электронная база систем связи, компьютерные и телекоммуникационные технологии;

современные компьютерные технологии для обучения и научных процессов [6].

Таким образом, инновации играют значительную роль в деятельности предприятия. Они дают возможность не только повышать конкурентоспособность, но и занимать лидирующие позиции при совокупном использовании оптимальной техники и технологии в сочетании с эффективным управлением.

Литература: 1. Друкер П. Бизнес и инновации. – М.: Вильямс, 2007. – 432 с. 2. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2003. – 308 с. 3. Мельник А. Г. Сущность инноваций и инновационного развития // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №12. – С. 20 – 26. 4. Коренев Ю. Г. Теоретичні аспекти інформаційного забезпечення підприємницької діяльності // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №5. – С. 30 – 36. 5. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: манифест для революции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чимпи. – М.: Веста, 2007. – 346 с. 6. Закон України "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні" від 16.01.2003 р. №433-IV // <http://zakon1.rada.gov.ua>.

Мілорадов А. О.

УДК 005.51:332.14

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ТА ЙОГО МІСЦЕ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Останніми роками роль регіону в забезпеченні соціально-економічного розвитку країни істотно зросла. Регіон можливо розглядати через сукупність підприємств, ефективність функціонування яких є основою регіонального розвитку в межах країни. Звідси виходить той факт, що успішна діяльність підприємства впливає на збільшення показників господарювання в регіоні, а через це – в країні. Це означає, що виникає потреба в забезпеченні ефективного функціонування кожного окремо взятого суб'єкта економіки в рамках регіону. Таким чином, питання, поставлені в роботі, є досить актуальними та своєчасними.

Метою роботи є формування науково-теоретичних засад планування діяльності підприємства.

© Мілорадов А. О., 2009

Завдання, поставлені та вирішені у процесі розкриття теми, такі:
визначено науково-теоретичні засади планування діяльності на підприємстві;
обґрунтовано, що дієвість бізнес-плану залежить від низки умов та підходів до його створення.

На погляд автора, одним із варіантів вирішення питання забезпечення ефективності діяльності як для підприємства, що тільки розпочинає свою діяльність, так і для підприємства, що знаходиться на етапі сталого розвитку, є планування.

У широкому сенсі планування є однією зі складових загального циклу управління або однією з його функцій поряд із організацією, контролем і регулюванням. Планування є постановкою цілей діяльності у вигляді кількісних та якісних показників, які необхідно досягти підприємству за той чи інший період. Таким чином, можна сказати, що планування виступає як початковий етап єдиного циклічного процесу управління підприємством.

Зміст внутрішньоорганізаційного планування як функції управління полягає в обґрунтованому визначенні основних напрямів і пропорцій розвитку виробництва з урахуванням матеріальних джерел його забезпечення та ринкового попиту. Суть планування виявляється в конкретизації цілей розвитку всієї фірми і кожного підрозділу окремо на встановлений період часу; визначенні господарських завдань, засобів їх досягнення, термінів і послідовності реалізації; виявленні матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, необхідних для вирішення поставлених завдань [1].

Треба сказати, що результати планування залежать від ступеня підготовленості та організації елементів системи планування, а саме:

- ресурсів;
- засобів досягнення цілей та завдань;
- контролю;
- результатів [2].

Планування на підприємстві презентується стратегічними за сферами функціонування бізнес-планами. Бізнес-план усе частіше розглядається науковцями та практиками як дієвий засіб забезпечення ефективності діяльності підприємства.

Бізнес-план – це програмний документ, додержання якого дозволяє в повній мірі скоординувати дії всіх підрозділів підприємства та виокремити загальну стратегію. Також корисність такого документа підтверджується тим, що він:

- забезпечує ефективність системи управління;
- конкретизує варіанти розвитку підприємства у вигляді кількісних та якісних показників;
- допомагає уникнути помилок та знижує ризики економічної діяльності;
- слугує офіційним документом при здійсненні пошуку фінансових ресурсів та залученні інвестицій;

дозволяє проводити порівняння запланованих та очікуваних результатів із фактичними.

Дієвість бізнес-плану забезпечується низкою умов, серед яких, на наш погляд, автора виокремлюються такі:

оригінальність ідей: концепція повинна відрізнитись своєю оригінальністю та новизною;
доцільність товару/послуги: обраний товар чи послуга мають відповідати потребам суспільства або обраної категорії споживачів;

підкріпленість фактами та обґрунтованими цифрами: всі дані, що вказані в бізнес-плані, повинні ґрунтуватись на реальних цифрах та перевірених явищах, отриманих шляхом експериментів і досліджень;

об'єктивність: оцінки та судження, що приводяться у бізнес-плані, повинні відображати об'єктивну реальність і виключати будь-які суб'єктивні висновки. Цього можна досягти шляхом обговорення у групі, що відповідальна за виконання того чи іншого завдання щодо бізнес-плану або консультування із компетентними людьми поза межами цієї групи;

ефективне використання часу та можливостей: важливе місце при складанні бізнес-плану повинно приділятися делегуванню обов'язків згідно з можливостями кожного члена групи. Також однією з необхідних умов є ефективне розподілення часу на виконання поставлених завдань. Як наслідок, відбувається усвідомлення того, що треба робити, та зазначаються чіткі часові рамки.

Запорукою успішного та ефективного бізнес-плану є поетапний підхід до його створення. Умовно можна виділити три етапи, а саме: підготовчий етап, етап розроблення бізнес-плану та реалізація бізнес-плану. На кожному із зазначених етапів формується алгоритм дій і назначаються конкретні люди чи підрозділи, які відповідали б за виконання завдань [3].

Таким чином, бізнес-план доцільно розглядати як засіб забезпечення ефективності діяльності підприємства. Дієвість бізнес-плану забезпечується створенням відповідних умов, поетапним підходом до його формування та усвідомлення керівниками важливої ролі бізнес-плану в забезпеченні діяльності підприємства як в умовах стабільності, так і під час кризи.

Література: 1. Герчикова И. Н. Менеджмент: Учебник. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1994. – 685 с. 2. Деловое планирование: методы, организация, современная практика / Под ред. В. И. Попова. – М.: Финансы и статистика 2002. – 366 с. 3. Наказ "Про затвердження Методичних рекомендацій з розроблення бізнес-плану підприємств" від 6 вересня 2006 року №290 // www.rada.gov.ua.

РОЗВИТОК ТА ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Малий бізнес є одним із провідних секторів економіки, який значною мірою впливає на темпи економічного зростання, стан зайнятості населення, структуру і якість валового національного продукту. Це неодноразово було підтверджено світовою практикою, яка свідчить про те, що необхідною умовою функціонування ринкової економіки є взаємодія великих, середніх та малих підприємств. При цьому мале підприємництво розглядається не тільки як доповнення до великого виробництва, а як цілком самостійна форма використання сучасних продуктивних сил – гнучка, життєздатна і ефективна. Особливе значення малого бізнесу полягає у структурній перебудові економіки, прискоренні науково-технічного прогресу, а також формуванні нової соціальної верстви шару. Проте в Україні мале підприємництво сьогодні ще не відіграє суттєвої ролі, оскільки воно тільки формується як реальна економічна сила в державі і шукає кращих перспектив.

Отже, з вищезазначеного випливає актуальність названого питання, що полягає в необхідності пошуку прогресивних шляхів підтримки малих підприємств в Україні як рушійної сили економічного розвитку. Специфіку цієї проблеми висвітлювали у своїх працях такі вітчизняні вчені, як Г. Білоус, В. Кузик, С. Мочерний, А. Орлов, Т. Смовженко, А. Стадник, І. Турський та ін. Усі вони стверджували про необхідність подальшого розвитку малого бізнесу. Так, З. Варналій [1] акцентував увагу на негативних тенденціях його розвитку в Україні; О. Мазур [2] розкривав питання інвестиційної діяльності малого підприємництва, а І. Турський [3] запропонував рекомендації щодо покращення його державної підтримки. Однак ще досі недостатньо вивчені механізми створення сприятливого середовища для малого підприємництва, що обумовлює необхідність подальших наукових розробок у цій сфері.

Метою даного дослідження є аналіз проблем ведення малого бізнесу в Україні, а також формування й реалізації його державної підтримки.

Мале підприємництво – це самостійна, систематична, ініціативна господарська діяльність малих підприємств та громадян-підприємців, яка проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку. В Україні цей вид діяльності регулюється Господарським кодексом України [4], Законом України "Про державну підтримку малого підприємництва" [5] та іншими нормативно-правовими актами. Відповідно до чинного законодавства, суб'єктами малого підприємництва в Україні є: фізичні особи, зареєстровані у встановленому законом порядку як суб'єкти підприємницької діяльності; юридичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та обсяг річного валового доходу не перевищує 500 000 євро.

Внесок малого бізнесу у вирішення завдань економічного і соціального характеру важко переоцінити. Серед функцій, що він виконує, можна назвати: створення додаткових робочих місць, зменшення рівня безробіття, вирішення проблем бідності; формування середнього класу – прошарку населення, який реально готовий нести відповідальність за сталий розвиток економіки, забезпечувати незворотність реформ; підтримання конкурентного середовища і обмеження монополізму великих підприємств, швидке насичення ринку товарами та послугами; розвиток місцевого господарства і ринків з орієнтацією на національні інтереси; загальне оздоровлення економіки і суспільства в цілому через виховання у підприємців господарської та ділової культури.

Незважаючи на це, практика господарювання малих підприємницьких структур в Україні засвідчує, що вони досі не стали могутнім сегментом вітчизняної економіки. Частка малого бізнесу у ВВП України складає 11%, а чисельність малих підприємств у розрахунку на 10 тис. чол. – 66; у той же час у розвинутих країнах частка малого бізнесу у ВВП складає 50 – 60%, а на 10 тис. чол. припадає 500 – 700 малих підприємств [6]. Відсутність належного рівня державного регулювання і підтримки підприємницької діяльності – головна причина такої ситуації.

Державна підтримка малого бізнесу – комплекс заходів держави, спрямованих на створення сприятливих умов підприємницької діяльності. З позицій системного підходу найповнішою слід вважати таку підтримку держави, яка включає наступні складові: кредитно-фінансова підтримка, податкова, інноваційна, інформаційна, кадрова підтримка тощо. В Україні вона здійснюється Кабінетом Міністрів та органами виконавчої влади.

Кредитно-фінансова підтримка спрямована на надання коштів підприємствам (цільових субсидій, прямих і гарантованих позик, дотацій, податкових пільг та кредитів, амортизаційних пільг тощо). В Україні ж у зв'язку з відсутністю у держави можливостей пряма фінансова допомога практично відсутня. Раніше основним способом фінансової підтримки малого бізнесу був банківський кредит, але у зв'язку з економічною кризою це джерело залучення фінансових ресурсів для малих підприємств практично перестало існувати.



На державному рівні фінансовою підтримкою підприємництва займається всього лише кілька структур, таких, як Ощадний банк України, Український фонд підтримки підприємництва, Державний комітет сприяння розвитку підприємництва.

Для суб'єктів малого підприємництва в Україні діє також спрощена система оподаткування, що передбачає заміну виплати встановлених законом обов'язкових платежів сплатою єдиного податку.

В Україні інноваційна підтримка реалізуються шляхом підготовки менеджерів малого бізнесу за рахунок міжнародної технічної допомоги. Варто відзначити й зусилля органів державної влади та управління в напрямку надання інформаційної допомоги малому підприємству в Україні. Мова йде, насамперед, про створення розгалуженої мережі бізнес-центрів, бізнес-інкубаторів, інноваційних центрів. Ці організації здійснюють консультування з проблем управління, планування, реалізації прийнятих рішень тощо.

Водночас загальні параметри розвитку малого підприємництва ще не відповідають можливостям та потребам української економіки. З метою вирішення цієї проблеми необхідно здійснити наступні кроки у сфері державного регулювання малого бізнесу: формування сприятливого підприємницького клімату; зменшення податкового навантаження, передусім для починаючих підприємців; удосконалення механізму фінансово-кредитної підтримки малого підприємництва; налагодження контролю у сфері малого підприємництва; розробка спеціальних програм підтримки малого бізнесу, а також заходів захисту споживчого ринку від неякісної фальсифікованої продукції.

Таким чином, вивчення проблем малого підприємництва дає підстави стверджувати про його безсумнівну перспективність у сучасній економіці, а отже, великий інтерес до нього не слід розглядати лише як чергову компанію в системі антикризових заходів, але і як напрямок довгострокової структурної політики. Виходячи з цього, в якості напрямків подальших досліджень може бути запропонований аналіз факторів, які мають позитивний і негативний вплив на розвиток малого бізнесу, а також розробка практичних рекомендацій щодо покращення економічного середовища з урахуванням світового досвіду.

Література: 1. Варналій З. С. Економіко-правові проблеми розвитку підприємництва в Україні // *Пріоритети*. – 2006. – №2. – С. 50 – 57. 2. Мазур О. Є. Інвестиційна діяльність малого підприємництва в Україні // *Фінанси України*. – 2006. – №6. – С. 21 – 24. 3. Турський І. Державне регулювання малого бізнесу в Україні та шлях його вдосконалення // *Наук. записки Терноп. держ. університету ім. Володимира Гнатюка*. – 2003. – №11. – С. 42 – 43. 4. *Господарський кодекс України* // <http://zakon1.rada.gov.ua>. 5. Закон України "Про державну підтримку малого підприємництва" // <http://zakon1.rada.gov.ua>. 6. <http://ukrstat.gov.ua>.

УДК 334.722(477)

Нехай М. Б.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

На початку XXI ст. сектор малого підприємництва стає невід'ємним, об'єктивно необхідним елементом будь-якої розвиненої господарської системи. У країнах із ринковою економікою малі підприємства є наймасовішою, найдинамічнішою і найгнучкішою формою ділового життя, адже вони не потребують великих стартових інвестицій, спроможні за певної підтримки найшвидше й найефективніше розв'язати проблеми демонополізації ринку, стимулювати розвиток економічної конкуренції та впроваджувати інновації без значних витрат на наукові дослідження. Водночас, на жаль, Україна за рівнем розвитку малого бізнесу значно відстає від розвинених країн, і хоча за роки незалежності у державі було створено велику кількість малих підприємств (МП), останні зазнають великих труднощів у процесі свого функціонування. Незважаючи на те, що вказаними проблемами займалися відомі вітчизняні та закордонні вчені, а саме: В. В. Виговська, Дж. К. Гелбрейт, В. А. Рубе, В. І. Шпак та інші, питання, пов'язані з їхнім вирішенням, усе одно залишаються відкритими для подальшого вивчення.

Мета дослідження – аналіз проблем становлення малого бізнесу в Україні, оцінка його сучасного стану та виявлення тенденцій подальшого розвитку. При дослідженні вітчизняного сектору малих підприємств важливими завданнями є визначення характерних особливостей його функціонування безпосередньо в Україні та пошук шляхів удосконалення діяльності МП, урахуовуючи досвід світової практики у цій сфері.

© Нехай М. Б., 2009



Становлення малого бізнесу в Україні розпочалося в 1990-х рр. із проголошенням її незалежності. Це період створення вітчизняної законодавчої бази, проведення приватизації, відкриття міжнародних фондів та ін. Саме в ці роки було прийнято закони України "Про підприємництво", "Про власність", "Про господарські товариства" тощо. Але, незважаючи на те, що починаючи з 1992 р. в Україні постійно з'являються нові МП, за кількістю господарських суб'єктів вона все одно катастрофічно відстає не лише від економічно розвинутих країн, але й від більшості перехідних економік.

Причиною цього є те, що умови становлення малого бізнесу в Україні характеризуються деякими певними особливостями.

Так, для українських МП характерне прагнення до максимальної самостійності, в той час як у світовій практиці більшість малих компаній так чи інакше пов'язана з великим бізнесом. Ці МП працюють "під замовлення великої компанії", тобто йдеться про так звані сателіти (МП, що підпорядковані в діяльності ВП), які, у свою чергу, поділяються на дилерів (реалізаторів продукції великих фірм) та субпідрядників (виробників продукції великих фірм). Наприклад, з 50 тис. постачальників концерну "Сіменс" дві третини – малі та середні фірми [1].

Взагалі найпоширенішою сучасною формою інтеграції великого і малого бізнесу вважається франчайзинг. Така форма дозволяє МП функціонувати як окремі незалежні одиниці, але за обумовленими правилами. "Франчайзі", як правило, отримує право на виробництво продукції під маркою "Франчайзора", його ноу-хау та зобов'язується дотримуватися встановлених стандартів на виробництво й реалізацію товарів (послуг).

Ще однією особливістю діяльності МП в Україні є поширеність такого явища, як диверсифікація [2]. Основною причиною концентрації підприємницьких зусиль одночасно в різнобічних сферах в умовах розвитку вітчизняного підприємництва, в першу чергу, виступає намагання знайти вихід зі скрутної економічної ситуації, вижити й мати можливість надалі розвивати свій бізнес.

Важливим фактором впливу на структурну динаміку малого бізнесу та особливості його функціонування є податкова політика, яка в Україні, на жаль, виступає лише фіскальним засобом поповнення бюджету, а не механізмом заохочення ділової активності. При цьому упродовж 1990-х рр. спостерігалась тенденція до посилення жорсткості системи оподаткування в цілому, що дуже негативно позначилося на становленні малого бізнесу. Уже в 1992 р. Декретом Кабміну "Про податок на прибуток підприємств і організацій" було відмінено існуючі податкові пільги, не компенсувавши жодними альтернативними засобами підтримки, що призвело до посилення тінізації суб'єктів малого бізнесу. Результати опитування, яке проводилося протягом червня 2001 року у всіх регіонах України показали, що 81% МП коли-небудь приховували доходи від оподаткування (при чому приховувалось від 10 до 90% прибутку).

У теперішніх умовах актуальною проблемою стає розробка методів і різних механізмів, які будуть спрямовані на забезпечення ефективного розвитку малого бізнесу в Україні. У цьому напрямку одним із головних завдань є вдосконалення управління фінансовими ресурсами, в тому числі їхньою структурою. Для цього розробляється політика формування фінансових ресурсів, основною метою якої є визначення необхідного рівня фінансування виробничо-господарської діяльності підприємств. Основними складовими цієї політики можуть виступати: визначення загальної потреби у фінансових ресурсах; розрахунок податкового навантаження на фінансові ресурси; залучення необхідного обсягу інвестицій тощо.

Крім того, малий бізнес є головним джерелом інновацій, адже понад 60% новітніх розробок здійснюється незалежними винахідниками та невеликими компаніями [3]. Ці дані яскраво свідчать про те, що інноваційне спрямування сучасної економіки України неможливе без забезпечення належного рівня розвитку МП. Щоб подолати суперечності на шляху становлення малого бізнесу, Україна потребує проведення цілої низки заходів, які були б спрямовані на поліпшення стану даного сектору, причому доречно було б урахувувати досвід розвинутих країн у цій сфері. Зокрема, для США та держав західної Європи характерне надання певних податкових пільг МП на перших роках існування, стимулювання приватної ініціативи громадян, розвиток виробничих зв'язків між великими та малими компаніями тощо.

Таким чином, в умовах сучасної трансформації економічних систем малий бізнес стає важливою складовою повноцінного функціонування ринку. МП діють переважно у тих сферах економіки, де діяльність ВП є нерациональною та невиправданою (роздрібна торгівля, надання інформаційних послуг тощо). На жаль, функціонування малого бізнесу в Україні пов'язано із багатьма проблемами і за рівнем розвитку МП наша держава значно відстає від розвинутих країн світу. Тому для того, щоб забезпечити інноваційне спрямування економіки та її конкурентоспроможність у світі, Україна потребує суттєвої модернізації та трансформації сектору МП, що дозволить малому бізнесу стати вагомим чинником, який буде здатен впливати на економічну ситуацію в країні.

Література: 1. Шпак В. І. Розвиток малого підприємництва в Україні: Наук. вид. – К.: МАУП, 2004. – 128 с. 2. Виговська В. В. Малий бізнес України: сучасний стан і тенденції розвитку // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №1. – С. 59 – 64 3. Парсяк В. Малий бізнес у контексті інноваційного розвитку економіки // Економіст. – 2006. – №8. – С. 52 – 53.

ЕКОНОМІЧНА КРИЗА ЯК ШАНС ДЛЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

На сьогоднішній день в Україні склалось скрутне економічне становище. Світова криза значно вплинула на економічний розвиток країни. Багато національних підприємств збанкрутіли, інші були вимушені скорочувати кількість робітників, обсяги виробництва, заморожувати плани на майбутнє. Але в кожного негативного на перший погляд явища є також і позитивні сторони.

Дослідження напрямків розвитку національних підприємств під час економічної кризи, можливості виходу їх та економіки країни в цілому на новий рівень є актуальним завданням.

Основною метою сьогодні є визначення факторів кризи, що можуть бути використані для стимулювання українських підприємств.

Для виявлення позитивних сторін економічної кризи необхідно вирішити такі завдання: спрогнозувати її наслідки та розглянути можливості використання умов, що склалися, для розвитку національного виробництва.

Одним із перших наслідків кризи став "природний відбір" підприємств в усіх галузях промисловості. Сильні та перспективні компанії, що мають значний запас коштів, скуповують збанкрутілі підприємства, які не змогли встояти під час кризи. "Очевидно, що не всі компанії зможуть вижити у кризових умовах. Це буде призводити до перерозподілу власності. Більш успішні компанії поглинатимуть менш успішні", — вважає експерт Інституту економічних досліджень та політичних консультацій Дмитро Науменко [1].

Одним із наслідків економічної кризи також стала девальвація гривні, що спричинила подорожчання імпортованих товарів та здешевлення національних. Девальвація гривні має позитивні наслідки як для підприємств, що орієнтовані на експорт, так і для тих, що постачають свою продукцію лише на національний ринок. Продукція національних експортно-орієнтованих підприємств стала значно дешевшою на міжнародному ринку порівняно з товарами інших країн, а отже, більш конкурентоспроможною. У свою чергу, українські підприємства легкої промисловості мають змогу наповнити національний ринок своєю продукцією, так як обсяги імпортованої продукції було значно знижено та їх вартість є більшою за вартість українських товарів, що також спричинено підвищенням митних зборів на імпортовану продукцію.

Кризове становище в економіці світу та України зокрема повинно стати значним стимулом для національних підприємств переглянути свою виробничу діяльність, провести маркетингові дослідження й почати впроваджувати нові технології, щоб працювати найефективніше. Якщо в період сприятливого розвитку економіки великі виробники не бачили економічної доцільності переозброєння підприємства, то на даному етапі, коли стався значний спад виробництва, така можливість з'явилася. При цьому швидке переозброєння сприятливо позначиться на всіх учасниках ринку. Крупні корпорації, почавши модернізацію виробництва, будуть вимушені інвестувати грошові засоби, що були виведені за кордон, у власне виробництво, а отже, в економіку України, при цьому отримавши сучасніше устаткування, що дозволить підвищити конкурентоспроможність продукції і, як наслідок, прискорити вихід держави з кризи.

Стимулювати національне виробництво також повинна держава. "Аграрний бізнес і підприємства переробної галузі завжди матимуть попит на свій товар і з часом можуть скласти новий експортний потенціал України замість аутсайдерських галузей, які й без кризи не можуть вижити без державної підтримки. Але для цього треба, щоб Україна проводила розумну політику", — зазначає Олег Соскін — директор Інституту трансформації суспільства [2]. Отже, українські виробники мають стимули та можливості підняти національну промисловість на новий рівень і дозволити їй розвиватися.

Основним завданням держави на даний момент є створення сприятливих умов для діяльності національних підприємств. Підтримка вітчизняного виробника повинна знайти своє відображення, перш за все, в податковій політиці. Перші кроки до реалізації такої політики вже були зроблені. 16 лютого 2009 відбулося засідання Ради національних асоціацій товаровиробників при Кабінеті Міністрів України (РНАТ) на тему "Шляхи виживання національних виробників товарів та послуг за умов економічної кризи". Учасники прийняли резолюцію, в якій одними з основних питань були звільнення від оподаткування ПДВ на природний газ та електроенергію, що поставляються для виробничих потреб промислових підприємств; скасування ПДВ або обчислення ПДВ за касовим методом, тобто при отриманні оплати покупцем грошових коштів за придбаний товар [3].



Підсумовуючи необхідно зазначити, що основними напрямками діяльності на мікрорівні рекомендовані модернізація, переозброєння підприємств, запровадження нових технологій та розгляд перспективи експорту продукції, а на макрорівні – вдосконалення податкової та митної політики щодо національних підприємств і проведення політики протекціонізму.

Світова економічна криза має стати поштовхом для розвитку української промисловості, економіки в цілому та можливістю виходу країни на новий економічний рівень.

Література: 1. Дніпровський О. Хто виграє від економічної кризи // Економічна правда. – 2008 – 18 листопада. – www.epravda.com.ua. 2. Концевич В. Н. Життя після кризи – виживе найсильніший // Львівська газета. – 2008. – №170 (478). 3. Пероганич Ю. Шляхи виживання національних виробників товарів та послуг за умов економічної кризи – бачення РНАТ // Асоціація підприємств інформаційних технологій України. – apitu.org.ua.

Однорал А. И.

УДК 005.32.331.108

Кобзева А. А.

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Предприятия и организации, которые хотят достигнуть успеха и обеспечить устойчивое развитие своего бизнеса, не могут себе позволить выступать в роли пассивных потребителей рабочей силы, воспринимая ее как один из многих ресурсов, необходимых для производства продукта или услуги. Данная тема является актуальной, так как управление персоналом представляет задачу не менее сложную, чем управление финансами, материальными потоками, запасами или сбытом готовой продукции.

В условиях кризиса сокращение численности персонала становится острой необходимостью. Нужен взвешенный, рациональный подход при увольнении персонала, отказе от выплаты доплат и надбавок, сокращении социальных льгот (бесплатные обеды, медицинское обслуживание и т. п.).

Как зарубежный, так и отечественный опыт управления персоналом показывает, что реализация механизма антикризисного управления предполагает решение проблемы качества работников. На данном этапе предприятиям приходится осваивать современные методы управления и уметь управлять в этих сложных условиях, используя технологии антикризисного управления. Рассмотрим наиболее распространенные методы работы с кадрами в режиме антикризисного управления [1].

При использовании метода адаптивных изменений конфликты разрешаются посредством компромиссов, сделок и перемещений в руководящем составе. Метод принудительных организационных изменений предусматривает использование силы. Кризисный метод предполагает, что в случае, когда кризис неизбежен, руководители, осознающие это ранее других, должны предпринять следующие действия: постараться убедить работников в неизбежности кризиса и принять предупредительные меры.

В процессе диагностики состояния, выбирая конкретный метод, необходимо учитывать два основных параметра:

- 1) временной горизонт;
- 2) профессиональную, психологическую, техническую готовность персонала к стратегически важным изменениям на предприятии.

Субъекты экономических отношений должны располагать высококвалифицированным персоналом, способным быстрее и эффективнее реагировать на изменения во внешней среде, принимать необходимые решения в сложных, кризисных ситуациях, в условиях дефицита времени. Поэтому одной из приоритетных задач является создание эффективной системы обучения кадров, переподготовки специалистов, повышения их квалификации. Деятельность кадровой службы на этом этапе должна включать диагностику кадрового потенциала предприятия, разработку стратегии реорганизации и кадровых программ поддержки реорганизации, сокращение персонала, повышение производительности труда, разрешение конфликтов [2].

При реорганизации кризисного предприятия целесообразно осуществлять следующие меры: сокращать в организационной структуре управления нужно уровни, а не рабочие места; при

© Однорал А. И., Кобзева А. А., 2009



проведении сокращений необходимо учитывать взаимозависимость элементов организационной структуры и осуществлять дальнейшие меры по стабилизации новой организационной структуры и психологической поддержке персонала; не увлекаться масштабными сокращениями персонала; периодически переоценивать кадровую структуру предприятия; целесообразно выявлять, поддерживать и обучать работников предприятия, проявляющих качества лидера и склонность к управленческой деятельности; поддерживать образовательные программы, реализуемые на предприятии, и др.

Система управления персоналом должна быть направлена на установление связи между стратегиями, индивидуальными целями и критериями эффективности труда на всех уровнях иерархии производства [3].

Соответствие стратегии управления персоналом глобальной стратегии развития предприятия — важнейший аспект менеджмента персонала в рамках антикризисного управления предприятием [4].

Важная составляющая управления персоналом на кризисных предприятиях — кадровая политика. Можно выделить несколько типов кадровой политики в условиях кризиса предприятий.

При использовании пассивной кадровой политики у руководства предприятия нет четко выраженной программы действий в отношении персонала, и в условиях кризиса на предприятии кадровая деятельность сводится в лучшем случае к ликвидации негативных последствий работы. При реактивной кадровой политике руководство предприятия осуществляет контроль за симптомами кризисной ситуации и предпринимает меры по локализации кризиса. Кадровые службы предприятия располагают средствами диагностики.

Превентивная кадровая политика предусматривает построение обоснованных прогнозов развития ситуации. Кадровая служба предприятия располагает средствами не только диагностики, но и прогнозирования кадровой ситуации на среднесрочный период.

При использовании активной кадровой политики руководство предприятия имеет удовлетворительный диагноз и обоснованный прогноз развития ситуации, а также средства для воздействия на нее. Кадровая служба предприятия располагает средствами не только диагностики, но и прогнозирования кадровой ситуации на средне- и долгосрочный периоды [5].

Один из принципиальных подходов к повышению уровня конкурентоспособности кризисного предприятия — это ликвидация имеющихся изъянов структуры, препятствующих повышению конкурентоспособности. Чрезвычайно важное значение имеет управление организационными изменениями в условиях кризиса. Планирование организационных изменений охватывает аналитическую и прогнозную деятельности, разработку возможных мер и выбор соответствующей стратегии.

Литература: 1. Журавлев П. В. Технология управления персоналом. Настольная книга менеджера / П. В. Журавлев, С. А. Карташов — М.: Экзамен, 1999. — 152 с. 2. Пушкарь А. И. Моделирование процессов управления персоналом кризисного предприятия / А. И. Пушкарь, А. Л. Колос // В кн.: Экономика труда, Сб. науч. тр. Вып. 3. — Хмельницкий: Технологический университет Подолья; НПП "Эврика" ООО, 2005. — С. 137 — 140. 3. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. — М.: ИНФРА-М, 1997. — 280 с. 4. Большаков А. С. Менеджмент. — СПб.: Питер, 2000. — 160 с. 5. Базаров Т. Ю. Управление персоналом / Т. Ю. Базаров, Б. Л. Еремин, З. И. Аксенова. — М.: ЮНИТИ, 2000. — 240 с. 6. Травин В. В. Основы кадрового менеджмента / В. В. Травин, В. А. Дятлов. — М.: Дело, 1999. — 248 с.

УДК 331.103.3

Осадчая Ю. В.

РЕЗЕРВЫ РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

Решение многообразных проблем ускорения социально-экономического развития страны выдвинуло на первый план обеспечение устойчивых темпов роста производительности труда. Это вызвало необходимость углубленного исследования процесса формирования затрат и результатов труда, разработки комплекса важнейших практических рекомендаций по повышению производительности труда, рассмотрения всех факторов её роста.

В настоящее время на предприятиях имеются большие потенциальные возможности повышения производительности: все еще велики потери таких ресурсов, как энергия, материалы, рабо-

© Осадчая Ю. В., 2009



чье время персонала, которых можно было бы избежать; низок уровень нормирования труда; система оплаты труда неадекватна современным условиям. Таким образом, проблема выявления и реализации резервов роста производительности на уровне предприятия является особенно актуальной.

В экономической литературе проблеме поиска резервов роста производительности всегда уделялось достаточно внимания. Определенный вклад в решение данной проблемы сделали такие ученые, как В. С. Астраускас, А. В. Воропаева, Р. В. Гаврилов, Дж. К. Грейсон, Л. И. Жуков, А. Л. Иванченко, Е. В. Касымовская, Я. Н. Кваша, А. А. Костин, Г. Р. Кремнев, Ю. М. Кротов, А. С. Кудрявцев, Н. И. Майоров, Е. Л. Маневич, С. Г. Меликьян, В. С. Немчинов, Н. А. Сироштан, Дж. Д. Синк, М. Я. Слешпгер, С. Г. Соболев, С. Г. Струмилини, О. Г. Туровец, В. И. Фильев и др. Однако большинство работ посвящено использованию резервов повышения производительности живого труда и эффективности производства, в числе которых рассматриваются и организационные резервы [1].

Существует несколько понятий производительности. Под производительностью в широком смысле понимается склонность человека к постоянному поиску возможностей к усовершенствованию того, что существует. Согласно Д. Синку, производительность также определяется как отношение произведенного продукта к потребленному ресурсу и является одним из показателей общей эффективности фирмы [2]. Рассмотрим смысл термина "производительность труда" в его связи с термином "производительность предприятия". Производительность труда (ПТ) – важнейший показатель общей производительности предприятия. Она характеризует продуктивность, плодотворность, результативность труда и определяется количеством произведенной продукции в каждую единицу рабочего времени, или временем, которое затрачивается на единицу продукции. Следовательно, задача его роста на предприятии, по мнению ученых, заключается в максимальной экономии времени на производство определенного количества продукции при минимуме затрат труда [1]. Однако в современных условиях, когда важность вещественного фактора производства существенно возросла, увеличилась материалоемкость, наукоемкость продукции и фондовооруженность труда, производительность в гораздо меньшей степени обусловлена личным фактором и экономический смысл данного определения производительности искажается.

Следовательно, более актуальным определением на корпоративном уровне будет понятие производительности труда как отношения результата труда к затратам совокупного труда. В настоящее время большое число работ посвящено вопросу поиска резервов повышения производительности [3].

Очевидно, что обращение к проблеме роста производительности предприятия является важнейшей задачей теории и практики управления в современный период.

Исходя из задач роста производительности труда, важное значение имеют изыскание и использование всех имеющихся резервов. Под резервами следует понимать имеющиеся, но еще не использованные возможности повышения производительности труда за счет наилучшего использования всех факторов ее роста [4].

Резервы могут быть разделены на две большие группы: резервы улучшения использования средств производства; резервы улучшения использования рабочей силы. Все резервы роста производительности труда — как первой, так и второй групп — дифференцируются по времени и месту их выявления и использования [3].

Снижение трудоемкости изготовления продукции является важнейшим и неисчерпаемым резервом повышения производительности труда, связанным комплексной механизацией и автоматизацией производства, внедрением новой и модернизацией действующей техники, совершенствованием технологических процессов, совершенствованием организации производства, внедрением научной организации труда.

Выявление и использование резервов фонда рабочего времени предполагает установление причин нерационального его использования и разработку мероприятий по сокращению его потерь.

Изысканию резервов улучшения использования рабочего времени в большей мере способствует правильная постановка планирования рабочего времени и учета его потерь.

Все внутрипроизводственные резервы роста производительности труда целесообразно подразделить еще на два вида: трудообразующие и трудосберегающие. К числу трудообразующих резервов следует относить улучшение использования фонда рабочего времени и повышение интенсивности труда до уровня средней нормальной путем уплотнения рабочего времени. К числу трудосберегающих резервов необходимо относить все резервы, связанные с сокращением трудоемкости производства продукции [5].

Внутрипроизводственные резервы по группе трудообразующих факторов, как правило, оцениваются по показателям использования рабочего дня и рабочего года.

Литература: 1. Генкин Б. Н. Введение в теорию эффективного труда: Учебн. пособ. — СПб.: СПбГИЭА, 1992. — 248 с. 2. Ремизов К. С. Основы Экономики труда. — М.: Издательство Московского Университета, 1990. — 634 с. 3. Новодворский М. Н. Рост производительности труда — центральная проблема совершенствования хозяйственного механизма. — Краснодар, 1997. — 590 с. 4. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 284 с. 5. Устинов В. А. Экономика управления предприятием: Учебн. пособ. — М.: ГАУ, 1993. — 388 с. 6. Основы управления персоналом / Ред. Б. М. Генкина. — М.: Высшая школа, 1996. — 478 с.

ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ВЛАСТИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ЙОГО РОЗВИТКУ

У науковій літературі системний підхід до підприємства є найбільш використовуваним з часу появи теорії загальних систем, проте досі існує дискусія щодо певних категорій, зокрема "система", "компонент", "системоутворюючий фактор" тощо. Серед них виділяється також питання щодо класифікації властивостей економічної системи, тобто підприємства, в ході його розвитку. З огляду на це тема дослідження є актуальною.

Питаннями розв'язання методологічних проблем системних досліджень присвячені роботи Л. фон Берталанфі, В. Н. Садовського, А. І. Уйомова, І. І. Д'яконова, І. Н. Пащенко, Л. Г. Шемяєвої та інших, проте досі залишаються невирішеними проблеми дослідження ключових властивостей розвитку підприємства в ракурсі системних досліджень, а саме його адаптивності.

Метою роботи є виявлення існуючих ознак класифікації властивостей економічної системи, визначення місця адаптивності у співвідношенні з іншими властивостями розвитку підприємства.

Огляд наукової літератури свідчить про неоднозначність думок авторів щодо властивостей системи. Так, Р. А. Фатхутдінов класифікує властивості системи за такими ознаками: 1) сутність та складність; 2) зв'язок із зовнішнім середовищем; 3) згідно з методологією цілеполягання системи; 4) за параметрами функціонування й розвитку [1]. Ю. І. Бурименко розглядає властивості системи згідно з ефективністю її роботи [2]. І. Н. Пащенко до властивостей системи відносить подільність на підсистеми та компоненти [3]; В. Н. Спицнадель – інтегративність елементів, організованість, суттєвість зв'язків між елементами та (чи) їхніми властивостями, сукупність елементів [4], такої ж думки і В. Н. Романов [5]. У літературі існує класифікація властивостей системи за ознаками поділу згідно з ціляками та функціями, структурою, за ресурсами й особливостями взаємодії із середовищем та ті, що відносяться до інших [6]. У роботах С. В. Кунцева наведено класифікацію ознак складних систем згідно з взаємодією із зовнішнім середовищем, рівнями організації [7].

Таким чином, у літературі відсутня єдина думка щодо класифікації властивостей системи. Крім того, недостатня увага приділена визначенню ключової властивості підприємства в контексті його розвитку. Так, О. В. Раєвнева базовими властивостями складних соціально-економічних відкритих систем (яким є підприємство) на сучасному етапі розвитку вважає адаптивність, антиципативність, рефлексивність, валентність, відображення [8]. На думку авторів, існує необхідність у теоретичному обґрунтуванні диференціації властивостей підприємства в контексті його розвитку. Варто брати до уваги той факт, що підприємство є динамічним об'єктом, а у процесі його функціонування та розвитку, окрім мінливості умов, ресурсів, цілей тощо, відбувається заміна значущості ключових для певного етапу розвитку підприємства властивостей.

Ефективними управлінськими діями можуть бути лише тоді, коли на певному етапі розвитку економічної системи відбувається управління та орієнтація на доцільно обрані ключові властивості. Загальними етапами розвитку для всіх економічних систем є: 1) становлення; 2) процеси зростання; 3) процеси граничної ефективності; 4) протидія спаду. В узагальненому вигляді видозмінення властивостей підприємства згідно з їх значущістю визначеному етапу розвитку економічної системи під впливом управлінських дій відбувається таким чином (q-quality (властивість)): 1) властивості, що забезпечують життєздатність процесів діяльності (q(fS)): наприклад, рекуперативність, інтегративність, мобільність, модифікаційність, конструктивність, маневреність тощо; 2) властивості, що забезпечують реагування системи (q(reS)): еластичність, інерційність, інтерактивність, автономність, рекурсивність, узгодженість, компенсаторність та ін.; 3) властивості, що харак-теризують стан та

характер зв'язків із зовнішнім середовищем (q(iS \updownarrow)), відображення, валентність, сприйняття, рефлексивність, антиципативність тощо; 4) властивості, що характеризують ефективність функціонування (q(efS)): стійкість, гнучкість, безперервність, надійність, стабільність та ін.; 5) ключова властивість, що забезпечує перехід підприємства на певний етап розвитку, – адаптивність. Так, постійне ускладнення структури економічної системи у процесі її функціонування повинно відбуватися за умови постійної адаптації. Доречним є використання терміна "економічна адаптивність" (EA), через те що дослідження проводиться з метою вдосконалення фінансово-економічних показників діяльності економічної системи. Крім того, варто наголосити на тому, що будь-які дії та процеси підприємства повинні відбуватися згідно з метою (бажаний стан – P(fS)), у свою чергу фактичний результат (R(fS)) не завжди відповідає меті. Зазначені формальні записи було зроблено з метою схематичного зображення зміни значущості властивостей підприємства в ході його розвитку (рисунок).

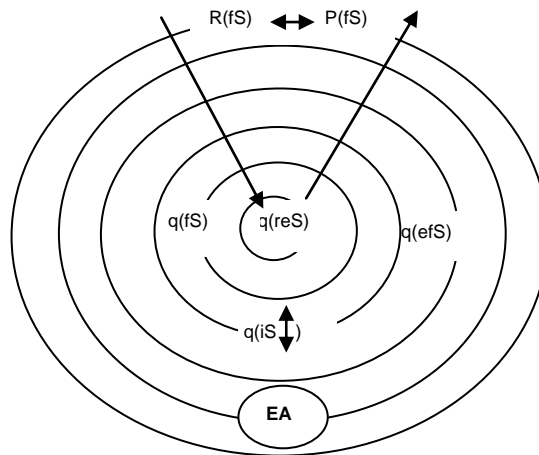


Рис. Схема взаємозв'язків властивостей підприємства в ході його розвитку

Схема ілюструє наявність властивостей та потоки їх взаємодії на певному рівні розвитку підприємства в обох напрямках, мета і результат є найвагомішими та завершують контур функціонування підприємства. Виявлення ключових для певного етапу розвитку властивостей підприємства є запорукою здійснення ефективних управлінських дій.

Література: 1. Райзберг Б. А. Управление экономикой. Учебник / Б. А. Райзберг, Р. А. Фатхутдинов. – М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 1999. – 784 с. 2. Буремко Ю. И. Основы теории систем и системного анализа: Учебн. пособ. – Одесса: Изд. "Optimum", 2005. – 136 с. 3. Пашенко І. Н. Системний підхід до управління підприємством / І. Н. Пашенко, Л. І. Чернобай // Вісник національного університету "Львівська політехніка". – 2007. – №82. – С. 218 – 224. 4. Спицнадель В. Н. Основы системного анализа: Учебн. пособ. – СПб.: "Изд. дом "Бизнес-пресса", 2000. – 326 с. 5. <http://ru.wikipedia.org/wiki>. 6. Кунцев С. В. Особенности синергетического подхода при моделировании сложных систем // Зб. наук. пр. "Сучасна картина світу: інтеграція наукового та позанаукового знання". Вип. 3. – Суми: ВВП "Мрія-1" ЛТД, УАБС, 2004. – С. 46 – 50. 7. Романов В. Н. Системный анализ для инженеров. – СПб.: СЗГЗТУ, 2006. – 186 с. 8. Раевнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: Монографія. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2006. – 494 с.

Плотникова М. Д.

УДК 005.511(083.92)

СУЩНОСТЬ РАЗДЕЛОВ БИЗНЕС-ПЛАНА СОЦИАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

В условиях кризиса, при снижении активности покупательной способности населения, необходимо, как никогда, четко формулировать и изучать все аспекты деятельности при формировании бизнес-плана. Не всегда проекты, получившие полноценное инвестирование, раскрывают полностью всю суть задач, которые необходимо решить при воплощении бизнес-плана в жизнь. Как правило, нерешенными остаются социальные интересы участников, для которых разрабатывается бизнес-план.

Исследованию проблем бизнес-планирования посвящены работы таких авторов как Р. Акофф [1], Густав Берл, Пол Кишнер [2], Ф. Котлер [3, с. 132], которые считали, что в основе предпринимательства в большей мере лежит человеческий, а не финансовый или технический факторы. Однако в их работах не представлены рекомендации по работе бизнес-планов социальной направленности, поэтому целью данной статьи является рассмотрение необходимости формирования разделов бизнес-плана социальной направленности.

Обобщая определения бизнес-плана, имеющиеся в научных изданиях, можно сделать вывод о том, что бизнес-план – это письменный документ, в котором заложена сущность предпринимательской идеи, пути и способы ее реализации и характеризуются рыночные, производственные, организационные и финансовые аспекты будущего бизнеса и особенности управления ими.

© Плотникова М. Д., 2009

К основным разделам бизнес-плана следует отнести такие, как: резюме (где содержится информация о компании и ее владельцах); цели и задачи (основные положения предполагаемого проекта); продукт/услуга (описание, отличительные черты, технология производства, оценка конкурентоспособности данного товара, методы обеспечения качества продукции и т. д.); анализ рынка (положения дел в отрасли, потенциальные клиенты, сегменты рынка, конкурентная среда, эффективность данного вида бизнеса, возможные перспективы развития и т. д.); план маркетинга (ценообразование, методы стимулирования продаж, оптимальные объемы реализации, схема распространения, рекламные проекты и т. д.); план производства (требуемые материалы, оборудование и производственные мощности, источники их поставки, субподрядчики, технология производства виды производимой продукции и т. д.); руководство и персонал (схема взаимодействия руководства и сотрудников, кадровая структура, виды оплаты труда, квалификация персонала и т. д.); источники и объемы требуемых средств (необходимые объемы и источники финансовых ресурсов, условия возврата средств, наличие свободных ресурсов и т. д.); основы финансового плана и оценка рисков (прогнозируемые объемы продаж и прибыли/убытки, возможные риски, подробный план ожидаемых доходов и расходов, социально-политический климат в целом по стране и в конкретном регионе, а также риски, связанные с ним, схемы обеспечения дебиторской и кредиторской задолженностей и т. д.); детальный финансовый план/бюджет (анализ движения денежных средств поквартально, определение себестоимости продукции, поквартальные оценки прибылей и убытков, определение финансовых потоков и т. д.).

В каждом из разделов бизнес-плана следует указать их специфику в отношении социальной направленности. Основное внимание, по мнению автора, следует уделить разделу "Руководство и персонал", сделав акцент на степень удовлетворенности потребностей потребителей и удовлетворенности персонала. Иногда для заключения выгодной сделки важную роль играет не услуга (товар), которая предлагается, а человек, который заинтересован в заключении контракта и ведет переговоры. Тем более, если речь идет о предоставлении услуг.

Любая услуга в любой социальной сфере должна предоставляться качественно. Персонал, предоставляющий услугу, должен работать так, чтобы клиент был уверен в своей уникальности и чувствовал себя максимально комфортно именно в вашей компании. И если в результате хорошей маркетинговой и финансовой стратегии потребитель захочет воспользоваться услугами вашей фирмы, а персонал не сможет качественно предоставить необходимую клиенту услугу по причине неопытности, неквалифицированности или невоспитанности, то абсолютно все действия, предпринятые вами раньше для получения максимальной прибыли, будут бессмысленны.

В сложившейся кризисной ситуации, при всеобщей социальной неудовлетворенности, клиент хочет получить максимум предоставляемых услуг при минимуме затрат на них. В свою очередь, продавец услуг преследует противоположную цель. Именно поэтому надо обладать психологическими навыками и знать, как себя вести в разных ситуациях. Необходимо тонко чувствовать настрой клиента, использовать различные психологические подходы и методы коммуникаций.

Как показывает практика, при формировании бизнес-плана для социальной сферы деятельности необходимо учитывать человеческий фактор в первую очередь, так как основной вид деятельности в социальной сфере – работа с людьми. Данную методику предлагается внедрять при планировании работы волонтеров и методистов города Харькова в детских клубах по месту жительства.

Литература: 1. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. – М.: Прогресс, 1985. – 240 с. 2. Густав Берл. Мгновенный бизнес-план, двенадцать быстрых шагов к успеху / Густав Берл, Пол Киршнер. – М.: ИНФРА-М, 1995. – 160 с. 3. Котлер Ф. Управление маркетингом / Пер. с англ. – М.: Экономика, 1980. – 280 с.

Поклонська Ю. С.

УДК 005.32:321:107.2

РЕКЛАМА ТА МАРКЕТИНГ

Актуальність даної теми обумовлена тим, що реклама розвивається й міцніє, тому що повідомляє величезній кількості людей відомості про нові і більш досконалі товари. Вона відіграє ключову роль в розвитку економіки та є її важливим елементом.

Мета роботи – охарактеризувати рекламу як один із важливих елементів маркетингових та суспільних комунікацій, описати загальні тенденції і проблеми розвитку рекламної справи в Україні,

© Поклонська Ю. С., 2009



проаналізувати сучасний стан ринку рекламних послуг та специфіку рекламної інформації і її сприйняття в нашій державі.

Проблему реклами та маркетинг розглядали різні вчені: Л. В. Балабанова, В. І. Банько, А. І. Говоров, Д. В. Беклішов, К. І. Воронов, А. І. Ковалев, В. В. Войленко, Ф. Котлер, В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева, Е. Э. Евтухова.

Основними елементами, які складають систему заходів щодо формування і стимулювання попиту на ринку (promotion mix) виступають: реклама, засоби стимулювання збуту, прямі продажі тощо. Щодо реклами, то вона покликана відігравати одне з найскладніших завдань у системі маркетингових комунікацій – формувати і стимулювати попит. Звичайно, здійснити повне управління процесом впливу на споживача зі сторони фірми неможливо, проте споживачам необхідно надати інформацію з тим, щоб переконати їх у перевагах товару фірми, розсіяти недовір'я, сформувати й активізувати попит тощо. Реклама сприяє реалізації товару, процесу перетворення товару в гроші, сприяє прискореному й успішному завершенню процесу збуту товару, обігу коштів, тобто процесу відтворення на рівні фірми. Реклама може конструювати попит і управляти ним.

Реклама стала необхідним елементом процесу продажу товарів і за обсягом піднялася майже на висоту світового рівня. Розвиток рекламної діяльності в Україні не викликає сумнівів, але законодавча база в Україні є ще недосконалою: не створено колегіального органу – позавідомчої ради, передбаченої законом про рекламу, відсутня низка підзаконних актів. Реклама не існує сама по собі. Вона є лише інструментом ринку. В основі реклами — інформація та переконання. Вона робить це шляхом купівлі площ і часу в засобах масової інформації. Реклама в засобах масової інформації сприяє розвитку масового ринку товарів і послуг, отже, вкладення підприємств у виробництво стають виправданими. Доходи ж від реклами починають забезпечувати життєдіяльність газет та журналів, які намагаються охопити якомога, більші маси людей.

Отже, реклама буде фундаментом поваги і довір'я не тільки до фірми, але й до країни, що представляє цю фірму. Але чого не може зробити ніяка реклама – це продати товар, що рекламується вдруге, якщо в перший раз вона обманула сподівання покупця. У цьому випадку чим більший розмах рекламної роботи, тим більші збитки.

Крім інформації про вироби та послуги, реклама може передавати так само кваліфіковано суспільні, політичні чи благодійні ідеї.

Уряди багатьох країн для вирішення проблем, які пов'язані з труднощами просування через звичайні урядові канали, звертаються до системи спілкування через рекламу.

Одна з основних проблем сучасного українського рекламіста – це практично відсутність вітчизняної теоретичної бази для підготовки відповідних спеціалістів. У зв'язку з цим у рекламній галузі спостерігається тотальний дефіцит кваліфікованих спеціалістів, які могли б забезпечити виробників якісною та професійною і, відповідно, недорогою рекламою. Тому на сьогодні на українському рекламному ринку склалася ситуація, коли широкі рекламні акції та довготривалі рекламні кампанії здійснюються, як це не прикро, не вітчизняними сторонами, а закордонними (як рекламодавцями, так і рекламістами), що користуються ситуацією переходу на нові рейки господарювання у країнах постсоціалістичної Європи і завойовують для себе нові ринкові простори збуту. Тут вони володіють масами переваг як у матеріальному, так і у планах організаційному та професійному.

Аналіз результатів рекламної діяльності підприємства є складовою частиною маркетингового аналізу. У процесі аналізу передбачається періодична всебічна або за окремими напрямками об'єктивна перевірка рекламної діяльності фірми, тобто порівняння запланованих та реально одержаних показників.

Проведені дослідження дають можливість зробити такі висновки. Сьогодні українські рекламісти просуваються на нелегкому шляху свого розвитку маленькими кроками, долаючи його методом "спроб і помилок", методом копіювання Заходу і перенесення його рішень на наш ринок, пристосовуючи західну рекламу розвинутого ринку до українських реалій "хворої" економіки. Нашим спеціалістам варто б більше уваги звернути на наші місцеві особливості, підійти до проблеми більш твердо, згадати українські історичні традиції та звичаї.

Аналіз результатів рекламної діяльності підприємства є складовою частиною маркетингового аналізу. У процесі аналізу передбачається періодична всебічна або за окремими напрямками об'єктивна перевірка рекламної діяльності фірми, тобто порівняння запланованих та реально одержаних показників.

Таким чином, цілями аналізу рекламної діяльності є: аналіз відповідності цілей та завдань рекламної діяльності цілям і завданням маркетингу; установлення різниці між запланованими та фактичними витратами на проведення рекламної кампанії; визначення конкретних результатів рекламної діяльності за певний час; розробка заходів для поліпшення рекламної діяльності в перспективі.

Література: 1. Закон України "Про рекламу" // Урядовий кур'єр. – 1996. – 25 липня. – С. 6. 2. Закон України "Про обмеження монополізму і недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності" // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – №21. – С. 611 – 619. 3. Балабанова Л. В. Оптовая торговля: маркетинг и коммерция. – М.: Экономика, 1990. – 98 с. 4. Ковалев А. И. Маркетинговый анализ / А. И. Ковалев, В. В. Войленко. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. 5. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1999.

ОСНОВНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Якісне оновлення суспільних відносин, що відбувається на етапі економічних перетворень в Україні, зумовлює глибокі та масштабні зміни як економічної системи в цілому, так і всіх її структурних елементів. Тож не даремно одне з провідних місць у державі сьогодні займає підприємництво, адже саме з підприємництвом держава пов'язує надію на швидкі позитивні структурні зміни в економіці, вихід з економічної кризи та створення умов для розширення впровадження ринкових реформ.

Основні аспекти розвитку підприємництва в Україні досліджуються в роботах П. Орлова, С. Афанасьєва, М. Дребота, В. Любімова, Т. Майорової, А. Музиченко, А. Пересади, В. Пухальського, О. Удалих, В. Федоренка, Д. Черваньова, А. Черела й інших провідних вчених-економістів.

Метою даної роботи є дослідження й аналіз основних засад підприємницької діяльності в Україні та за її межами; перспективи визначення значущості і важливості ролі підприємництва в економічному житті суспільства на сучасному етапі.

Підприємництво — це провідний сектор ринкової економіки, який забезпечує насиченість ринку товарами та послугами, сприяє здоровій конкуренції, створює новий прошарок — підприємець-власник. Воно базується на самостійній, ініціативній, систематичній, на власний ризик діяльності з виробництва продукції, надання послуг, торгівлі й має на меті отримання прибутку.

Підприємництво виступає важливим джерелом фінансового та організаційного забезпечення соціального захисту, вносить визначальний внесок у зменшення соціальної напруги і демократизації ринкових відносин. Саме підприємництво забезпечує свій рівень існування, воно є фундаментальною основою у формуванні середнього класу. Також воно виступає інвестором вітчизняної економіки і сприяє розширенню експортних можливостей держави.

Перспективи малого та середнього бізнесу пов'язані і з його особливою роллю як у переході до ринкової економіки, так і в її становленні. Насамперед, це полягає в тому, що самостійне господарювання суб'єктів підприємницької діяльності активно впливає на формування конкурентного середовища.

Великою мірою роль підприємництва полягає у вирішенні питання зайнятості, що проявляється, насамперед, у здатності малого та середнього бізнесу створювати нові робочі місця і поглинати надлишкову робочу силу. Особливо це стосується нинішнього стану справ як в Україні в цілому, так і в нашому регіоні зокрема. Адже в той час, коли йде процес скорочення робочих місць на великих підприємствах, малі фірми не тільки зберігають, але й створюють нові робочі місця. З огляду на це підприємництво є більшим стабілізуючим фактором, ніж велика індустрія.

Створення і діяльність великої кількості підприємств забезпечує стабільний розвиток регіональної економіки. Завдяки більш високій конкуренції вони краще забезпечують місцеві ринки товарами та послугами і в той же час значно менше дестабілізують ситуацію на ринку робочої сили при банкрутстві окремих з них порівняно з великими підприємствами.

Домінуюче місце серед суб'єктів господарського права належить такому суб'єктові, як підприємство. Це зумовлено особливими економічними і соціальними функціями підприємства в економічній системі, а саме функціями товаровиробника, який задовольняє суспільні потреби у продукції, роботах, послугах. Тому законодавчий інститут підприємства або господарюючого суб'єкта є центральною частиною системи господарського права України, його правовою основою.

Підприємства мають право на добровільних засадах об'єднувати свою науково-технічну, виробничу, комерційну та інші види діяльності, якщо це не суперечить чинному антимонопольному законодавству. Як свідчить світовий і вітчизняний досвід господарювання в умовах ринкової економіки, підприємства можуть створювати різні за принципами та цілями добровільні об'єднання. Законодавство України про підприємства оперує такими поняттями, як організаційні форми, види і категорії підприємств. Кожне з них вживається для класифікації підприємств за певними ознаками [1].

Залежно від форм власності Господарським кодексом України передбачено функціонування підприємств таких видів [1]:

державне підприємство — це самостійна господарська одиниця з правами юридичної особи, яка функціонує на основі державної форми власності в різних галузях народного господарства;

приватне підприємство — це вид юридичної особи, заснованої на приватній власності;

колективне підприємство — це організаційно-правова форма підприємства, заснованого на одному або кількох видах колективної власності;

комунальне підприємство — діє на основі комунальної власності територіальної громади;

підприємство, засноване на змішаній формі власності (на базі об'єднання майна різних форм власності).

Залежно від правової форми організації підприємства, кількості засновників та особливостей розподілу прав і обов'язків виділяються унітарні та корпоративні підприємства.

Унітарне підприємство — підприємство, що створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний фонд.



Унітарними є підприємства державні, комунальні, підприємства, засновані на власності об'єднання громадян, релігійної організації або на приватній власності засновника [1].

Корпоративне підприємство — підприємство, що утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням, діє на основі об'єднання майна та підприємницької чи трудової діяльності засновників, їх спільного управління справами.

Корпоративними є кооперативні підприємства, підприємства, що створюються у формі господарського товариства, а також інші підприємства, в тому числі засновані на приватній власності двох або більше осіб [1].

Існуючі правові форми організації підприємств постійно вдосконалюються шляхом уточнення законодавцем особливостей, пов'язаних з практичною діяльністю підприємців, що знайшло свій відбиток у високій динаміці змін як у економіці країни, так і світовій в цілому.

Для усунення негативних тенденцій необхідно сконцентрувати увагу на забезпеченні ефективного розвитку підприємства як основного елемента економічної системи України.

Отже, в результаті проведення дослідження були вивчені основні аспекти та перспективи розвитку підприємництва в Україні, а також було доведено, що підприємництво є центральною частиною системи господарського права та забезпечує стабільний розвиток регіональної економіки.

Література: 1. Господарський кодекс України. — Харків: ТОВ "Одіссей", 2008. — 240 с. 2. Афанасьєв Н. В. Економіка підприємництва: Навч.-метод. посібн. для самостійного вивчення дисципліни / Н. В. Афанасьєв, А. Б. Гончаров; [За ред. проф. М. В. Афанасьєва. — Харків: ВД "ІНЖЕК", 2003. — 410 с. 3. Економіка підприємства: Структ.-лог. навч. посібн. / За ред. С. Ф. Покропівного. — К.: Вид. КНЕУ, 2001. — 458 с.

Придатченко І. М.

УДК 005.915:336.763.2

ВЕНЧУРНИЙ КАПІТАЛ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток інноваційної діяльності як на рівні підприємства, так і на рівні всієї держави передбачає створення добре збалансованої системи фінансування. Дедалі важливішим економічним інструментом фінансування діяльності фірм, що швидко розвиваються і відіграють важливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності промисловості загалом, відіграє венчурний капітал, на що звернули увагу такі автори, як: Л. І. Федулова [1], І. А. Павленко [2], О. П. Зінченко, В. П. Ільчук, Л. Ф. Радзієвська, В. М. Євтушенко [3].

Метою статті є визначення доцільності використання венчурного капіталу як одного з видів фінансування інноваційної діяльності.

Як джерело фінансування малого інноваційного підприємництва венчурний капітал виник у США в 70-х роках ХХ ст., коли спостерігався великий попит на інвестиції серед малих підприємств, що виникали внаслідок технологічної революції в мікроелектроніці. Розвиток ризикового фінансування посилювався внаслідок прийнятого на державному рівні дозволу пенсійним фондам розміщувати до 5% активів у венчурні інвестиції, що зумовило приплив капіталу з фінансових інституцій. Ще й дотепер венчурний бізнес більш розвинений у США, що пояснюється значною кількістю в цій країні малих високотехнологічних фірм та розвиненістю фондового ринку.

У широкому значенні венчурний капітал — це економічний інструмент, що застосовується для фінансування створення компанії, її розвитку, захоплення або викупу інвестором при реструктуризації власності: інвестор надає фірмі потрібні кошти, вкладаючи їх у статутний капітал і (або) виділяючи зв'язаний кредит. За це він дістає певну частку (не обов'язково у формі контрольного пакету) в статутному фонді компанії, яку залишає за собою доти, доки не продасть і не отримає прибутку. Довгострокові вкладення здійснюються не тільки у грошовій формі, а й наданням конкретної допомоги дрібним і середнім фірмам, що сприяє перетворенню їх на великі компанії [1].

Венчурне фінансування здійснюється в двох основних формах:

1. Шляхом придбання акцій нових фірм.

2. За допомогою надання кредиту різного виду, звичайно з правом конверсії в акції.

На відміну від інших форм інвестування венчурний бізнес відрізняється тим, що:

фінансові засоби вкладаються у венчурний бізнес без матеріального забезпечення і без гарантії;

обов'язкова пайова участь інвестора у статутному капіталі фірми, тобто ризиковий капітал виступає як пайовий внесок;

засоби надаються на тривалий строк і на безповоротній основі.

© Придатченко І. М., 2009



Основним розробником науково-технічної продукції стали венчурні фірми – гнучкі та ефективні підприємства, що створені з метою апробації доробки та доведення до промислової реалізації ризиків інновацій. Вони є тимчасовими структурами, що створюються для розв'язання конкретної проблеми. Найбільше розповсюдження венчурні фірми отримали у наукоємних галузях економіки, де вони спеціалізуються на проведенні наукових досліджень та інжинірингових розробок.

Венчурні фірми вийшли на перший план порівняно з науковими центрами великих фірм, що зумовлено їх більшою гнучкістю, меншими витратами, меншим фінансовим ризиком при отриманні негативного результату, а також можливістю підключення великих фірм до інноваційної діяльності при успішному завершенні наукових досліджень і настанні стадії промислового освоєння нових розробок. У сучасних умовах венчурний бізнес становить 4/5 усіх винаходів і нововведень [2].

Отже, одним з основних джерел інвестицій для інноваційної діяльності став венчурний капітал. Головними його складовими є не державні, а вільні фінансові кошти великих компаній, пенсійних фондів, страхових компаній та інших комерційних структур.

Оскільки венчурний капітал є джерелом довгострокових інвестицій у сфері з підвищеним ступенем ризику, то завдяки діяльності венчурних фірм фінансові ризики значно менші, але цілком уникнути ризику в інноваційному підприємстві неможливо, оскільки інновація і ризик — дві взаємозалежні категорії. Інноваційна діяльність має високий рівень невизначеності. Дуже важко передбачати, яке нововведення буде мати успіх на ринку, а яке не буде користатися попитом.

Для зниження інноваційного ризику є ряд способів, а саме [2]:

диверсифікація інноваційної підприємницької діяльності;

укладання контрактів з організаціями для передачі ризику у разі такої необхідності;

страхування ризиків;

захист комерційної таємниці на підприємстві.

В Україні розвиток венчурного бізнесу почався лише в 1992 році, після підписання угоди про створення Фонду "Україна", який став першим венчурним фондом в нашій державі. Але, на жаль, венчурне фінансування і досі не досягло значного розвитку, і причиною цього є ряд проблем у нашій економіці [3].

Венчурний капітал як виключно ризиковий капітал для компаній і проектів, перебуває сьогодні в Україні лише на стадії формування. Для появи зростання й розширення венчурного капіталу необхідна активна політична і законодавча підтримка з боку державних та інших зацікавлених структур.

В Україні працівників кредитних інститутів більше цікавить якість та види забезпечення, ніж сутність бізнес-ідеї. Не схильні до ризику українські банки не беруть участі в компаніях венчурного капіталу, як не беруть у них участі й інші інституціональні структури на кшталт пенсійних фондів та страхових компаній. Структура розвитку в Україні ринкових відносин та особливості розвитку підприємництва в останні роки свідчать, що досить корисною могла б бути спеціальна гарантійна схема в галузі венчурного капіталу [3].

Таким чином, венчурний капітал як джерело фінансування інноваційної діяльності підприємств є досить необхідним для розвитку української економіки, тому має перспективний характер.

Література: 1. Федулова Л. І. Інноваційна економіка: Підручник. – К.: Либідь, 2006. – 480 с. 2. Павленко І. А. Економіка та організація інноваційної діяльності. — К.: КНЕУ, 2004. — 202 с. 3. Зінченко О. П. Стан розвитку організаційних форм венчурного підприємництва і його інфраструктури в країнах світу та в Україні: Підручник / О. П. Зінченко, В. П. Ільчук, Л. Ф. Радзівська, В. М. Євтушенко. – К.: НДІСЕП, 2004. – 80 с.

УДК 005.32:331.108.2

Савченко Н. П.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Повышение уровня конкурентоспособности организации, особенно в условиях кризиса, в решающей степени определяется качеством имеющегося персонала: его квалификацией, потенциалом, степенью сплоченности, лояльностью к организации и мотивацией к высокопроизводительному труду. Рыночная экономика ставит ряд принципиальных задач, важнейшей из которых является максимально эффективное использование кадрового потенциала. Для того чтобы этого достигнуть, необходимо стратегическое управление персоналом организации, которое тесно взаимосвязано со стратегическим управлением всей организацией.

© Савченко Н. П., 2009



Актуальность выбранной темы статьи связана с тем, что разработка стратегии по управлению персоналом признается одной из наиболее важных сфер жизни предприятия, способного многократно повысить ее эффективность, а само понятие "управление персоналом" рассматривается в достаточно широком диапазоне: от экономико-статистического до философско-психологического.

Сущность управления персоналом, включая наемных работников, работодателей и других владельцев предприятия, заключается в установлении организационно-экономических, социально-психологических и правовых отношений субъекта и объекта управления. В основе этих отношений лежат принципы, методы и формы воздействия на интересы, поведение и деятельность работников в целях максимального их использования. Управление персонала занимает ведущее место в системе управления предприятием.

Актуальность проблемы привлекает довольно значительное внимание ученых и практиков, что говорит о важности данного вопроса для общества в целом и каждого человека в отдельности. Данная проблема очень хорошо раскрыта в работах таких авторов, как И. Акофф, Ф. М. Бородин, О. С. Виханский, Д. Вейс, Ж. Вилс, И. Е. Ворожейкин, И. Н. Герчикова, А. П. Градов, П. Ф. Дракер, Дж. Иванцевич, А. Н. Исаенко, Б. Карлофф, А. Я. Кибанов, В. В. Крюков, Т. Питере, М. Портер, В. С. Румянцев, Ф. М. Русинов, Н. А. Саломатин, Г. Э. Слезингер, Дж. Скотт, К. И. Таксир, В. В. Травин, В. Уотерман, М. Хучек, Т. Шибутани [1 – 6].

Анализ работ указанных выше авторов позволяет сделать вывод, что роль и цели управления находятся в тесной связи между собой. Роль руководителя, занимающего определенную должность, представляет набор определенных поведенческих правил, меру его влияния и степень участия в целенаправленной деятельности.

Целью данной работы являются разработка элементов процесса управления персоналом в организации и его технология формирования стратегии управления персоналом (СУП) организации в период становления новых типов трудовых отношений в условиях рынка при воздействии возмущающих факторов.

Составляющими элементами процесса управления являются назначенная (подобранная самостоятельно) группа специалистов, целью деятельности которой является повышение производительной, творческой отдачи и активности персонала, разработка и реализация программы развития кадров организации.

В организации разрабатывается стратегия управления человеческими ресурсами: определяются перспективные ориентиры использования персонала, его обновление и совершенствование, развитие мотивации.

Для формирования стратегии управления персоналом выделяют четыре группы факторов:

1. Техничко-технологические:

1.1. Изменение структуры и форм занятости, дифференциация персонала и формирование "внутреннего рынка труда".

1.2. Непрерывное повышение квалификации и переподготовка персонала.

2. Личностные:

2.1. Пересмотр принципов занятости, гибкие, индивидуальные формы работы.

2.2. Ориентация системы стимулирования на предпринимательство, участие в управленческих решениях.

3. Экономические и социально-политические:

3.1. Аккумуляция передового опыта управления кадрами.

3.2. Создание новых форм конструктивного сотрудничества работников, профсоюзов и администрации компаний.

4. Развитие теории управления:

4.1. Повышение аналитической обоснованности решений по использованию трудовых ресурсов.

4.2. Понимание роли личности в обеспечении эффективной работы организации.

Управление человеческими ресурсами является одним из важнейших направлений в деятельности организации и считается основным критерием её экономического успеха, даже впереди совершенствования технического процесса (по значимости). Можно иметь отличную технологию, но при некавалифицированном персонале работа будет загублена. Таким образом, ключевой составляющей бизнеса является управление кадрами, технология управления персоналом:

1) формирование кадров организации (планирование, отбор и наём, высвобождение, анализ текучести и т. д.);

2) развитие работников (переподготовка, аттестация и оценка персонала, организация продвижения по службе);

3) совершенствование организации труда и его стимулирование, создание безопасных условий труда.

Литература: 1. Герчикова И. Н. Менеджмент. – М.: Прогресс, 2000. – 498 с. 2. Генкин Б. М. Основы управления персоналом. – М.: ИНФРА-М, 1999 – 446 с. 3. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 358 с. 4. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 2001. – 546 с. 5. Одегов Ю. Г. Управление персоналом. / Ю. Г. Одегов, П. В. Журавлев. – М., 2001. – 408 с. 6. Основы управления персоналом. Учебник / Под ред. Б. М. Генкина. – М.: ИНФРА-М, 2001 – 290 с.

МОТИВАЦИЯ ТРУДА

Мотивация сотрудников занимает одно из центральных мест в управлении персоналом, поскольку она выступает непосредственной причиной их поведения. Ориентация работников на достижение целей организации по существу является главной задачей руководства персоналом. Вследствие изменения содержания труда в условиях научно-технического прогресса, широкой автоматизации и информатизации производства, в результате повышения уровня образования и социальных ожиданий сотрудников значение мотивации в управлении персоналом ещё более возросло, усложнилось содержание этого рода управленческой деятельности. Сегодня для эффективной деятельности организации требуются ответственные и инициативные работники, высоко организованные и стремящиеся к трудовой самореализации личности. Обеспечить эти качества работника невозможно с помощью традиционных форм материального стимулирования и строгого внешнего контроля, зарплаты и наказаний. Только те люди, которые осознают смысл своей деятельности, и стремятся к достижению целей организации, могут рассчитывать на получение высоких результатов. Формирование таких работников – задача мотивационного менеджмента [1].

К числу основополагающих классических внутриличностных теорий мотивации принадлежит теория иерархии потребностей, разработанная А. Маслоу. Автор теории исходит из того, что все люди постоянно ощущают какие-либо потребности, которые побуждают их к действию. На человека влияет целый комплекс ярко выраженных потребностей, которые можно объединить в несколько групп, расположив их по принципу иерархии. Обычно человек испытывает одновременно несколько взаимодействующих потребностей, сильнейшая из которых и определяет его поведение. Руководитель, хорошо знающий уровень потребностей своего подчиненного, может предвидеть, какой тип потребностей будет доминировать у него в обозримом будущем, и использовать соответствующий мотиватор для повышения эффективности его деятельности [2].

А. Маслоу выделяет пять основных групп потребностей человека:

1. Физиологические потребности. К ним относятся потребности в пище, одежде, жилье, сне, отдыхе, сексе и т. п. Применительно к производству они проявляются как потребности в заработной плате, отпуске, пенсионном обеспечении, перерывах в работе, благоприятных рабочих условиях, освещении, отоплении, вентиляции и т. п.

2. Потребности в безопасности. Под ними имеются ввиду и физическая (охрана здоровья, безопасность на рабочем месте) и экономическая безопасность (денежный доход, гарантированность рабочего места, социальное страхование по старости и на случай болезни). Эти потребности актуализируются и выходят на первый план, как только удовлетворяются физиологические потребности человека.

3. Социальные потребности. Они ориентируются на общение и эмоциональные связи с другими: дружбу, любовь, принадлежность к группе и принятие ею.

4. Потребности в уважении (личностные потребности). К ним относятся потребности как в самоуважении, так и в уважении со стороны других, в том числе потребности в престиже, авторитете, власти, служебном продвижении. Потребность в уважении со стороны других людей ориентирует человека на завоевание и получение общественного признания, репутации, статуса внутри группы, внешними проявлениями которых могут выступать выражение признания, похвала, почетные звания, продвижение по службе и т. д.

5. Потребности в самореализации (самовыражении). Они включают в себя потребности в творчестве, в осуществлении собственных замыслов, реализации индивидуальных способностей, развитии личности, в том числе познавательные, эстетические и т. п.

В мотивации поведения человека неудовлетворенные низшие потребности (физиологические, безопасности и т. д.) имеют приоритет. Более высокие потребности актуализируются, становятся главными и определяют поведение работника лишь после того, как удовлетворяются низшие потребности. Удовлетворенность работника достигается тогда, когда степень насыщения потребности соответствует его ожиданиям. В противном случае наступает чувство неудовлетворенности, которое блокирует актуализацию более высоких потребностей.

Из иерархического характера мотивационного воздействия потребностей для руководителя вытекают вполне конкретные практические выводы. В первую очередь он должен стремиться к удовлетворению потребностей низших уровней, например, в хорошей оплате, безопасности труда и стабильности рабочего места. Лишь после того, как эти потребности удовлетворены, можно использовать более высокие стимулы.

Важную практическую значимость имеют выводы А. Маслоу о динамике потребностей, о способе актуализации потребностей, согласно которому, по мере удовлетворения более низких потребностей, происходит актуализация все более высоких устремлений. На практике это означает, что если сотрудник в настоящее время больше всего озабочен, например, проблемами сохранения работы, то после обретения уверенности в стабильности рабочего места можно рассчитывать на актуализацию у него социальных, а затем и других, более высоких потребностей [4].



Теория иерархии потребностей Маслоу получила широкое распространение не только в Америке и Европе, но и в Японии, где она легла в основу мотивации экономической политики, реализующейся в масштабах всей страны. В последнее десятилетие в связи с бурным экономическим ростом, быстрым повышением благосостояния, в частности, насыщением семей работников пред-метами длительного пользования в Японии были в основном удовлетворены физиологические потребности среднего работника [3].

Мотивация – очень сложный и многоаспектный процесс. На мотивацию работника влияют: его индивидуальные качества и усилия по самомотивации; задача, которую ставит руководитель; характер руководства (способности руководителя, его стиль и т. д.); группа, в которой он трудится; вся организация с ее структурами и культурой; общество, которое определяет общую трудовую атмосферу, ценности и нормы. Одним из важнейших факторов мотивации и объектов руководства в целом является группа.

Литература: 1. Пугачев В. П. Управление персоналом организации: Учебник. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 279 с. 2. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 512 с. 3. Максимцов М. М. Менеджмент / М. М. Максимцов, А. В. Игнатъева. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 240 с.

Скиба И. Н.

УДК 331.5.024.5 (477)

ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЕЖИ В УКРАИНЕ

Служба занятости населения призвана решать вопросы, связанные с трудоустройством и кадровым обеспечением всех сфер деятельности нашего государства. Конечно же актуальной задачей для нее является определение способа подготовки и вида профессий учащихся специалистов с целью определения их востребованности на рынке труда.

Актуальность данной темы состоит в том, что на сегодняшний день трудоустройство молодежи считается одной из острых социально-экономических проблем. Все это связано с тем, что рынок труда и рынок образовательных услуг, также как и товарный рынок, развиваются по законам спроса и предложения. Поэтому важно контролировать баланс этих рынков для благополучного развития экономики Украины и общества в целом.

Итак, важными задачами являются: определить главные причины, влияющие на трудоустройство молодежи; проанализировать данные статистики, касающиеся сферы труда; рассмотреть государственную политику в области трудоустройства; предложить рекомендации по поводу улучшения возникшей проблемы.

Права и обязанности выпускников высших учебных заведений, порядок их трудоустройства регламентировано Законом Украины "О высшем образовании", Кодексом законов о труде Украины, Законом Украины "О занятости населения" и др. [1, с. 3].

На основании обработанных данных литературы, выделены следующие причины проблемы безработицы молодежи:

1. Недостаток информации о потребностях современного рынка труда, о востребованных профессиях.
2. Профессия, полученная выпускником, часто в новых меняющихся условиях оказывается не востребованной на рынке труда.
3. Недостаточная заинтересованность взаимодействия между органами образования, работодателями и органами службы занятости.
4. Работодатели зачастую не в состоянии оценить такие достоинства молодежи, как мобильность, гибкость, обучаемость, а с другой стороны, многие выпускники не владеют навыками грамотного поиска работы, ведения переговоров с работодателями.
5. Несоответствие повышенных претензий молодежи в отношении высокой заработной платы и достойных условий труда возможностям работодателей.
6. Высокие критерии оценки профессиональной подготовки молодых специалистов со стороны работодателей.

Детализируя данные причины, выясняем, что первая и вторая причины взаимосвязаны и возникли неслучайно.

Оценив данные Государственного комитета статистики Украины, получены результаты, что в ноябре 2008 года потребность в работниках финансовой сферы составила 4,4 тыс. чел., а в рабо-

© Скиба И. Н., 2009

тниках промышленности – 67,4 тыс. чел. [2]. При этом количество выпускников-экономистов с каждым годом увеличивается. Значит, большинство выпускников будет невостребованными. Анализ устного опроса среди студентов и выпускников показывает, что молодежь не спешит занять вакантные рабочие места на предприятиях со старыми станками и оборудованием, плохими условиями труда.

Что касается третьей причины, считаем, что в нашей стране проводится не достаточно полноценный анализ со стороны государства и службы занятости относительно сбалансированности рынка спроса и рынка предложения.

30 октября 2007 года на брифинге начальника управления молодежной и семейной политики Одесского горсовета руководитель Молодежного центра занятости города Одессы Ольга Шпигель сообщила, что "на учет стали более 1 тыс. молодых людей, из них нашли работу около 70% человек, 60% из обратившихся – женский пол". Она также подчеркнула, что "наиболее востребованными специалистами в настоящее время остаются продавцы-консультанты, пекари, охранники, слесари, наладчики. Но в то же время переизбыток юристов" [3].

Последние три причины, по мнению автора, являются самыми значимыми и распространеными. Ведь в действительности молодежь не очень-то спешит брать на работу. Причина – отсутствие немаловажного опыта практической деятельности. Работодатели требуют от претендентов на вакансию наличия как минимум 3-х лет стажа работы по специальности. Таким образом, возникает противоречие – предприятия ожидают немалого опыта практической деятельности, который можно получить только в процессе работы. Во многих странах такая проблема решается довольно просто – фирмы берут на себя ответственность за обучение молодого специалиста всем необходимым навыкам для определенной должности. К сожалению, в Украине такой практики нет.

Задав учащимся вопрос о том, чего им не хватает, чтобы эффективно трудоустроиться, то большинство (60%) ответили, что им не хватает профессиональных знаний по определенной специальности; многие не умеют правильно искать работу; 22% не знакомы с требованиями современных работодателей; 24% опрошенных открыто заявляют, что не осознают свои возможности и ограничения; 13% не желают самостоятельно искать работу.

Схожие результаты также подтвердила Ольга Шпигель, сказав, что "молодые люди зачастую даже не могут дать более-менее ясного ответа на вопрос, на кого конкретно учатся и в какой сфере хотят работать. Они просто не заполняют строчку "желаемая вакансия" [3].

В завершении автору хотелось бы отметить следующие варианты улучшения сложившейся ситуации:

1. Усилить деятельность государственных органов в направлениях обеспечения занятости молодежи.
2. Стремиться к формированию у молодых специалистов реальных ожиданий относительно трудоустройства.

3. Основной задачей органов службы занятости должно стать применение эффективных мер, повышающих шансы молодых людей интегрироваться в структуру рынка труда, достойно закрепиться на нем, стать конкурентоспособными.

4. Повысить конкурентоспособность на рынке труда отдельных категорий молодых граждан (молодежи без практического опыта работы, молодых женщин, имеющих малолетних детей, инвалидов и др.).

5. Уделять особое внимание развитию системы переподготовки, повышения квалификации молодых работников.

Литература: 1. Маркова І. М. Правові питання. – Харків, 2007. – С. 3. 2. www.ukrstat.gov.ua
3. misto.odessa.ua.

УДК 331.108.38

Склярова К. С.

ВИЗНАЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНО ВАЖЛИВИХ ЯКОСТЕЙ ПРАЦІВНИКА ПРИ ПРОФЕСІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОМУ ВІДБОРІ

Сьогодні не викликає сумніву, що результати праці багато в чому залежать від того, наскільки відповідають особливості конкретної людини умовам і характеру виконуваної діяльності, оскільки саме ступінь цієї відповідності значною мірою й визначає ймовірність ефективного виконання їх професійних обов'язків. Слід зазначити, що розуміння значущості відповідності якостей людини вимогам конкретної професії для досягнення найвищої продуктивності праці прийшло не відразу. Для

© Склярова К. С., 2009



цього потрібні були багато років і навіть століття. Однак у процесі осмислення зв'язки між можливостями людини й тією трудовою діяльністю, яку він може виконати найбільше успішно, й виник професійний психологічний відбір.

Виникнення професійного психологічного відбору значною мірою обумовлене наявністю двох груп факторів. Перша група пов'язана з прагненням дістати максимальний прибуток при найменших витратах; друга — з існуванням певних відмінностей між людьми, які значною мірою визначають імовірність успішної професійної діяльності в конкретній сфері людської праці. Таким чином, будь-яка діяльність реалізується на базі системи професійно важливих якостей (ПВЯ), що становить набір своєрідних симптомокомплексів суб'єктивних властивостей, специфічних для тієї або іншої професійної діяльності. Симптомокомплекси формуються в суб'єкта в ході освоєння відповідної діяльності й містять у собі специфічні підсистеми ПВЯ, що забезпечують виконання кожного чергового етапу професійної діяльності (формування вектора "мотив – мета", планування діяльності, переробка поточної інформації, концептуальна модель, ухвалення рішення, дії, перевірка результатів, корекція дій).

Професійно важливі якості (ПВЯ) – це індивідуально-психологічні якості й властивості особистості, що визначають можливість успішного виконання професійної діяльності.

Професійно важливі якості – це досить складний утвір, що включає в себе різноманітні соціально-психологічні й психофізіологічні характеристики людини.

В. Д. Шадриков вважає, що професійно важливими якостями можуть виступати властивості нервової системи, особливості психічних процесів, особистісні особливості, характеристики спрямованості, знання й переконання, а також інші якості особистості [1].

В. І. Лазуткін виділяє такі професійно важливі якості [2, с. 3 – 5]:

психофізіологічні (сенсорні, сенсомоторні, фізичні, адаптивно-гомеостатичні);

психологічні (інтелектуальні: сприйняття, пам'ять, мислення і т. д.; особистісні: спрямованість, темперамент, характер);

соціокультурні (загальний розвиток, професійна підготовленість).

Згідно з А. В. Карповим, професійно важливі якості діляться на 4 основні групи, що утворюють у своїй сукупності структуру професійної придатності [3, с. 191 – 192]:

абсолютні ПВЯ — властивості, необхідні для виконання діяльності як такої на мінімально припустимому або нормативно заданому, середньому рівні;

відносні ПВЯ, що визначають можливість досягнення суб'єктом високих ("наднормативних") кількісних і якісних показників діяльності ("ПВЯ майстерності");

мотиваційна готовність до реалізації тієї або іншої діяльності. Доведено, що висока мотивація може суттєво компенсувати недостатній рівень розвитку багатьох інших ПВЯ (але не навпаки);

антиПВЯ – властивості, які суперечать тому або іншому виду професійної діяльності. Структура професійної придатності припускає мінімальний рівень їх розвитку або навіть відсутність. На противагу якостям перших трьох груп вони корелюють із параметрами діяльності значно, але негативно.

Як одним із самостійних структурних елементів ПВЯ можуть бути розглянуті риси особистості, які безпосередньо не визначають успішність майбутньої професійної діяльності, але можуть побічно впливати на характер її здійснення. Як ще один структурний елемент ПВЯ у деяких випадках можна розглядати знання й навички, якими має володіти кандидат на заміщення вакантної посади.

Таким чином, у структурі ПВЯ у цей час можна виділити три основні елементи, які необхідні й достатні для реалізації тієї або іншої продуктивної діяльності:

1) здатності (як загальні, так і часткові; як переважно вроджені, так і переважно соціальні);

2) соціально-психологічні характеристики особистості (інтереси, мотиви, цінності, відносини з навколишніми та ін.);

3) знання й навички.

При цьому слід зазначити, що дана структура ПВЯ не може претендувати на винятковість, оскільки значною мірою зміст ПВЯ визначається характером майбутньої діяльності. Наприклад, у структурі ПВЯ може з'явитися такий елемент, як "блок специфічних особливостей".

Отже, можна дати таке визначення ПВЯ. Професійно важливі якості — це індивідуальні властивості суб'єкта діяльності, які необхідні й достатні для реалізації цієї діяльності на нормативно заданому рівні.

Література: 1. Шадриков В. Д. Психология деятельности и способности человека. – М.: Прогресс, 1996. – 240 с. 2. Лазуткин В. И. Профессионально важные качества как основа профпригодности. – СПб.: Речь, 2001. – 198 с. 3. Карпов А. В. Методы изучения профессионально-важных качеств. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 240 с. 4. Климов Е. А. Индивидуальный стиль деятельности в зависимости от типологических свойств нервной системы. – Казань: Изд. Казанского университета, 1969. 5. Батаршев А. В. Диагностика ПВК / А. В. Батаршев, И. Ю. Алексеева, Е. В. Майорова. – СПб.: Питер, 2007. – 192 с.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА НА ТЕРРИТОРИИ УКРАИНЫ

В конце XIX столетия рынок чуть ли не впервые за свою многовековую историю развития столкнулся со сложными проблемами. Возникла реальная угроза для функционирования конкуренции — этого необходимого атрибута рынка. На пути конкуренции возникли существенные препятствия в виде монополистических образований в экономике. Одной из основных функций государства является сохранение конкуренции как ключевого экономического механизма, поэтому в целях преодоления монополии в ряде случаев требуется государственное вмешательство. Государство поддерживает конкуренцию как соревнование между субъектами хозяйствования, обеспечивающее благодаря их собственным достижениям получение ими определенных экономических преимуществ [1].

Проблема антимонопольного регулирования и разработка методов государственной поддержки конкуренции очень значима для решения важнейших экономических проблем. В связи с этим изучение вопроса антимонопольного регулирования представляется актуальным для понимания темы экономического развития любого государства. Всестороннее изучение вопроса антимонопольного законодательства и поддержки конкуренции — тема, довольно подробно проработанная западными экономистами и недостаточно освещенная в отечественной литературе. Из специальных исследований необходимо выделить работы Пола А. Самуэльсона, Вильяма Д. Нордхауса, С. Фишера.

Целью данной работы является рассмотрение основных положений антимонопольного законодательства и определение важности применения данного законодательства на территории Украины.

Самым крайним случаем проявления несовершенства конкуренции является монополия, при которой один продавец полностью контролирует отрасль. Собственно он и является единственным производителем в данной отрасли, кроме того, не существует отрасли, производящей близкие товары-заменители.

Согласно Хозяйственному кодексу Украины, монопольным признается доминирующее положение субъекта хозяйствования, которое дает ему возможность самостоятельно или совместно с другими субъектами ограничивать конкуренцию на рынке определенного товара (работ, услуг) [1].

Монопольное положение является желанным для каждого предпринимателя или предприятия. Оно позволяет им избежать целого ряда проблем и рисков, связанных с конкуренцией, занять привилегированную позицию на рынке, концентрируя в своих руках определенную хозяйственную власть.

С начала 1990-х годов эти проблемы остро стали перед Украиной: без принятия твердых и последовательных мер против монополизма нельзя надеяться на успех экономической реформы и переход к рыночной экономике. В Украине процесс создания государственного контроля по недопущению недобросовестной конкуренции фактически начался с нуля, так как ранее, при командно-административной системе управления экономикой, не существовало свободной конкуренции в хозяйственной деятельности [2].

Основным органом защиты конкуренции в Украине является Антимонопольный комитет Украины (АМКУ). АМКУ налагает штрафы на субъекты хозяйствования за: злоупотребление монопольным положением на рынке, неправомерные сделки между субъектами хозяйствования, уклонение от выполнения решений АМКУ, создание, реорганизацию, ликвидацию субъектов хозяйствования и многое другое [3]. Главная задача АМКУ — не формальное устранение монополизма, а создание эффективной конкурентной среды, способной обеспечить стабильный экономический рост и повышение жизненного уровня людей.

На протяжении 2008 года органами АМКУ было осуществлено 660 проверок соблюдения требований законодательства о защите экономической конкуренции. Также было прекращено 3234 нарушения законодательства о защите экономической конкуренции. В течении 2008 года на нарушителей законодательства о защите экономической конкуренции было наложено штрафы в общем размере 13308,7 тыс. грн.

Таким образом, в результате проведенного исследования можно сделать вывод о том, что на данном этапе огромное значение имеет создание и усовершенствование законодательной базы по поводу регулирования монополистических процессов и конкуренции, понимание населением Украины необходимости экономических реформ в данной сфере. Хорошо продуманные меры по регулированию монополий способствуют развитию конкуренции, стабилизации рынка и совершенствованию экономики в целом. В осуществлении антимонопольной политики должны быть заложены три основные идеи: способствовать эффективному функционированию экономики, способствовать оптимальному взаимодействию фирм-производителей, а также создавать благоприятные условия для жизнедеятельности граждан страны.

Литература: 1. Абалкин Л. Роль государства в становлении и регулировании рыночной экономики // Вопросы экономики. — 1997. — №6. — С. 3 — 12. 2. Борисенко З. Место антимонопольного комитета Украины в системе органов власти // Экономист. — 2006. — №11. — С. 25 — 27. 3. Господарський кодекс України. — Харків: Фактор, 2003. — 260 с. 4. <http://www.amc.gov.ua/>.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МОТИВАЦИИ ТРУДА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

В условиях формирования новых механизмов хозяйствования, ориентированных на рыночную экономику, перед предприятиями встает необходимость работать по-новому, считаясь с требованиями рынка, овладевая новым типом экономического поведения, адаптируя все сферы деятельности к меняющейся ситуации. Именно люди, их трудовая активность и стремление к достижению поставленных целей, их знания и система ценностей, творческие способности позволяют обеспечить эффективную деятельность любого предприятия. Одна из главных задач для предприятий различных форм собственности — поиск эффективных способов управления трудом, обеспечивающих активизацию человеческого фактора.

Проблемам мотивации труда в целях повышения эффективности производства посвящены многочисленные научные труды отечественных и зарубежных экономистов, социальных психологов и других специалистов в сфере человеческой деятельности. Эти труды внесли большой вклад в теорию и практику социально-экономических отношений, исследования различных систем побуждения работников к деятельности. Общетеоретические и практические аспекты состояния и развития системы управления персоналом мотивации труда нашли свое отражение в трудах: Б. С. Батыгина, Н. Н. Вересова, В. Р. Веснина, О. С. Виханского, Б. М. Генкина, И. Ф. Девятко, В. В. Дятлова, А. П. Егоршина, П. В. Журавлева, А. В. Морозова, А. И. Наумова, И. А. Огонясына, Ю. Г. Одегова, И. П. Пономарева, В. В. Травина, Э. А. Уткина и др.

Цель данной работы — теоретическое обоснование и разработка практических рекомендаций по совершенствованию системы мотивации трудовой деятельности на отечественных предприятиях.

Проблемы мотивации труда являются актуальными в любой сфере деятельности. Руководство организации может разрабатывать хорошие планы, создавать оптимальные производственные и организационные структуры, использовать самое современное оборудование и самые лучшие технологии. Однако все это не даст желаемых результатов, если члены организации не будут должным образом работать, не будут стремиться своим трудом способствовать достижению организацией намеченных целей.

Таким образом, мотивация труда — это внутреннее побуждение к определенному трудовому поведению, ограниченному умственными и физическими способностями людей [1]. Цель мотивации — достижение в процессе труда целей организации и (или) целей работника. В основе мотивации труда — мотивы и стимулы как связанные, так и не связанные с процессом труда.

Основным мотивационным инструментом, который интегрирует методы материального и нематериального стимулирования труда, системой действий, которые дают возможность не только удовлетворить потребности работников, обеспечить реализацию ими конституционных прав в сфере труда, а и непосредственно повлиять на производственный процесс, является социальный пакет [2].

Социальный пакет как способ мотивации труда, вознаграждения за труд все чаще применяется в рыночной экономике. Безусловно, в рыночной экономике вознаграждение за труд имеет преимущественно денежный характер, но существуют компоненты трудового вознаграждения, которые включают в себя, кроме ставок заработной платы, оплату питания, проживания, медицинского обслуживания, образования. Все эти дополнительные компоненты предоставляются в денежной или натуральной форме [3].

Перечень материальных благ, с помощью которых мотивируют труд, то есть которые входят в социальный пакет, порядок и условия их предоставления работнику могут быть предусмотрены непосредственно в трудовом договоре, а также в коллективном договоре и соответствующих внутренних нормативных актах предприятия.

Среди факторов, которые влияют на структуру социального пакета, можно выделить: цели и стратегии компании, ее поведение на рынке труда, состояние рынка труда и общие тенденции на нем, размер компании, финансовые возможности компании, система ценностей и корпоративная культура компании, потребности работников, требования работодателя и т. д. К сожалению, в Украине не многие предприятия могут себе позволить высокие расходы на мотивацию работы персонала, да и при нынешнем уровне безработицы, ситуации на рынке труда люди согласны работать без каких-либо дополнительных вознаграждений [4].

Отдельные украинские специалисты по управлению персоналом считают, что объемы средств, которые тратятся на мотивацию труда работника, не должны превышать 10 – 15% заработной платы работника, однако иногда обеспечение социального пакета составляет 15% всех затрат компании на персонал.



Мировой опыт свидетельствует о том, что в США социальный пакет составляет 40 – 50% базовой заработной платы, в странах Западной Европы — до 50% расходуется на различные виды страхования, в том числе на медицинское [5]. В Украине этот показатель превышает 80%, так как мотивация труда на предприятиях и создание социального пакета осуществляется за счет страхования. В целом же мотивировать деятельность работника можно не только за счет высокой заработной платы, страхования и предоставления различных льгот. Прежде всего, должны обеспечиваться условия труда, предусмотренные законодательством. Также это могут быть расходы предприятия на отдых и развлечения работников, развитие корпоративной культуры, обучение, повышение квалификации, возмещение работнику расходов, связанных с работой (на мобильную связь, транспорт, аренду, приобретение жилья и др.).

Наиболее часто мотивирующими факторами признаются сохранение рабочего места и повышение размера вознаграждения. В то же время изучение других мотивирующих факторов, таких, как стиль управления, условия работы, специфика выполняемых трудовых функций, продвижение по службе, психологический климат, изучены недостаточно.

Таким образом, в результате проведенного исследования обоснована необходимость разработки и внедрения действенной системы мотивации на отечественных предприятиях. Предложено формирование оптимального социального пакета с целью повышения эффективности системы мотивации трудовой деятельности персонала, предприятий Украины в рыночных условиях хозяйствования.

Литература: 1. Золотарев В. Г. Энциклопедический словарь по экономике. — М.: Польша, 1997. — С. 242. 2. Поліщук І. Не зарплатою единою. Принципи комплектації соціального пакета компанії // Контракти. — 2004. — №51. — С. 3 – 4. 3. Кирдина С. Г. Трудовые отношения в редистрибутивных экономиках // <http://www.kirdina.ru>. 4. Власова А. Управление компенсационным пакетом // Отдел кадров. — 2004. — №20(131). — С. 8. 5. Рейтер Г. Как и когда внедрять новую систему оплаты труда // Бизнес. — 2003. — №51. — С. 11.

УДК 658.011.8

Сухарева Т. Ю.

НЕОБХІДНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Засобом розвитку економіки будь-якої держави є нововведення, тобто цілеспрямовані зміни, нові елементи, свідомо впроваджені у виробничу культуру і структуру підприємства. Для ефективного вирішення завдання контролю над виробничими процесами необхідна спеціальна система. Така система на підприємстві ґрунтується тільки на виробничому та управлінському досвіді керівника, однак це не завжди є ефективним. Це зумовлює актуальність розгляду питань щодо необхідності застосування інновацій в управлінні підприємством.

Значна кількість вчених-економістів присвячують свої праці проблемам використання управлінських інновацій на підприємствах, серед яких можна виділити Л. Водачека, О. Водачку-ву [1], В. Гриньова [2], О. Іванову [3], Т. Клімову [4], В. Коновалова [5], Л. Кошкіна [6] та ін.

Основною метою даного дослідження є обґрунтування необхідності застосування управлінських інновацій у діяльності вітчизняних підприємств.

Трактування поняття "інновація" (нововведення) доцільно розглянути згідно з Законом України "Про інноваційну діяльність". Так, під інновацією розуміється знову створені або вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшує структуру і якість виробництва й (або) соціальної сфери [7].

Згідно із зазначеним Законом України "Про інноваційну діяльність", виділяють такі види інновацій: технологічні, інформаційні, управлінські та соціальні. Розглянемо більш детально управлінські інновації, під якими розуміються інновації, що, передусім, пов'язані з процесами оптимальної організації виробництва [7].

Управлінські нововведення на вітчизняних підприємствах широкого розповсюдження не набули. Як правило, керівники підприємств для розвитку своєї діяльності використовують технологічні, соціальні чи інформаційні інновації та не приділяють належної уваги управлінським інноваціям. При такому підході підприємство не розглядається як єдина система, основним елементом у цій системі виділяється лише її виробничий процес.

© Сухарева Т. Ю., 2009



У більшості випадків потенціал підприємства розглядається тільки як технічний і технологічний. Організаційний і кадровий потенціали, тобто ступінь нарощування можливостей за рахунок більш ефективного управління й використання людських ресурсів, практично не використовуються [1]. Це призводить до істотного зниження можливостей розвитку підприємства.

Як відомо, підприємство – це сукупність, система сфер діяльності, а управління здійснюється відносно до елементів цієї системи (виробництва, кадрів, фінансів, реалізації продукції тощо) та до всієї системи в цілому. Різноманітні завдання, які вирішуються у процесі управління, можна об'єднати, якщо звести їх до виконання ряду базових управлінських функцій: планування, організації, мотивації, контролю і керівництва.

Оновлення, розвиток будь-якої діяльності підприємства відбувається за рахунок удосконалення методів її реалізації. Тому можна стверджувати, що можливими інноваціями є методи реалізації вищеперелічених функцій при управлінні всіма сферами діяльності підприємства, а також способи розподілу цих функцій на підприємстві (організаційні структури) [2].

Необхідність в управлінських інноваціях, а також їх здійсненні відбувається саме на рівні методів, які використовуються керівниками підприємств при вирішенні певних завдань у процесі управління тими чи іншими сферами діяльності [3].

Інноваційну активність вітчизняних підприємств можна дослідити за даними Державного комітету статистики України, де окремо виділена питома вага підприємств, що впроваджували інновації в області управління (таблиця) [8].

Таблиця

Інноваційна активність підприємств у 2007 році

	I квартал 2007 року	I півріччя 2007 року	9 місяців 2007 року	2007 рік
Питома вага підприємств, що впроваджували інновації в області управління, %	6,8	7,5	7,9	11,5
Питома вага реалізованої інноваційної продукції в області промисловості, %	5,9	6,3	6,1	6,7
Освоєно інноваційні види продукції, найменувань	556	997	1 426	2 526
з них нові види техніки	182	413	566	881
Упроваджено нові технологічні процеси, процесів	202	346	499	1 419
у т. ч. маловідходні, ресурсозберігаючі	68	126	187	634

Як видно з даних таблиці, питома вага підприємств, що впроваджували інновації в області управління, незначна (за 2007 рік не перевищує 12%), однак протягом усього аналізованого періоду вона постійно збільшувалася (від 6,8% у I кварталі 2007 року до 7,9% – за III квартали 2007 року). Це, безумовно, є позитивним моментом у діяльності вітчизняних підприємств, оскільки від ефективності управління основними процесами підприємства залежить загальна його результативність.

Аналізуючи інноваційні процеси на вітчизняних підприємствах, слід зазначити, управлінські інновації ґрунтуються на об'єктивних процесах змін умов господарської діяльності підприємств і відповідних змінах змісту управлінської діяльності. Зміни в організаційних структурах і управлінських процесах – це внутрішня організація, трудові процеси, процеси ухвалення методів роботи й управління, інформаційні системи; зміни в організаційній культурі – цінності, традиції, неформальні відносини, мотиви і процеси, стиль керівництва; зміни в людях – керівництво і персонал, їх компетентність, відносини, мотивація, поведінка і ефективність в роботі [6].

Таким чином, важливим аспектом у загальній системі інновацій на вітчизняних підприємствах повинні стати управлінські інновації. Це дасть змогу підвищити загальну ефективність діяльності підприємства, прискорити темпи його розвитку, що, у свою чергу, призведе до досягнення позитивного кінцевого результату, запланованого підприємством.

Література: 1. Водачек Л. Управленческие инновации на предприятии: Сокр. пер. со словац. / Л. Водачек, О. Водачкова – М.: Экономика, 2003. – 168 с. 2. Гринев В. Ф. Инновационный менеджмент: Учебн. пособие. – К.: МАУП, 2005. – 48 с. 3. Иванова Е. В. Организационные и экономические аспекты инновационной деятельности в Украине // Сб. науч. тр. "Экономика: проблемы теории и практики": Вып. 134. – Днепропетровск: ДНУ, 2006. – 200 с. 4. Климова Т. Г. Инновационные процессы в малом предпринимательстве // <http://csme.ru/introduction.htm>. 5. Коновалов В. М. Инновационная сара // <http://innocentre.narod.ru/book.htm>. 6. Кошкин Л. И. Менеджмент на промышленном предприятии / Л. И. Кошкин, А. Е. Хачатуров, И. С. Булатов // <http://cci.glasnet.ru/mc>. 7. Закон України "Про інноваційну діяльність" // www.zakon.rada.gov.ua. 8. Державний комітет статистики України // <http://www.ukrstat.gov.ua>. 9. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика: Пер. с англ. / Под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2006. – 560 с.

СУТНІСТЬ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

В умовах існуючої конкуренції між суб'єктами господарювання інформація стає цінним об'єктом, оскільки володіння інформацією в ринковій економіці необхідне для конкурентоспроможної господарської діяльності. Проведення економічної реформи в Україні і розвиток підприємництва призвели до значного збільшення обсягів комерційної таємниці суб'єктів господарювання.

Хоча останнім часом різні аспекти комерційної таємниці досліджувались у роботах як українських (Е. Я. Соловйова, В. А. Рубанова, В. М. Чаплигіна), так і зарубіжних учених, однак переважно ці роботи були присвячені технічним, організаційним та економічним аспектам охорони комерційної таємниці в системі економічної безпеки підприємства.

Метою даної статті є висвітлення основних проблем, пов'язаних з економіко-правовими аспектами комерційної таємниці підприємств.

Актуальність дослідження полягає в тому, що неналежний рівень правового регулювання відносин, пов'язаних з комерційною таємницею суб'єктів господарювання, сприяє поширенню комерційного шпигунства, безперешкодному використанню окремими особами незаконно отриманих наукомістких технологій, програмних продуктів та іншої інформації, що відноситься до комерційної таємниці.

Розуміння сутності комерційної таємниці не можливе без короткого історичного екскурсу по основних етапах зародження та формування даного поняття. Перші згадки про комерційну таємницю датовані 2300 – 2316 рр. до н. е. і належать шумерам. Так, саме цей народ у зв'язку з великим обсягом своїх торгових операцій запровадив їх запис на глиняних табличках, які з часом стали предметом комерційного інтересу, бо, знаючи всі торгові операції певного купця, легко можна маніпулювати його фінансовим благополуччям [1]. У Древньому Римі був прийнятий закон, що передбачав покарання у вигляді штрафу (який дорівнював подвійній величині заподіяних збитків) за примус чужих рабів до видачі таємниць свого хазяїна. В античному світі народилася ідея вести торговельні книги, таємниця яких була різновидом комерційної таємниці. Промисловці, торговці і банкіри зобов'язані були вести названі книги, які відображали їх діяльність та матеріальне становище. Ведення таких книг гарантувало захист таємниці на законній підставі. Дані торговельних книг могли бути повідомлені тільки для цілей правосуддя, для фіскального розуміння (для уточнення податків), у справах про спадкування майна, у випадках припинення існування товариства або настання банкрутства.

Вітчизняне законодавство з моменту набрання чинності Цивільним кодексом України 01.01.2003 р. містить термін "комерційна таємниця". Визначальне положення статті 505 Цивільного кодексу України встановлює, що комерційна таємниця де є інформація, яка є секретною в тому розумінні, що вона в цілому чи в певній формі та сукупності її складових є невідомою та не є легкодоступною для осіб, які звичайно мають справу з видом інформації, до якого вона належить, у зв'язку з чим має комерційну цінність та була предметом адекватних існуючим обставинам заходів щодо збереження її секретності, вжитих особою, яка законно контролює цю інформацію. Комерційною таємницею можуть бути відомості технічного, організаційного, комерційного, виробничого та іншого характеру, за винятком тих, які відповідно до закону не можуть бути віднесені до комерційної таємниці [2].

Узагальнюючи перераховані факти, можна говорити про те, що власникові комерційної таємниці належить виключно право розпоряджатися відомостями в конкретній фактичній ситуації, тобто стосовно діяльності конкретного підприємства. Закон повинен надати йому захист від небажаного втручання будь-яких третіх осіб і використання ними відомостей, що складають комерційну таємницю.

В економічному змісті комерційна таємниця – один зі способів забезпечення переваг підприємства в конкурентній боротьбі [3].

На цей час чи не єдиним законодавчим актом, що встановлює відповідальність за розголошення комерційної інформації, є Кримінальний кодекс України. Так, ст. 231 Кодексу встановлено кримінальну відповідальність за незаконне збирання з метою використання відомостей, що становлять комерційну таємницю, а ст. 232 – за розголошення комерційної таємниці [4].

Таким чином, стає явним те, що правотворчості багатьох країн світу засвідчують, що встановлення виключно кримінальної відповідальності не забезпечує ефективного правового врегулювання відносин із збереження комерційної таємниці та притягнення до відповідальності за її розголошення.

В Україні ж відносини із визначення, встановлення режиму захисту, доступу, обігу інформації, що є комерційною таємницею, врегульовано виключно за допомогою підприємницького та цивільного права. Відносини із притягнення до відповідальності за порушення режиму захисту комерційної таємниці врегульовано нормами кримінального права [5].



Отже, комерційна таємниця відіграє дуже значну роль у благополуччі конкретного підприємства або певної державної галузі. На жаль, повного захисту комерційної таємниці в українському законодавстві не дозволяє вести мову про цілковиту захищеність від недобросовісного або без дозвільного користування інформацією, що суттєво гальмує розвиток українських підприємств, особливо сфери послуг та інформаційних технологій.

Література: 1. Всемирная история. Т. 1. / Под ред. Ю. П. Францева. – М.: АН СССР, 1956. – 740 с. 2. Дахно І. І. Право інтелектуальної власності. – К.: Тов. "Знання", 2003. – 200 с. 3. Сляднева Г. О. Специфіка комерційної таємниці суб'єкта господарювання та її відокремлення від інших видів таємниць // Вісник Хмельницького інституту регіонального управління та права. – 2004. – №3. – С. 126 – 130. 4. Дехтяр С. В. Кримінальний кодекс України. – Харків: Фактор: 2000. – 300 с. 5. Рыночная экономика. 200 терминов / Под ред. Г. Я. Кипермана. – М.: Финансы и статистики, 1991. – 200 с. 6. Прокопенко В. І. Трудове право України. – Харків: Фактор, 2000. – 280 с.

Ус М. А.

УДК 331.101.3

МОТИВАЦИЯ ТРУДА КАК ФАКТОР, НАПРАВЛЕННЫЙ НА ПОВЫШЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В условиях развивающихся рыночных отношений обязательным фактором успешности предприятий является эффективное использование ресурсов. Важнейшим ресурсом, обеспечивающим конкурентоспособность предприятия, выступает человеческий потенциал. Именно человеческие ресурсы предприятия, его управленческий и производственный персонал обеспечивают адаптацию производственной системы к условиям внешней среды и достижение основной цели предприятия как экономической системы — максимизацию прибыли.

Одним из факторов разрешения данных противоречий является степень мотивированности персонала предприятий к труду, готовность работников сочетать собственные интересы с интересами организации.

Трудовое поведение работников предприятий и их мотивированность к труду выступает существенным фактором повышения экономической эффективности, что и определяет актуальность данного исследования.

Целью исследования является теоретическое обоснование и разработка практических рекомендаций по созданию эффективной системы трудовой мотивации персонала на предприятии.

Трудовая мотивация – это процесс стимулирования отдельного исполнителя или группы людей к деятельности, направленный на достижение целей организации, к продуктивному выполнению принятых решений или намеченных работ [1].

Теоретические основы исследования проблемы трудового поведения были заложены в модели экономического человека А. Смита, теории трудовой стоимости К. Маркса, концепции общественного разделения труда Э. Дюркгейма и концепции социального действия М. Вебера. В XX в. они нашли продолжение в теории социального действия Ф. Знанецкого и теории нелогического действия В. Парето. В рамках структурно-функционального анализа проблема трудовой мотивации рассматривались Р. Мертоном в теории организационной патологии, Т. Парсонсом — в теории индивидуального выбора.

Р. Оуэн и А. Смит считали деньги единственным мотивирующим фактором. Согласно их трактовке, люди — чисто экономические существа, которые работают только для получения средств, необходимых для приобретения пищи, одежды, жилища и т. д. [2].

Современные теории мотивации, основанные на результатах психологических исследований, доказывают, что истинные причины, побуждающие человека отдавать работе все силы, чрезвычайно сложны и многообразны. По мнению одних учёных, действие человека определяется его потребностями. Придерживающиеся другой позиции исходят из того, что поведение человека является также и функцией его восприятия и ожиданий.

Исходя из модели мотивации Врума, мотивация является результирующей от сложения трех факторов, связанных с ожиданиями работника: ожидания того, что вложенные усилия дадут ожидаемые результаты; ожидания того, что результаты повлекут за собой ожидаемое вознаграждение; ожидаемая ценность вознаграждения [3].

© Ус М. А., 2009



При рассмотрении мотивации следует сосредоточиться на факторах, которые заставляют человека действовать и усиливают его действия. Основные из них: потребности, интересы, мотивы и стимулы.

Потребности нельзя непосредственно наблюдать или измерить, о них можно судить лишь по поведению людей. Выделяют первичные и вторичные потребности. Первичные по природе своей являются физиологическими: человек не может обойтись без еды, воды, одежды, жилища, отдыха и т. п.

Вторичные вырабатываются в ходе познания и приобретения жизненного опыта, то есть являются психологическими: потребность в привязанности, уважении, успехе.

Потребности можно удовлетворить вознаграждением, дав человеку, что он считает для себя ценным. Но в понятии "ценность" разные люди вкладывают неодинаковый смысл, а, следовательно, различаются и их оценки вознаграждения. Например, состоятельный человек, возможно, сочтет несколько часов отдыха в кругу семьи более значительными для себя, чем деньги, которые он получит за сверхурочную работу на благо организации. Для работающего в научном учреждении более ценными могут оказаться уважение коллег и интересная работа, а не материальные выгоды, которые он получил бы, выполняя обязанности, скажем, продавца в престижном супермаркете.

"Внутреннее" вознаграждение человек получает от работы, ощущая значимость своего труда, испытывая чувство к определенному коллективу, удовлетворение от общения дружеских отношений с коллегами. "Внешнее" вознаграждение — это зарплата, продвижение по службе, символы служебного статуса и престижа.

Для управления трудом на основе мотивации необходимы такие предпосылки, как выявление склонностей и интересов работника с учетом его персональных и профессиональных способностей, определение мотивационных возможностей и альтернатив в коллективе и для конкретного лица. Необходимо полнее использовать личные цели участников трудового процесса и цели организации [4].

Никакие установленные извне цели не вызывают заинтересованности человека в активизации своих усилий до тех пор, пока они не превратятся в его "внутреннюю" цель и далее в его "внутренний" план действия. Поэтому для конечного успеха большое значение имеет совпадение целей работника и предприятия.

Для решения этой задачи необходимо создание механизма мотивации повышения эффективности труда. Под этим подразумевается совокупность методов и приемов воздействия на работников со стороны системы управления предприятия, побуждающие их к определенному поведению в процессе труда для достижения целей организации, основанной на необходимости удовлетворения личных потребностей.

Литература: 1. Экономика и социология труда: Учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 474 с. 2. Уэллс С. Босс многоликий. – СПб.: Питер, 2002. – 256 с. 3. Зволев П. Как усидеть в кресле шефа / П. Зволев, В. Красов. – СПб.: Питер, 2002. – 192 с. 4. Кравченко А. И. Социология управления: фундаментальный курс. – М.: Академический Проект, Трикста, 2004. – 284 с.

УДК 005.334.4

Харькова О. В.

БАНКРУТСТВО – ПРОЯВ КРИЗИ ЧИ ШАХРАЙСТВО?

Більшість вітчизняних підприємств унаслідок економічної, політичної, фінансової нестабільності, недосконалості ринків товарів та послуг, системи інвестування тощо знаходяться в ситуації критичного фінансово-господарського етапу. Сьогодні вирішує цю проблему одним з двох варіантів:

1) вихід підприємства з кризи та його оздоровлення шляхом розробки й реалізації відповідних заходів, тобто санація підприємства;

2) визнання підприємства неплатоспроможним (або банкрутом) та його ліквідація.

Проблеми визнання суб'єктів підприємницької діяльності банкрутами, насамперед, обумовлюються здійсненням в Україні з початку 1990-х років широкого спектру економічних перетворень, покликаних забезпечити перехід від застарілих адміністративно-командних до сучасних ринкових методів регулювання відносин товаровиробників усіх форм власності як між собою, так і з державою. Економічна ситуація України вимагає прийняття дійових методів вирішення проблем, пов'язаних з неплатоспроможністю суб'єктів підприємництва [1].

© Харькова О. В., 2009



За умови правильності розуміння та застосування потенційних можливостей системи банкрутства власниками і керівниками різних рівнів Україна зможе подолати непослідовність і в'ялість реформування економіки, забезпечити поступове відродження та подальший її розвиток. Цим і визначається актуальність даної роботи.

Метою є дослідження масштабів і тенденцій банкрутства суб'єктів господарювання в Україні.

Перед автором було поставлене таке завдання: дослідити український досвід реалізації банкрутства суб'єктів господарювання та розробити рекомендації.

На сьогодні банкрутство підприємств доводить те, що, незважаючи на рівень розвитку економіки, різні причини, які призвели до банкрутства, проблема вдосконалення існуючого законодавства є актуальною. Необхідне більш ретельне вивчення складних механізмів здійснення банкрутства та санації.

Однак результати економічних реформ в Україні підтвердили правильність ринкової економічної політики. Доволі успішно проведена лібералізація економіки, здійснена приватизація об'єктів державної власності, майже стабілізувався обмінний курс гривні. Утім створення макроекономічних умов для економічного зростання не знешкодило негативні тенденції, що склалися, та не сформувало реальні передумови для подолання, перш за все промислової кризи. У свою чергу, недостатній вплив органів державної влади на проведення активної мікроекономічної політики не дозволив максимально реалізувати потенціал економічної реформи й налагодити ефективне функціонування ринкового механізму [2].

Банкрутство підприємств є поширеним явищем в економіці, однак наслідки банкрутства для держави можуть бути різні. З одного боку, негативне функціонування фінансово нестійких підприємств призводить до погіршення економічної ситуації в Україні, з іншого — зникнення одного підприємства може привести до порушення технологічного ланцюжка у виробництві, збільшення соціальної напруженості в регіоні і т. д.

Слід зазначити, що приклади навмисного застосування процедури банкрутства для особливо привабливих підприємств з метою досягнення якихось латентних інтересів чималі. Поширення практики використання банкрутства в Україні для заволодіння підприємством обумовлено декількома причинами: у країні завершена приватизація, і вільного доступу до державного "пирога" так просто одержати вже не можна. Відсутність розвинутого фондового ринку не дозволяє домогтися бажаного результату і через операції з цінними паперами. У таких умовах банкрутство підприємства, що сподобалося приватизатору, стає не тільки дешевим, але й найбільш доступним способом стати його власником. Крім того, недосконалість законодавства та сприяння суду допомагають кредиторі відносно легко заволодіти привабливим підприємством. Тобто це дає можливість використовувати процес банкрутства у зловмисних цілях, для легкого придбання засобів виробництва важливих підприємств, переділу власності, встановлення контролю тощо. Практично не діють механізми діагностики фіктивного банкрутства, недостатньо захищені інтереси всіх сторін цього процесу, не представлені ефективні механізми координації процедур у справі банкрутства. Для вирішення цих проблем слід виділити окремі рекомендації:

1. Слід зауважити, що політика держави щодо приватизації окремих підприємств дала збій і вже доводиться бачити на практиці, що, окрім надходження коштів до держбюджету країни в момент приватизації, держава втрачає великі й прибуткові промислові підприємства, оскільки для приватизаторів місцеві промислові потужності були вигідні лише в плані їх розорення та задля розпродажу майна (прикладом цього є ДП "Хімпром" у м. Первомайському Харківської обл.).

2. Задля вдосконалення політики приватизації підприємства закордонними чи українськими інвесторами, державі необхідно складати договір, який має включати в себе такі умови:

приватизоване підприємство має розвиватись як в інтересах приватизатора (прибуток), так і в інтересах української держави (щомісячні надходження до держбюджету);

приватизатор має використовувати природно-ресурсний потенціал та трудові ресурси тільки ті, які знаходяться на території України і тільки в тому випадку, коли природних ресурсів, необхідних для діяльності підприємства, немає, дозволяти ввіз із закордону.

3. Також в Україні необхідна чітка лінія проведення фінансового контролю окремих підприємств для відстежування їх платоспроможності, оскільки в разі загрози банкрутства держава могла б здійснювати політику оздоровлення за допомогою санації та субсидій або довгострокового кредиту.

4. І так само країні необхідна фінансова політика зі зниженням ставки відсотків за користування залученими грошовими коштами, особливо в такий період як зараз, коли рівень інфляції просто "нищить" економіку України.

Усе це призводить до необхідності негайного доопрацювання існуючого Закону та введення коректив. Оскільки вдале реформування економіки може дати важливий шанс для подолання недоліків політики зі здійснення фінансового контролю за підприємствами та поліпшити кризовий стан економіки України загалом.

Література: 1. Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємств. – К.: Вид. КНЕУ, 2000. – 410 с. 2. Галь Ю. Масштаби банкрутства підприємств сучасної України // Економіка України. – 2007. – №3. – С. 34 – 40.

ЛІЗИНГОВЕ КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ ТА ПРОБЛЕМИ ЙОГО РОЗВИТКУ

Сьогодні в Україні існує велика потреба в оновленні матеріальної бази та модернізації, розширенні основних фондів вітчизняних підприємств. У зв'язку з цим набуває особливого значення пошук методів, що сприяли б цьому процесові. Одним із найбільш ефективних таких методів в Україні може стати лізинг, зокрема банківський. Пояснюється це тим, що на сьогодні саме банки є найбільш реальними господарюючими суб'єктами, обсяг кредитних ресурсів яких дозволяв би здійснювати успішне проведення лізингових операцій.

Сучасне розуміння лізингу бере початок ще від класичних принципів Римського права про розмежування понять "власник" і "користувач" майна. Виникнення і саме існування його в якості особливого виду бізнесу засновані саме на можливості розділення компонентів власності на дві важливі правочинності — користування річчю і саме право власності як правове панування особи над об'єктом власності [1, с. 24].

В Україні лізингові операції прямо або посередньо регламентуються більш ніж 180 законодавчими і нормативними актами [2, с.110], але основним із цих актів, безумовно, є Закон "Про лізинг" [3, с. 48].

Лізинг як багатогранне економічне явище здійснюється в різних видах. Загальноживаним є виділення за масштабами поширення відносин внутрішнього та міжнародного лізингу.

Залежно від характеру лізингових операцій суб'єкти можуть здійснювати такі їх види – зворотні (компенсаційні), пайові (роздільні) та сервісні. Але найдоцільнішим є розподіл лізингу за видами з урахуванням строку використання об'єкта. За цією ознакою виділяють оперативний та фінансовий лізинг.

Визначення оперативного лізингу у законодавстві України є досить недосконалим, оскільки зосереджується головним чином на тому, що строк договору є коротшим, ніж строк фінансового лізингу. Останнім часом найбільшого поширення набув фінансовий лізинг. Закон України "Про фінансовий лізинг" від 18 листопада 2003 р. регламентує правові й економічні відносини цього виду лізингу [4, с. 8].

Лізинг виконує виробничу і фінансову функції з формування багатуукладної економіки й активізації виробничої діяльності [5, с. 106].

Розвиток лізингу в нашій країні стикається з проблемою пошуку значних за обсягом та стабільних джерел коштів для здійснення лізингових операцій. Аналіз стану вітчизняного підприємництва дозволяє зробити висновок про те, що сьогодні найбільш реальними господарюючими суб'єктами є банківські установи [6, с.4].

Розглядаючи проблеми проведення лізингових операцій комерційними банками України, треба виділити два їх аспекти: правовий та економічний.

Як уже відзначалось, прийняття у 1997 році Закону "Про лізинг" було значним проривом у формуванні правової бази проведення лізингових операцій. Але цей закон має ряд явних "білих плям". Виходячи з вищесказаного, можна сказати, що є нагальними завданнями вдосконалення правового регулювання лізингу [7, с. 29].

Переходячи до економічного аспекту проблем та перспектив розвитку проведення лізингових операцій банками України, почнемо з переваг для лізингоодержувача [8, с. 18 – 23]: можливість уникнути залучення кредитів для придбання техніки з інших джерел фінансування, що дасть можливість використовувати ці джерела для інших потреб; достатня гнучкість лізингових платежів; спрощення доступу до використання різноманітної, у тому числі імпортової техніки; скорочення строків організації виробництва нової продукції; зменшення ризику у випадку введення виробництва нової продукції через можливість повернення обладнання за договором оперативного лізингу.

Інтереси лізингової фірми полягають в одержанні відсотків за надане в кредит устаткування у складі лізингових платежів, плати за ризик морального застаріння устаткування, можливості здати те чи інше устаткування в оренду кілька разів [9, с. 43].

Попри цілу низку переваг у лізингу є й вади: складніша організація й триваліша підготовка до укладання лізингової угоди; вищі адміністративні витрати. У кінцевому підсумку лізингова угода дорожча, ніж позика, оскільки у вартість лізингу закладається в обов'язковому порядку сума амортизації. Лізинг може бути дешевшим від кредитної позики тільки за умови наявності певних пільг.

До цього часу лізингова форма кредитування банками не одержала належного розповсюдження. Серед однієї з головних причин є те, що в умовах високої інфляції та загальної нестабільності великий попит на кредитні ресурси робив для банків більш привабливим короткострокове кредитування за високими процентними ставками з отриманням великого рівня прибутку у короткостроковому періоді [10, с. 23].

Аналізуючи вітчизняний ринок лізингу, треба відзначити його активізацію, але обсяги здійснення лізингових операцій залишаються у декілька разів нижчими за аналогічні показники західних країн.



Підводячи підсумок, слід зауважити, що при активному втіленні в практику лізинг унаслідок властивих йому можливостей може стати потужним імпульсом технічного переозброєння виробництва та структурної перебудови української економіки. Отже, ринок лізингових послуг потребує особливої уваги, оскільки це не лише засіб стимулювання реалізації нової техніки, пришвидшення оновлення матеріально-технічної бази, а й інтенсифікація розвитку національної економіки в цілому, підвищення її якісного рівня.

Література: 1. Данилова Л. І. Лізинг як фактор інвестиційного розвитку // *Фінанси України*. – 2002. – №11. – С. 24. 2. Ткаченко С. Є. Інвестування підприємств залізничного транспорту на основі лізингу // *Фінанси України*. – 2002. – №3. – С. 108. 3. Закон України "Про лізинг" // *Бізнес-документи, коментарии, консультації*. – 1999. – №3. – С. 48. 4. Закон України "Про фінансовий лізинг" // *Урядовий кур'єр*. – 2004. – 16 січня. 5. Онищук Я. В. Розвиток лізингу в Україні // *Фінанси України*. – 2005. – №7. – С. 106. 6. Роль банків у розвитку лізингового бізнесу // *Закон і бізнес*. – 1999. – №37. – С. 4. 7. Міщенко В. І. *Основи лізингу*. – К.: Земля, 2001. – С. 27. 8. Андриасова И. В. *Практические аспекты финансирования лизинга в условиях рынка* // *Финансы*. – 1999. – №12. – С. 23. 9. Хоменко Е. И. *Проблемы лизинга в деятельности банков* // *Економіка. Фінанси. Право* – 2001. – №4. – С. 43. 10. Кочетков В. Н. *Организация лизинговых операций*. – К.: Украинско-финский институт менеджмента и бизнеса, 2002. – С. 23.

Чаплигіна Ю. С.

УДК 005.57

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МІЖСОБИСТІСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ВИРОБНИЧОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ (ЧЕРЕЗ РОЗВИТОК ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ)

Стохастичність середовища, у якому сьогодні функціонують виробничі організації, вимагає посиленої уваги до інформаційної насиченості їх менеджменту. Її якість залежить від якості внутрішніх та зовнішніх комунікацій, якими користуються менеджери й співробітники при прийнятті важливих рішень. На сучасних вітчизняних підприємствах стан цих комунікацій є проблемним. Особливої уваги в контексті цієї проблеми потребує спілкування керівників колективів з підлеглими, створення умов його інформаційної насиченості. Ефективна міжособистісна комунікація характеризується єдністю трьох сторін — обмін інформацією, взаємодія й прийняття один одного. Важливою характеристикою при цьому виступає емоційний інтелект.

Незважаючи на розробленість концепції комунікації, залишається усе ще багато методично незабезпечених проблем, пов'язаних з її практичним втіленням на вітчизняних підприємствах. З огляду на це, метою даної роботи є вдосконалення системи міжособистісної комунікації виробничої організації шляхом розвитку емоційного інтелекту персоналу.

Емоційний інтелект — це здатність людини розуміти емоції, відчуття як свої власні, так й інших людей, і впливати на них, виходячи з актуальних цілей [1, с. 34]. Отже, міжособистісна комунікація між людьми, які володіють розвиненим емоційним інтелектом, буде будуватися більш ефективно.

Адекватна самооцінка, цілеспрямованість й уміння сприймати критику у свою адресу, швидко реагувати на зміни, самовладання, гарне почуття гумору — це якості, які відрізняють емоційно розвинених людей. Їх визнають першокласними професіоналами, їм під силу будь-яке завдання. Вони відкриті, уважні, розуміють навколишніх з півслова, у конфліктних ситуаціях допомагають конфронтуючим сторонам дійти згоди. Як правило, ці люди викликають повагу навіть у своїх недругів, яких у їхньому житті, до речі, буває вкрай мало.

Емоційний інтелект можна формувати й удосконалювати в будь-якому віці [2]. Його неможливо розвинути на якомусь конкретному семінарі або тренінгу — це, насамперед, питання бажання, часу й практики. Аналіз й узагальнення запропонованих у літературі шляхів розвитку емоційного інтелекту [2 – 4] дозволили розробити алгоритм удосконалення системи комунікацій в аспекті міжособистісного спілкування керівника й підлеглого, поданий на рисунку.

Алгоритм, наведений на рисунку, передбачає три етапи розвитку емоційного інтелекту:

1) пізнання самого себе — починається з усвідомлення своїх емоцій, знаходження "пускових кнопок", які запускають негативні емоції, що можуть володіти людиною. Як тільки людина виявить свої власні "пускові кнопки", вона зможе шукати спосіб реагувати якимось інакше, змінюватися;

2) уміння управляти своїми почуттями й емоціями. Емоції націлюють увагу на важливу інформацію, допомагають у міркуваннях й у пам'яті на почуття, зміна настрою з оптимістичного на песимістичне дозволяє враховувати різні точки зору, емоційні стани по-різному допомагають у конкретних підходах до рішення проблем;

© Чаплигіна Ю. С., 2009

3) уміння розпізнавати емоції інших й управляти ними — для того, щоб світ виглядав очима когось, треба розвивати такі навички:

активно слухати. Уміння слухати — це набагато більше, ніж просто мовчати та чекати своєї черги висловитися, час від часу киваючи головою. Активні слухачі зайняті тільки однією справою — вони повністю беруть участь у тому, що було сказано;

розуміти невербальну комунікацію, або слухати очима. Вираз обличчя, жести, розташування людини у просторі – все це відіграє важливу роль у процесі спілкування. Непомітні рухи розуміються майже несвідомо;

адаптуватися до широкого спектру емоцій. У кожного емоційного стану є позитивна й негативна сторона. Наприклад, гнів. Негативна його сторона — він віддаляє людину від навколишніх, заважає критичній самооцінці, паралізує тіло. А позитивною стороною може бути те, що почуття гніву служить захистом від самолюбства: створює почуття справедливості, спонукає до дій.

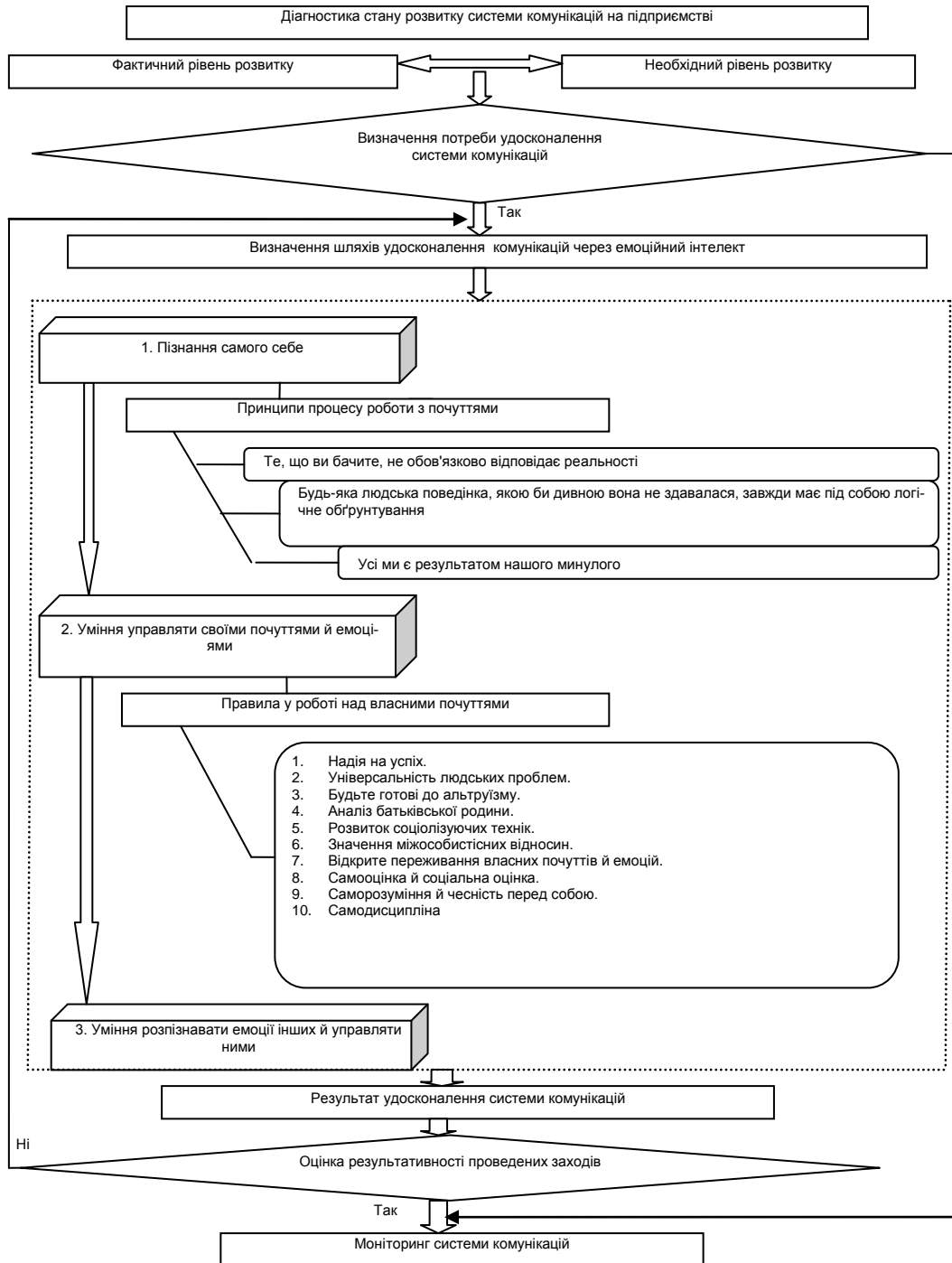


Рис. Алгоритм удосконалення системи комунікацій шляхом розвитку емоційного інтелекту



Міжособистісне спілкування – це важлива складова комунікацій виробничої організації, що сьогодні забезпечує ефективність реакції її системи керування на зміни, що відбуваються в її зовнішньому і внутрішньому середовищах. Сьогодні емоційний інтелект стає одним із важливих напрямків удосконалення системи комунікацій. Його розвиток – завдання складне, але результат вправдоує витрачений час.

Подальший розвиток досліджень необхідно зосередити на побудові більш детальних алгоритмів-практичних рекомендацій щодо удосконалення міжособистісної комунікації через емоційний інтелект.

Література: 1. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект. – М.: АСТ, 2008. – 480 с. 2. Паринова А. Эмоциональный интеллект // http://www.zrp.spb.ru/article_55.php. 3. <http://yanalan.com>. 4. <http://eqspb.ru>.

Черелюк В. О.

УДК 331

ПРОБЛЕМИ ЗАЙНЯТОСТІ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

У період світової економічної кризи проблема зайнятості населення на підприємствах України стає дуже гострою. У зв'язку із закриттям багатьох підприємств, будівельних компаній, банкрутством банків, відсутністю інвестицій в економіку скорочується велика кількість робочих місць. Люди не в змозі застосувати свої знання, навички, інтелектуальні здібності. Привичення природного рівня безробіття загрожує зростанням соціального невдоволення в суспільстві. Керівництво країни у складній ситуації не вживає реальних заходів, не реалізує законодавчих програм для боротьби з безробіттям, хоча згідно з Конституцією України кожна людина має право на працю. Така ситуація обґрунтовує актуальність та проблематику даної статті.

Метою даної статті є виявлення на основі статистичних й аналітичних даних економічних наслідків безробіття, а також запропонування заходів її вирішення. У рамках поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: виявлення причин та наслідків безробіття; дослідити динаміку безробіття на кінець 2008 початок 2009 років; показати заходи, які впроваджуються керівництвом держави, щодо вирішення проблеми зайнятості; зробити висновок на основі отриманих даних та запропонувати нові підходи щодо боротьби із безробіттям.

Досягнення високого рівня зайнятості – одна з основних цілей макроекономічної політики держави. Економічна система, що створює додаткову кількість робочих місць, ставить за свою мету збільшити кількість суспільного продукту і тим самим більшою мірою задовольнити матеріальні потреби населення. При неповному використанні робочої сили система працює, не досягаючи межі своїх виробничих можливостей. Вагомою втратою безробіття наносить й життєвим пріоритетам людей, не даючи їм використати свої вміння у тому роді діяльності, в якому людина може найбільшим чином проявити себе, чи взагалі позбавляючи їх такої можливості, через те що люди переносять серйозні психологічні стреси [1].

Безробіття – соціально-економічна ситуація в суспільстві, при якій активним, працеспроможним громадянам не можливо знайти роботу, яку вони можуть виконувати, що обумовлено перевищенням пропозиції праці над попитом на неї. За трактуванням Міжнародної організації праці (МОП) безробітним вважають людину, яка хоче знайти роботу, може працювати, але не має робочого місця [2].

Згідно з українським законодавством безробітними вважаються громадяни, котрі не мають роботи і заробітку, зареєстровані в органах служби зайнятості, шукають роботу і готові до неї приступити. Як бачимо, офіційна система обліку безробіття на Україні занижає реальні показники тому, що велика кількість безробітних такими не вважаються (не зареєстровані в службі зайнятості) [3].

У розвинутих країнах безробіття є результатом високих темпів розвитку НТП і розбіжності попиту та пропозиції на ринку праці [2].

В Україні під час кризи помітно проявляється приховане безробіття, яке виникає як синдром спаду виробництва і не адекватного скорочення зайнятості. Приховане безробіття полягає в тому, що робітники працюють за умовами неповного робочого дня й отримують неповну заробітну

© Черелюк В. О., 2009

плату, а також для певної частини робітників оформляються відпустки без утримання чи з частковим збереженням заробітної плати [4].

На даний момент на Україні почалась друга хвиля скорочення працівників. Перша хвиля звільнень мала місце вкінці 2008 року й торкнулась в основному інвестиційно-фінансового сектору й робітників підприємств важкої промисловості. Особливості другої хвилі полягають в тому, що вона торкнулась секторів економіки, близьких до споживчого сегменту. За прогнозами вона протримається до кінця березня 2009 року.

Згідно зі статистичними даними рівень зареєстрованого безробіття на Україні до кінця лютого 2009 року склав 3,2% населення працездатного віку, що повідомляється на веб-сайті Державного комітету статистики. У грудні 2008 року цей показник складав 3%, у листопаді – 2,3%, у жовтні 1,9%. Раніше 3 місяці підряд безробіття складало 1,8%. У червні 2008 року рівень безробіття склав 1,9%, у травні – 2,0%, у квітні – 2,2%, у березні – 2,3%, у грудні – лютому – 2,4%, що повідомляє "Інтерфакс-Україна". До кінця лютого 2009 року зареєстровано 900,6 тис. безробітних (у січні – 844,9 тис.). З них допомогу з безробіття отримували 670,9 тис. чол. (у січні – 652,1 тис.). Середній розмір такої допомоги складав 604,42 грн. на місяць (раніше – 571,07 грн).

Потреба у працівниках на вітчизняних підприємствах на заміщення вільних робочих місць і вакантних посад у січні складала 86,5 тис. чол (місяцем раніше – 91,1 тис.). При цьому, згідно з даними Держкомстату кількість незайнятих громадян, котрі розміщувались на обліку в державній службі зайнятості, складала 930 тис. чол. [5].

Необхідно відзначити, що ринок праці інерційний, і його реакція завжди запізнюється відносно до динаміки економічних перетворень.

Керівництвом країни вживаються деякі заходи щодо збереження робочої сили та створення нових робочих місць: Закон України "Про внесення змін до деяких законів України щодо зменшення впливу світової фінансової кризи на сферу зайнятості населення", прийнятий ще 25 грудня минулого року (набрав чинності з 13.01.2009 р.) підписаний Верховною Радою та підписаний В. Ющенком, спрямований "на пом'якшення впливу світової фінансової кризи на ринок праці України, призупинення вивільнення працівників з підприємств, установ та організацій, а також збалансування бюджету Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття у 2009 – 2010 рр."; пропонується до 31 грудня 2010 року звільнити роботодавців від обов'язку бронювати 5% робочих місць для категорії населення, що потребує соціального захисту; пропонується на рік зупинити дію норм законів, які дозволяють роботодавцям працевлаштовувати іноземців або осіб без громадянства без дозволу на працевлаштування; пропонується розширити перелік осіб, які користуються страховкою з безробіття.

Із вищесказаного можна зробити висновок, що показник безробіття є одним з ключових показників для визначення загального стану економіки та її соціально-економічної ефективності.

Для вирішення проблем із безробіттям (скороченням штату) на підприємствах України автор пропонує таке:

розвиток системи перепідготовки робітників, орієнтування професійної підготовки фахівців на майбутні потреби ринку праці, а також сприяння професійній і територіальній мобільності робочої сили, у результаті чого буде задоволена потреба підприємств у кваліфікованих кадрах, а робітники здобудуть нові необхідні навички;

для відновлення виробництва необхідно знизити ставку ПДВ і відновити банківське кредитування, наслідком чого буде відродження виробництва і створення нових робочих місць;

створити умови для розвитку вітчизняного виробника (скоротити імпорт, підняти мито, знизити податковий тиск), це буде сприяти збільшенню кількості й якості вітчизняної продукції, що призведе до необхідності створення нових робочих місць;

головною умовою формування та ефективного функціонування національного ринку праці є пришвидшення економічних реформ в Україні. Ефективна структурна перебудова національної економіки через реструктуризацію збиткових підприємств, відмову від практики м'яких бюджетних обмежень, реальне застосування інституту банкрутства дала б змогу підвищувати мобільність робочої сили, продуктивність праці та заробітну плату.

Вирішення зазначених проблем, на думку автора, дозволить вагомо збільшити ефективність державної політики зайнятості населення на Україні, що призведе до зниження безробіття в країні і, як наслідок, до економічного зростання й підвищення рівня добробуту населення.

Література: 1. Пазюк О. Проблеми безробіття в Україні // Україна: аспекти праці. – 2004. – №2. – С. 3 – 10. 2. Європейська економічна комісія ООН. Обзор економічного положення Європи в 2007 – 2008 роках. – Нью-Йорк; Женева: ООН, 2008. 3. Основи економічної теорії: Підручник / С. В. Мочерний, В. К. Симоненко, В. В. Секретарюк, А. А. Устенко; [Під заг. ред. С. В. Мочерного. – К.: Тов. "Знання", КОО, 2000. – 607 с. 4. Павловська О. Удосконалення фінансового забезпечення доходів сприяння зайнятості населення // Україна: аспекти праці. – 2004. – №6. – С. 11 – 14. 5. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЙОГО ПІДВИЩЕННЯ

В останній час усе більше вчених і практиків звертають увагу на необхідність розвитку національного ринку. Це зумовлено тим, що з переходом до нових умов господарювання з'ясувалося, що продукція багатьох підприємств виявилася неконкурентоспроможною на світовому ринку. Вхід України в коло розвинутих країн може відбутися лише у тому випадку, якщо продукція вітчизняних підприємств буде відповідати світовим стандартам якості і конкурентоспроможності. Тому обов'язково потрібна розробка дієвих механізмів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств й конкурентоспроможності національної економіки України в цілому.

До проблем конкурентоспроможності в свій час зверталось багато вітчизняних і зарубіжних вчених. Одним з них був Р. А. Довбуш, який визначив, що управління конкурентоспроможністю є напрямом менеджменту підприємства, спрямованим на формування, розвиток і реалізацію конкурентних переваг і забезпечення життєдіяльності підприємства у сфері економічної діяльності [1].

Також цю проблему розглядали Дж. Веллінгтон і Р. А. Джонсон, які визначили об'єкт і суб'єкт управління конкурентоспроможністю. Об'єктом є технологічні та економічні процеси, у ході яких при створенні продукції формуються її конкурентні переваги, а суб'єктом – система конкурентоспроможності як інструмент управління нею [2].

Не обійшов стороною проблему конкурентоспроможності й японський вчений К. Такамацу. На його думку, управління конкурентоспроможністю є напрямом менеджменту підприємства, спрямованим на формування, розвиток і реалізацію конкурентних переваг і забезпечення життєдіяльності підприємства у сфері економічної діяльності. Головним завданням управління конкурентоспроможністю є забезпечення життєдіяльності та формування господарських зв'язків за будь-яких змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі [3].

Проте розроблені цими авторами рекомендації щодо підвищення ефективності процесу управління конкурентоспроможністю підприємства, на погляд автора даної роботи, потребують подальшого розвитку. У зв'язку з цим метою даного дослідження є визначення теоретичних основ формування системи управління конкурентоспроможністю підприємства та розробка практичних рекомендацій щодо її реалізації вітчизняними суб'єктами господарювання.

Система управління конкурентоспроможністю підприємства становить сукупність організаційної структури, процесів, технологій, ресурсів тощо, необхідних для створення умов, які сприятимуть реалізації конкурентних переваг у теперішньому і майбутньому бізнес-середовищі. Досягнення високого рівня конкурентоспроможності можливе лише за умов застосування ефективних методів управління нею [4].

Основним завданням процесу управління конкурентоспроможністю є створення методів менеджменту, за допомогою яких система управління впливатиме на працівників, забезпечуючи їхню активність, координуючи діяльність, спрямовуючи на досягнення рівня конкурентоспроможності [5].

Умовою забезпечення конкурентоспроможності на підприємстві є можливість до самоорганізації. Вона передбачає постійні зміни в кон'юктурі ринку та потребах клієнтів, технологіях та можливість пристосовуватися до них. Проте мала кількість національних підприємств змогла сформуватися в режимі самоорганізації при переході до ринку.

Однією з найважливіших систем вітчизняних підприємств є адаптивна система управління конкурентоспроможністю, яка дає змогу враховувати в управлінні нею особливості передбачуваного зовнішнього конкурентного середовища та динамічного державно-правового поля (яке характерне для перехідного періоду державотворення в Україні); підвищувати надійність системи управління в умовах впливу випадкових чинників; оптимізувати час розробки і впровадження системи в практику функціонування підприємств; підвищувати рівень гнучкості й мобільності системи управління конкурентоспроможністю [3].

На сьогоднішньому етапі економічного розвитку метою підприємства є задоволення споживчих потреб, що передбачає вміння знаходити правильне рішення та досягати узгодженості під час продажу продукту. Усе це впливає на формування системи управління конкурентоспроможністю. Для дотримання цієї умови, а отже і конкурентоспроможності, підприємство повинне мати дві головні характеристики: наявність якостей, необхідних для організації досягнення цілей підприємства (наявність ресурсів), та наявність певної системи управління діяльністю.

Важливою складовою управління конкурентоспроможністю та самоорганізацією в період розвитку ринкових відносин повинно також стати дослідження інноваційності підприємства. Вона може бути представлена як можливість оновлення, сукупність процесів перебудови напрямків діяльності підприємства, пов'язаних з життєвим циклом продукції, технологічністю, собівартістю.

Таким чином, інноваційність визначає основу реакції підприємства на зміни зовнішнього середовища, тим самим пов'язана з можливістю сприйняття технічних і соціальних новацій. Високий рівень інноваційності активізує найголовніший аспект сучасного інноваційного підприємства – підвищення інтелектуального потенціалу.

Серед основних напрямів подальших досліджень необхідно виділити розробку механізму забезпечення конкурентоспроможності товару й дослідження механізму самого ринку, де формується конкуренція. За допомогою цих досліджень можна досягнути найбільш високих результатів конкурентоспроможності продукції та зміцнити конкурентні позиції вітчизняних підприємств.

Література: 1. Довбуш Р. А. Управление конкурентоспособностью предприятий / Р. А. Довбуш, А. Л. Зозуля. – Харьков: Основа, 2003. – 354 с. 2. Джонсон Р. А. Комплексное управление конкурентоспособностью американских производителей. – К.: Бліц-Інформ, 2003. – 544 с. 3. Савчук В. І. Системи управління конкурентоспроможністю / В. І. Савчук, Д. А. Корж. – Харьков: Основа, 2003. – 230 с. 4. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики. – Харьков: Фактор, 1997. – 365 с. 5. Реген В. Управление конкурентоспособностью компании на основе самоорганизации // Экономика и управление. – 2005. – №1. – С. 95 – 98.

УДК 334.763(477)

Шакура М. Г.

ФРАНЧАЙЗИНГ В УКРАИНЕ: РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Известный всему миру как безопасный способ ведения бизнеса франчайзинг, являющийся своеобразной интеграцией крупного и малого бизнеса, для украинского предпринимателя остается сравнительно новым и малоизвестным понятием. Проблемой для начинающих предпринимателей, не определившихся с концепцией ведения будущего бизнеса, становится недостаточная информированность об объективных преимуществах и недостатках франчайзинга как одной из моделей ведения бизнеса.

Благодаря франчайзингу компании эффективно работают, не затрачивая огромных средств на инфраструктуру, без сложностей в управлении широкой сетью корпоративных предприятий, таким образом превращая ее в эффективный бизнес. Также франчайзинг способствует созданию ВВП, привлечению инвестиций в экономику, применению инноваций, ноу-хау, созданию новых рабочих мест и, таким образом, снижению уровня безработицы, в целом благоприятно влияя на общее состояние экономики страны [1].

Проблема развития франчайзинга в Украине, определение его места в экономическом развитии страны достаточно актуальны и требуют дальнейших исследований.

Анализом состояния франчайзинга на отечественном рынке Украины занимаются О. Соковатый, А. Ногачевский, В. В. Шкромада, Г. А. Холодный, О. Д. Ладюк и др.

Цель работы – установить место франчайзинга в экономическом развитии Украины, определить современное состояние данной концепции ведения бизнеса, ее проблемы и перспективы.

Чем же является франчайзинг в современных условиях? Это система ведения бизнеса, состоящего из двух основных компонентов: франчайзера, который лицензирует или продает свою торговую марку, бизнес-систему и ноу-хау, и франчайзи, который выплачивает франчайзеру первоначальную франшизную плату и текущие роялти за право ведения бизнеса [2]. В Украине по этой бизнес-концепции развиваются сети АЗС, работает большая часть сети продовольственных магазинов-дискаунтеров, турагентств и т. д.

Стоимость франшизы колеблется от нескольких сот долларов до сотен тысяч. Применительно к малому и среднему бизнесу она составляет в среднем 50 тыс. долларов.

В целом на рынке Украины франчайзинг наиболее интенсивно развивается в сфере торговли, и причиной тому – ожидание предпринимателем быстрой окупаемости нового для страны бизнеса. Наименее широко применяется франчайзинг в производственном секторе, однако именно эта сфера нуждается в современных методах бизнеса и внедрении новых технологий. Известными франчайзерами в этой сфере являются ТМ Соса-Сола, Вимм-Билль-Данн, ТетраПак. На отечественном рынке самыми популярными являются системы франшизы в сферах фаст-фуда, продажи фотоаппаратуры и соответствующих материалов и услуг, продажи, установки, обслуживания и обучения, программного обеспечения учета на предприятиях, заправок, розничной торговли, супермаркетов и т. д.

Анализируя данные Ассоциации франчайзинга Украины за 2008 год, можно констатировать, что для украинского франчайзинга он был довольно успешным. Так, количество франчайзеров вы-



росло на 26% – с 301 до 380, охват отраслей экономической активности вырос на 10% – с 84 до 92, количество точек в сетевом бизнесе выросло на 85% – с 18 170 до 33 631; появился новый сегмент сетевого, а, самое главное, франчайзингового бизнеса – банки по франчайзингу. "Гонка за лидером" между общественным питанием и услугами для населения разрешилась в пользу услуг для населения, что указывает на интенсификацию предпринимательской активности в поиске новых коммерческих ниш. С каждым днем франчайзинговые предложения на украинском рынке становятся все более разнообразными, появляются новые отрасли, новые технологии, расширяется ценовой диапазон. Появляются и дешевые франшизы бытовых услуг или проката, и дорогие франшизы фешенебельных ресторанов и производства. Будущее, как показал 2008 год, остается за сферой услуг: обслуживание потребителей (уборка, мойка, ремонт); доставка билетов, туризм, бронирование отелей, сдача помещений в аренду, организация досуга; обслуживание бизнеса (доставка расходных материалов, обслуживание техники, мобильных телефонов); доставка в рамках существующих сетей супермаркетов, пиццерий, магазинов и т. п. [3].

В связи с проведением в Украине финальной части Евро-2012 большим спросом пользуется отельное направление. Открывать такие точки необходимо в ближайший год-два. Тогда к 2012 г. отель станет функционировать эффективно и за время чемпионата окупится [4].

Развитие рынка и укрепление законодательной базы будут также способствовать расширению франчайзингового бизнеса в целом. Это все способствует тому, что скоро любой желающий сможет подобрать себе бизнес по душе и по своим возможностям.

Вместе с тем, среди всех положительных тенденций развития франчайзинга в Украине проблемой является медленное его прогрессирование. Факторами, сдерживающими развитие франчайзинговой модели ведения бизнеса, являются недостаточно развитая правовая база (подмена понятия "франчайзинг" термином "коммерческая концессия" в нормативных документах создает неудобства при заключении международных договоров и в деловом обороте), медленное развитие, становление и нестабильность рыночной экономики нашей страны, несовершенство системы налогообложения, недостаточное антимонопольное регулирование, ограниченный доступ к кредитам для франчайзи (в Украине кредитование франчайзи находится в зоне высокого риска) и как следствие – недостаток стартового капитала у франчайзи, отсутствие эффективного маркетинга, слабая подготовка предпринимателей и специалистов в области франчайзинга [5; 6].

Таким образом, для дальнейшего развития франчайзинга в Украине необходимо обеспечить соответствующую законодательную базу, устранить дефицит информации о современных формах предпринимательства и международного бизнеса и правовых знаний предпринимателей в сфере интеллектуальной собственности и коммерческой реализации нововведений.

Литература: 1. Соковатий О. В. Місце франчайзингу в інноваційному розвитку України // Проблеми науки. – 2008. — №4. – С. 38 – 42. 2. Соковатий О. В. Особливості реалізації франчайзингу в Україні // Проблеми науки. – 2007. — №2. – С. 14 – 18. 3. Сайт Ассоциации франчайзинга. – <http://www.franchising.org.ua/>. 4. Шкромада В. В. Застосування франчайзингових систем у готельному бізнесі в умовах української економіки / В. В. Шкромада, Т. П. Бут // Економіка, фінанси і право. – 2006. — №12. – С. 24 – 27. 5. Холодный Г. А. Состояние франчайзинга на зарубежном и отечественном рынках / Г. А. Холодный, Т. П. Прохорова, Т. И. Прищученко // Бизнес Информ. – 2006. – №8. – С. 50 – 59. 6. Ладюк О. Д. Розвиток підприємницьких структур в Україні на засадах франчайзингу // Проблеми науки. – 2007. — №4. – С. 7 – 13.

Шапошник Ю. А.

УДК 005.332.4

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ

Со вступлением мирового сообщества в новое тысячелетие ведущую роль среди всех мировых ресурсов стала играть информация и, как основной результат ее применения, новые технологии, что позволяет говорить о феномене так называемой "новой", информационной экономики. Украина как государство, традиционно поставившее многие передовые технологии на мировой рынок, должна рассматривать коммерциализацию своей технологической базы как основополагающий аспект своего развития. Однако в данный момент Украина находится на мировом рынке вы-

© Шапошник Ю. А., 2009



сокотехнологической продукции на позициях аутсайдера, так как не принадлежит ни к одной из ведущих групп поставщиков высокотехнологической продукции и не имеет достаточно развитого внутреннего механизма рыночного и государственного регулирования данного рынка.

Научно обоснованные рекомендации по повышению конкурентоспособности отечественных предприятий на внешнем рынке нашли своё отражение в трудах С. Азарова, В. Гаташа, А. Гончара, В. Княжанского, Г. Паламарчук, В. Грозной, В. Клочко, О. Швыданенко. В научных работах был дан анализ положения предприятий Украины на внешнем рынке, рассмотрены критерии конкурентоспособности предприятия на рынке в современной ситуации. Однако вопрос инновационного бизнеса как основы повышения конкурентоспособности украинских предприятий на высокотехнологическом внешнем рынке не поднимался. В связи с этим изучение влияния инновационных процессов на повышение конкурентоспособности отечественных предприятий на внешнем рынке является одной из актуальных проблем экономической науки и практики.

Целью данного исследования является теоретическое обоснование и разработка методических рекомендаций относительно повышения уровня конкурентоспособности промышленных предприятий Украины на внешнем рынке.

Для формирования внутреннего рынка инноваций и технологий Украины и повышения конкурентоспособности предприятий государства на высокотехнологическом внешнем рынке необходимо точно определить приоритеты Украины в дальнейшем развитии экономики – это является главной задачей данной статьи.

На мировом рынке конкурентоспособными признано менее 1% украинских товаров и услуг, а продукция большинства украинских производителей может быть реализована только в рамках демпинговых или нелегальных соглашений. В то же время, экономика Украины на 70% зависит от экспорта. Однако товарная номенклатура товаров, реализуемых на внешнем рынке, по-прежнему состоит из товаров сырьевой группы и полуфабрикатов: металлопродукции, минеральных продуктов и продукции химической отрасли, которые в общем составляют 65% украинского экспорта [1].

В условиях того, что Украина почти полностью зависит от внешних энергетических ресурсов, а энергоёмкость вышеприведенной продукции в стране самая высокая по Европе, невозможно говорить о конкурентоспособности или прибыльности украинского производства и экспортных операций. Кроме того, устаревшая производственная база большинства предприятий Украины не позволяет им производить продукцию, по качеству и уровню издержек отвечающую мировым стандартам. В связи с этим существует большая необходимость в структурной перестройке национальной экономики Украины [2].

Инновационная политика Украины на современном этапе развития государства должна базироваться на таких важнейших принципах, как признание модели инновационного развития экономики в качестве приоритетной; создание государством экономико-правовых условий и экономических механизмов, обеспечивающих превращение инноваций в существенный фактор экономического роста; максимальное использование рыночных механизмов активизации инновационной деятельности и предпринимательства, создание равных стимулов для всех субъектов хозяйствования независимо от форм собственности; эффективное развитие и использование собственного научно-технического потенциала и его реформирование в соответствии с целями экономической политики; оптимальное сочетание интересов разработчиков, производителей продукции и инвесторов, признание объектов интеллектуальной собственности в качестве источника доходов [3].

Немаловажным аспектом инновационной политики государства является развитие научно-технического сотрудничества с зарубежными странами. В современных условиях аналитики бизнеса наибольшее внимание уделяют технопаркам как способу интернационализации и коммерциализации украинской технологической мысли [4].

В результате проведения исследования можно сделать следующие выводы:

1. Существующие позиции Украины на внешнем рынке свидетельствуют об очень низкой конкурентоспособности украинских предприятий в мире, обусловленной сырьевой структурой украинского экспорта.

2. Для повышения конкурентоспособности украинской продукции государству необходимо стать активным участником мирового рынка технологий. Украина пока еще остается технологическим государством и ее научно-технический потенциал способен стать главным фактором выхода из кризиса. Для этого государство должно принять и осуществлять новую инновационную политику, основанную на главенстве НТП в экономическом развитии.

3. Деятельность самих предприятий в сфере инноваций должна быть основана на межотраслевом технологическом обмене и венчурном инвестировании в новые прогрессивные разработки. В частности, основой такого инвестирования в Украине должны стать технопарки.

Литература: 1. Грозная В. В. Повышение конкурентоспособности экономики Украины как предпосылка сотрудничества с ЕС // Актуальные проблемы экономики. – 2007. – №2. – С. 130 – 141. 2. Белорусов А. Перспективы развития мирового рынка высоких технологий / А. Белорусов, В. Вовченко // Белорусский журнал международного права и международных отношений. – 2002. – №1. – С. 45 – 47. 3. Гончар А. Коммерциализация украинского интеллекта // Діловий вісник. – 2003. – №4. – С. 4 – 5. 4. Княжанский В. Продаётся "украинская идея". Без венчурного капитала инноваций не будет // Діловий вісник. – 2003. – №2. – С. 2.

ПРИМЕНЕНИЕ ДИВИДЕНДНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ФИНАНСОВОМ ПЛАНИРОВАНИИ

Устойчивому финансовому положению предприятия во многом способствует предварительная работа по планированию всех его доходов и направлений расходования средств.

Финансовый план представляет собой завершающую часть бизнес-плана, где концентрируются итоги по всем предыдущим разделам: по объему продаж и прибыли, использованию собственных и заемных средств, объему инвестиций, срокам их окупаемости, объему затрат на производство и реализацию, маркетингу, выплате дивидендов и т. д. Финансовый план является важнейшим инструментом в управлении предприятием, а его неукоснительная реализация — залогом успешного предпринимательства, соблюдения интересов собственников, акционеров и всех работников [1].

Перспективный финансовый план содержит важнейшие показатели и целевые установки развития и поведения предприятия на рынке, им задаются пропорции и темпы, стратегия инвестиционной деятельности, формирования накоплений, ценовая и дивидендная политика. Такие планы разрабатываются на несколько лет и могут уточняться по мере реализации основных задач.

Целью данной статьи является рассмотрение существующих видов дивидендной политики.

С позиций перспективного планирования необходимо анализировать дивидендную политику предприятия, позволяющую рассмотреть как результирующий эффект вышеназванной политики, так и влияние ее на цену капитала предприятия.

Ориентируясь на работы известных мировых практиков, можно сделать вывод, что деление чистой прибыли на дивиденды и нераспределенную (реинвестируемую) прибыль не влияет на стоимость собственного капитала фирмы. Акционеры требуют на капитал в виде нераспределенной прибыли ту же доходность, что и по акциям в обращении. Так как не существует издержек на эмиссию акций, то корпорации безразлично, выпускать ли для привлечения капитала новые акции, или использовать нераспределенную прибыль. При вышеназванных предположениях стоимость существующего акционерного капитала и стоимость капитала нового выпуска акций равны. Так как для корпорации варианты: новый выпуск акций или реинвестирование прибыли – равнозначны, то общая стоимость капитала не меняется от выбора. В идеальном мире, который описан предположениями теории, благосостояние инвестора не зависит от дивидендной политики, так как инвестор может самостоятельно распределять полученный доход (потреблять или реинвестировать). Если полученный дивиденд превышает текущие нужды инвестора, то сумма превышения им реинвестируется с таким же успехом, как это делает корпорация. Если текущие потребности превышают полученный дивиденд, то инвестор может продать часть акций [2].

При существовании издержек по эмиссии акций и асимметричности информации стоимость капитала нового выпуска акций будет выше, чем стоимость существующего акционерного капитала. Стоимость капитала в виде нераспределенной прибыли также отличается от стоимости акционерного капитала, так как откладывание потребления на будущее имеет для инвестора больший риск и, следовательно, требуемая им доходность растет. Различные налоговые ставки на дивидендные выплаты и на прирост капитала также меняют значение требуемой дивидендной доходности, что отражается на стоимости и цене капитала. Таким образом, высокие издержки по дополнительной эмиссии акций и подоходное налогообложение приводят к предпочтению политики низкого дивидендного выхода (низкой дивидендной доходности). Однако ряд исследований статистических данных по связи дивидендной доходности и стоимости акционерного капитала не дали положительной корреляции. Например, работа Блэка и Шолса 1974 года [3].

Выплата дивидендов акциями диктуется не отсутствием денежных средств в данный момент, а либо невозможностью их концентрации к моменту выплаты дивидендов, либо альтернативными вариантами использования чистой прибыли. Руководство, принимая решение об объявлении дивидендов, должно четко оценивать возможности изменения структуры активов и нахождения необходимых денежных средств [4]. В соответствии с законодательством выплата объявленных дивидендов обязательна, и если АО не имеет свободных денежных средств на выплату, то через суд может быть признано неплатежеспособным и ликвидировано [5].

Для руководства выплата дивиденда акциями имеет смысл, так как не размывается число акционеров, как при публичном размещении дополнительного количества акций. Не все акционеры будут продавать дополнительно полученные акции и предложение акций на рынке будет небо-

льшим. Реально корпорация получит капитал стоимостью как нераспределенная прибыль, но в виде акционерного [6]. Увеличенные по сравнению с вариантом денежных дивидендов средства могут быть направлены для текущей и инвестиционной деятельности [5].

Другой причиной использования неденежной выплаты дивидендов являются цели реинвестирования прибыли с желанием не раскрывать объект инвестирования. Например, если ставится цель поглощения без объявления другой фирмы, то ни эмиссия акций, ни привлечение заемных средств не подходят для этой цели. В данном случае менеджер считает, что нераспределенная прибыль является единственным источником увеличения капитала и отказывается от денежной выплаты дивидендов с надеждой обеспечить рост прибыли, цены акции и денежных дивидендов в будущем [4]. Выплата дивидендов акциями является попыткой поддержать акционеров до лучших времен.

Еще одна цель может преследоваться руководством, принимая решение о выплате дивиденда акциями, — повышение ликвидности акций через снижение рыночной цены вместо дробления [6]. Выплата дивидендов акциями имеет здесь тот же результат, что и дробление акций. Однако дробление обычно используется как разовая процедура после резкого скачка цены. Выплата дивидендов акциями может проводиться как среднесрочная дивидендная политика, по которой процент дивиденда устанавливается на уровне ежегодного темпа прироста прибыли и цены акции. Например, если ожидается ежегодный темп прироста прибыли 15% и аналогичный рост цены акции, что через некоторое время сделает ее низколиквидной, то установление ежегодного 15%-го дивиденда позволит зафиксировать цену акции [4].

В заключение можно сделать вывод, что дивидендная политика предприятия предоставляет широкие возможности управления активами предприятия и при грамотном использовании представленных теоретических выкладок и практических методик расчета позволит оптимизировать деятельность предприятия не только в текущем, но и в долгосрочном периоде.

Литература: 1. Теплова Т. В. Финансовые решения: Стратегия и тактика: Учебн. пособ. — М.: Магистр, 1998. — 264 с. 2. Финансы и кредит: Учебн. пособ. для вузов / Под ред. А. М. Ковалевой. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 512 с. 3. Black F. The Effects of Dividend Yield and Dividend Policy on Common Stock Prices and Returns / F. Black, M. Scholes // Journal of Financial Economics. — May, 1974. — Pp. 1 — 22. 4. Лайком К. Управление финансами предприятия // Журнал для акционеров. — 1998. — №2. — С. 33 — 35. 5. Лапушта М. Г. Финансы фирмы: Учебн. пособ. — М.: ИНФРА-М, 2002. — 264 с. 6. Шатунов А. Постановка финансового менеджмента на предприятии: предмет и цели управления // Рынок ценных бумаг. — 1999. — №9. — С. 26 — 32.

УДК 330.322(477)

Шкарлат И. С.

ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ

Неотъемлемым условием функционирования экономической системы любого уровня сложности является наличие необходимых материальных, трудовых, финансовых и других ресурсов. Их использование в производственном процессе, получившее в науке в самом общем определении "инвестиционная деятельность" составляет основу не только хозяйственной сферы, но и общественной системы в целом. Сегодня от эффективности инвестиционной политики зависят состояние производства, уровень технической оснащенности основных фондов предприятий народного хозяйства, возможности структурной перестройки экономики, решение социальных и экологических проблем. Инвестиции являются основой для развития предприятий, отдельных отраслей и экономики в целом. Поэтому исследование данного вопроса является весьма актуальным для экономики Украины, особенно в условиях нынешнего кризиса.

Проблема инвестиционной деятельности состоит в том, что не сформирован экономический интерес к развитию производственного потенциала, не обеспечено рациональное распределение инвестиций между центром и областями, не созданы инвестиционные институты, способные организовать эффективный инвестиционный процесс.

Проблема инвестиционной деятельности отличается особой сложностью и многогранностью. Ее результаты выражаются не только в экономике, но и в социальной, политической сфере. Они имеют большое демографическое и природоохранное значения. От успешности реализации

© Шкарлат И. С., 2009



инвестиционной политики во многом зависит положение дел в кредитно-бюджетной, фискальной сфере, а также функционирование валютного рынка, банковской и страховой деятельности [1].

Вместе с этим, на сегодняшний момент экономика Украины характеризуется экономическим кризисом, что негативно влияет на развитие инвестиционной деятельности. Во время экономического кризиса инвестиционная деятельность в Украине значительно снизилась.

Проблемы развития инвестиционной деятельности рассматривали такие ученые западных стран, как В. Беренс, И. Хавранек, Д. Гарнер, Д. Норкотт, К. Рэдхэм, С. Хьюс. В украинской экономической литературе эту проблему достаточно глубоко разрабатывали В. Геец, Н. Герасимчук, Г. Дзись, И. Лукинов, С. Ерохин и др. Из российских авторов, внесших наибольший вклад в исследование данных вопросов, следует отметить В. Куликова, Я. Уринсона, А. Водяного, А. Илларионова.

Также необходимо обозначить еще одну проблему инвестиционной деятельности — ее региональный уровень. Это весьма важно для Украины с ее ярко выраженными производственно-экономическими и социальными отличиями различных административно-территориальных комплексов. Эти вопросы исследуются, прежде всего, в работах Н. Чумаченко, Б. Клияненко, В. Симоненко, В. Ткаченко и др. [2].

Целью данного исследования является теоретическое обоснование и разработка практических рекомендаций по повышению эффективности инвестиционной деятельности в Украине.

Инвестициями являются все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, вкладываемых в объекты предпринимательской и других видов деятельности, в результате которой создается прибыль (доход) или достигается социальный эффект [3].

На данный момент экономика Украины нестабильна и требует существенного реформирования. Одним из важных заданий по улучшению состояния экономики является привлечение инвестиций как внутренних, так и внешних. Для этого следует создать благоприятный инвестиционный климат. Современные экономические реформы, сконцентрированные на становлении принципов макроэкономической стабилизации, приватизация, развитие частной собственности и либерализация рынка создают в Украине фундаментальные основы для дальнейшего усовершенствования инвестиционного климата [4].

Важную роль в развитие экономики страны играют иностранные инвестиции. На данном этапе Украина по сравнению с другими экономиками региона Восточной Европы является одной из наименее привлекательных для иностранных инвесторов. Несмотря на созданную законодательную базу, привлекательность экономического потенциала Украины, а именно — богатые природные ресурсы, выгодное географическое положение, наличие квалифицированных "дешевых" рабочих кадров, поступления иностранных инвестиций в Украину — незначительные. По сравнению со странами Восточной Европы объем иностранных инвестиций, которые поступают в экономику Украины, в 3 – 7 раз меньше [5].

В связи с этим государство должно аккумулировать свои действия для достижения стабильности в стране, искоренять неблагоприятный климат в правовом, экономическом и инфраструктурном аспектах, так как иностранные инвестиции оказывают содействие развитию общего частного сектора в народном хозяйстве.

Таким образом, следует отметить, что инвестиции являются важнейшей экономической категорией расширенного воспроизводства, играющей определяющую роль в реализации структурных сдвигов в экономике на макроуровне, адекватных рыночным формам хозяйствования.

Поэтому целью инвестиционных программ должна стать переориентация значительных ресурсов на развитие отраслей, удовлетворяющих потребительские запросы населения. При этом необходимо в перечень приоритетных направлений ввести и отрасли социальной инфраструктуры. Анализ также показывает, что в настоящее время инвестиции, в основном, сосредотачиваются в сфере основного производства. Поэтому инвестиционная стратегия должна быть ориентирована на удовлетворение потребностей в развитии тех отраслей, которые дополняют и обслуживают основное производство.

Таким образом, в ходе данного исследования были рассмотрены теоретические аспекты инвестиционного процесса в рыночной экономике, раскрыта его сущность, определены преимущества и недостатки привлечения иностранных инвестиций в экономику Украины, установлена роль государства в регулировании инвестиционной деятельности.

Литература: 1. Савенко И. Л. Проблемы и пути активизации инвестиционного процесса на Украине // Вестник ЛБИ НБУ. — 2006. — Вып.10. — С. 216 – 220. 2. Державне регулювання економіки / За ред. С. М. Чистова, А. Є. Никіфорова, Т. Ф. Куценко. — К.: КНЕУ, 2000. — С. 426. 3. Закон України "Про інвестиційну діяльність" від 18 вересня 1991 року №1560-ХІІ // <http://zakon1.rada.gov.ua>. 4. Мироненко Н. Правда об інвестиційному кліматі України // Український інвестиційний журнал. — 2003. — №3. — С. 78 – 86. 5. Герасимчук М. Державне регулювання іноземного інвестування / М. Герасимчук, Б. Губський // Фінанси України. — 2004. — №11. — С. 90 – 98.

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ: ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА МЕТОДИКА ОЦІНКИ

Очевидним є те, що для успішного функціонування в умовах ринкового середовища та для укріплення своїх конкурентних переваг кожне підприємство намагається підвищити ефективність своєї діяльності.

Досить багато публікацій присвячено маркетингу та його ефективності. У більшості робіт відзначається важливість вивчення проблем оцінки ефективності маркетингу та є значні розходження у визначенні самого поняття та його сутності (О. С. Телетов, Р. Б. Тянь, В. П. Пилипчук, Е. Г. Патрушева та ін.).

Завданням даної наукової статті є виклад сутності, складу та аналіз оцінки ефективності маркетингової діяльності.

Ефективність – це загальна результативність людської діяльності, тобто це ключова проблема економіки, яка відображає співвідношення одержаного корисного результату та обсягу витрачених на це ресурсів.

Доцільність маркетингу стає очевидною тільки у тому випадку, якщо ефект, який отримується від маркетингових дій, перевищує витрати на їх проведення. Ефективність, відповідно до визначення О. Третьяка, означає максимально сприятливе співвідношення між сукупними витратами та економічними результатами і є одним з основних принципів управління маркетинговою діяльністю [1].

Ефективність діяльності підприємств на ринку багато в чому залежить від виваженості стратегії в умовах ринкового середовища, яке швидко змінюється. Але перш ніж вирішувати майбутні завдання, керівництво підприємства повинно навчитися долати сьогоденні за менший час і з більшою віддачею та ефективністю.

У цілому визначення ефективності трактується достатньо широко: від рекомендацій щодо отримання загального ефекту від маркетингової діяльності до зосередження на питаннях оцінки збутової діяльності й витрат на маркетинг [2, с. 32].

Проблеми розрахунку маркетингової ефективності є найменш розробленими в теорії маркетингу. Методи оцінки ефективності маркетингової діяльності обґрунтовуються в роботах сучасних вчених і є однією із функцій управління підприємством.

Ефективність маркетингу на підприємстві доцільно оцінювати, на думку В. П. Пилипчика [3, с. 32], в першу чергу визначенням частки отриманого доходу і прибутку за рахунок реалізації маркетингових дій, а також співвідношенням отриманих економічних результатів у процесі здійснення маркетингових операцій і пов'язаних із цим витрат.

Е. Патрушева вважає, що комплексна методика оцінки стану маркетингу на підприємстві полягає в тому, що стан маркетингу характеризується через:

- оцінку позицій служби маркетингу на підприємстві;
- оцінку повноти виконання службою маркетингу маркетингових задач;
- оцінку планування маркетингу [4, с. 80].

Серед методів, які використовуються при прогнозуванні кон'юнктури ринку, найбільш популярними є метод експертних оцінок та кореляційно-регресійний метод.

Кореляційно-регресійний аналіз виявляє вплив різних факторів на факторну та результативну ознаку. За допомогою цього методу можна розрахувати коефіцієнти кореляції, які дадуть оцінку силі зв'язку між окремими показниками та його достовірне функціонування.

Процес кореляційно-регресійного аналізу кон'юнктури ринку складається з таких етапів:

- попередня обробка статистичних даних та вибір факторної та результативної ознаки;
- оцінка щільності зв'язку між показниками;
- розробка багатофакторної моделі явища, що вивчається та її аналіз;
- використання результатів аналізу для удосконалення планування та управління даним явищем.

У свою чергу, В. Сувчук і О. Будаєва дають характеристику основним положенням концепції оцінки ефективності маркетингу. Перше положення базується на капіталі бренда. Це поняття включає комплекс ринкових можливостей підприємства, що має бути сприйнятий як певний додатковий актив, покликаний збільшити вартість бізнесу. Звичайно цей комплекс репрезентує ділову репутацію підприємства, його здатність задовольняти запити споживачів, надійність менеджменту підприємства у взаємодії із споживачами та постачальниками. Таким чином, зазначене поняття характеризує нематеріальні активи. По суті, капітал бренда встановлює сьогоденну цінність того, що буде ефективним у майбутньому.

У літературі виділяють п'ять компонентів капіталу бренда — лояльність до бренда; обізнаність про найменування; якість, що сприймається; асоціації, пов'язані з брендом, на допов-



нення до якості, що сприймається; сукупність прав на інтелектуальну власність, таких, як патенти, торговельні марки та взаємозв'язки каналів продажів. Подано п'ять основних показників капіталу бренда:

- відносне задоволення запитів;
- прихильність споживача;
- відносна якість, що сприймається;
- відносна ціна;
- доступність.

Опрацювавши надбання науковців з приводу досліджуваного питання, можемо стверджувати, що не існує визначеної методики оцінки ефективності маркетингу підприємств України, більш того запропоновані науковцями окремі показники для визначення ефективності маркетингу дуже розгалужені, що унеможлиблює розрахувати на конкретному підприємстві ефективність його маркетингової діяльності. Тож автором визначено ще один напрямок дослідження наукової роботи, який полягатиме у систематизуванні показників ефективності маркетингової діяльності підприємств України.

Література: 1. Третьяк О. Историческая эволюция и новые ориентиры развития маркетинга // Российский экономический журнал. – 2001. – №2. – С. 8 – 10. 2. Тяг Р. Б. Визначення критеріїв ефективності маркетингової діяльності монопродуктивного підприємства // Регіональні перспективи. – 2003. – №9 – 10. – С. 18 – 20. 3. Пилипчик В. П. Контроль. Оцінка та аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства // Маркетинг в Україні. – 2004. – №1. – С. 29 – 32. 4. Патрушева Е. Методика оцінки состояния маркетинга на предприятиях // Маркетинг. – №1(62). – 2002. – С. 80 – 85. 5. Будаева Е. Обоснование целесообразности повышения маркетинговых издержек предприятия по критерию операционной прибыли // Экономика Украины. – 2003. – №11. – С. 34 – 39.

Ярмолюк Т. П.

УДК 005.21

НЕОБХОДИМОСТЬ ЭФФЕКТИВНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В условиях рыночных отношений центр экономической деятельности перемещается к основному звену всей экономики Украины – предприятию. Именно на микроэкономическом уровне создается необходимая обществу продукция, оказываются услуги. На предприятии сосредоточены наиболее квалифицированные кадры, решаются вопросы экономного расходования ресурсов, применения высокопроизводительной техники, технологий и реализации продукции. Поэтому вопросы, связанные с разработкой и обоснованием эффективности стратегии предприятий, особенно актуальны для осуществления их успешной деятельности.

Основной целью исследования является обоснование эффективности существующей стратегии на предприятии.

Стратегию можно определить как систему способов деятельности для достижения цели предприятия. Составление стратегии требует тщательного анализа как внешней, так и внутренней среды предприятия [1].

Стратегия распадается на множество конкурентоспособных действий и подходов к бизнесу, от которых зависит успешное управление предприятием. При этом очень важным аспектом деятельности предприятия является эффективность разработанной стратегии.

В широком понимании диагностика стратегии – это анализ плана управления предприятием, направленный на укрепление его позиций, удовлетворение потребителей и достижение поставленных целей. Необходимо анализировать стратегию, чтобы определить, в верном ли направлении развивается предприятие, и принимать обоснованные решения для стабилизации деятельности [1].

Анализ стратегии предприятия охватывает все функции и подразделения: снабжение, производство, финансы, маркетинг, кадры, научные исследования и разработки. При этом каждому элементу определена особая роль в этом анализе.

Стратегия предприятия, во-первых, разрабатывает правила и приемы, обеспечивающие экономически эффективное достижение стратегических целей, а, во-вторых, разрабатывает правила и приемы достижения стратегических целей, базирующиеся на усилении заинтересованности всех участников процесса разработки и реализации стратегических программ в эффективном достижении этих целей [2].

© Ярмолюк Т. П., 2009



Одной из основных проблем разработки стратегии предприятия является проблема экономической эффективности достижения поставленных целей. Как известно, экономическая эффективность – это соотношение затрат и результатов. На уровне отдельного предприятия проблема экономической эффективности возникает в том случае, когда необходимо оценить преимущество того или иного варианта локального технического или организационного решения (выбора элемента конструкции, технологического процесса, вида материала, формы организации производства и т. п.).

В рыночных условиях производитель, выбирая ту или иную стратегическую зону хозяйствования, должен учитывать интересы покупателей его продукции, чтобы удовлетворить их потребности. Поэтому целесообразным является оценка реализации выбранных стратегических целей, то есть определение потенциального эффекта, получение которого возможно в стратегической перспективе [3].

Важным моментом при реализации стратегии предприятия является то, что направление каких-либо ресурсов (материальных, финансовых, кадровых и др.) на реализацию той или иной цели не оказывало бы отрицательного влияния на процесс достижения других стратегических целей. Взаимная увязка по времени и ресурсам таких локальных стратегических целей позволяет достичь глобальной цели стратегии – создания и поддержания конкурентного преимущества предприятия [2; 4].

Для успешного функционирования предприятия необходимо, чтобы его стратегия была направлена на:

- 1) исследование условий конкурентного преимущества и выявления предпочтительной миссии предприятия;
- 2) исследование рынков потенциальных товаров и услуг и выбору таких стратегических зон хозяйствования, которые способны в длительной перспективе обеспечить внешнюю гибкость предприятия;
- 3) формирование товарного ассортимента, который в наибольшей степени удовлетворяет индивидуальные и производственные потребности потенциальных покупателей;
- 4) распределение имеющихся в распоряжении предприятия и привлекаемых им дополнительных ресурсов между различными направлениями деятельности, обеспечивающего максимальную рентабельность использования этих ресурсов;
- 5) формирование эффективной ценовой политики, обеспечивающей в долговременной перспективе устойчивое положение предприятия в существующих и новых сегментах рынка и т. д. [5].

Таким образом, разрабатывая правила и приемы эффективной реализации основных направлений деятельности предприятия, стратегия должна быть ориентирована на поддержание конкурентного его преимущества, предотвращения его банкротства, обеспечения длительного процветания в динамической среде.

Литература: 1. Пастухова В. Стратегическое планирование на предприятии // Экономика Украины. – 2006. – №11. – С. 36 – 42. 2. Макаров М. Стратегия: отдельные аспекты формулировки и применения // Управление компанией. – 2006. – №3. – С. 24 – 28. 3. Кувеко С. Референтная модель бюджетного управления для производственного предприятия // ComputerWorld/Украина. – 2008. – №12. – http://www.bbe.kiev.ua/Articles/20080220_ComputerWorld.pdf. 4. Фишер С. Экономика. Пер. с англ. 2-го изд. / С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи. – М.: Дело, 2004. – 829 с. 5. Вирван Л. А. Проблемы и перспективы Украины в международной торговле // Финансы Украины. – 2005. – №5. – С. 78 – 88.

УДК 658. 152

Сергієнко А. В.

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Залучення достатнього об'єму інвестицій становить одне з найважливіших завдань, що стоять перед промисловими підприємствами, бо велика кількість з них потребує кардинального оновлення виробничого потенціалу. Розгляд цієї проблеми в якості першочергової є дуже важливим для України, бо рівень розвитку багатьох галузей безпосередньо впливає на розвиток соціальної обстановки в регіоні.

© Сергієнко А. В., 2009



Проблеми підвищення ефективності інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств досліджували у своїх роботах А. Золотарьов, І. Волик, Н. Герасимчук, І. Галиця, А. Андрійчинков, І. Бланк, П. Бергер, В. Гриньов, Л. Крившиця, А. Мертенс, О. Новікова, А. Пересада та інші провідні вчені – економісти.

Метою даного дослідження є теоретичне обґрунтування і розробка практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності інвестиційної діяльності підприємств України в сучасних умовах господарювання.

Економіка України, як і будь-якої країни, перебуває під впливом зовнішнього середовища. Розвиток процесів міжнародної економічної інтеграції, що супроводжується глобалізацією економічних зв'язків, вимагає прогресивних структурних зрушень в економіці України, поліпшення якісних показників на мікро- та макrorівнях, одним з важливіших засобів забезпечення яких є інвестиції [1].

Досить яскраво тенденції інвестування можна спостерігати на прикладі Харківської області. На 1 січня 2009 р. обсяг прямих іноземних інвестицій в області становив 1599,4 млн дол., що складає 576,7 дол. США на одну особу (на кінець 2007 р. – 458,6 дол. США).

У загальному обсязі прямих іноземних інвестицій по Україні питома вага інвестицій, вкладених в економіку Харківщини, за 2008 р. збільшилась на 0,2 відповідних пункти і склала 4,5% та за обсягами цих інвестицій область впродовж останнього кварталу перемістилась з четвертого місця на третє (їй передують м. Київ та Дніпропетровська область) [2].

Підприємства області мають прямі іноземні інвестиції з 55 країн світу. Найбільш значні обсяги прямих інвестицій вкладено в підприємства області нерезидентами Франції – 704,7 млн дол. (44,1% до загального обсягу), Кіпру – 397,2 млн дол. (24,8%), Сполученого Королівства Великої Британії – 189,3 млн дол. (11,8%), Сполучених Штатів Америки – 58,2 млн дол. (3,6%), Російської Федерації – 35,6 млн дол. (2,2%) та Белізу – 34,7 млн дол. (2,2%). Цим 6 країнам належить 88,7% усіх прямих іноземних інвестицій в області.

Пріоритетними для залучення прямих інвестицій в області залишаються підприємства, основним видом економічної діяльності яких є: фінансова діяльність – 874,4 млн дол. (54,7% від загального обсягу інвестицій); операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям – 215,1 млн дол. (13,5%); виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів – 127,6 млн дол. (8,0%); виробництво іншої неметалевої мінеральної продукції – 87,2 млн дол. (5,4%). На підприємствах промисловості зосереджена майже чверть – 24,0% (384,2 млн дол.) прямих інвестицій області.

Розглянуті основні тенденції у сфері іноземного інвестування свідчать про те, що Україна є досить привабливою країною для інвесторів. Зростання обсягів інвестицій, що надходять в країну, сприяє активізації зовнішньої торгівлі, забезпечує структурні зрушення в економіці України та поліпшення якісних показників на мікро- та макrorівнях, що підвищує здатність економіки країни чинити опір руйнівному впливу зовнішнього середовища на ефективність функціонування. Проведений аналіз говорить також про зростання інтересу до використання додаткових джерел фінансування з боку суб'єктів господарювання [3].

Програма діяльності уряду повинна містити конкретні шляхи й механізми проведення соціально-економічних реформ, у тому числі й в інвестиційній сфері. З метою активізації інвестиційної діяльності підприємств і громадян України, з огляду на іноземних інвесторів, уряд повинен спрямовувати свої зусилля на впровадження механізму державно-приватного партнерства, на створення нормативно-правової бази для заохочення вкладення довгострокових фінансових інвестицій і вдосконалення режиму реєстрації іноземних інвестицій. Діяльність уряду має спрямовуватися на сприяння висновку угод про розділ продукції; на впровадження прозорих схем концесійної діяльності; формування системи стимулів інвестиційної діяльності підприємств й інвестиційного кредитування; розробку нормативно-правової бази спільного кредитування великих інвестиційних проектів. На думку автора, поштовхом до нарощування інвестицій повинно стати створення сприятливих умов для дії ринкових регуляторів, а саме – формування надійного правового поля, надійний захист прав власності, розвиток системи ринків і ринкових інструментів, розвиток інформаційної інфраструктури ринку.

Таким чином, в результаті проведеного дослідження обґрунтовано необхідність підвищення ефективності інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств, проаналізовано загальні тенденції інвестиційної діяльності в Харківській області та запропоновано основні напрямки щодо створення сприятливих умов для розвитку інвестиційної діяльності в Україні.

Література: 1. Забродский В. А. Развитие крупномасштабных экономико-производственных систем / В. А. Забродский, Н. А. Кизим. – Харьков: Бизнес-Информ, 2000. – 72 с. 2. Офіційний сайт Головного управління статистики в Харківській області. – <http://uprstat.kharkov.ukrtel.net/ua>. 3. Національна економіка / За ред. П. В. Круша. – 2-е вид. – К.: Каравела, 2008. – 428 с.

Довідка про авторів

Безугла Л. А. – студент Полтавської державної аграрної академії
Албул Н. С. – студент ХНЕУ
Істоміна О. А. – студент ХНЕУ
Бачинська А. Ю. – студент ХНЕУ
Бережна А. О. – студент ХНЕУ
Биковська А. М. – студент ХНЕУ
Бережна О. М. – студент ХНЕУ
Бондар В. О. – студент ХНЕУ
Пковата Н. К. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Бородіна А. С. – студент ХНЕУ
Бусургіна М. А. – студент ХНЕУ
Воронкова К. С. – студент Національного технічного університету "ХПІ"
Ворошилова К. М. – студент ХНЕУ
Ганічева В. О. – студент ХНЕУ
Герашенко І. М. – студент ХНЕУ
Євтушенко Н. О. – здобувач Харківського національного
автомобільно-дорожнього університету
Григоренко Л. Р. – студент ХНЕУ
Гринько В. Г. – студент ХНЕУ
Дубовик А. О. – аспірант ХНЕУ
Дубровська Є. В. – аспірант Харківського державного технічного універси-
тету будівництва та архітектури
Зубченко Н. А. – асистент Полтавської державної аграрної академії
Капленко Д. С. – студент ХНЕУ
Кобель М. П. – студент ХНЕУ
Комягіна О. А. – студент ХНЕУ
Бондар О. В. – студент ХНЕУ
Ведмеденко Г. М. – студент ХНЕУ
Степанова Е. Р. – студент ХНЕУ
Вейцев С. В. – студент ХНЕУ
Ващенко А. В. – студент ХНЕУ
Віскова М. В. – здобувач Української інженерно-педагогічної академії
Громак М. Г. – студент ХНЕУ
Голубев С. М. – студент ХНЕУ
Гончарова Н. В. – студент ХНЕУ
Губарев В. Г. – студент Національного технічного університету "ХПІ"
Детинич Н. М. – студент ХНЕУ
Єременко Н. П. – студент ХНЕУ
Замура А. О. – студент ХНЕУ
Казаков С. О. – студент ХНЕУ
Харитонов В. А. – студент ХНЕУ
Кононова А. В. – студент ХНЕУ
Корзун І. А. – студент ХНЕУ
Корнієнко С. М. – студент ХНЕУ
Криворучко А. С. – студент ХНЕУ
Крячко Р. Ю. – студент Національного технічного університету "ХПІ"
Кураксина К. Б. – студент ХНЕУ
Лашин Д. Ю. – студент ХНЕУ
Лоба К. О. – студент ХНЕУ
Лосева Ю. М. – студент ХНЕУ



Макаренко Ю. В. – студент ХНЕУ
Макуха А. В. – магістрант Харківського державного університету харчування та торгівлі
Ягольницький О. А. – аспірант Харківського державного технічного університету будівництва та архітектури
Мандрикіна А. С. – студент ХНЕУ
Маркова І. О. – студент ХНЕУ
Семенченко А. В. – студент ХНЕУ
Мельник В. І. – канд. екон. наук доцент ХНЕУ
Мігунова Ю. О. – студент ХНЕУ
Алексеева А. О. – студент ХНЕУ
Міщенко О. О. – студент ХНЕУ
Мілорадов А. О. – студент ХНЕУ
Моря І. М. – студент ХНЕУ
Нехай М. Б. – студент ХНЕУ
Новікова О. В. – студент ХНЕУ
Однорал А. І. – студент ХНЕУ
Кобзева А. О. – студент ХНЕУ
Осадча Ю. В. – студент ХНЕУ
Отенко В. І. – канд. екон. наук доцент ХНЕУ
Колодіна О. М. – аспірант ХНЕУ
Плотнікова М. Д. – студент ХНЕУ
Поклонська Ю. С. – студент ХНЕУ
Пономаренко І. В. – студент ХНЕУ
Придатченко І. М. – студент ХНЕУ
Савченко Н. П. – студент ХНЕУ
Серіков Д. А. – студент ХНЕУ
Скиба І. М. – студент ХНЕУ
Склярова К. С. – студент ХНЕУ
Стукало Н. М. – студент ХНЕУ
Суворова А. О. – студент ХНЕУ
Сухарева Т. Ю. – студент ХНЕУ
Ульянова Н. В. – студент ХНЕУ
Ус М. О. – студент ХНЕУ
Харькова О. В. – студент ХНЕУ
Хмелевська А. Ю. – студент ХНЕУ
Чаплигіна Ю. С. – студент ХНЕУ
Черелюк В. О. – студент ХНЕУ
Чернищенко О. І. – студент Національного технічного університету "ХПІ"
Шакура М. Г. – студент ХНЕУ
Шапошник Ю. О. – студент ХНЕУ
Шепарньов А. В. – студент ХНЕУ
Шкарлат І. С. – студент ХНЕУ
Яловега Л. В. – студент Полтавської державної аграрної академії
Ярмолук Т. П. – студент ХНЕУ
Сергієнко А. В. – студент ХНЕУ