

**Науковий журнал**

**5.2011**

---

# **ВІСНИК**

**Хмельницького  
національного  
університету**

**Економічні науки**

---

**Том 2**

**Хмельницький 2011**

# ВІСНИК

## Хмельницького національного університету

Затверджений як фахове видання  
Постановою президії ВАК України  
від 19.01.2006 № 2-05/1 (бюл. ВАК № 2'2006 р.)

*Засновано в липні 1997 р.*

*Виходить 6 разів на рік*

---

**Хмельницький, 2011, № 5, Т. 2 (180)**

---

**Засновник і видавець: Хмельницький національний університет  
(до 2005 р. — Технологічний університет Поділля, м. Хмельницький)**

<b>Головний редактор</b>	<b>Скиба М. Є.</b> , заслужений працівник народної освіти України, д. т. н., професор, академік МАІ, академік УТА, ректор Хмельницького національного університету
<b>Заступник головного редактора</b>	<b>Параска Г. Б.</b> , д. т. н., професор, проректор з наукової роботи Хмельницького національного університету
<b>Голова редакційної колегії серії “Економічні науки”</b>	<b>Войнаренко М. П.</b> , заслужений діяч науки і техніки України, д. е. н., професор, академік АЕНУ, МАІ, УАЕК, проректор з науково-педагогічної роботи Хмельницького національного університету
<b>Відповідальний секретар</b>	<b>Гуляєва В. О.</b> , завідувач відділом інтелектуальної власності Хмельницького національного університету

### **Ч л е н и р е д к о л е г і ї**

#### *Економічні науки*

д. е. н. Асаул А. М., д. е. н. Благун І. С., д. е. н. Бельтюков Є. А., к. е. н. Бондаренко М. І., д. е. н. Ведерніков М. Д., д. е. н. Гесць В. М., к. т. н. Григоруک П. М., д. е. н. Завгородня Т. П., к. т. н. Йохна М. А., к. е. н. Ковальчук С. В., д. е. н. Козак В. Є., д. е. н. Кругляк Б. С., д. е. н. Кулинич О. І., д. е. н. Лук'янова В. В., к. е. н. Любохинець Л. С., д. е. н. Мікула Н. А., д. е. н. Микитенко В. В., к. е. н. Михайловська І. М., д. е. н. Нижник В. М., д. е. н. Орлов О. О., д. е. н. Стадник В. В., к. е. н. Тюріна Н. М., к. е. н. Хмелевська А. В., д. е. н. Хрущ Н. А.

*Відповідальні за випуск:* д. е. н. Нижник В. М., к. е. н. Грицина Л. А.  
*Технічний редактор* к. т. н. Романюк В. В.  
*Редактор-коректор* Броженко В. О.

**Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради Хмельницького національного університету,  
протокол № 1 від 30.08.2011**

**Адреса редакції:** Україна, 29016,  
м. Хмельницький, вул. Інститутська, 11,  
Хмельницький національний університет  
редакція журналу “Вісник Хмельницького національного університету”  
**☎ (03822) 2-51-08**  
**e-mail:** [patent\\_1@beta.tup.km.ua](mailto:patent_1@beta.tup.km.ua)  
[vagvestnik@rambler.ru](mailto:vagvestnik@rambler.ru)  
**web:** [http://library.tup.km.ua/visnyk\\_tup.htm](http://library.tup.km.ua/visnyk_tup.htm)  
<http://visniktup.narod.ru>  
<http://vestnik.ho.com.ua>

Зареєстровано Міністерством України у справах преси та інформації.  
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації  
Серія КВ № 9721 від 29 березня 2005 року (перереєстрація)

© Хмельницький національний університет, 2011  
© Редакція журналу “Вісник Хмельницького національного університету”, 2011

## **ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

<b>Д. М. ВАСИЛЬКІВСЬКИЙ, О. Б. ГОВОРЕЦЬКИЙ</b> ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСАМИ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	7
<b>Н. М. ГУРЖІЙ</b> МЕТОДОЛОГІЧНА ТА ІНФОРМАЦІЙНА ПІДТРИМКА АРХІТЕКТУРИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ .....	10
<b>О. В. КРАВЧЕНКО, Ю. Б. СЛОБОДЯНИК, Ю. М. ТИМОЩЕНКО</b> ГАРМОНІЗАЦІЯ ПОДАТКОВОГО ТА БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ .....	15
<b>Г. І. АНДРЕЄВА</b> АНАЛІЗ ФАКТОРІВ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ ЛІКВІДНІСТЬ ПОХІДНИХ ЦІННИХ ПАПЕРІВ .....	19
<b>Л. О. ЧОРНА, С. І. ШВЕДА</b> ВПЛИВ ОСОБЛИВОСТЕЙ СКЛАДАННЯ ДОГОВОРУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ОПЕРАЦІЙ З ДАВАЛЬНИЦЬКОЮ СИРОВИНОЮ .....	21
<b>Н. В. ХРОМ'ЯК, В. М. ЧУБАЙ</b> ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ ПОДАТКОВИХ СИСТЕМ: ОСОБЛИВОСТІ ТА НАПРЯМКИ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ .....	25
<b>О. С. КРАВЧЕНКО, Г. М. ІВАНОВА</b> ОБОРОТНІ АКТИВИ: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА МІСЦЕ В ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОМУ МЕХАНІЗМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ .....	29
<b>С. В. КУДЛАСНКО</b> НАУКОВІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ДО КРИЗОВИХ УМОВ .....	32
<b>А. А. САХНО</b> КРИТЕРИЙ ПРИНЯТТЯ РЕШЕНЬ ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ ОПЕРАТОРОМ МУЛЬТИМОДАЛЬНОЙ ПЕРЕВОЗКИ НИЖНЕЙ ГРАНИЦЫ ЦЕНЫ НА ТРАНСПОРТНЫЕ УСЛУГИ .....	36
<b>С. В. СОЛОДУХІН, А. Л. ЄГОРОВ</b> МЕХАНІЗМ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ ПОДАТКОВОЇ ЗВІТНОСТІ .....	39
<b>Ю. М. ПОПВНЯК</b> КОЕФІЦІЄНТИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА .....	44
<b>Л. О. ЄЗГОР</b> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КРЕДИТНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ .....	48
<b>Е. П. ОСЕТРОВА</b> УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ СТОИМОСТНОГО ПОДХОДА .....	52
<b>А. А. КОРБУТ</b> ЛІЗИНГ В СИСТЕМІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБІГОВИХ КОШТІВ ТА АКТИВІВ .....	56
<b>О. В. РАДКІВСЬКА, О. Л. РУДА</b> ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ФАКТОРИНГОВИХ ТА ЛІЗИНГОВИХ РОЗРАХУНКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ .....	59
<b>Л. В. ОЛІЙНИК</b> УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЯК ВІДКРИТОЮ СИСТЕМОЮ В УМОВАХ КОНВЕРГЕНЦІЇ У РИНКОВІ ІНСТИТУТИ .....	62
<b>С. О. КОВАЛЕНКО</b> МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ .....	65
<b>А. В. ПЕТРОВСЬКА</b> МОДЕЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ CRM-СИСТЕМИ .....	69

<b>О. О. КОВАЛЕНКО</b> МОДЕЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ СИСТЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ВИЩИМ НАВЧАЛЬНИМ ЗАКЛАДОМ .....	76
<b>Т. М. ОКСЕНЮК</b> СУТНІСТЬ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ: ЕВОЛЮЦІЯ ФОРМУВАННЯ .....	83
<b>Г. А. ТІХОСОВА, Т. М. ГОЛОВЕНКО, І. О. МЕНЯЙЛО</b> ЕКОНОМІЧНА ДОЦІЛЬНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПЕРЕРОБКИ СТЕБЕЛ ЛЬОНУ ОЛІЙНОГО НА ТЕРИТОРІЇ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ .....	87
<b>Л. М. КАРПЕНКО</b> ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО АНАЛІЗУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ .....	92
<b>О. О. БАБИЦЬКА</b> ВИКОРИСТАННЯ МОДЕЛЕЙ ПРОГНОЗУВАННЯ БАНКРУТСТВА ПРИ ОЦІНЦІ ФІНАНСОВОГО СТАНУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	97
<b>О. Ф. АНДРОСОВА, К. А. КАЛУГІНА</b> ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ГРУП ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА МЕТОДИ НАРАХУВАННЯ АМОРТИЗАЦІЇ ЗГІДНО З НОВИМ ПОДАТКОВИМ КОДЕКСОМ УКРАЇНИ .....	102
<b>Л. Г. ДОНЧАК</b> СИСТЕМНИЙ ТА ПРОЦЕСНИЙ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДПРИЄМСТВА .....	106
<b>Н. М. КОРКУНА, Г. Г. ЦЕГЕЛИК</b> ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ ПОДАТКОВОЇ СТАВКИ З ВИКОРИСТАННЯМ МОДИФІКОВАНОЇ КРИВОЇ ЛАФФЕРА .....	110
<b>А. М. КРАВЦОВА</b> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ ЗА НОВИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ .....	113
<b>УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ</b>	
<b>С. Д. ЛУЧИК, В. Є. ЛУЧИК</b> ДО ПИТАННЯ КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ .....	117
<b>О. С. КРАВЧЕНКО, О. В. ГРИГОРАШ</b> ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНА МОДЕЛЬ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	121
<b>В. В. АРЕСТЕНКО</b> МАРКЕТИНГОВИЙ ЛОГІСТИЧНИЙ КООПЕРАТИВ ЯК ОСНОВА РЕГІОНАЛЬНОГО СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО КЛАСТЕРУ .....	129
<b>К. В. ВОЛКОВА</b> РОЛЬ АДАПТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР В ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ .....	133
<b>Г. А. КОРЧАГІНА</b> УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	136
<b>Д. Г. ЛЕГЕЗА</b> МОДЕЛЬ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ .....	139
<b>І. В. БАБІЙ</b> ОЦІНКА КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В МЕХАНІЗМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ МАШИНОБУДІВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ .....	143
<b>Т. Т. НИЖНИК</b> СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ ПОТЕНЦІАЛУ ВИРОБНИЧИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ .....	146
<b>А. М. СМУТКО</b> КОНЦЕПЦІЯ ІНТЕГРОВАНОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТОРГОВОЮ МАРКОЮ .....	149

<b>А. А. ГУРІНА, М. О. МАКСИМЕНКО, Н. М. КРАУС</b> УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА МІКРОРІВНІ З ВРАХУВАННЯМ ІННОВАЦІЙ .....	152
<b>О. Ю. ШУМЕЙКО</b> ОБҐРУНТУВАННЯ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ .....	157
<b>М. Є. АДАМІВ</b> ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМ АНТИСИПАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ .....	160
<b>Г. І. РЗАЄВ</b> ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЇЇ ОЦІНКИ .....	166
<b>О. В. ГРИГОР'ЄВА</b> ЧИННИКИ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ...	171
<b>А. ВАСИЛЮК</b> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	174
<b>ЕКОНОМІКА ПРАЦІ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ, РОЗВИТОК ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ</b>	
<b>М. О. МАКСИМЕНКО, А. А. ГУРІНА, Н. М. КРАУС</b> УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	181
<b>А. С. КРИВОРУЧКО</b> КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПЕРСОНАЛ .....	185
<b>Л. О. НІКІФОРОВА, О. О. КУЩАК, В. О. КРИЛОВ</b> ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТРЕНІНГІВ В ЯКОСТІ ЧИННИКУ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ КАДРІВ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ .....	190
<b>Л. О. ГРИЗОВСЬКА</b> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ .....	192
<b>М. М. СТАВНИЧА, О. В. ТЕСЛЯ</b> ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....	196
<b>В. С. СТАРІНСЬКА</b> СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КЕРОВАНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	199
<b>М. М. ГУМЕНЮК</b> УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ .....	208
<b>М. Я. КВИК, Г. Г. ЦЕГЕЛИК</b> ПРО МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ЩОДО ЗАПОВНЕННЯ ВАКАНТНИХ ПОСАД .....	213
<b>Н. В. ГУМЕНЮК</b> МОДЕЛЬ КОМПЕТЕНЦІЙ КАК ІНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ДОСТОЙНОГО ТРУДА НА ПРОМІШЛЕННИХ ПРІДПРИЯТТЯХ УКРАЇНИ .....	216
<b>ФІНАНСИ ТА БАНКІВСЬКА СПРАВА</b>	
<b>І. О. МАКАРЕНКО</b> РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПОХІДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ УКРАЇНИ: ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ .....	221
<b>І. М. БУРДЕНКО</b> СУТНІСТЬ РИНКУ ПОХІДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ТА ЙОГО СТРУКТУРА .....	225
<b>Н. Е. БОДРОВА, А. Л. ДАЛЬНІКОВИЧ</b> АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ВАЛЮТНИХ ПАР МІЖНАРОДНОГО РИНКУ FOREX .....	229

## ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

<b>А. С. ТЕЛЬНОВ</b> ТРАНСАКЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ІНВЕСТИЦІЙ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ .....	235
<b>О. В. САВЛУК</b> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНУ .....	241
<b>Г. А. КОПОСОВ, Е. А. НЕЗДОЙМИНОГА, М. В. ШАРКО</b> ОПТИМИЗАЦІЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ .....	245
<b>М. М. МАРХАЙЧУК</b> ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ .....	253
<b>ЗАГАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ</b>	
<b>Б. Є. ГРАБОВЕЦЬКИЙ, Л. А. ПРИЦЮК</b> ОЦІНКА ПРІОРИТЕТНОСТІ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЗРОСТАННЯ ОБСЯГІВ РЕАЛІЗАЦІЇ АВТОМОБІЛІВ, ЗАПАСНИХ ЧАСТИН, ДОХОДУ ВІД НАДАННЯ ПОСЛУГ НА ОСНОВІ МЕТОДУ ЕКСПЕРТНИХ ОЦІНОК ДЕЛЬФІ .....	258
<b>М. І. РОМАНИШИН</b> МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	264
<b>В. М. ЖУКОВСЬКА, Г. О. БОНДАР</b> МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИМІРУ РЕПУТАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ .....	273
<b>Л. М. ХОМЕНКО, І. М. ШКАЛАБАН</b> УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ .....	277
<b>О. В. БІЛЬСЬКА</b> ЕКОНОМІЧНА СИСТЕМА І ЇЇ СУТНІСТЬ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОСТІ В СУСПІЛЬНОМУ РОЗВИТКУ .....	282
<b>О. В. БАРТОШУК</b> ЕВОЛЮЦІЙНІ ПОГЛЯДИ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	286
<b>В. О. ГАВУРА</b> АНАЛІЗ ЗАКОНОДАВЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ .....	291
<b>О. В. РУДА, О. Б. ПОГАЙДАК</b> УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВО-ГРОШОВИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ (АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЗАХИСНИХ ФУНКЦІЙ ВІДЧИЗНЯНОГО ТОВАРОВИРОБНИЦТВА) .....	295
<b>О. Л. РАПАЦЬКА, Л. А. ГРИЦИНА</b> ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ТА ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ МІЖНАРОДНОГО ТЕРОРИЗМУ .....	299
<b>К. Л. БОЙКО, Л. С. ПАНЬКОВСЬКА</b> МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В КОНТЕКСТІ ПОКРАЩЕННЯ СВІТОВОЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ СИТУАЦІЇ .....	303
<b>О. А. ЗОРІНА</b> АНАЛІТИЧНИЙ ПОГЛЯД ЩОДО СУТНОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ В ДІЯЛЬНОСТІ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ .....	309
<b>С. В. КОВАЛЬЧУК, В. М. ПОСТОРОНКО</b> МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ПРОБЛЕМИ .....	313
<b>О. В. СОЛОЇД</b> АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ .....	320

## ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 658.14/17 (477)

Д. М. ВАСИЛЬКІВСЬКИЙ, О. Б. ГОВОРЕЦЬКИЙ  
Хмельницький національний університет

### ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСАМИ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*У статті фінансовий механізм розглядається як концепція організації управління процесами фінансування підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин. Суть фінансових ресурсів і фінансового механізму в цьому розгляді виражається їх призначенням в процесі підприємницької діяльності. З позицій саме цієї концепції розглядаються проблеми функціонування фінансового механізму підтримки конкурентоспроможності машинобудівного підприємства.*

*The article examined the financial mechanism as the concept of process management finance business under market conditions. Scope of financial resources and financial mechanism in this review expressed their purpose in the business. From the standpoint of this concept is considered problems of the financial mechanism to sustain the competitiveness of machine-building enterprise.*

*Ключові слова: фінансовий механізм, конкурентоспроможність, фінансова система.*

**Вступ.** Найбільш важливим моментом є визначення сутності фінансового механізму машинобудівного підприємства. Нині в економічній літературі немає сталого поняття фінансового механізму. Одним з перших досліджень є монографія М.А. Песселя, в якій фінансовий механізм визначається як "сукупність методів, за допомогою яких здійснюється дія економічних законів" [1]. В цьому визначенні фінансового механізму, на наш погляд, недостатньо чітко виражено, дія яких економічних законів мається на увазі.

**Постановка завдання.** Г.В. Базарова зауважує: "фінансовий механізм – складова частина економічного механізму управління народним господарством. Це сукупність форм і методів організації фінансових відносин і їх використання на користь розширеного відтворення" [1].

У цьому визначенні, треба відмітити, поняття фінансового механізму значно звужується тією умовою, що сукупність форм і методів використовується на користь розширеного відтворення. Відповідно до класичної схеми К. Маркса, під відтворенням розуміється процес постійного повторення і безперервного відновлення відтворення матеріальних благ (сукупного національного продукту), відтворення робочої сили і виробничих відносин, у рамках яких воно здійснюється. Схема розширеного відтворення розроблена К.Марксом для економіки соціалістичного типу, якій властивий розподіл сукупного національного продукту при обов'язковому оновленні витрачених засобів виробництва, створення фондів накопичення і споживання.

Нами розглядається функціонування і розвиток фінансового механізму в умовах ринкової економіки, тому важливе визначення особливостей, властивих цьому періоду. Разом з тим, визначення фінансового механізму, що дане А.Ю.Козаком носить відбиток адміністративно-командної системи і не повністю відображає суть діючого на підприємстві в сучасних умовах фінансового механізму. Він стверджує, що "фінансовий механізм – це засіб дії суб'єкта на об'єкт фінансової системи, зовнішня форма прояву практичної реалізації функцій фінансів. Фінансовий механізм можна представити і як сукупність різних форм і методів використання державою фінансів в цілях забезпечення реалізації відповідної фінансової політики у рамках економічної системи" [1]. Крім того, ми згодні з думкою В.І. Самарухи з приводу тієї обставини, що частково фінансові відносини в корпораціях регулюються державою за допомогою податків, економічних норм і нормативів. Як відмічає В.І. Самаруха у своїй роботі, "розподіл фінансових ресурсів здійснюється на основі вимог державних нормативних актів" [1], а також вважаємо, що розподіл здійснюється на основі корпоративно встановлених норм і нормативів. Це регламентоване функціонування фінансів відбувається в системі, яка утворює фінансовий механізм.

**Результати.** Виходячи з приведеного аналізу різних підходів до суті фінансового механізму з урахуванням переваг, недоліків і тенденцій, визначимо наступне: фінансовий механізм машинобудівного підприємства, на наш погляд, представляє собою сукупність фінансових умов його діяльності, встановлених на певний момент часу, а також набір інструментів, методів, прийомів і контрольних показників щодо формування і розподілу прибутків, управління активами і пасивами, які служать засобом збереження фінансових ресурсів і досягнення цілей фінансового управління підприємства. При цьому фінансовий механізм створює правила і принципи відносин у внутрішньому середовищі підприємства та із зовнішнім середовищем. При цьому при взаємодії із зовнішнім середовищем для підприємства стає актуальною небезпека відтоку фінансових ресурсів у зв'язку з ризиковими ситуаціями, що виникають в невизначеності зовнішнього середовища.

Ризик припускає можливість настання несприятливої події і для будь-якого підприємства важливо не уникнути ризику взагалі, а передбачати його і прийняти найкраще вирішення відносно відповідного критерію, що відображає основний інтерес підприємця. Тому на підприємстві виробляються прийоми

захисту від ризику, що використовуються в інструментарії управління. При визначенні суті фінансового механізму машинобудівного підприємства категорія фінансові ресурси підприємств розглядається нами як об'єкт дії фінансового механізму. Практика все більш обумовлює об'єктивно-активну роль фінансового механізму в економіці як на макро-, так і на мікрорівні.

Ковальов В.В., кажучи про категорії і цілі фінансового механізму, відмічає: "цільова установка - максимізація багатства власників підприємства за допомогою раціональної фінансової політики, яка досягається за допомогою властивого цій науці методу" [1]. Розглядаючи фінансовий механізм, він відмічає, що до складу фінансового механізму входять:

- 1) фінансові інструменти;
- 2) фінансові прийоми, методи і моделі;
- 3) забезпечуючі підсистеми (правова, нормативна, інформаційна, кадрова, технічна і програмна).

На схемі (рис. 1) представлені основні взаємозв'язки, що відображають дію фінансового механізму на підприємстві.

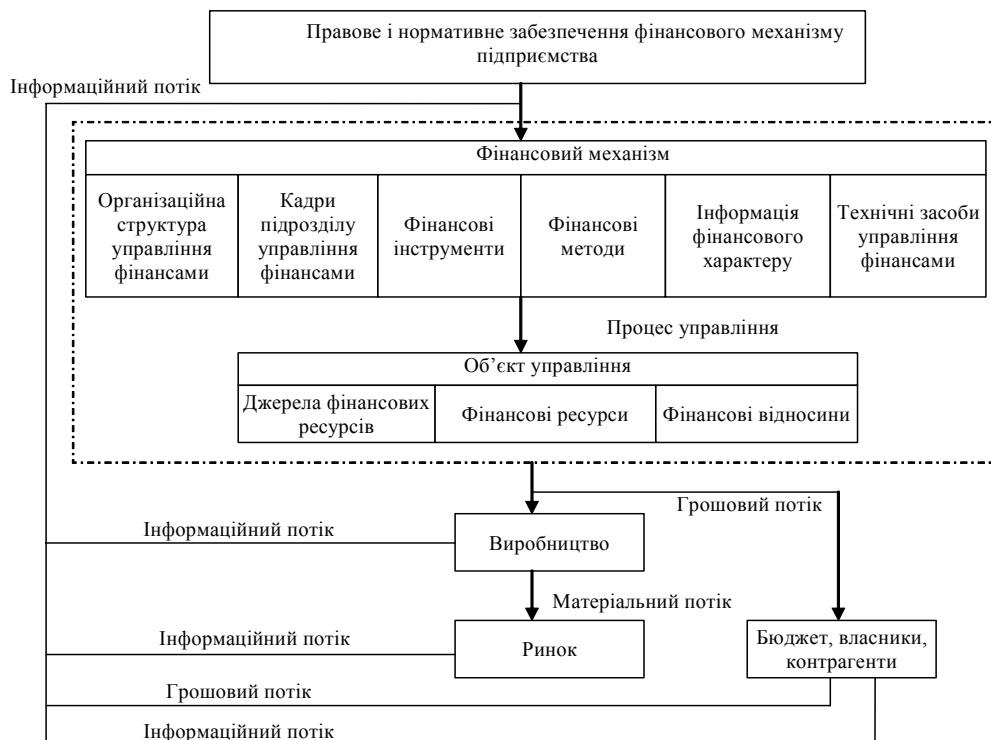


Рис. 1. Фінансовий механізм машинобудівного підприємства

Виходячи із сказаного, представляється важливим теоретичний розгляд складових фінансового механізму, визначення яких в економічній літературі представлено неоднозначно.

Існують різні підходи до трактування поняття "фінансовий інструмент". Спочатку було поширене досить спрощене визначення, згідно з яким виділялися три основні категорії фінансових інструментів: грошові кошти (кошти в касі і на розрахунковому рахунку, валюта); кредитні інструменти (облігації, кредити, депозити) і способи участі в статутному капіталі (акції і паї). З розвитком ринків капіталу і появи нових видів фінансових активів, зобов'язань і операцій з ними термінологія все більш уточнювалася, зокрема, з'явилася необхідність відмежування власне інструментів від тих предметів, з якими цими інструментами маніпулюють або які лежать в основі того або іншого інструменту, тобто від фінансових активів і зобов'язань.

Нині, одне з найбільш загальних і розгорнутих визначень категорії "фінансовий інструмент" наведено в міжнародному стандарті бухгалтерського обліку IAS 32: "Фінансовий інструмент – будь-який контракт, за яким відбувається одночасне збільшення фінансових активів одного підприємства і фінансових зобов'язань боргового і пайового характеру іншого підприємства".

Згідно стандарту до фінансових активів відносяться :

- грошові кошти;
- контрактне право отримати від іншого підприємства грошові кошти або будь-який інший вид фінансових активів;
- контрактне право обміну фінансовими інструментами з іншим підприємством на потенційно вигідних умовах;
- акції іншого підприємства.



До фінансових зобов'язань відносяться контрактні зобов'язання:

- виплатити грошові кошти або надати якийсь інший вид фінансових активів іншому підприємству;
- обмінятися фінансовими інструментами з іншим підприємством на потенційно не вигідних умовах (зокрема, при вимушеній продажі дебіторської заборгованості).

Як випливає з приведеного визначення, можна виділити дві видові характеристики, що дозволяють кваліфікувати ту або іншу операцію як фінансовий інструмент:

- а) в основі операції повинні лежати фінансові активи і зобов'язання;
- б) операція повинна мати форму договору (контракту).

Фінансові інструменти поділяють на первинні, до яких відносяться кредити і позики, облігації, інші боргові цінні папери, кредиторська і дебіторська заборгованість по поточних операціях, і вторинні, або похідні, до яких відносяться фінансові опціони, ф'ючерси, форвардні контракти, процентні свопи, валютні свопи.

Що стосується розгляду фінансових прийомів і методів, то підхід до розгляду цієї категорії у різних авторів також неоднозначний.

Професор Павлова Л.Н. вважає, що фінансовий метод визначається як спосіб дії фінансових відносин на господарський процес.

Найважливішим методом фінансування господарської діяльності в сучасних умовах залишається самофінансування. Самофінансування – спосіб організації господарської і фінансової діяльності, за якого усі витрати, повністю покриваються за рахунок прибутку та інших власних джерел. Виручка від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг повинна забезпечувати кожному беззбитково працюючому підприємству отримання доходів, достатніх для покриття поточних витрат. До фінансових методів відносяться окрім самофінансування оподаткування, система розрахунків, прогнозування, інвестування, страхування, заставні операції і т.д.

Існують також інші класифікації прийомів і методів фінансового управління. Наприклад, К.Г.Скрипкін, описуючи методи фінансового управління, співвідносить їх з методами фінансового аналізу виділяє три напрями:

1) аналіз стану підприємства в цілому; 2) розгляд доходів і витрат в розрізі підрозділів; 3) складання фінансового плану. При цьому важливою складовою аналізу стає аналіз ризику. Прийоми і методи, що виділяються в роботі В.А. Половнікова, представлені у вигляді системного аналізу, який, на його думку, укрупнено можна розбити на наступні етапи: 1) постановка задачі, визначення цілей і критеріїв оцінки; 2) аналіз досліджуваної системи; 3) розробка концепції розвитку системи і підготовка можливих варіантів цього розвитку; 4) аналіз отриманих варіантів рішень та їх наслідків. Крім того, В.А. Половников відмічає, що реалізація іншого і третього етапів у зв'язку із збільшеною складністю економічних систем об'єктивно неможлива без використання економіко-математичних методів і моделей. Зокрема, розглядаючи третій етап він досліджує метод прогнозування, який заснований, на його думку, на таких припущеннях:

- основні чинники, що спостерігалися у минулому, тенденції і залежності збережуться, або можна буде передбачати і визначити напрями їх зміни в прогнозованому періоді;
- розвиток економічних процесів може бути представлено у вигляді плавної траєкторії, тобто воно повинне мати деяку інерційність;
- економічні процеси мають імовірнісний характер, а розвиток досліджуваного об'єкту визначається сумарним впливом закономірності і випадковості.

І.А.Бланк, розглядаючи питання, що стосуються систем і методів фінансового аналізу, пропонує класифікувати методи в залежності від різних ознак залежно від:

- об'єкту дослідження;
- організації поведінки;
- масштабів діяльності;
- об'єму дослідження;
- періоду проведення.

Крім того, І.А.Бланк виділяє наступні системи проведення аналізу на підприємстві: горизонтальний (трендовий) аналіз показників; вертикальний (структурний) аналіз; порівняльний аналіз; аналіз ризиків; аналіз коефіцієнтів; інтегральний аналіз.

Фінансові методи управління, що розглядаються Дж.В.К. Хорном зводяться до прийомів фінансового аналізу, які включають: 1) аналіз звітності (звіту про прибутки і збитки, балансу), який дає уявлення про засоби і зобов'язання фірми на конкретний момент часу, а також про виручку, витрати, податки, прибуток фірми за певний час; 2) аналіз фінансового стану, що здійснюється на основі фінансових коефіцієнтів; 3) аналіз потоків грошових коштів; 4) фінансове прогнозування.

Аналіз інших джерел по проведенню класифікації фінансових методів і прийомів, зокрема, таких авторів, як А.Д. Аюшиєв, А.М. Бірман, Ю.М. Березкін, С.В. Куніцина, Ю. Бриггем, В.В. Ковалев дозволяє виділити якнайповнішу, на наш погляд, класифікацію методів і прийомів фінансового управління.

Відповідно до цієї класифікації методи аналізу поділяються на формалізовані і неформалізовані. Перші засновані на описі аналітичних процедур на логічному рівні, а не за допомогою строгих аналітичних

залежностей. Застосування цих методів характеризується певним суб'єктивізмом, оскільки велике значення має інтуїція, досвід і знання аналітика. До другої групи відносяться методи, в основі яких лежать достатньо точні аналітичні залежності. Багато хто з перерахованих вище методів застосовується для оцінки і прогнозування фінансового стану підприємства в сукупності з різними моделями.

При цьому вирішуються наступні основні завдання: ідентифікація і кількісна характеристика фінансового стану; виявлення змін у фінансовому стані в просторово-часовому розрізі; виявлення основних чинників, що викликають зміни у фінансовому стані; прогноз основних тенденцій у фінансовому стані.

**Висновки.** Отже, ми розглянули суть фінансового механізму, а також його основні елементи. Крім того, фінансовий механізм, на наш погляд, можна розглядати як концепцію організації управління процесами фінансування підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин. Отже, суть фінансових ресурсів і фінансового механізму в цьому розгляді виражається їх призначенням в процесі підприємницької діяльності. З позицій саме цієї концепції нами розглядаються проблеми функціонування фінансового механізму підтримки конкурентоспроможності машинобудівного підприємства.

Фінансовий механізм управління ресурсами корпорації – це інструмент дії на фінансові відносини і власне процес управління рухом фінансових ресурсів. Функціонування фінансового механізму здійснюється на різних рівнях управління: суб'єкта господарювання, галузевого, народногосподарського. Ми акцентуємо увагу на рівні суб'єкта господарювання, що функціонує в ринковій економіці.

### Література

1. Баранов П.В. Финансовый менеджмент. Механизм финансового управления предприятиями / Баранов П.В. – М., 2002. – 260 с.
2. Басовский Л.Е. Финансовый менеджмент / Басовский Л.Е. – М., 2002. – 240 с.
3. Бригхем Ю. Финансовый менеджмент: Полный курс : в 2 т. / Ю. Бригхем, Л. Гапенски ; [пер с англ. / под ред. В.В. Ковалева]. – СПб. : Экономическая школа, 2000. – 669 с.

Надійшла 14.08.2011

УДК 658.8:303.4(477)

Н. М. ГУРЖІЙ

Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського

## МЕТОДОЛОГІЧНА ТА ІНФОРМАЦІЙНА ПІДТРИМКА АРХІТЕКТУРИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ

*В статті розглядаються рівні архітектури стратегічного маркетингу та зазначаються складові її методологічної та інформаційної підтримки.*

*In the article an author is examine the levels of architecture of the strategic marketing and the constituents of its methodological and informative support are determined.*

*Ключові слова: рівні архітектури, стратегічний маркетинг, методологічна підтримка, інформаційна підтримка.*

**Вступ.** Стержнем стратегічного менеджменту є стратегічний маркетинг, який на підприємствах України сьогодні переживає стадію становлення. Стратегія маркетингу як частина стратегії діяльності підприємства – це раціональна, логічна побудова, керуючись якою організаційна одиниця розраховує вирішити свої маркетингові задачі. Вона включає в себе конкретні стратегії по цільових ринках, комплексу маркетингу та витратам на маркетинг. На більшості вітчизняних підприємств питанням стратегічного розвитку приділяється явно недостатня увага. В результаті – запізниле реагування на зміни, що відбуваються в маркетинговому середовищі. Орієнтація деяких підприємств виключно на виживання забезпечила успіх лише в короткостроковому аспекті і має антиеволюційний характер. Тим часом, лише безперервне і гнучке стратегічне управління може забезпечити підприємству довготривалий успіх. Це повинно стати ключовим завданням адаптації підприємств до умов мінливого маркетингового середовища.

З погляду сучасної концепції маркетингу, стратегічний маркетинг узагальнює тенденції, допомагає вищому керівництву у визначенні напрямків діяльності господарчої структури.

**Мета дослідження.** Метою дослідження є спроба узагальнити складові для підтримки архітектури стратегічного маркетингу.

**Аналіз літературних джерел з даної тематики.** Аналіз різних точок зору на суть стратегічного маркетингу показує, що стратегічний маркетинг володіє певними специфічними відмінними рисами в порівнянні з тією маркетинговою методологією, яка склалася раніше. Стратегічний маркетинг:

– вперше розглядає споживача не як пасивний об'єкт дії з боку виробника, а як активного і повноправного агента ринку з довгостроковою програмою власної діяльності;

– визначає виробника як активного суб'єкта ринкової економіки, головною метою якого є його подальший розвиток шляхом задоволення потреб інших економічних суб'єктів, зацікавлених в його

діяльності, а прибуток – як засіб вирішення завдань, що стоять перед підприємством;

– розглядає взаємодію споживача і виробника не як боротьбу (економіко-математична модель якої може представлятися у вигляді гри двох осіб з протилежними інтересами), а як рівноправну співпрацю з регулярним обміном інформацією з розрахунку на тривалу перспективу сумісного існування, тобто симбіоз;

– вносить новий зміст до само поняття маркетингової інформації, використовуючи все нові і нові методи збору і аналізу цієї інформації, а також її використання для здійснення прогнозів зміни потреб і споживчої поведінки;

– орієнтує маркетингову діяльність не тільки на інтереси споживача, але і на вигоди всіх економічних суб'єктів, зацікавлених в діяльності конкретного виробника.

У найзагальнішому вигляді «архітектура» – це вираз закономірностей будови, властивих системі (наприклад, будівлі, технічній або інформаційній системі), загальний план або концепція, що використовується для її створення, а, з іншого боку, абстрактний опис системи, її структури, компонентів і їх взаємозв'язків [1].

Відповідно до визначень Gartner, архітектура – це:

– загальний план або концепція, що використовується для створення системи, такий як будівля або інформаційна система, або «абстрактний опис системи, її структури, компонентів і їх взаємозв'язків»;

– сімейство керівних принципів, концепцій, правил, шаблонів, інтерфейсів і стандартів, використовуваних при побудові сукупності інформаційних технологій підприємства [2, с. 38].

Архітектура підприємства визначає загальну структуру і функції систем в рамках всієї організації в цілому (включаючи партнерів і інші організації, що формують так зване «розширене підприємство») і забезпечує загальну рамкову модель (framework), стандарти і керівництва для архітектури рівня окремих проектів.

Усесвітня Організація корпоративної архітектури дає наступне визначення архітектури підприємства: архітектура підприємства описує ті способи, за допомогою яких загальне бачення діяльності організації відбите в структурі і динаміці підприємства. На різних рівнях абстракції вона дає єдиний набір моделей, принципів, керівництва і політик, які використовуються для створення, розвитку і забезпечення відповідності систем в масштабі і контексті діяльності всього підприємства в цілому.

Кондратьев В. визначає корпоративну архітектуру (бізнес-модель) як загальну модель організації бізнесу, що визначає продукти, технології, процеси, структури і інформаційну підтримку діяльності [3].

Котлер П. вкладає в поняття архітектури маркетингу такі елементи: маркетингове середовище, глобальний ринок, споживчі ринки та споживча поведінка, поведінка споживачів на ринку підприємств та маркетингова інформація і маркетингові дослідження.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети автором в статті зроблена спроба узагальнити існуючі точки зору щодо архітектури стратегічного маркетингу та запропоновано власну точку зору щодо її складу та методологічного та інформаційного забезпечення.

Результати. Архітектуру стратегічного маркетингу розглядається як побудова та логічне поєднання платформи та компонентів інфраструктури стратегічного маркетингу корпоративного, функціонального та процесного рівнів, які використовуються для розвитку та забезпечення системи стратегічного маркетингу підприємства.

Архітектура стратегічного маркетингу визначає її мету, життєво важливі функції, активні компоненти і ключові процеси, а також встановлює характер їх взаємодій. Архітектура стратегічного маркетингу складається з набору окремих, але взаємозв'язаних платформ, які створюють в цілому багатовимірну модульну конструкцію. Кожна платформа відображає той або інший аспект системи з властивими йому унікальними характеристиками, а також відповідними критеріями і показниками ефективності.

Платформою архітектури корпоративного рівня стратегічного маркетингу є стратегічна ідентифікація підприємства.

Компонентами архітектури корпоративного рівня виступають стратегічна місія підприємства, корпоративні цілі та загальна стратегія розвитку підприємства.

Конкретна місія підприємства в ринковому середовищі повинна бути ясна із самого початку. Місія підприємства (корпоративна місія, місія бізнесу) — основна узагальнена довгострокова мета підприємства, в якій задекларовано його призначення. У міру зростання підприємства і появи у нього нових товарів і ринків місія може мінятися. Місію підприємства необхідно розвернути в докладний перелік допоміжних цілей і завдань для кожного керівника і підрозділу. Для вирішення цих завдань необхідні відповідні стратегії.

Загальна (генеральна) стратегія розвитку підприємства пов'язана з діяльністю підприємства в цілому, використанням всіх ресурсів і орієнтована на виконання його головної цілі.

Архітектура функціонального рівня стратегічного маркетингу включає наступні компоненти. Платформа архітектури – система стратегічного маркетингу, яка включає: маркетинговий аудит, стратегічне планування, стратегічна організація, стратегічний контроль.

Маркетинговий аудит являє собою систематизоване, критичне та об'єктивне вивчення середовища, цілей та стратегій діяльності підприємства у сфері маркетингу для виявлення можливостей, проблем та

розробки плану розвитку, за допомогою якого можливо засобами маркетингу покращити становище підприємства.

Стратегічне планування – сучасна модифікація внутрішнього планування. Ціль стратегічного планування полягає у покращенні реакції підприємства на динаміку ринку та поведінку конкурентів.

Стрижнем стратегічного планування є аналіз внутрішніх можливостей підприємства, зовнішніх конкурентних сил та пошук шляхів використання зовнішніх можливостей з урахуванням специфіки підприємства.

Сучасна концепція стратегічного планування передбачає при розробці стратегії підприємства використання ефективного методичного засобу стратегічної сегментації та виділення стратегічних зон господарювання (СЗГ).

Стратегічний контроль маркетингу – це регулярна перевірка відповідності цілей, вихідних стратегічних установок, програм підприємства вимогам наявних і прогнозованих маркетингових і ринкових можливостей.

Архітектура процесного рівня стратегічного маркетингу включає платформу – портфель маркетингових стратегій та компоненти, зокрема: маркетингові стратегії залежно від ступеня сегментування ринку; маркетингові стратегії вибору цільового ринку; маркетингові стратегії диференціації і позиціонування; конкурентні стратегії; маркетингові стратегії товарної політики підприємства; маркетингової цінової стратегії підприємства; збутові стратегії охоплення ринку; маркетингові стратегії комунікаційної політики підприємства.

Стратегія – це модель прийняття рішень, що визначає і розкриває цілі і завдання підприємства, задає його основну політику і плани реалізації поставлених цілей, визначає сферу бізнесу, у якій зосереджена основна діяльність підприємства, тип економічної і людської організації, якої дотримується або до якої схильне підприємство, а також природу економічних і позаекономічних досягнень, які воно має намір запропонувати акціонерам, найомним службовцям, покупцям і суспільству в цілому.

Методологічна підтримка архітектури стратегічного маркетингу представляє собою сукупність методів ухвалення стратегічних маркетингових рішень і способів їх практичної реалізації для досягнення цілей підприємства, що дозволяють підприємству оптимально використовувати існуючий потенціал і залишатися сприйнятливим до вимог зовнішнього середовища.

При визначенні необхідних методів стратегічного маркетингу, можна використовувати наступну класифікацію. Перша ознака ділить всі методи стратегічного маркетингу на методи, пов'язані з вивченням маркетингових проблем (методи аналізу), і методи ухвалення маркетингових рішень (методи синтезу). Друга ознака ділить всі методи стратегічного маркетингу на методи, використовувані фахівцями, що відповідають за вирішення конкретних маркетингових завдань (методи на рівні фахівців) і методи організації процесу маркетингового управління в цілому (методи на рівні організації). Третя ознака ділить методи стратегічного маркетингу на методи, приписуючі певну послідовність дій, необхідних для вирішення маркетингових завдань (формальні методи), і методи, що формують загальні рекомендації до забезпечення умов, в яких повинен реалізовуватися процес вирішення маркетингових завдань (неформальні методи).

Рекомендована методологічна підтримка архітектури стратегічного маркетингу включає:

- методологію стратегічного аналізу;
- методологію формування та реалізації маркетингових стратегій.

Стратегічний аналіз дозволяє визначити цілі функціонування підприємства і розробити набір стратегічних альтернатив. Зі стратегічного аналізу починається розробка стратегії, аналіз чинників, які знаходяться поза сферою постійного контролю підприємства і які можуть вплинути на його стратегію.

В процесі стратегічного зовнішнього аналізу використовуються різноманітні методи: прогнозування окремих тенденцій і подій; сценарний аналіз; імітаційне моделювання; факторний аналіз; експертні методи.

В основі стратегічного аналізу діяльності підприємства повинні лежати наступні загальнометодологічні принципи: системний підхід, відповідно до якого підприємство розглядається як складна система, що діє в середовищі відкритих систем і складається, у свою чергу, з ряду підсистем; принцип комплексного аналізу всіх підсистем, що становлять, елементів підприємства; динамічний принцип і принцип порівняльного аналізу: аналіз всіх показників в динаміці, а також порівняно з аналогічними показниками конкуруючих фірм; принцип врахування специфіки підприємства (галузевою і регіональною).

Виділяють наступні методи стратегічного аналізу діяльності підприємства: ситуаційний аналіз; портфельний аналіз; кабінетні дослідження: робота з бухгалтерськими документами, статистичною і іншою внутрішньофірмовою інформацією; функціонально-вартісною аналіз; спостереження і опити працівників підприємства по спеціальних методиках (діагностичні інтерв'ю); «мозковий штурм», конференції і інші методи колективної роботи; експертні оцінки; математичні методи аналіз трендів, факторний аналіз, індексний метод, розрахунок середніх показників, спеціальних коефіцієнтів і так далі.

Можливі різні підходи до проведення стратегічного аналізу: SWOT-аналіз; визначення стратегічного потенціалу фірми; «ланцюжок цінностей» Портеру; система McKinsey та ін. В процесі такого

аналізу необхідно виявити відповідність внутрішніх ресурсів і можливостей підприємства стратегічним завданням забезпечення і підтримки конкурентних переваг підприємства в довгостроковій перспективі.

Існує ще цілий ряд методик різних консультативних груп, що пропонують ті або інші методи оцінки потенційних можливостей підприємства і його конкурентних позицій в ході розробки маркетингової стратегії підприємства: метод аналізу PIMS; матриця BCG; модель аналізу McKinsey 7S; матриця життєвого циклу (модель ADL/LC); метод вивчення профілю об'єкту, метод аналізу LOTS і ін.

Методологія формування та реалізації маркетингових стратегій розглядає підходи різних наукових шкіл до формування стратегій.

Школа дизайну пропонує модель побудови стратегії як досягнення відповідності внутрішніх і зовнішніх можливостей фірми, тобто слід шукати відмітні компетенції компанії, її конкурентні переваги і зіставити їх з можливостями і небезпеками, які існують в зовнішньому середовищі. Основний метод стратегічного планування: SWOT-аналіз.

Школа планування додає стратегічному плануванню величезну значущість, популяризував концепцію. Розглядає стратегічне планування як багатоетапний формалізований процес, що займає тривалий час. Значне місце при цьому відводиться аудиту зовнішнього і внутрішнього середовища, в рамках якого даються прогнози розвитку ситуації. При проведенні аудиту широко використовуються кількісні методи, розглядається велике число чинників. Стратегія виступає у вигляді ієрархічної системи планів і бюджетів від звітних по корпорації до планів структурних підрозділів. Процес стратегічного планування послідовний, формалізований. Стратегія є сукупністю планів і програм.

Школа позиціонування зосереджує увагу на типізації стратегій і визначенні умов, в яких та або інша типова стратегія найбільш ефективна. Відправною крапкою служить твердження, що число основних стратегій в принципі обмежено, є деякі родові, нормативні або генеричні стратегії, і потрібно правильно таку стратегію вибрати. Основні методи: конкурентний аналіз, портфельний аналіз. Стратегічне планування - аналітичний і систематичний процес, стратегія є вибраною родовою позицією і конкретними прийомами для її завоювання або відстоювання. Основний метод планування: портфельні матриці.

Школа підприємництва розглядає як ключовий чинник успіху керівництво, що персоналізується, базується на стратегічному баченні. Майбутнє компанії залежить від особистих якостей, підприємницького і організаторського таланту людей, які нею керують. Реалізація стратегії приймає форму важливих вирішень так званих сміливих ходів. Підприємець має на меті досягнення успіху, зовнішнім проявом якого є зростання і розвиток організації. Процесом стратегічного планування є формування бачення на основі інтуїції, здорового глузду і досвіду лідера організації. Стратегія унікальна, вона розглядається як перспектива, тобто уявне уявлення про напрям дій, народжене в свідомості керівника, або бачення.

В рамках школи навчання поставлено питання: як формуються, а не формулюються стратегії. Часто в основі політичного курсу лежить не організований і контрольований процес, а хаотичні кроки, за допомогою яких керівники намагаються справитися з ситуацією. Таким чином, в наявності обмеженість раціонального менеджменту. Внесок в процес створення стратегії може внести практично будь-яка залучена до організації людина. Елементи стратегії виникають в ієрархічній системі організації і знаходять своїх захисників, які добиваються санкціонування вищим керівництвом. Стратегічне планування – неформальний, неорганізований пошук, стратегія формується на ходу, вона унікальна і є зразком дій, що склався.

Школа влади стверджує, що процес формування або зміни стратегії пов'язаний з відкритою боротьбою за владу і вплив, при цьому використовуються політичні методи. Існує мікровлада співвідношення політичних сил усередині організації, і макровлада використання владних важелів самої організації. Процес формування стратегії: конфліктний, агресивний, а сама стратегія виступає як зразки дій і технології боротьби.

Школа зовнішнього середовища стверджує, що завдання організації: реагувати на події, що відбуваються в зовнішньому оточенні. Фірма практично не має стратегічного вибору, не вільна в своїх рішеннях. Середовище трактується як сукупність невизначених зовнішніх сил. Середовище штовхає фірму в певну нішу, де фірма вступає в конкурентну боротьбу з подібними організаціями. Адаптація до середовища може виступати як ізоморфізм, тобто стирання відмінностей. У організаціях, що функціонують в схожому середовищі, встановлюються схожі структури і порядки, однакові захисні механізми. Примусовий ізоморфізм норми, правила, регулюючі поведінку (закони, стандарти). Наслідувальний ізоморфізм полягає в запозиченні і імітації, копіюванні підходів конкурентів (бенчмаркінг). Нормативний ізоморфізм пов'язаний з професійною компетенцією. Стратегічний процес: пасивний, продиктований ззовні, стратегія адаптація [4, с. 126–187].

Інформаційна підтримка архітектури стратегічного маркетингу є основою для прийняття рішень у сфері стратегічного маркетингу і складається з трьох елементів: збору інформації, її обробки і використання (рис. 1).

Будь-яке управлінське рішення повинно прийматись на основі достовірної інформації, тому дуже важливо у процесі її збору правильно визначити джерела її одержання (внутрішні і зовнішні).

У процесі обробки інформації необхідно вибрати оптимальні методи аналізу інформації, щоб отримані дані були актуальними і релевантними. При використанні інформації необхідно, щоб її отримував

своєчасно той, кому вона дійсно необхідна – радник зі стратегічного маркетингу і проектні групи з управління процесом реалізації маркетингових стратегій [5].



Рис. 1. Складові інформаційної підтримки архітектури стратегічного маркетингу

Інформація є найважливішим ресурсом, необхідним для реалізації етапів стратегічного планування на підприємстві. В той же час, інформаційна підтримка процесу розробки маркетингових стратегій відрізняється на всіх стадіях (табл. 1).

Таблиця 1

Потреба в інформації стратегічного управління і планування

№	Найменування	Використовувана інформація
1	Визначення місії і цілей	Загальна інформація про навколишнє середовище, потенційні ринки, наявність ринкових ніш, власні ресурси
2	Аналіз навколишнього середовища (SWOT-аналіз)	Інформація про можливості і погрози, сильні і слабкі сторони компанії
3	Аналіз стратегічного положення компанії на ринку	Оцінка привабливості конкретної СЗХ, її розмірів і динаміки розвитку, оцінка частки ринку, рентабельності, життєвого циклу, аналіз використовуваних технологій, конкурентний аналіз
4	Вибір стратегії	Рекомендації стратегічного аналізу, особистий досвід керівника, інформація по закритих каналах, ради фахівців
5	Оцінка обраної стратегії	Інформація про відповідність вибраній стратегії життєвим реаліям через певний проміжок часу (можуть бути використані дані стратегічного аналізу)
6	Виконання стратегії і контроль	Інформація про хід і заходи усередині компанії, пов'язані з виконанням стратегії; інформація про результати діяльності компанії на ринку, які стали наслідком виконання стратегії
7	Управління за допомогою вибору стратегічних позицій	Дані стратегічного аналізу, інформація про ресурси компанії

**Висновки.** Підводячи підсумок вище сказаному слід зазначити, архітектура стратегічного маркетингу складається з набору окремих, але взаємозв'язаних платформ, які створюють в цілому багатовимірну модульну конструкцію на трьох рівнях: корпоративному, функціональному та процесному.

Методологічна підтримка архітектури стратегічного маркетингу представляє собою сукупність методів ухвалення стратегічних маркетингових рішень і способів їх практичної реалізації для досягнення цілей підприємства, що дозволяють підприємству оптимально використовувати існуючий потенціал і

залишатися сприйнятливим до вимог зовнішнього середовища. Запропонована нами методологічна підтримка архітектури стратегічного маркетингу повинна включати: методологію стратегічного аналізу; методологію формування та реалізації маркетингових стратегій.

Використання фахівцями з маркетингу на практиці запропонованої архітектури стратегічного маркетингу дозволить підвищити ефективність та результативність системи стратегічного маркетингу підприємства.

### Література

1. Григорьев Л. Ю. Корпоративная архитектура и ее составляющие [Электронный ресурс] / Григорьев Л. Ю., Кудрявцев Д. В., Горелик С. Л. – Режим доступа : <http://bigc.ru/theory/innovations/innovations.php>
2. Gartner What Is an Architecture Style? Gartner, 2002. – 289 с.
3. Кондратьев В. Проектируем корпоративную архитектуру [Электронный ресурс] / Кондратьев В. – Изд-во: Эксмо, 2007. – Режим доступа : [http://bookz.ru/authors/va4eslav-kondrat\\_ev.html](http://bookz.ru/authors/va4eslav-kondrat_ev.html)
4. Минцберг Г. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента / Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. – Изд-во: Питер, 2001. – 336 с.
5. Информационное обеспечение стратегического управления и планирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.stplan.ru/>

Надійшла 15.08.2011

УДК 657

О. В. КРАВЧЕНКО, Ю. Б. СЛОБОДЯНИК, Ю. М. ТИМОЩЕНКО

Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України»

## ГАРМОНІЗАЦІЯ ПОДАТКОВОГО ТА БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

*У статті розглянуті проблеми обліково-аналітичного забезпечення ефективної діяльності суб'єктів господарювання. Запропоновано їх розв'язання шляхом гармонізації податкового і бухгалтерського обліку.*

*The article deals with problems of accounting and analytical support effective business activity. An address them through the harmonization of tax and accounting.*

*Ключові слова: податковий облік, бухгалтерський облік, суб'єкти господарювання, ефективність діяльності.*

**Вступ.** Світова криза останніх років вказала на необхідність перегляду підходів при формуванні системи управління суб'єктами господарювання через неспроможність обліково-аналітичної її складової оперативно та ефективно реагувати на зміни оточуючого середовища. Разом з цим, й сама інформація потребує перегляду організаційно-методичних підходів до її формування з метою забезпечення відповідності її якісним характеристикам. Процеси розбудови ринкових відносин, становлення громадянського суспільства, інтеграції України у світове співтовариство обумовили проведення трансформації національної облікової системи, яка б була здатна адекватно і своєчасно реагувати на сучасні управлінські запити. При цьому слід враховувати складність самої системи управління, яка формується взаємодією сукупності елементів, що характеризуються тісними зв'язками та взаємовпливом. Одним з цих елементів є система обліку, звітності і оподаткування.

**Аналіз літературних джерел.** Проблемам обліково-аналітичного забезпечення ефективної діяльності суб'єктів господарювання присвячені праці багатьох вітчизняних науковців та практиків, зокрема: Л. Балабанової, І. Бланка, Ф. Бутинця, В. Гринчук, М. Грещак, Ю. Іванова, Г. Кірейцева, Л. Ловінської, С. Мочерного, С. Покропівного, М. Пушкаря, П. Саблука та інших. Розглядаються такі проблемні аспекти забезпечення ефективності функціонування підприємств, як створення ефективної організаційної структури, оцінка ефективності виробничої діяльності, управлінських рішень, витрат економічних ресурсів, застосування технологій, формування кадрового потенціалу тощо. Проте немаловажною складовою сталого розвитку і функціонування господарюючих суб'єктів в умовах глобалізації є система обліку і звітності. Останні зміни законодавства обумовили потребу в дослідженні процесу гармонізації податкового та бухгалтерського обліку.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дослідження є обґрунтування необхідності гармонізації податкового та бухгалтерського обліку та її впливу на ефективність діяльності суб'єктів господарювання.

**Постановка завдання.** Для реалізації поставленої мети необхідно дослідити та обґрунтувати необхідність реформ у системі обліку, звітності і оподаткування, спрямованих на гармонізацію, а також визначити ефективність проведених змін в нормативному регулюванні податків та їх обліку, вплив на якість фінансової звітності та спроможність задовольняти зростаючі інформаційні потреби системи управління

суб'єктами господарювання.

**Результати дослідження.** Необхідність реалізації фіскальних функцій держави сприяла виділенню окремого виду обліку – податкового. Виникнення останнього пов'язане з прийняттям у 1997 році Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств», у якому вперше було застосовано термін «податковий облік» [1]. Оскільки законодавче визначення цього терміну не було дано до цих пір, в наукових колах точиться дискусія щодо можливості існування податкового обліку як такого. Останнім часом часто говорять про те, що податковий облік по суті – це сукупність правил визначення об'єкта оподаткування і розрахунку податку, що підлягає сплаті до бюджету. Відсутність загальноновизнаної сталої системи понять, власного предмету і об'єкту не дозволяє цей процес називати податковим обліком, а допускає вживання терміну «податкові розрахунки». Опоненти, в свою чергу, стверджують, що незважаючи на допоміжну функцію податкового обліку в системі управління підприємством, який забезпечує фіскальні інтереси держави, професійні бухгалтери більшу частину робочого часу витрачають саме на ведення цього виду обліку. До того ж, значущість податкового обліку для практики господарювання підтримується і чинною системою відповідальності та фінансових санкцій за виявлені податковими органами порушення. Таким чином, можна заперечувати існування податкового обліку з точки зору науки, проте неможливо ігнорувати його з практичної сторони. На жаль, це призвело до того, що професійні бухгалтери схильні нехтувати потребами бухгалтерського обліку на користь податкового.

Крім цього, необхідність вести як мінімум два види обліку – бухгалтерського та податкового створює безліч організаційних, технічних, методологічних та інших проблем. Так, за даними Світового банку Україна входить у десятку країн з найбільш складними умовами розрахунку і сплати податків і займає 181 місце з 183 країн, що потрапили до рейтингу. На 182 місці – Центральноафриканська Республіка, а на 183 останньому місці – Білорусь. При цьому Україна має найбільшу кількість податків та обов'язкових зборів (платежів) на рік – 135, займаючи в цьому рейтингу останнє місце. На розрахунок і сплату податків українські підприємства витрачають 657 годин на рік [2]. Зазначимо, що в десятці кращих знаходяться Гонконг, Китай, Сінгапур, Ірландія та Канада. У цих країнах застосовується низька ставка податків – в середньому менше 30 % від прибутку, а також низький рівень адміністративного тягаря. В середньому вони мають до 9 різних податків на бізнес, податкові розрахунки займають всього лише 1 день на місяць. За результатами 2009–2010 років Туніс посів перше місце за легкістю сплати податків у зв'язку із застосуванням електронних систем оплати податків, систем для корпоративного прибуткового податку і податку на додану вартість. При цьому кількість податкових платежів на рік складає 14, що займає 84 години [2]. Безумовно, різниця вражає.

За оцінками експертів, сукупні фінансові втрати українських підприємств на ведення податкового обліку та пов'язаних з ним операцій (вивчення податкового законодавства, підготовка податкових первинних документів і звітності, сплата податків, зборів та обов'язкових платежів) становлять 0,7 % ВВП.

Зазначені проблеми об'єктивно зумовили необхідність зближення бухгалтерського і податкового обліку. Міжнародний досвід доводить, що повністю відмовитися від ведення податкового обліку неможливо, так як він виконує фіскальну функцію, що відрізняється від мети ведення бухгалтерського обліку. Отже, в Україні назріла необхідність реформування чинної системи оподаткування у відповідності до світових стандартів, що спричинило ухвалення наприкінці 2010 року Податкового кодексу України [3]. Цей документ досить суперечливий, не мав достатньо широкого обговорення в професійних колах, як наслідок – процес його прийняття супроводжувався цілком обгрунтованим обуренням представників малого та середнього бізнесу.

У зв'язку з прийняттям Податкового кодексу, який в частині оподаткування прибутку підприємств набрав чинності з 01 квітня 2011 року, ми побачили вжиті законодавцем кроки в напрямку гармонізації бухгалтерського і податкового обліку. На наш погляд, основними позитивними результатами цього процесу стали наступні:

- відмова від особливих «податкових» понять на користь термінології, що використовується у бухгалтерському обліку;
- зміна порядку розрахунку оподаткованого прибутку – заміна чинного раніше «правила першої події» методом нарахування;
- відмова від особливого розрахунку амортизації з використанням податкового методу на користь існуючих у бухгалтерському обліку п'яти методів нарахування амортизації;
- вимога використовувати при розрахунку оподаткованого прибутку первинні документи і зведені регістри бухгалтерського обліку не увінчалися успіхом, оскільки існуючі відмінності обумовлені різними принципами, покладеними в їх основу, розбіжністю об'єктів обліку, способів розрахунку бази оподаткування і т.д.

Так, прийняття Податкового кодексу значно вплинуло на організацію обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва. Слід зазначити, що дані суб'єкти господарювання для складання Фінансового звіту розділилися на дві категорії:

- по-перше, на тих, які складають його за формою скороченою за показниками (Баланс ф. № 1-м та Звіт про фінансові результати ф. № 2-м), якщо вони є суб'єктами малого підприємництва – юридичними



особами, які визнані такими відповідно до законодавства, крім довірчих товариств, страхових компаній, банків, ломбардів, інших фінансово-кредитних та небанківських фінансових установ, суб'єктів підприємницької діяльності, які здійснюють обмін іноземної валюти, є виробниками та імпортерами підкацизних товарів, а також суб'єктів підприємницької діяльності, у статутному фонді яких частка вкладів, що належить юридичним особам – засновникам та учасникам цих суб'єктів, які не є суб'єктами малого підприємництва, перевищує 25 відсотків; представництвами іноземних суб'єктів господарської діяльності;

- по-друге, для складання Спрощеного фінансового звіту суб'єкта малого підприємництва (Баланс ф. № 1-мс та Звіт про фінансові результати ф. № 2-мс): суб'єктами малого підприємництва – юридичними особами, що відповідають критеріям, визначеним пунктом 154.6 ст. 154 розділу III Податкового кодексу України, та мають право на застосування спрощеного бухгалтерського обліку доходів і витрат. Підприємства мають право на особливий порядок обліку – без ведення подвійного запису, але з обов'язковою умовою відображення доходів і витрат згідно з вимогами податкового законодавства, а не П(С)БО, якщо відповідають ознакам:

1) якщо підприємство не є платником ПДВ;

2) у яких розмір доходів кожного звітного податкового періоду нарастаючим підсумком з початку року не перевищує трьох мільйонів гривень та нарахованої за кожний місяць звітного періоду заробітної плати (доходу) працівників, які перебувають з платником податку у трудових відносинах, є не меншим, ніж дві мінімальні заробітні плати, розмір якої встановлено законом, та які відповідають одному із таких критеріїв:

- утворені в установленому законом порядку після 1 квітня 2011 року;

- діючі, у яких протягом трьох послідовних попередніх років (або протягом усіх попередніх періодів, якщо з моменту їх утворення пройшло менше трьох років), щорічний обсяг доходів задекларовано в сумі, що не перевищує трьох мільйонів гривень, та у яких середньооблікова кількість працівників протягом цього періоду не перевищувала 20 осіб;

- які були зареєстровані платниками єдиного податку в установленому законодавством порядку в період до набрання чинності Податковим кодексом та у яких за останній календарний рік обсяг виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) становив до одного мільйона гривень та середньооблікова кількість працівників становила до 50 осіб.

Слід зазначити, що ст. 154.6 визначений перелік видів діяльності, при провадженні яких підприємство не матиме права на спрощений порядок ведення обліку та надання фінансової звітності, наприклад, якщо воно здійснює діяльність у сфері розваг; виробництво, оптовий продаж, експорт/імпорт підкацизних товарів; виробництво, оптовий та роздрібний продаж пально-мастильних матеріалів; діяльність з обміну валют тощо [3].

Найбільшою критики, на нашу думку, незважаючи на незаперечну позитивність можливості спрощення процедур обліку, заслуговує норма П(С)БО 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва», що була прийнята внаслідок дії Податкового кодексу [5]. Згідно з цією нормою суб'єкти малого підприємництва, які мають право на застосування спрощеного бухгалтерського обліку доходів і витрат, визнають витрати і доходи з урахуванням вимог Податкового кодексу і відносять суми, які не визнаються Податковим кодексом витратами або доходами, безпосередньо на фінансовий результат після оподаткування. Це означає, що в Україні з метою формування показників фінансової звітності одночасно застосовуються норми національних стандартів бухгалтерського обліку, розроблені на основі міжнародних стандартів, та норми Податкового кодексу. Така ситуація поглиблює рівень незіставності показників фінансової звітності. Якщо до цього часу неможливо було порівнювати показники фінансової звітності малих підприємств та середніх і великих через невідповідність за змістом, то зараз це стає неможливим навіть в межах групи «малі підприємства».

Не меншого впливу зміни у податковому законодавстві завдали організації бухгалтерської роботи у бюджетних установах. У процесі своєї діяльності, пов'язаної з виконанням кошторисів, бюджетні установи виступають платниками різних податків і зборів. Це стосується і податку на прибуток.

Згідно з нормами Податкового кодексу органи державної влади України, органи місцевого самоврядування та створені ними установи чи організації, що утримуються за рахунок коштів відповідних бюджетів, належать до неприбуткових організацій, порядок оподаткування яких регламентується ст. 157. Для таких установ введено пільговий режим оподаткування, застосування якого передбачає звільнення від оподаткування визначених у ст. 157 доходів неприбуткових організацій. Оподаткування доходів, отриманих бюджетними установами з джерел, які не зазначені серед джерел доходів, звільнених від оподаткування, тобто оподатковуваних доходів, здійснюється згідно з вимогами п. 157.11 [3]. Зокрема, податок на прибуток визначається як сума доходів, отриманих з таких інших джерел, зменшена на суму видатків, пов'язаних з отриманням таких інших доходів. При цьому видатки не можуть перевищувати такі доходи.

Принципових змін в переліку доходів бюджетних установ, звільнених від оподаткування, не спостерігається. Крім того, як і раніше, до таких доходів належать власні надходження установ, що зараховуються до складу спеціального фонду бюджету відповідно до п. 4 ст. 13 Бюджетного кодексу [6].

Отже, неприбуткові організації отримують значні податкові пільги – переважно щодо прямих

податків на доходи та майно – на підставі визначеного законодавством особливого статусу.

Все це негативним чином впливає на діяльність бюджетних установ стосовно обліку доходів і витрат, оподаткування кінцевих результатів, методики підготовки основних звітних форм.

Затверджена Кабінетом міністрів України Стратегія модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007–2015 роки, передбачає адаптацію законодавства з питань бухгалтерського обліку та звітності діяльності органів державного сектора до міжнародних стандартів [7]. В основу облікових принципів за МСФЗ у державному секторі (як в і стандартах для підприємницького сектору) покладений метод нарахування, застосування якого дозволяє досягнути правдивого відображення у звітності фінансового стану, результатів виконання та грошових коштів установи та бюджету.

Поряд з цим, у вітчизняній обліковій практиці застосовується касовий метод відображення доходів. За операціями госпрозрахункового характеру дохід визнається як валове надходження економічних вигід або потенціалу корисності протягом звітного періоду, якщо чисті активи/власний капітал зростають у результаті цього надходження.

Видатки відображаються в обліку установи в момент їх виникнення за методом нарахування, а за касовим – відображають всі суми, отримані установою з рахунків у банку або у відповідних органах Державного казначейства. Діюча система бухгалтерського обліку та звітності у державному секторі методологічно орієнтована на відображення виконання кошторису. Підсумковим результатом діяльності установи є визначення результату виконання кошторису окремо за загальним і спеціальним фондом, шляхом відповідного списання всіх доходів і видатків. Визначені залишки на відповідних рахунках і будуть кінцевим показником діяльності. В міжнародній практиці застосовують в цьому випадку поняття надлишок (дефіцит) у результаті звичайної діяльності – різницю, яка залишається після вирахування витрат, що виникають у результаті звичайної діяльності.

Отже, одночасне використання різних методів обліку доходів і видатків викликає питання щодо достовірності інформації, наведеній у фінансовій звітності бюджетних установ. Фінансова звітність цих установ є ключовою ланкою в інформаційному забезпеченні державного фінансового контролю, фінансового планування і прогнозування на державному рівні.

Певною спробою встановлення єдиних вимог до складання фінансової та бюджетної звітності розпорядниками та одержувачами бюджетних коштів є прийняття у 2011 році Порядку складання фінансової та бюджетної звітності розпорядниками та одержувачами бюджетних коштів. Даним документом встановлено форми звітності та визначено порядок їх складання та подання. Так, до складу фінансової звітності віднесено: Баланс, Звіт про результати фінансової діяльності, Звіт про рух грошових коштів; розкриття елементів звітності здійснюється у Пояснювальній записці. Проте складові зазначених форм відрізняються і за будовою, і за змістом показників від рекомендованих міжнародними стандартами, а отже вимагають подальшої гармонізації у цьому напрямку.

Тобто проблемою реформування обліку в бюджетних установах залишається відсутність єдиних підходів до розробки дієвих механізмів удосконалення системи обліку з урахуванням вимог міжнародних стандартів, недостатність розробленості питання переходу на єдині методологічні засади, а також створення уніфікованого організаційного та інформаційного забезпечення обліку.

**Висновки.** Враховуючи вищевикладене, актуальним залишається питання, передбачене Стратегією розвитку системи бухгалтерського обліку в Україні, – удосконалення державного регулювання у сфері бухгалтерського обліку з метою методичного та організаційного забезпечення застосування національних і міжнародних стандартів та єдиних методологічних засад ведення бухгалтерського обліку всіма суб'єктами господарювання.

Отже, потреба гармонізації податкового та бухгалтерського обліку в контексті сучасних глобалізаційних процесів є беззаперечною. Проте об'єктивною необхідністю є її проведення на основі міжнародних стандартів єдиним державним регулятором, який забезпечуватиме єдність організаційно-методологічних підходів до цього процесу. Крім того, до гармонізації мають бути залучені в якості дорадчих органів на паритетних умовах представники професійних організацій бухгалтерів і аудиторів та фіскальних органів держави. На нашу думку, обґрунтованим є недопущення регуляторів, які забезпечують реалізацію фіскальних функцій держави, до одноосібного визначення порядку формування та оприлюднення фінансової звітності суб'єктів господарювання.

Таким чином, внесені пропозиції сприятимуть підвищенню якості обліково-аналітичного забезпечення та його спроможності задовольняти зростаючі інформаційні потреби системи управління суб'єктами господарювання.

## Література

1. Про оподаткування прибутку підприємств : закон України від 28.12.1994 № 334/94-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 4. – С. 51.
2. <http://www.doingbusiness.org/reports/doing-business/doing-business-2011.2>.
3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI // Відомості Верховної Ради України. –

2011. – № 13-14. – С. 556.

4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : закон України від 16.07.1999 № 996-XIV // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 40.

5. Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва : Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 25 від 25.02.2000 № 39 // Офіційний вісник України – 2000. – № 11. – С. 296.

6. Бюджетний кодекс України : Верховна Рада України; Кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2456-17>.

7. Про затвердження Стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007-2015 роки : постанова КМУ від 16.01.2007 № 34 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua>.

8. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку державного сектору [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua>

9. Про затвердження Порядку складання фінансової та бюджетної звітності розпорядниками та одержувачами бюджетних коштів : Державне казначейство; наказ від 05.01.2011 № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0144-11>

Надійшла 15.08.2011

УДК 336.761

Г. І. АНДРЕЄВА

Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи НБУ»

## АНАЛІЗ ФАКТОРІВ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ ЛІКВІДНІСТЬ ПОХІДНИХ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

*Проаналізовано фактори, що визначають ліквідність похідних цінних паперів, які згруповані за такими класифікаційними ознаками: особливість базового активу, державно-правове регулювання та оподаткування, конструктивні особливості, ступінь інтернаціоналізації.*

*The factors that determine the liquidity of derivatives which are grouped by the following classification attributes: feature underlying asset, the state's regulation and taxation, structural features, the degree of internationalization.*

*Ключові слова: ліквідність, похідні цінні папери, державно-правове регулювання, оподаткування, інтернаціоналізація.*

**Вступ.** У всьому світі ринок похідних цінних паперів являється важливою складовою фінансового ринку. Останнім часом він набув широкого розвитку, що свідчить про важливість виконуваних ним функцій. Завдяки можливостям ефективно управляти капіталом при мінімальних витратах, він стає знаним серед значної кількості інвесторів. Так, поширення спектру похідних цінних паперів, якими торгують на ринку, підвищує дохідність інвестицій. Крім загальноекономічних процесів, існують фактори, що стимулюють додатковий розвиток ринку похідних цінних паперів. Наприклад, акумуляція коштів і концентрація управлінських функцій у професійних учасників ринку похідних цінних паперів, удосконалення техніки і технології спрощують та здешевлюють процес укладання угод і підтримують загальну ліквідність ринку. Також, за допомогою похідних цінних паперів можна формувати синтетичні позиції в тих випадках, коли угоди на касовому ринку відрізняються більш

**Мета дослідження** полягає в аналізі факторів, що визначають ліквідність похідних цінних паперів і, як наслідок, обумовлюють рівень розвитку їх ринку.

**Аналіз літературних джерел.** Теоретичним, методологічним та практичним питанням використання похідних цінних паперів на різних етапах еволюції їх ринку присвячені праці зарубіжних вчених: Ф. Маршалла і В.К. Бансала [3]; російських вчених: А. Буреніна [1], А. Фельдмана [6]. Суттєві надбання у дослідженні цих питань належать таким вітчизняним вченим, як Л. Примостка [2], О. Сохацька [5] та інші.

**Постановка завдання.** В останні десятиріччя на світовому фінансовому ринку з'явилася велика кількість різноманітних похідних цінних паперів. Дослідження, розробка, впровадження й просування нових похідних цінних паперів на ринку потребують чимало часу та значних фінансових витрат. Ліквідність того чи іншого похідного цінного паперу, наявність або відсутність інтересу до нього залежить від багатьох факторів, які можна згрупувати за певними класифікаційними ознаками.

**Результати.** На нашу думку, фактори, які залежать від особливостей базисного активу та його ринку слід віднести до першої групи факторів, тобто факторів які визначаються первинним (базисним) ринком даного похідного цінного паперу. До особливостей базисного ринкового активу може відноситися конкретна форма активу, наприклад, матеріальна або нематеріальна; можливість його фізичного постачання; споживчі характеристики тощо. Напевно, чим менш ринковий актив є «фізичним» або матеріальним, тим в більший мірі це сприяє ліквідності його похідного цінного паперу, оскільки метою останнього є виключно отримання різниці в цінах, а не власне купівля \ продаж або фізична поставка базисного активу. Ступінь і

темпи розвитку ринку базисного активу здійснюють прямий вплив на ліквідність похідного цінного паперу. По-перше, похідний цінний папір не може виникнути на пустому місці, тобто за відсутністю відповідного первинного ринку. По-друге, не має сенсу створювати похідний на основі активу, ринок якого ще недостатньо розвинутий, або, навпаки, знаходиться в занепаді. Ця теза підтверджується тим, що учасники ринку, позбавлені можливості проведення арбітражних операцій, уникають працювати з таким похідним. З іншого боку, коли ринок базисного активу знаходиться у стані розвитку, можна очікувати підвищення інтересу учасників до ринку його похідного цінного паперу. Наприклад, коли в країні розвинутий ринок тієї чи іншої іноземної валюти, то цілком закономірно, що різноманітні фінансові інновації, які з'являються на ринку, зацікавляють учасників цього ринку. Слід відмітити, що спостерігається взаємозв'язок ринків базисних активів та відповідних ринків похідних цінних паперів. Створення останнього та проведення на ньому активних операцій позитивно впливають на показники ринку базисних активів і, тим самим, сприяють його успішному функціонуванню й розвитку. Така позитивна взаємодія пов'язана з тим, що учасники базисного ринку отримують можливість хеджувати несприятливі наслідки дій ринкових ризиків, з якими вони стикаються при проведенні операцій на первинному ринку.

Зовнішні фактори, у відношенні до ринку даного похідного цінного паперу, утворюють другу групу факторів що впливають на його ліквідність. Серед них виділяють такі зовнішні фактори, як державне-правове регулювання ринку похідних цінних паперів та оподаткування операцій з ними. При цьому, особливого значення набуває розуміння регуляторами ринку важливості похідних цінних паперів для фінансової системи в цілому: перш за все як способу управління ринковими ризиками, надання їм легального статусу, а також створення чіткої системи оподаткування фінансових результатів за операціями з ними [2, с.22]. Сприятливе ставлення держави до ринку того чи іншого похідного цінного паперу робить його більш привабливим для різних категорій учасників ринку, допомагає створенню ефективного внутрішнього середовища даного ринку і, таким чином, здійснює позитивний вплив на ліквідність похідних цінних паперів. У той же час, наявність двозначностей та невизначеностей в правових та податкових питаннях не сприяє залученню нових учасників на ринок похідних цінних паперів і, відповідно, перешкоджає його виникненню та подальшому розвитку.

Третю групу факторів, що впливають на ліквідність похідних цінних паперів, складають внутрішні фактори, дію яких, на відміну від перших двох груп факторів, може контролювати сам конструктор похідного цінного паперу. Це стосується, перш за все, розробки такого похідного цінного паперу, який найбільш повно відповідає вимогам учасників ринку; встановленню правил торгівлі даним похідним і відповідальності за їх порушення; створенню ефективної клірингової системи; заходів які вживаються для підтримки ліквідності похідного цінного паперу, наприклад, зменшення розміру гарантійних внесків на певний період, призначення офіційних маркет-мейкерів, встановлення інтервалів торгівлі. Інакше кажучи, конструктор похідного цінного паперу повинен розробити такий похідний папір та його торгове середовище, які максимально зручні для потенційних користувачів і залучити якнайбільше учасників на ринок цього похідного цінного паперу. Наприклад, багатоопераційні опціони – кепи та флори можуть бути отримані із стріпу одноперіодних пут- або одноперіодних колл-опціонів. Аналогічно своп із коротким строком дії (до двох–трьох років) може бути синтезованим із стріпу євродоларових ф'ючерсів [3, с.619]. Слід зазначити, що цей процес потребує багато часу та значних фінансових інвестицій. Крім того, завжди зберігається ризик того, що витрачені зусилля виявляться марними й ринок не сприйме цей похідний цінний папір. Саме тому творці похідних віддають перевагу використанню в якості основи вже відомі ринку й перевірені часом стандартні конструкції. Так, багато біржових та позабіржових похідних цінних паперів, що базуються на процентній ставці, можуть мати схожі номінали контрактів, дати закінчення та інші основні параметри. Іноді новизна полягає лише у тому, що контракт передбачає торгівлю в другий часовій зоні, а всі інші його параметри практично не відрізняються від тих, що вже обертаються на ринку. Отже, коли похідні цінні папери схожі між собою за своїми основними параметрами, їх потенційні користувачі все більш звертають увагу на розбіжності в умовах торгівлі й обігу цих похідних. При цьому має значення й місцезнаходження торговельного майданчика чи організатора торгівлі, параметри членства, час торгівлі тощо. Їх вплив на ліквідність похідного цінного паперу проявляється, як правило, на початку життєвого циклу похідного цінного паперу. У подальшому він послаблюється, оскільки ринкова потреба в похідному цінному папері стає настільки суттєвою, що деякі його особливості відходять на інший план і не приймаються до уваги, якщо вони не заважають власне ринковим процесам.

Четверта група факторів, які визначають ліквідність похідного цінного паперу, пов'язана зі ступенем його інтернаціоналізації, тобто, ступенем його виходу за межі національного ринку. Коли похідний цінний папір створюється з метою використання учасниками світового ринку, то його ліквідність буде відносно вищою, ніж при обертанні тільки на національному ринку. Будь-який похідний цінний папір створюється для внутрішнього ринку. В економічній літературі запропонована «теорія дому», згідно з якою фінансовий інструмент має найбільший успіх перш за все серед учасників національного ринку та відповідає внутрішнім процесам і тенденціям [4, с.278]. Наприклад, у багатьох біржових угодах номінали відображені у американських доларах, а максимальних обсягів торгівлі вони досягають саме на біржах США. Проте, позабіржові похідні цінні папери знаходяться в обігу в різних країнах та не прив'язані до

конкретних національних ринків. Також слід враховувати те, що найчастіше за все базовою валютою є американський долар.

**Висновки.** Таким чином, перелічені групи факторів, що визначають ліквідність похідних цінних паперів щільно пов'язані між собою. Самі по собі, тобто окремо, не гарантують високої ліквідності того чи іншого похідного цінного паперу. Навіть самий досконалий похідний цінний папір навряд чи виживе без забезпечення адекватної правової підтримки. В той же час, сприятливі зовнішні обставини аж ніяк не гарантують успіх недостатньо розробленому похідному цінному паперу. Отже, успіх і висока ліквідність похідного цінного паперу багато в чому залежить від урахування всіх зазначених груп факторів та розробці на їх основі відповідних умов обігу похідних цінних паперів, що, відповідно, впливає на рівень розвитку ринку похідних цінних паперів.

### Література

1. Буренин А. Н. Рынок производных финансовых инструментов / А. Н. Буренин. – М. : ИНФРА–М, 2000. – 386 с.
2. Примостка Л. Роль строкового ринку в стабілізації економічної системи / Л. Примостка // Ринок цінних паперів. – 2004. – № 5–6. – С. 21–24.
3. Маршалл Дж.Ф., Бансал В.К. Финансовая инженерия: Полное руководство по финансовым нововведениям / Дж. Ф. Маршалл, В. К. Бансал ; [пер. с англ.]. – М. : ИНФРА–М., 1998. – 784 с.
4. Кучуков Р. А. Теория и практика государственного регулирования экономических и социальных процессов / Р. А. Кучуков. – М. : Гайдарики, 2010. – 504 с.
5. Сохацька О. М. Біржова справа : [підручник] / О. М. Сохацька. – Тернопіль : Карт-бланш, К. : Кондор, 2008. – 632 с.
6. Фельдман А. Б. Производные финансовые и товарные инструменты / А. Б. Фельдман. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 241 с.
7. Деривативы. Курс для начинающих (Серия «Reuters для финансистов») ; [пер. с англ.]. – М. : Альпина Паблишер, 2002. – 208 с.
8. Про похідні (деривативи) [Електронний ресурс] : проект закону України від 11.05.2010 реєстраційний № 6376. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
9. Про оподаткування прибутку підприємств [Електронний ресурс] : у редакції від 22 травня 1997 року № 283/97-ВР із останніми змінами та доповненнями від 27.04.2010 р. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/>.
10. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : із змінами, внесеними згідно із Законом № 2856-VI (2856-17) від 23.12.2010. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/>.

Надійшла 10.08.2011

УДК 657.03

Л. О. ЧОРНА, С. І. ШВЕДА

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

## ВПЛИВ ОСОБЛИВОСТЕЙ СКЛАДАННЯ ДОГОВОРУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ОПЕРАЦІЙ З ДАВАЛЬНИЦЬКОЮ СИРОВИНОЮ

*В статті представлено дослідження щодо формування варіантів договорів між замовником та виконавцем виробництва товарів на давальницькій сировині. Уточнені основні поняття та представлено особливості складання та виконання договорів толінгу для підвищення ефективності операцій.*

*This article contains research on the peculiarities of the knowledge base to draw up a contract for production of goods made on commission. The author clarifies the basic concepts and presents the main features of assembly tolling agreements to improve operations.*

*Ключові слова: давальницька сировина, договір, ефективність договору, толінг.*

Поширеним шляхом активної виробничої діяльності багатьох промислових підприємств України є здійснення операцій з давальницькою сировиною. Така форма діяльності дає можливість одержувати прибуток та активно розвиватись, не дивлячись на кризові процеси, хоча деяке зменшення активності все ж таки можна спостерігати. Актуальність формування ефективного договору та варіантів для змін обумовлена потребою вивчення законодавства та практичного досвіду роботи з давальницькою сировиною багатьох підприємств. Забезпечення ефективності толінгу залежить, передусім, від правильної організації обліку, аналізу, договірних відносин як джерела інформації для прийняття управлінських рішень.

Дана науково-практична тематика була розглянута в багатьох різноманітних працях економістів, менеджерів, юристів. Серед них можна виділити праці таких учених, як Ф. Ф. Бутинця, О. А. Бакурової, А. М. Герасимовича, В. Є. Житного, Л. О. Кадуріної, О. В. Карпенко, Л. М. Кіндрацької, М. В. Кужельного, В.

Г. Козака, Ю. А. Кузьмінського, Л. Ш. Лозовського, О. І. Лукашової, В. В. Матвєєвої, Є. В. Мниха, О. А. Петрик, Р. Л. Хом'яка, В. В. Сопка А. Н. Азриліяна, Б. А. Райсберга, К. Б. Стародубцевої та інших. Але вивчення багатьох праць дає можливість виділити невирішені питання в процесах виробництва на давальницькій сировині, серед яких непристосованість первинної документації, виконання договорів, прозоре формування вторинної документації тощо.

**Мета статті** – розробити науково обґрунтовані рекомендації щодо формування договору виробництва готової продукції на основі давальницької сировини.

Категорія "давальницька сировина" є визначальною категорією і основною кваліфікуючою ознакою договору переробки давальницької сировини. Давальницька сировина у правовому сенсі має такі особливості: право власності на цю сировину на всіх етапах переробки чи обробки належить замовнику; вона є споживаною, подільною річчю, визначеною родовими ознаками, яка безпосередньо та істотно використовується у виготовленні готової продукції; поставляється за зобов'язанням замовником. Давальницька сировина за договором переробки давальницької сировини з метою виготовлення готової продукції може піддаватися переробленню, обробленню, збагаченню чи використанню [1].

Договір переробки давальницької сировини є новим самостійним договором підрядного типу у системі цивільно-правових договорів. Кваліфікуючими ознаками договору переробки давальницької сировини є особливий суб'єктний склад, предмет договору, умова обов'язкової попередньої поставки сировини для вироблення готової продукції.

Сторонами у договорі переробки давальницької сировини може бути встановлена можливість застосування норм про поставку в регулюванні поведінки сторін, пов'язаною з передачею майна, якщо це не суперечить договору підряду та не врегульовано самим договором.

З огляду на це умовами, за наявності яких у договорі, що містить елементи різних відомих договорів, про нього можна казати як про новий договірний вид, є такі:

1. Наявність у договорі єдиного предмета договору, який може поєднувати як елементи різних договірних типів, так і елементи, характерні тільки для цього договору.

2. Наявність стійкого застосування подібних договорів у договірній практиці господарюючих суб'єктів.

3. Існування спеціального нормативно-правового регулювання відносин за таким договором.

Отже, розглянемо тепер особливості формування бази знань для договорів переробки давальницької сировини з урахуванням наведених умов.

У договорі переробки давальницької сировини виділяється своєрідний складний предмет договору, що є з'єднуючим елементом, який дозволяє нам говорити про єдиний предмет договору. Таким елементом, єдиною метою договору є переробка давальницької сировини у готову продукцію. Для забезпечення реалізації цієї мети і виникає потреба у встановленні таких прав і обов'язків, які на сьогодні не охоплюються одним відомим Цивільному кодексу договірним видом. Як ми зазначали раніше, до договору переробки давальницької сировини окрім зобов'язань з підряду входять зобов'язання з поставки і можуть входити зобов'язання з міни. Специфіка прав і обов'язків за договором переробки давальницької сировини має вираження в тому, що виконавець, окрім взяття на себе зобов'язань з переробки давальницької сировини та виготовлення готової продукції, бере на себе зобов'язання з поставки та міни одночасно. Специфічним елементом розглядуваного договору є дворазова передача майна за договором. Особливої специфіки договору переробки давальницької сировини, безумовно, надає сама давальницька сировина. Специфіка цієї категорії буде розглянута нами нижче. Зазначені особливості у нашому випадку відіграють роль ідентифікуючих ознак самостійного договору.

Ще в роботах О.С. Іоффе зазначається, що договірний тип виділяється або за специфікою матеріальних відносин, що ним опосередковуються, або за колом юридичних умов, об'єктивно необхідних для створення даного договірного зобов'язання. Причому достатньо будь-якої з двох названих передумов [2, с. 37].

У договорі переробки давальницької сировини суспільні відносини виникають з приводу виконання робіт. Зобов'язання з поставки та міни, на наш погляд, є другорядними, підпорядкованими основній меті договору. Адже природа договору, перш за все, визначається за його основною метою. Більше того, підрядні договори охоплюють суспільні відносини не тільки товарного обороту, а й виробництва матеріальних благ [3, с. 85]. А як ми зазначали, договір переробки давальницької сировини застосовується у сфері матеріального виробництва. До того ж у цьому договорі присутні елементи відомих ЦК України договорів. Наведені умови виключають можливість говорити про договір переробки давальницької сировини як про договір нового договірного типу. Вважаємо за необхідне виділити цей договір у самостійний договір із типу договорів, спрямованих на виконання робіт.

Вирішальну індивідуалізуючу особливість досліджуваному договору, безумовно, надає давальницька сировина. Саме особливості правового характеру, що притаманні цій категорії, надають специфіки та неоднозначної правової природи цьому договору. Навіть термін "давальницька сировина" використовується лише в рамках суспільних відносин, що виникають на підставі розглядуваного нами договору. Наприклад, у договорі побутового замовлення, в разі виконання предмета договору з матеріалів

замовника, такий термін не використовується.

Ще однією індивідуалізуючою ознакою договору переробки давальницької сировини, як в свої роботах зазначає Л.С. Шамис, є те, що передача сировини для переробки завжди повинна випереджати строки виконання робіт з виготовлення продукції [4, с. 133].

"Критерій віднесення будь-якого продукту (речовини, виробу) до давальницької сировини повинен мати насамперед гносеологічний характер, тобто давальницькою сировиною слід вважати ті види сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів, енергоносіїв, використання яких визначає основні (ідентифікаційні) властивості готової продукції або характер процесу її виробництва незалежно від кількості стадій (переділів) переробки сировини [5, с. 85]. Це є доцільним для відмежування основної сировини від допоміжних матеріалів, які використовуються у виробництві тієї чи іншої продукції.

Цілком зрозуміло, що у договорах переробки давальницької сировини до визначення давальницької сировини у зовнішньоекономічній діяльності держава може при необхідності встановлювати додаткові вимоги в рамках державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності та забезпечення захисту української економіки, але наявність базового правильного визначення давальницької сировини у законодавстві України на сьогодні є, на наш погляд, необхідною.

Головним обов'язком виконавця за досліджуваним договором є своєчасне виготовлення готової продукції з давальницької сировини. У договорі в загальному випадку передбачено вимоги щодо способу переробки, якості або певних вимог до готової продукції.

Виконавець може виконати переробку достроково, якщо договором не встановлено інше. Можливість дострокового виконання зобов'язання повинна бути передбачена в договорі. У протилежному разі виконавець повинен повідомити замовника про дострокове виконання переробки і діяти за його вказівками.

Оскільки робота виконується з матеріалів замовника, то, за аналогією з підрядними договорами, виконавець зобов'язаний економно та ощадливо використовувати давальницьку сировину. Виконавець відповідає за неправильне використання давальницької сировини або її псування з власної вини.

Слід зауважити, що фактично, з моменту передачі сировини, виконавець здійснює кореспондовані йому замовником права володіння та використання сировини. Володіння як юридично врегульовані суспільні відносини з приводу майна передбачає таке становище, коли особа, що володіє, має можливість впливу на об'єкт володіння. Таку можливість має виконавець за договором переробки давальницької сировини з моменту прийняття цієї сировини. Підтверджують це також операції з обліку сировини, що їх періодично здійснює або може здійснювати виконавець, які можна розглядати як правомочність володіння майном, хоча право власності на сировину належить замовнику. Правомочність володіння, тим часом, безпосередньо пов'язана з договірною правомочністю цільового використання. Володіння та використання сировини, як суб'єктивна правомочність повинна відбуватися відповідно до її призначення. Неправомірним є використання сировини всупереч зобов'язанням. За договором переробки давальницької сировини виконавець зобов'язаний використовувати надану сировину виключно для зазначених у договорі цілях, а саме – для виготовлення готової продукції.

Права і обов'язки сторін за договором побутової переробки давальницької сировини не містять у собі відносин з поставок, тому, на наш погляд, з огляду на те, що досліджуваний договір подібний до договору побутового підряду, доцільно підпорядкувати його нормам про договір побутового підряду (параграф 2 глави 61 ЦК України) [6].

Отже, з моменту передачі сировини виконавець здійснює кореспондовані йому замовником права володіння та використання сировини. Надані права повинні здійснюватися виключно у межах та цілях, зумовлених договором. Роботу виконавця за договором переробки давальницької сировини можна назвати як "переробка давальницької сировини", так і "виготовлення готової (кінцевої) продукції", що є тотожним. Вимоги щодо якості сировини та готової продукції підпорядковуються положенням щодо якості наданих матеріалів та якості виконаної роботи, передбачених положеннями про договір підряду.

Особливістю договору переробки давальницької сировини також є те, що виконавець у свою чергу зацікавлений у належній якості сировини, що поставляється, та (або) готової продукції в разі розрахунків за роботу сировиною або продукцією. Обов'язки підрядника щодо економного та правильного використання матеріалу, передбачені положеннями про договір підряду, конкретизуються прямими вказівками у договорі переробки давальницької сировини, що є його особливістю.

Як правило, норми витрат сировини, норми технічних втрат, кількість відходів сировини та інших побічних продуктів тощо передбачаються сторонами у договорі заздалегідь за допомогою схем виробничого циклу, технологічних схем, специфікацій та інших подібних додатків до договору. Їх невиконання буде підставою для визнання виконання договору частково невиконаним або виконаним неналежно.

Порушення договірних зобов'язань тягне за собою правові наслідки, встановлені договором або законом. ЦК України передбачено чотири основні види правових наслідків порушення зобов'язання (ст. 611): припинення зобов'язання внаслідок односторонньої відмови від зобов'язання, якщо це встановлено договором або законом, або розірвання договору; зміна умов зобов'язання; сплата неустойки; відшкодування збитків та моральної шкоди. Вказані наслідки можуть наставати як окремо, так і у поєднанні. Види порушень та ситуації вирішення проблем також повинні бути сформовані в базі.

Для реагування на порушення зобов'язань та, відповідно, забезпечення належного їх виконання за договором переробки давальницької сировини, законодавством встановлений ряд заходів оперативного впливу та примусу до належного виконання на сторону, що порушила зобов'язання. Також такі заходи можуть передбачатися договором. Крім того, досвід менеджера допоможе сформулювати ситуації вирішення проблем порушень.

У діловому обороті, особливо у зовнішньоекономічній діяльності, а також у законодавстві непереборна сила та інші надзвичайні обставини, що виключають вину, а отже, відповідальність за порушення договірних зобов'язань, створюють окрему групу обставин, які називають форс-мажорними. Форс-мажор є ще однією обставиною, яка звільняє від цивільної відповідальності. Форс-мажор – це виключні умови, які сторони закріплюють у договорі як підстави звільнення від подальшого виконання зобов'язання за договором, якщо такі умови матимуть місце в період чинності договору. Криза зумовила формування нового переліку форс-мажорних обставин [7].

Таким чином, для формування договору, що буде ефективним для виробництва товару на давальницькій сировині доцільно притримуватись таких правил:

1. Умова про предмет договору переробки давальницької сировини містить у собі умови про кількість, номенклатуру, асортимент давальницької сировини чи готової продукції. Істотними можуть бути умови-вказівки на якість сировини чи готової продукції, а також вказівка на конкретний спосіб виготовлення продукції.

2. Якщо замовником за договором переробки давальницької сировини є фізична особа, яка здійснює переробку сировини для домашнього чи сімейного споживання, то умови поставки не входять до умов досліджуваного договору.

3. У разі, якщо сторони договору переробки давальницької сировини передбачають розраховуватися у натуральній формі (сировиною, готовою продукцією чи у поєднанні із грошовими розрахунками), для правильного її обчислення та забезпечення повного розрахунку у тексті договору необхідно зазначити вартість давальницької сировини та готової продукції за одиницю або в цілому, а також сформулювати приклад обчислення.

4. Форма договору переробки давальницької сировини повинна бути письмовою і бути узгодженою з формальними вимогами щодо бухгалтерського обліку, статистичної та іншої звітності, оподаткування.

Додаткові вимоги висуваються нормативними актами до форми зовнішньоекономічного договору переробки давальницької сировини. Окрім загальних вимог до простої письмової форми, обов'язковим є зазначення назви, номера договору, дати та місця його укладення, преамбули, місцезнаходження (місце проживання) сторін, їх почтові та платіжні реквізити.

5. Широке регламентування відносин за договором переробки давальницької сировини нормами про договір підряду свідчить про наявність основних підрядних відносин за вказаним договором, що підкреслює підрядну природу досліджуваного договору. Наявність відносин з поставки є, за своєю природою, допоміжним елементом, що забезпечує організацію та виконання основних підрядних обов'язків сторін за договором.

У разі виникнення конкуренції норм про поставку та норм про підряд (порядок надання сировини, порядок приймання виконаної роботи), слід застосовувати норми про договір підряду, якщо договором не передбачено інше.

6. Особливістю договору переробки давальницької сировини як підрядного договору є обмеження або повна неможливість надання вказівок та контролювання замовником роботи, яку здійснює виконавець. Це зумовлено взагалі специфікою виробничих процесів на виробничих підприємствах, а також тим, що сам виробничий процес отримання готової продукції із сировини або окремі його частини можуть бути комерційною таємницею виконавця. Але показники якості повинні бути вказані в договорі.

7. У загальному випадку правові наслідки порушення договору переробки давальницької сировини передбачаються договором, положеннями про правові наслідки та відповідальність за порушення зобов'язання та положеннями про порушення договору підряду.

8. Сторонами у договорі переробки давальницької сировини може бути зазначена можливість застосування норм про поставку у нормуванні поведінки сторін, пов'язаної з передачею майна, якщо це не суперечить договору підряду та не врегульовано самим договором.

9. База знань для формування договорів повинна містити детальні ситуації щодо тлумачення законодавства та використання досвіду менеджера ЗЕД.

### Література

1. Бабіч І. В. Договір переробки давальницької сировини : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук : спец. 12.00.03 – цивільне право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право / І. В. Бабіч. – Київ, 2006. – 26 с.
2. Иоффе О. С. Обязательственное право / Иоффе О. С. – М. : Юрид. лит., 1975. – 880 с.
3. Шамис Л. С. Последствия несвоевременной передачи заказчиком сырья для изготовления



продукції (Дело №1/1731 за 1970г. Госарбитража при Одесском облисполкоме) / Л. С. Шамис // Научно-практический комментарий арбитражной практики. Вып.5. – М., 1972. – С. 129–136.

4. Баранник А., Котляров Є., Іващенко В. Правове і нормативно-методичне забезпечення операцій з давальницькою сировиною / А. Баранник, Є. Котляров, В. Іващенко // Економіка України. – 1996. – № 9. – С. 85–87.

5. Єдинак Т. С. Державне регулювання та контроль операцій з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічній діяльності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з державного управління : спец. 25.00.02 – механізми державного управління / Т. С. Єдинак. – Запоріжжя, 2007. – 22 с.

6. Цивільний кодекс України: Науково-практичний коментар. У 2 ч. ; за заг. ред. Я. М. Шевченко. – К. : Концерн "Видавничий Дім "Ін Юре", 2004. – Ч.2. – 896 с.

7. Житний В. Є. Удосконалення аналізу операцій з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук : спец. 08.06.04. – бухгалтерський облік, аналіз та аудит / В. Є. Житний. – Харків, 2001. – 19 с.

Надійшла 10.08.2011

УДК 336.227.8

Н. В. ХРОМ'ЯК, В. М. ЧУБАЙ  
Національний університет «Львівська політехніка»

## ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ ПОДАТКОВИХ СИСТЕМ: ОСОБЛИВОСТІ ТА НАПРЯМКИ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

*У статті проаналізовано закономірності функціонування та розвитку податкових систем у економічно розвинутих країнах світу, висвітлено їх недоліки та переваги, вплив на розвиток країни, діяльність суб'єктів господарювання та добробут громадян, а також наведено порівняльну характеристику податкової системи України з системами оподаткування провідних країн світу, запропоновано напрямки використання в Україні зарубіжного досвіду створення ефективних податкових систем.*

*In the article are analyzed the patterns of functioning and development of the tax systems in the economic developed countries of the world, are reflected their failings and advantages, influence on development of country, activity of subjects of manage and welfare of citizens, and also are adduced the comparative description of the tax system of Ukraine and the systems of taxation of leading countries of the world.*

*Ключові слова: податкова система, податкові платежі, податкові ставки, податкові пільги, платники податків, євроінтеграція.*

**Постановка проблеми.** Податкова система є визначальною складовою, що чинить вагомий вплив на економіку країни, зокрема на діяльність юридичних осіб і приватних підприємств. Вже десятиріччя питання про вдосконалення податкової системи викликає дискусії між представниками влади та суб'єктами господарювання. Особливо гострий характер цих суперечок зумовлений фінансовою нестабільністю підприємств, зменшенням сукупного попиту та податкових надходжень до бюджету, економічною кризою, яка суттєво вплинула на податкові платежі. Уже багато зроблено на шляху реформування податкової системи, але бажаних результатів не досягнуто. Після прийняття Податкового кодексу [1], який спричинив низку суперечок і дискусій, а також став ефективним інструментом для стягнення штрафів, ситуація для підприємств та підприємців значно погіршилась. Це все нашоує на необхідність ґрунтовного дослідження усіх аспектів впливу податкової системи на діяльність суб'єктів підприємницької діяльності та шляхів його оптимізації, виявляючи проблеми податкової системи України і пропонуючи способи їх усунення з врахуванням досвіду економічно розвинутих країн світу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню податкових систем економічно розвинутих країн світу, а також порівнянню їх з системою оподаткування України присвячена незначна кількість наукових праць вітчизняних та іноземних вчених. Серед іноземних вчених варто виділити праці А. Афонсо, Р. Варсано, Р. Вебер, Д. Вілсон, У. Гейл Флет, Д. Даймонд, М. Деверо, С. Коліньон, К. Найкел, В. Оутс, Р. Перроті, Г. Табелліні, В. Танзі, Г. Таубер, М. Уайт. Вивчення проблематики реформування української податкової системи на основі досвіду економічно розвинутих країн займалися такі вітчизняні вчені: В. Андрущенко, З. Варналій, О. Василик, В. Геєць, В. Козаченко, П. Мельник, В. Нусінов, А. Соколовська, Н. Хорошаєв та інші.

**Постановка завдання.** В статті поставлено такі завдання: аналіз особливостей, переваг і недоліків податкових систем провідних країн світу; їх порівняння з чинною системою оподаткування України; визначення основних напрямів використання в Україні зарубіжного досвіду створення ефективних податкових систем.

**Виклад основного матеріалу.** Оскільки податкові системи різних країн формувалися під впливом різних економічних, політичних та соціальних умов, це пояснює їхню специфіку і, в свою чергу, зумовлює ту обставину, що в різних країнах ведеться постійний пошук взаємоузгоджених оптимальних рішень у сфері оподаткування. Адже основне протиріччя при формуванні податкових систем полягає в неузгодженості

потреб у податкових надходженнях із можливостями їхнього отримання [2]. Формування систем оподаткування в економічно розвинутих країнах відбувається в напрямку гармонізації податкових систем різних країн. Особливо це стосується європейських держав. Варто зазначити, що питома вага податкових платежів у загальній структурі ВВП країн європейського союзу значно вища, ніж у США чи Японії (рис.1).

Для того, щоб оцінити ефективність функціонування податкової системи з метою визначення її відповідності зазначеній меті, реалізації покладених на неї функцій і завдань, необхідно визначити основні критерії, на підставі яких здійснюватиметься така оцінка. Виділимо три базові критерії оцінки системи оподаткування: економічна ефективність, соціальна спрямованість та адміністративна зручність.

Критерій економічної ефективності є найважливішим у визначенні успішності функціонування системи оподаткування та розвитку ринкових відносин у країні. Наприклад, якщо інвестиції в промисловість обкладаються високими податками, то у суб'єкта господарювання зникає зацікавленість у розвитку промислового виробництва, тому він приймає інше рішення щодо вкладення своїх коштів.

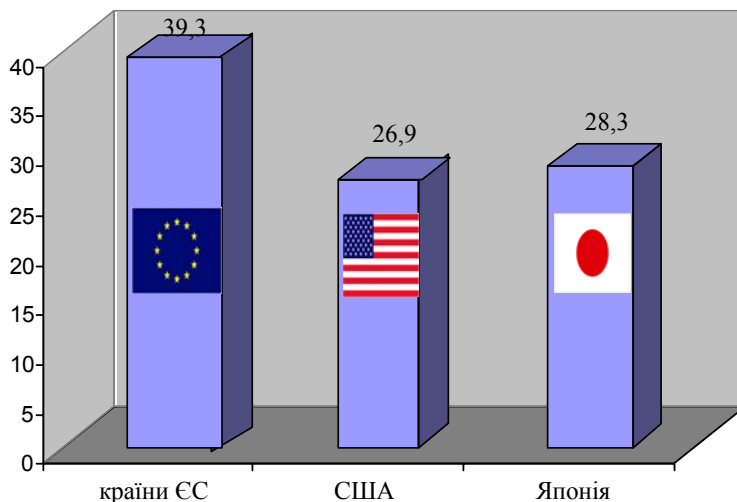


Рис. 1. Питома вага податків у структурі ВВП країн ЄС, США та Японії [3]

Аналіз податкової системи за критерієм економічної ефективності повинен включати, в першу чергу, з'ясування ступеня її відповідності загальному економічному стану країни (зокрема, відповідності показників розвитку національної економіки встановленим ставкам податків, їх структурі, базам оподаткування, відповідальності за порушення податкового законодавства тощо). Крім того, аналізується вплив податків на стимулювання науково-технічного прогресу, технологічного оновлення виробництва, стимулювання підприємницької виробничої діяльності та інвестиційної активності. Також в процесі аналізу при встановленні податків і зборів, потрібно враховувати необхідність досягнення збалансованості державного бюджету. Проте критерій економічної ефективності не є універсальним, оскільки не враховує соціальні та політичні фактори.

Другим не менш важливим критерієм є соціальна спрямованість податкової системи, тобто соціально-економічна політика держав повинна спрямовуватися на вирішення існуючих в країнах соціальних проблем. Уряд повинен забезпечувати соціальну підтримку малозабезпечених верств населення шляхом запровадження економічно доцільного неоподаткованого мінімуму доходів громадян, і застосовувати диференційоване оподаткування доходів громадян. Необхідно наголосити, що доходи громадян, які отримують високі або надвисокі доходи повинні оподатковуватися за прогресивною шкалою. Двохрівнева ставка податку з доходів фізичних осіб в Україні не відповідає принципу соціальної справедливості системи оподаткування і є прямим шляхом до збагачення тих громадян, які вміло приховують свої реальні доходи.

Третім критерієм оцінки системи оподаткування є адміністративна зручність, яка включає максимальне зниження витрат, пов'язаних зі сплатою податку, простоту стягнення, зрозумілість, практичність, організаційну простоту тощо. Перехід на подання електронної звітності значно спрощує роботу суб'єктів господарювання та призводить до значної економії часу. Працівники податкової служби повинні допомагати платникам податків щодо виконання їх обов'язків перед державою.

Оскільки кожна країна відрізняється одна від одної ставками податків (табл. 1), методами їх стягнення, термінами сплати тощо, проаналізуємо податкові системи деяких найбільш економічно розвинутих країн світу. Французька податкова система відома своїм податковим контролем. Розглядаючи податкову систему Франції в порівнянні з українською системою, можна сказати, що її переваги майже дзеркально проєктуються в область проблем національної податкової системи. Французька система оподаткування характеризується яскраво вираженими соціальними функціями, легкістю адміністрування

податків, розвинутим територіальним аспектом та відсутністю суперечливості податків та зборів. Але, враховуючи період часу, протягом якого розвивалися ці системи, можна відзначити, що податкова система України проходить етапи формування і вдосконалення достатньо інтенсивно [4]. Також важливою перевагою є можливість у власному розвитку використовувати досвід багатьох країн світу. Серед рис, які можна запозичити у французької податкової системи, в першу чергу можна назвати соціальну спрямованість, а також бажання зблизитися з податковими системами інших країн світу, про що свідчить велика кількість міжнародних податкових угод у Франції.

Таблиця 1

**Ставки податку на додану вартість, податку на прибуток і податку з доходів фізичних осіб в європейських країнах [3]**

Назва країни	Ставка податку на додану вартість, %		Ставка податку з доходів фізичних осіб, %		Ставка податку на прибуток, %	
	2009 р.	2010 р.	2009 р.	2010 р.	2009 р.	2010 р.
Австрія	20,0	20,0	50,0	50,0	25,0	25,0
Бельгія	21,0	21,0	53,7	53,7	34,0	34,0
Болгарія	20,0	20,0	10,0	10,0	10,0	10,0
Великобританія	15,0	17,5	40,0	50,0	28,0	28,0
Греція	19,0	23,0	40,0	45,0	25,0	24,0
Данія	25,0	25,0	59,0	51,5	25,0	25,0
Іспанія	16,0	18,0	43,0	43,0	30,0	30,0
Італія	20,0	20,0	45,2	45,2	31,4	31,4
Кіпр	15,0	15,0	30,0	30,0	10,0	10,0
Латвія	21,0	21,0	23,0	26,0	15,0	15,0
Литва	19,0	21,0	15,0	15,0	20,0	15,0
Люксембург	15,0	15,0	39,0	39,0	28,6	28,6
Мальта	18,0	18,0	35,0	35,0	35,0	35,0
Нідерланди	19,0	19,0	52,0	52,0	25,5	25,5
Німеччина	19,0	19,0	47,5	47,5	29,8	29,8
Польща	22,0	22,0	32,0	32,0	19,0	19,0
Румунія	19,0	19,0	16,0	16,0	16,0	16,0
Угорщина	25,0	25,0	40,0	40,6	21,3	20,6
Україна	20,0	20,0	15,0	15,0	25,0	25,0
Франція	19,6	19,6	45,8	45,8	34,4	34,4
Швеція	25,0	25,0	56,4	56,4	26,3	26,3

Важливою особливістю податкової системи Німеччини є практично рівні пропорції співвідношення прямого та непрямого оподаткування й ідентичні частки податків на соціальне страхування, що сплачують підприємці та наймані працівники у загальному обсязі фонду оплати праці [5]. Тобто, формування податкової політики відбувається на основі визначального принципу забезпечення активного розвитку економіки шляхом збалансування інтересів усіх учасників ринкових відносин [6, с. 299]. Податкова система Німеччини відповідає принципам федерального устрою, відповідно до якого кожна федеральна земля має свої податкові пріоритети, а в Україні податкова система відповідає принципам унітарного устрою, де місцеві органи майже не мають впливу на податкові відносини в державі [7]. Однак, навіть по суті ефективна податкова система Німеччини не відповідає реаліям фінансових потреб держави і теж потребує реформування. Надзвичайно велика кількість податкових законів і в Україні і в Німеччині унеможливує їх чіткість і прозорість.

Податки в Італії є основним джерелом надходжень до державного бюджету і складають понад 80% його дохідної частини. Однак, аналізуючи податкову систему Італії, варто відзначити, що кількість документів, які регламентують оподаткування в сучасній Італії, є завеликою. Італійці намагаються боротися з цим, вважаючи, що така ситуація має несприятливі наслідки для держави і часом не в змозі до кінця розібратися в численних правових нормах. На нашу думку, Україні, яка, на жаль, іде тим самим шляхом, варто серйозно замислитись над власним законодавством [8, с. 115].

Економічне зростання консервативної Великобританії пояснюється саме стабільністю податкової системи, а також продуманою політикою видатків бюджету, в тому числі й щодо фінансування розвитку державного сектора економіки [6, с. 299]. Оцінюючи британську систему податкової адміністрації, варто наголосити, що в ній скомбіновані апаратно-бюрократичні й громадські засади. Представники громадськості можуть брати активну участь у процесі оподаткування, до якого також залучені парламентські структури. У такій системі оподаткування платник не пасивний суб'єкт, а активний колега податкового органу [9]. Такий порядок є ознакою правової держави і громадянського суспільства, що заслуговує на повагу і наслідування.

Податкова політика Австрійської Республіки базується на підходах централізованої спрямованості, багаторівневості та складної організаційної системи. Більшість податків стягується до федерального бюджету, а місцеві податки займають незначне місце в загальних податкових платежах. У результаті дослідження ринку нерухомості країни можна зробити висновок, що сумарні витрати на купівлю об'єктів нерухомості перевищують витрати у будь-якій іншій європейській країні. Так само, як і вартість проживання у цій країні перевищує вартість у інших державах [10, с. 127–128].

Податкова система в Швейцарії має свої особливості, які відрізняють її від інших країн. Насамперед, це самостійність кантонів (територіальних одиниць) у відношенні до податків. Інша особливість – конкуренція серед кантонів, бо кожен з них самостійно визначає податкові ставки, діючі на його території. Якщо податкові ставки будуть збільшені, тоді відповідно кантон отримає більше грошових коштів, але з іншого боку, завдяки високим ставкам його населення може просто переїхати в більш "дешевий" кантон. Ось така конкуренція між податковими системами різних кантонів і є ефективним засобом зниження податкових ставок на території усїєї Швейцарії [8, с. 122].

Основною особливістю шведської податкової системи є її соціальна спрямованість. Для будь-якої партії і політичного лідера є зрозумілим, що слід допомагати дітям за рахунок дорослих, хворим – за рахунок здорових, бідним – за рахунок багатих тощо. Система соціальних гарантій – складова серцевини суспільства загального добробуту – може існувати і розвиватися тільки за рахунок податків і ефективно функціонуючої системи за їх визначенням і збором. Згідно з опублікованим нещодавно дослідженням впливового експертного агентства США Швеція знаходиться на першому місці по зростанню продуктивності праці серед 12 найбільш розвинених країн Європи і світу [9].

Практика вирішення технічних проблем у дусі взаємоповаги держави і громадянина у Японії, безсумнівно, повинна привернути увагу і в Україні. Сила японської податкової системи не в суворості покарання, а в існуючій системі контролю за платниками, при якій практично не можливо ухилитися від сплати податків і заповнення податкових декларацій.

**Висновки.** Податкова система України схожа до існуючих податкових систем розвинутих країн світу, проте вона, на відміну від них, не є інструментом підвищення конкурентоспроможності держави, не сприяє економічному розвитку суб'єктів господарювання та перешкоджає розвитку України як соціально спрямованої держави. Для того, щоб адаптувати вітчизняне податкове законодавство до європейських норм, а також створити максимально сприятливі умови для розвитку бізнесу і підвищення добробуту громадян в Україні, необхідно, в першу чергу, мінімізувати витрати держави на утримання податкової системи. Досвід економічно розвинутих країн показує, що податковий тягар не повинен зменшувати економічну активність платника. Крім того, оподаткування не повинно бути перешкодою ні для внутрішньої раціональної організації виробництва, ні для його зовнішньої орієнтації на структуру попиту споживачів. Зниження ставки ПДВ до 16%, а також скорочення списку пільг щодо сплати цього податку сприятиме збільшенню обсягів реалізації за рахунок зниження цін, покращить кругообіг фінансових ресурсів, що є однією з найважливіших умов ефективного та стабільного функціонування податкової системи. Україна повинна укласти угоди про уникнення подвійного оподаткування зі всіма країнами-членами Євросоюзу. Такі бюджетоутворюючі податки як ПДВ, податок з доходів фізичних осіб та податок на прибуток повинні в Україні стягуватися за диференційованою шкалою, а не за фіксованою ставкою. Оскільки без диференціації ці податки втрачають свою регулятивну функцію. Варто зазначити, що процес оподаткування повинен сприяти реалізації політики зайнятості, впливати на розподіл доходів у напрямку забезпечення справедливості, а також створити бар'єр для використання тіньових схем сплати податків. Загальні тенденції оподаткування, які склалися в країнах ЄС, повинні стати орієнтиром для ефективною і швидкою адаптації податкових систем країн, які мають на меті вступити в Євросоюз, зокрема це стосується і України.

## Література

1. Податковий кодекс України : закон України від 23.12.2010 № 2856-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
2. Волков Є. О. Сутність податкової оптимізації зовнішньоекономічних операцій [Електронний ресурс] / Волков Є. О. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2008-3/Volkov\\_308.htm](http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2008-3/Volkov_308.htm).
3. Taxation trends in the European Union // European Commission. Taxation trends in the European Union [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу : [http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/taxation/gen\\_info/economic\\_analysis/tax\\_structures/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxation/gen_info/economic_analysis/tax_structures/index_en.htm).
4. Майстренко О. Реформування податкової системи України як спосіб вирішення податкових колізій / О. Майстренко // Право України. – 2006. – № 2. – С. 23.
5. Никитин С. Социальные налоги: опыт Запада / С. Никитин, Л. Глазова, М. Степанова // Мировая экономика и международные отношения. – 2003. – № 5. – С. 12–19.
6. Крисоватий А. І. Теоретико-організаційні домінанти та практика реалізації податкової політики в Україні : [монографія] / А. І. Крисоватий. – Тернопіль : Карт-бланш, 2005. – 371 с.
7. Клименко О. В. Правові основи податкових систем України та Німеччини: порівняльно-правовий

аналіз : автореф. дис. канд. юрид. наук : спец. 12.00.07 / О. В. Клименко ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2007. – 20 с.

8. Податкові системи зарубіжних країн / [за ред. М. Я. Азорова]. – К. : ВД "Калініютер прес", 2004. – 240 с.

9. Дані Державного комітету статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sta.gov.ua/control/uk>.

10. Литвиненко Я. В. Податкові системи зарубіжних країн : [навч. посіб.] / Я. В. Литвиненко, І. Д. Якушик. – К. : МАУП, 2004. – 208 с.

Надійшла 12.08.2011

УДК 330.14: 658.15

О. С. КРАВЧЕНКО, Г. М. ІВАНОВА

Донецький національний університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

## ОБОРОТНІ АКТИВИ: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА МІСЦЕ В ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОМУ МЕХАНІЗМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

*У статті розглядаються дефініції економічної сутності оборотних активів; здійснено їх узагальнення та надано авторське визначення; відокремлено основні суттєві ознаки категорій «оборотні активи», «оборотний капітал» і «оборотні кошти».*

*The article reviews the definitions of economic essence and generalization of current assets; the authors definitions are given; the essential features of the "current assets" main categories such as "working funds" and "working capital" are distinguished.*

*Ключові слова: оборотні активи, оборотний капітал, оборотні кошти.*

**Актуальність теми.** Неодмінною умовою здійснення підприємством ефективної господарської діяльності є наявність оборотних активів, які разом з робочою силою є найважливішим елементом (чинником) виробництва. Недостатня забезпеченість підприємства оборотними активами паралізує його діяльність і приводить до погіршення фінансового положення.

**Метою дослідження** є короткий огляд трактувань вітчизняних і зарубіжних вчених щодо економічної сутності оборотних активів та відмінності їх від оборотного капіталу та оборотних коштів з метою розробки узагальнення визначення даної категорії.

**Аналіз літературних джерел.** На сучасному етапі розвитку економіки України питання управління оборотними активами є надзвичайно важливими у напрямку забезпечення достатнього рівня ліквідності, прибутковості вітчизняних підприємств, і тому розглядалися в багатьох наукових працях, зокрема в працях Колодяжної К. А., Барнгольд С. Б., Омелянович Л. А., Бланк І. О., Ямпольського М. М., Філімоненкова О. С., Римарчук А. М. та інших, але в літературних джерелах немає одностайності щодо визначення сутності поняття «оборотні активи».

**Постановка завдання.** Вивчення сучасної економічної літератури показало, що серед вітчизняних вчених економістів відсутній єдиний погляд щодо трактування таких категорій, як «оборотні кошти», «оборотний капітал» і «оборотні активи». До того ж дуже часто ці категорії помилково ототожнюють, що значно ускладнює подальше дослідження процесу управління оборотними активами. Виходячи з цього необхідним є вивчення теоретичного підґрунтя, з'ясування змісту та уточнення категорійного апарату.

**Виклад основного матеріалу.** Щодо визначення сутності категорії «оборотні кошти», то потрібно розпочати із зазначенням того, що у роки функціонування планової економічної системи категорія «оборотний капітал» не отримала подальшого розвитку із ідеологічних причин. Це було пов'язано з тим, що капітал розглядався як сукупність виробничих відносин капіталістичного (а не соціалістичного) способу виробництва, а відтак при розбудові у Радянському Союзі застосування терміну «капітал» стало вкрай неприйнятним явищем. Натомість у цей час отримала значний розвиток отримала категорія «оборотні кошти», яка за своїм змістом ототожнювалась з оборотним капіталом (тобто в назві економічної категорії «оборотний капітал» категорія «капітал» була замінена на «кошти») [1, с. 78].

На момент заснування підприємства капіталу в його власників має вистачити не лише для інвестування в об'єкти основних засобів. Частина капіталу має лишитися на банківському рахунку для здійснення поточних платежів (особливо у випадку, коли виробничий цикл є досить тривалим), решта ж інвестується у створення необхідних для ведення виробничого процесу запасів сировини, матеріалів, палива, тощо. Кошти, авансовані в предмети праці, разом із залишками грошей на банківському рахунку, становлять на момент створення підприємства його оборотні кошти, тобто вони є складовою оборотних активів.

Аналізуючи існуючі в економічній літературі трактування категорії «оборотні активи» (табл. 1.1), можна відмітити, що більшість авторів в характеристиці оборотних активів акцентують увагу на матеріально-речовий складовій активів підприємства, обслуговуванні поточного господарського процесу,

споживанні протягом одного року або одного операційного періоду (виходячи з цього необхідно також підкреслити високий рівень ліквідності оборотних активів і, як наслідок, значний вплив на платоспроможність підприємства) [2, с. 65].

Таблиця 1

**Різновид визначень сутності оборотних активів в сучасній економічній літературі**

Визначення поняття	Автор визначення, літературне джерело
Оборотні активи – грошові кошти та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу.	П (С) БО №2 [3]
До оборотних активів (фондів) підприємства відноситься та частина майна, яка використовується протягом одного виробничого циклу і повністю переносить свою вартість на вартість продукції, що виробляється, змінюючи свою натурально-речову форму.	Круш П. В., Клименко О. В., Подвігіна В. І., Гулевич В.О. [4, 189]
Оборотні активи – сукупність майнових цінностей підприємства, що обслуговують поточний господарський процес і цілком споживаних протягом одного операційного циклу.	Ковальчук І. В. [5, с.203]
Оборотні активи – сукупність грошових засобів, авансуємих для створення оборотних виробничих фондів і фондів обороту, які забезпечують постійний кругообіг коштів.	Фролова Л. В., Бакунов А. А., Шаруга Л. В. [6, с.74]
Оборотні активи - це сукупність матеріально-речовинних цінностей і грошових коштів, які беруть участь у створенні продукту, цілком споживаються у виробничому процесі і повністю переносять свою вартість на виробничий продукт упродовж операційного циклу або дванадцяти місяців з дати балансу (сировина, матеріали, готова продукція, грошові кошти тощо).	Петрович Й. М., Кіт А. Ф., Захарчін Г. М. [7, с.115]
Оборотні активи – група мобільних активів підприємства із періодом використання до одного року, що обслуговують його операційну діяльність і забезпечують його платоспроможність.	Кулішов В. В. [8, с.94]
Оборотні активи – сукупність коштів, які забезпечують безперервний їх кругообіг.	Володькіна М. В. [9, с.67]

Проведене дослідження дозволяє зробити авторське визначення оборотних активів: «Під оборотними активами промислового підприємства слід розуміти сукупність таких матеріальних та грошових цінностей, котрі обслуговують його поточну фінансово-господарську діяльність, внаслідок високого рівня ліквідності забезпечують платоспроможність підприємства знаходяться у постійному кругообігу й в повному обов'язі переносять свою вартість на виготовлену».

Потрібно акцентувати увагу на тому, що економічна сутність оборотних активів визначається їх роллю в організації поточної діяльності підприємства: знаходячись в постійному русі вони здійснюють безперервний кругообіг форм вартості, в результаті якого відбувається постійне відновлення процесу виробництва.

Щодо співвідношення оборотних активів і оборотного капіталу, то це самостійні економічні категорії, які перебувають у тісному зв'язку та взаємозалежності один з одним, а саме: початково оборотний капітал завжди виступає інвестицією, тобто джерелом утворення, однак ця інвестиція повинна бути десь розміщеною. Оборотні активи відображають характер розміщення інвестованого капіталу у процес господарської діяльності підприємства. Оборотний капітал будучи джерелом авансування формує оборотні активи, які пізніше повертають авансований капітал, що і забезпечує кругообіг капіталу, який умовно припиняє своє існування як капітал із завершення кожного операційного циклу, вичерпуючи свою функцію у виробництві, та постійно відтворюється шляхом продажу готової продукції та після інкасування дебіторської заборгованості. Оборотний капітал і оборотні активи відновлюють один одного, тим самим забезпечують безперервність господарчих процесів. Основне призначення оборотного капіталу є інвестування вартості в елементи оборотних активів з метою забезпечення поточної господарської діяльності; оборотні активи характеризують речовий склад активів підприємства для обслуговування поточного господарського процесу [2, с.67].

Зв'язок між категоріями «оборотні кошти», «оборотний капітал» і «оборотні активи», а також процес їх кругообігу представлено на рис. 1.

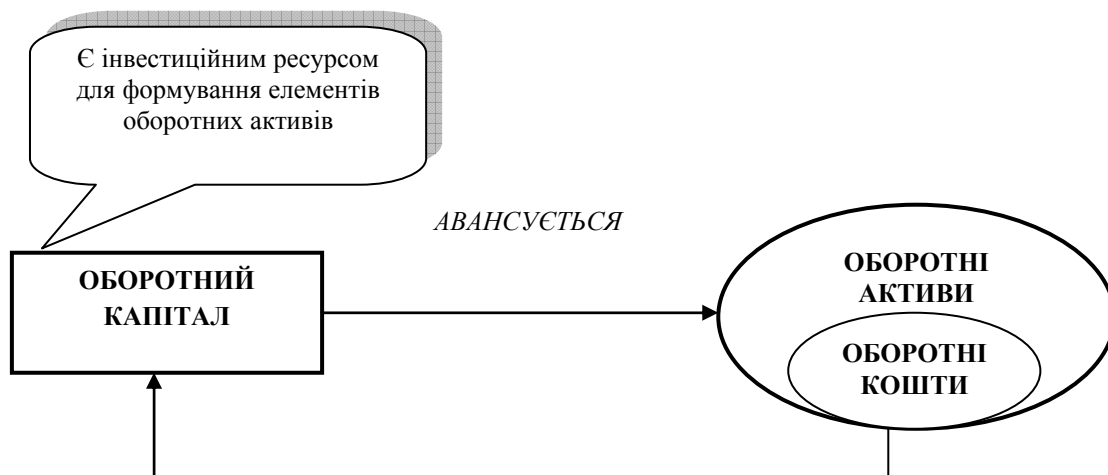


Рис. 1. Кругообіг оборотного капіталу підприємства

В формульному вираженні кругообіг оборотного капіталу можна представити наступним чином:

$$\Gamma - ВЗ...В...ГП - \Gamma 1. \quad (1)$$

На грошові кошти ( $\Gamma$ ) підприємство купує всі необхідні предмети праці для виробництва продукції, які набувають форми виробничих запасів ( $ВЗ$ ), потім йде безпосередньо процес виробництва ( $В$ ), в результаті якого виходить готова продукція ( $ГП$ ), вона реалізується, і підприємства за неї отримує певні грошові кошти ( $\Gamma 1$ ). Таким чином, капітал здійснює один оборот, потім все повторюється знов.

З поняттям оборотного капіталу пов'язано ряд притаманних тільки йому унікальних особливостей, саме завдяки яким і можна досить точно визначити та ідентифікувати його, як самостійну економічну категорію, основні з них полягають у наступному:

1. Оборотний капітал являє собою інвестиційний ресурс, який спрямовується на фінансування утворення оборотних активів підприємства у конкретних їх видах. Цей інвестиційний ресурс формується на стадії створення підприємства, а далі, в залежності від розвитку обсягів його господарської діяльності, може, відповідно, збільшуватись або зменшуватись. Збільшення обсягу оборотного капіталу характеризує розширення інвестування утворення оборотних активів, а зменшення – їх дезінвестування (імобілізацію оборотного капіталу)

2. На відміну від оборотних активів, переважна частка яких споживається в процесі операційної діяльності підприємства впродовж кожного циклу, оборотний капітал знаходиться у постійному обертанні.

3. Постійне обертання оборотного капіталу в ході операційної діяльності підприємства характеризує процес його кругообороту. Цей кругообіг оборотного капіталу здійснюється впродовж всього життєвого циклу підприємства.

**Висновки.** Отже, проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що «оборотні активи», «оборотний капітал» і «оборотні кошти» – це три самостійні економічні категорії, з характерними тільки їм особливостями і властивостями і ототожнювати їх ніяк не можна.

### Література

1. Колодяжна К. А. Управління оборотними активами і їхня роль в діяльності підприємств / К. А. Колодяжна // Торгівля і ринок України – 2009. – Т. 2. – С. 76–82.
2. Римарчук А. М. Економічна сутність оборотних активів та їх класифікація / А. М. Римарчук // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – №7 (110). – С. 64–70.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №2 «Баланс», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.03.99 р. №87, зареєстроване в Мінюсті України 21.06. 99 р. Під № 396/3689 з наступними змінами.
4. Капітал, основні та оборотні засоби підприємства : [навч. посіб. за заг. редакцією П. В. Круш, О. В. Клименко, В. О. Гулевич]. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – С. 189–191.
5. Ковальчук І. В. Економіка підприємства : [навч. посіб]. – К. : Знання, 2008. – С. 203–204.
6. Фролова Л. В. Экономика предприятия в структурно-логических схемах : [учебное пособие для студентов экономических специальностей за общ. ред. Л. В. Фролова, А. А. Бакунов, Л. В. Шаруга]. – Донецк : ДонГУЭТ, 2001. – С. 74–75.
7. Економіка підприємства : [підруч. за заг. редакцією Й. М. Петрович]. – 2-е вид., виправл. – Львів : "Магнолія 2006", 2008. – С. 115–119.

8. Кулішов В. В. Економіка підприємства: теорія і практика : [навч. посіб] / В. В. Кулішов. – К. : Ніка-Центр, 2002. – С. 94–98.

9. Володькіна М. В. Економіка промислового підприємства : [навч. посібник] / М. В. Володькіна. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – С. 67–69.

Надійшла 21.08.2011

УДК 65:338.242

С. В. КУДЛАСНКО  
Хмельницький національний університет

## НАУКОВІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ДО КРИЗОВИХ УМОВ

*У статті визначенні обов'язкові складові економічного механізму управління підприємством. Відзначені особливості їх трансформації при формуванні економічного механізму адаптації підприємств до кризових умов.*

*In article structural elements of the economic mechanism of operation of business are allocated. Features of their transformation are designated at formation of the economic mechanism of adaptation of the enterprise to crisis conditions.*

*Ключові слова: економічний механізм, кризові умови, управління підприємством, адаптація.*

**Вступ.** За роки незалежності в Україні відбулася структурна трансформація, яка спричинила кризові процеси на всіх рівнях господарських відносин. Останні події, що відбуваються в Україні та у світі, лише поглиблюють кризові процеси на підприємствах та визначають антикризове управління як пріоритетний напрям наукових і практичних досліджень. Постає необхідність розробки дієвих економічних механізмів управління підприємствами, які б враховували кризові умови функціонування. В кризових умовах механізм функціонування підприємства повинен забезпечувати адаптацію всіх його сфер до складних умов функціонування. Таке завдання повинно покладатись на економічний механізм адаптації підприємства до умов кризи.

**Мета дослідження.** Дослідити структурні елементи економічного механізму управління підприємством і визначити особливості їх застосування при адаптації до кризових умов функціонування.

**Аналіз літературних джерел з даної тематики.** Проблемами ефективного управління підприємствами займалися такі відомі вчені, як Акофф Р. [1], Ансофф І. [2], Клейнер Г.Б., Балабанов І.Т. Вони досліджували процеси адаптації підприємств до мінливого зовнішнього середовища. Вітчизняні вчені Савченко О.І., Буднік М.М. [3], Петренко А.А. в своїх працях приділяли увагу розробці теоретичних положень та практичних рекомендацій по вдосконаленню організаційно-економічних методів адаптації підприємства; створенню системи адаптивного розвитку підприємства; теоретичному обґрунтуванню процесів адаптації підприємств; розробці та аналізу економіко-математичних моделей адаптаційного підходу до управління виробничим потенціалом підприємства. Розробці адаптаційних механізмів виробничо-економічних систем присвячені роботи вітчизняних вчених Т.В. Ландіної, І.З. Крет. В наукових працях Т.В. Ландіної [4] розглядаються проблеми, які виникають на підприємствах при переході їх до ринкових умов господарювання та зумовлюють розробку адаптаційних механізмів виробничо-економічних систем. Проте, поки що не існує наукових робіт, які б розглядали проблеми, що виникають на підприємствах у процесі функціонування в кризових умовах. Кризові умови можуть викликати збій у процесах функціонування підприємств. Виходячи з цього, слід зазначити, що дослідження особливостей управління підприємством в кризових умовах є доцільними та перспективними на сучасному етапі ринкових відносин в Україні.

**Результати.** На основі аналізу наукових праць, що розкривають змістовність поняття «механізм», може виділити два аспекти:

– механізм – це внутрішній пристрій економічної системи, який є її рушійною силою;

– механізм – це сукупність станів і процесів які формують у сукупності вид управління підприємством.

Економічна складова механізму адаптації до кризових умов спрямована на забезпечення ефективності реалізації адаптаційних заходів. Об'єктом адаптації економічного механізму виступає сфера діяльності підприємства, у роботі якої проявились негативні впливи кризових умов.

Економічний механізм адаптації підприємства до кризових умов розглядається нами як сукупність економічних засобів (способів, методів, важелів, нормативів, показників), застосування яких сприяє досягненню цілей підприємства в умовах кризи, шляхом адаптації внутрішнього середовища підприємства (фінансової, виробничої, організаційної, управлінської сфер).

На наш погляд, економічний механізм адаптації підприємства до кризових умов – це комплекс дій щодо застосування організаційно-економічних способів і методів пристосування, які за рахунок внутрішнього потенціалу підприємства забезпечують стабільне функціонування в умовах кризи.

Розробляючи економічний механізм адаптації підприємства до кризових умов необхідно



визначитись з:

- науковими підходами, що будуть застосовуватись на підприємстві у процесі адаптації;
- методами (систематизована сукупність кроків, які потрібно здійснити для виконання певної задачі чи досягнення мети), які забезпечать пристосування підприємства до кризових умов;
- принципами яких повинні дотримуватись суб'єкти адаптації (керівники, власники, фахові спеціалісти);
- функціями, які повинен виконувати економічний механізм адаптації;
- очікуваними результатами, які повинні бути отримані на підприємстві при реалізації економічного механізму адаптації до кризових умов.

В основі формування економічного механізму адаптації до кризових умов мають бути покладені такі наукові підходи як:

- системний, який забезпечує цілісність механізму як системи з визначеною структурою;
- ситуаційний, забезпечує безперервні дослідження зовнішнього середовища, а саме кризових умов, до яких має пристосовуватись підприємство використовуючи специфічні засоби, які забезпечують адаптацію до конкретних зовнішніх змін;
- комплексний, забезпечує інтеграцію економічних інтересів підприємства та його контрагентів в умовах кризи, формує механізм узгодження їх інтересів та визначає рівень допустимих протиріч;
- процесний, забезпечує безперервність застосування адаптаційних заходів на підприємствах в умовах кризи.

Слід зазначити, використання одного підходу не виключає застосування іншого, а навпаки передбачає комплексне взаємоузгоджене використання зазначених вище підходів і методів управління, оскільки кожен з них висвітлює окремих аспекти управління і не охоплює діяльність підприємств а в цілому. Розглянуті підходи повинні застосовуватись при адаптації підприємства до умов кризи одночасно, доповнюючи один одного, з метою отримання найбільшого ефекту адаптації.

Економічний механізм адаптації підприємства до кризових умов, на нашу думку, передбачає використання таких методів управління, а саме: аналіз, оцінювання, прогнозування, реагування, контроль.

Аналіз, закладає інформаційний фундамент для подальшого виявлення можливих проявів кризових умов та вибору адекватних адаптаційних засобів, які будуть використанні в процесі реалізації економічного механізму адаптації підприємства до кризових умов. Аналіз як метод управління в структурі економічного механізму адаптації підприємства до кризових умов охоплює, попередній моніторинг, вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, визначення можливої загрози негативних змін у діяльності підприємства.

Оцінювання, як метод управління економічним механізмом адаптації до кризових умов включає: виявлення і систематизацію небезпек у процесі функціонування підприємства, ранжування небезпек за рівнем їх негативного впливу і масштабам охоплення сфер діяльності підприємства, визначення попередніх масштабів збитків підприємства і доцільності реалізації адаптаційних заходів. При визначенні джерела кризових умов функціонування підприємства необхідно оцінити характер їх вплив і масштабність поширення на всі сфери діяльності підприємства. Систематизувавши всі можливі негативні прояви кризових умов функціонування необхідно їх проранжувати за рівнем негативного впливу на діяльність підприємства. Рівень негативного впливу, на нашу думку, визначається розміром можливих збитків підприємства, тому на даному етапі необхідно приблизно оцінити попередні (миттєві) та майбутні збитки кризових умов. Миттєві збитки для досліджуваних підприємств можуть виникати у результаті зміни курсів валют, підвищенні вартості кредитних ресурсів, втраті обсягів реалізації готової продукції і цінового запасу, підвищенні вартості сировинних ресурсів. Майбутні збитки є можливими але не обов'язковими, вони можуть охопити втрати від зміни інвестиційної привабливості, втрати від розірвання ділових угод в кризових умовах, втрати в результаті зменшення платоспроможності споживачів, втрати від зменшення попиту на продукцію. В залежності від розмірів можливих збитків підприємства, визначається доцільність застосування адаптаційних заходів. Доцільним застосування адаптаційних заходів, на нашу думку, є в умовах коли можливі збитки підприємства в кризових умовах перевищують вартість реалізації адаптаційних заходів.

Оцінювання доцільності застосування адаптаційних заходів є необхідною умовою раціонального використання ресурсів підприємства в кризових умовах.

Прогнозування, як один з видів довгострокового планування на основі перших проявів кризових умов передбачає: моделювання розвитку кризових умов функціонування, моделювання наслідків кризи у діяльності підприємства, прогнозування обсягів збитків впродовж кризи і після неї, визначення необхідного ефективного періоду адаптації підприємства до конкретних кризових умов. На наш погляд, моделювання розвитку кризових умов включає визначення сфер поширення криз на підприємстві, час і характер їх прояву. На основі цього, необхідно змоделювати їх наслідки прояву для підприємства та спрогнозувати масштаби збитків впродовж кризових умов та після них. Також прогнозування, на наш погляд, повинно застосовуватись для визначити ефективного періоду адаптації. Період адаптації охоплює час застосування адаптаційних заходів, а ефективний період адаптації – це час впродовж якого реалізація адаптаційних

заходів буде доцільна і корисна для підприємства. Перевищення строків реалізації адаптаційних заходів та розтягування процесів реалізації економічного механізму адаптації до кризових умов у часі може зменшити їх ефективність, і навіть призвести до додаткових збитків підприємства. Крім того фактор часу при адаптації необхідно враховувати, оскільки в умовах затяжної кризи початкові адаптаційні заходи можуть бути згодом неефективні, і їх необхідно замінити іншими, залежно від розвитку і поширення кризових умов.

Реагування, як метод управління економічним механізмом адаптації підприємства до кризових умов включає: визначення вражених кризою сфер діяльності, тобто об'єктів адаптаційного впливу; вибір необхідно і доцільного виду адаптації; відповідно до виду адаптації визначення адаптаційних засобів та їх реалізація в діяльності підприємства. Визначення вражених кризою сфер діяльності, на наш погляд, це виділення конкретних об'єктів адаптаційного впливу.

В залежності від виду криз які виявлені в діяльності підприємства керівництво повинно визначити вид адаптації, які необхідно застосовувати при реалізації економічного механізму адаптації підприємства до кризових умов. При цьому необхідно враховувати: ступінь враження сфер діяльності кризовими умовами, масштаби їх поширення, тривалість прояву негативних впливів кризових умов (види адаптації на підприємстві розглянуті нами у першому розділі). Вибір адаптаційних заходів залежить, на наш погляд, від виду адаптації, об'єкта адаптації і виду криз.

Адаптаційні заходи, на нашу думку – це сукупність інструментів, які застосовуються для трансформації об'єкту адаптаційного впливу у визначеному напрямі, з метою забезпечення нормального функціонування підприємства в кризових умовах. Нами визначені такі адаптаційні заходи підприємства в кризових умовах, як: ухиляння, локалізації, дисипації, компенсації.

Контроль, як методу правління при формуванні і реалізації економічного механізму адаптації передбачає: перевірку правильності застосування адаптаційних заходів, визначення рівня дієвості адаптаційних заходів, визначення необхідності адаптаційних корекцій, визначення результату адаптації. Контроль повинен здійснюватись в процесі реалізації економічного механізму адаптації підприємства так і по завершенню цього процесу. Перевірка правильності застосування адаптаційних заходів здійснюється шляхом визначення їх відповідності змін зовнішнього і внутрішнього середовища. Поточний контроль спрямований на визначення дієвості адаптаційних заходів, виявлення помилок і суперечностей в процесі реалізації механізму адаптації для можливості оперативного їх усунення. Дієвість реалізації економічного механізму адаптації при поточному контролі визначається виявленням позитивних зрушень у діяльності підприємствах в кризових умовах. При відсутності позитивних зрушень визначається необхідність адаптаційних корекцій, які можуть передбачати зміну виду адаптації та у відповідності адаптаційних засобів. На завершальному етапі реалізації економічного механізму адаптації визначається ефективність і доцільність застосування адаптаційних заходів, шляхом розрахунку адаптаційного ефекту. Кінцевий контроль визначає відповідність отриманих результатів адаптації цілям адаптації.

При формуванні економічного механізму адаптації підприємства до кризових умов необхідно дотримуватись таких правил управлінської поведінки (принципів): наукової обґрунтованості, гнучкості, альтернативності, раціональності (ефективності), послідовності, самоорганізації, сумісності, керованості, випередження (упередження), часового обмеження, каталізатора, реалістичності, диференційованої мотивації. Дотримання розглянутих принципів в процесі формування і реалізації економічного механізму адаптації підприємства до кризових умов підвищить ефективність вживаних адаптаційних заходів.

Економічний механізм адаптації підприємства до кризових умов призначений для виконання таких функцій: організаційну, прогноуючу, попереджувальну, компенсаційну, координаційну, стимулюючу, контрольну, інформаційну.

Дія економічного механізму адаптації підприємств до зовнішнього середовища передбачає застосування таких груп важелів, які є рушійною силою механізму, як:

– соціальний важіль забезпечує готовність трудового колективу до впровадження заходів адаптації, спрямовує дію адаптаційних заходів на збереження досягнутих соціальних гарантій працівників в кризових умовах, недопущення скорочення робочих місць і погіршення умов праці, створення ефективної системи стимулювання на підприємстві;

– фінансовий важіль забезпечує впровадження економічного механізму адаптації необхідними фінансовими ресурсами, шляхом застосування інноваційних фінансових інструментів та альтернативних джерел фінансування, виявляє майбутні фінансові потреби, оптимізує рух грошових ресурсів на підприємстві, реструктуризує борги;

– економічний важіль забезпечує ефективну діяльність підприємства в кризових умовах шляхом оптимізації виробничої програми, цінової політики, структури витрат, оборотних та необоротних засобів підприємства;

– правовий важіль забезпечують правовий захист при виникненні необхідності та юридичну підтримку в процесі функціонування підприємства у кризових умовах;

– організаційний важіль визначає можливість реалізації необхідних адаптаційних заходів та наявність відповідних ресурсів на підприємстві, повноваження права та обов'язки кожного суб'єкту адаптаційного управління;

– управлінський важіль забезпечує застосування в процесі управління доцільних стилів, методів і форм управління підприємством;

– техніко-технологічний важіль забезпечує модернізацію, оновлення виробничих фондів, впровадження техніко-технологічних інновацій в діяльність підприємства з метою подолання кризових явищ.

Використання важелів економічного механізму адаптації до кризових умов різняться в залежності від видів кризи, що можуть виникати у діяльності підприємства та видів адаптації, які необхідно застосовувати.

Інструменти економічного механізму адаптації до кризових умов на машинобудівних підприємствах визначаються індивідуально, в залежності від виду кризи і адаптації, сфери прояву кризового явища, об'єкту адаптаційного впливу та метою адаптаційних заходів.

Варто зазначити, що при прояві конкретної кризи може одразу застосовуватись декілька видів адаптаційних важелів, сукупність адаптаційних інструментів, що притаманні одночасно різним видам адаптації на підприємстві.

Складові економічного механізму адаптації підприємств до кризових умов відображені, нами на рис. 1.



Рис. 1. Структура економічного механізму адаптації підприємств до кризових умов

**Висновки.** Використання економічного механізму адаптації підприємства до умов кризи передбачає, на наш погляд, отримання таких результатів:

- реалізація запланованих обсягів продукції;
- забезпечення підприємства вчасно необхідними ресурсами (фінансовими, сировинними, трудовими);
- виконання діючих у цей період угод з контрагентами і укладання нових комерційних угод з врахуванням кризових умов;
- не допустити підвищення собівартості готової продукції;
- проводити ефективну цінову і асортиментну політику з врахуванням кризових умов;
- проводити ефективну кадрову і стимулюючу політику на підприємстві;
- підтримання вже досягнутого рівня конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому;

– досягнення запланованих фінансових результатів і нормативних значень показників, що їх характеризують.

Для досягнення вище зазначених результатів економічний механізм адаптації до кризових умов повинен охоплювати всі сфери внутрішнього середовища підприємства і бути спроможним впливати на них у відповідності до змін кризових умов.

### Література

1. Акофф Р. Искусство решения проблем / Акофф Р. ; [пер. с англ.]. – М. : Мир, 1982. – 236 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Ефенко ; [сокр. пер. с англ.]. – М. : Экономика, 1989. – 498 с.
3. Будник М. М. Адаптація промислових підприємств до ринкових умов господарювання : автореф. дис. ... к. е. н. : 08.06.01 / Харк. держ. екон. у-т. – Х., 2002. – 18 с.
4. Ландіна Т. В. Організаційно-економічні механізми адаптації підприємства до умов ринку / Ландіна Т. В. – К. : Вид-во „Наукова думка”, 1994. – 283 с.

Надійшла 18.08.2011

УДК 656.613.003.2

А. А. САХНО

Одесский национальный морской университет

## КРИТЕРИИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ ОПЕРАТОРОМ МУЛЬТИМОДАЛЬНОЙ ПЕРЕВОЗКИ НИЖНЕЙ ГРАНИЦЫ ЦЕНЫ НА ТРАНСПОРТНЫЕ УСЛУГИ

*Визначені основні фактори, вплив яких необхідно враховувати в разі формування ценової політики оператора мультимодальної перевезення. Наведені критерії, які впливають на прийняття рішення щодо нижньої межі ціни на транспортні послуги оператора.*

*We have revealed the main factors which calculation is necessary when forming price policy of the multimodal operator. The criteria influencing the decision making as to the price low bottom for his services have been determined.*

*Ключові слова: прийняття управлінських рішень, критерії, нижня межа ціни, транспортні послуги.*

**Вступление.** В современных рыночных условиях цена на услугу по перевозке груза в мультимодальном сообщении устанавливается оператором в зависимости от соотношения спроса и предложения на рынке транспортных услуг. Ввиду наличия высокого уровня конкуренции и клиентоориентированной системы предоставления услуг транспортировки грузов, часто оператор мультимодальной перевозки (ОМП) не в силах диктовать свою ценовую политику грузовладельцу, даже, несмотря на то, что последнему гораздо выгоднее обращаться именно к оператору, ввиду комплексности его услуг и принятия им полной ответственности за доставку груза из пункта отправления в место назначения.

**Цель исследования.** Определить основные критерии, необходимые оператору мультимодальной перевозки в процессе принятия решения об установлении нижней границы цены на услугу по доставке груза в мультимодальном сообщении.

**Анализ литературных источников.** Вопросы ценообразования и тарификации услуг на транспорте в условиях плановой экономики были раскрыты в работах В.И. Краева [1], Г.Е. Брухиса [2]. Разработке и формированию сквозного тарифа в системе мультимодальных перевозок посвящены труды российских ученых К.И. Плужникова, С.В. Милославской [3], Э.Л. Лимонова [4]. Факторы, влияющие на величину сквозного тарифа были рассмотрены в статье Ширяевой Л.В., Сахно А.А.[5]. Однако, вопросу определения критериев, влияющих на формирование нижней границы цены на услуги транспортировки груза в мультимодальном сообщении, в условиях клиентоориентированной деятельности оператора, уделено, на взгляд автора, недостаточное внимание.

**Постановка задания.** С целью определения критериев, влияющих на величину нижней границы цены на перевозку грузов в мультимодальном сообщении, необходимо решить следующие задачи:

- исследовать факторы, влияющие на уровень цены на услуги;
- проанализировать параметры, влияющие на процесс ценообразования;
- определить критерии, влияющие на уровень нижней границы цены на услугу по перевозке груза.

**Результаты.** Немаловажным фактором в процессе принятия решения о выполнении заказа своего клиента становится знание оператором мультимодальной перевозки минимальной цены на услугу транспортировки груза, по которой он может, не в ущерб финансовому состоянию компании, позволить себе организовывать мультимодальную перевозку и «продать» соответствующую услугу грузовладельцу/клиенту [6].

Нижняя граница цены на услугу оператора мультимодальной перевозки, может зависеть от

следующих факторов:

– вида и уровня сделки (будет ли клиентом заказан стандартный набор услуг, будет ли предложен к перевозке обычный груз, заданы типичные условия транспортировки, предполагается стандартный маршрут, сроки; или же будет оформлен дополнительный контракт, что происходит в случае наличия особых требований к перевозке груза, например, груз скоропортящийся или дорогой, существует необходимость быстрой и максимально сохранной перевозки по нестандартному для региона району);

– загрузки ресурсных мощностей ОМП (недогрузка транспортных средств, полная загрузка, «узкие места» – наличие дефицитных ресурсов и т.п.);

Установление цены на услугу по доставке груза в мультимодальном сообщении в первом случае может происходить на основе переменных затрат. В этом случае, необходимо понимать, что стоимость любого вида услуг, предоставляемого ОМП не должна быть ниже переменных затрат, которые потребовались на его создание и реализацию [7]. Кроме того, получившаяся в результате маржинальная прибыль (по всем видам предоставляемых услуг) не должна быть меньше постоянных затрат.

Основой для установления цены на доставку груза в мультимодальном сообщении во втором случае являются переменные затраты. Следует отметить, что даже при более низкой стоимости дополнительные контракты могут вносить весомый вклад в повышение прибыльности предприятия – организатора мультимодальной перевозки груза. Однако, дополнительные контракты могут повлечь за собой прирост постоянных затрат (например, расходы на дополнительные складские помещения), что может отразиться на уровне нижней границы цены.

Таким образом, оператор мультимодальной перевозки может определить цену на свои услуги исходя из спроса, расчетной суммы издержек, аналогичных услуг конкурентов [3], наличия скидок или надбавок к базовым тарифам, и затем, разработать для своих клиентов систему скидок и надбавок.

При решении проблемы ценообразования на услуги по мультимодальной перевозке грузов, ОМП необходимо выработать такую методику расчета цен, в которой учитывались бы следующие три фактора:

- себестоимость услуги по доставке груза по системе «от двери до двери»;
- цены конкурентов на аналогичные услуги;

– наличие уникальных достоинств оператора, т.е. его конкурентных преимуществ (например, наличие прямых контрактов с контейнерными линиями, долгосрочных отношений с компаниями портовой инфраструктуры и т.д.).

Все расчеты относительно нижней границы цены на предоставляемые ОМП услуги должны производиться на основе анализа безубыточности [1]. Окончательная цена на услугу по перевозке груза должна находиться в пределах между слишком низкой ценой, не обеспечивающей прибыли, и слишком высокой, препятствующей формированию спроса.

Минимально возможная цена на услугу ОМП должна определяться себестоимостью продукции и упущенной выгодой, а максимальная – либо наличием каких-либо уникальных достоинств оператора (например, если на рынке нет аналогов подобной услуги, или услуги с подобными характеристиками), или ценами конкурентов (при цене выше, чем у конкурентов, можно потерять клиентов). Соответственно предоставляя скидки на продукцию, предприятие не должно выходить за пределы данного интервала.

Три основных критерия принятия решения об определении нижней границы цены на услуги ОМП в общем виде представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Критерии принятия решений о нижней границе цены на услуги ОМП**

Вид сделки	Загрузка мощностей	Критерий принятия решений	Модель принятия решений
Традиционный набор услуг, необходимых в процессе перевозки	Недогрузка или полная загрузка	Переменные затраты и плановая маржинальная прибыль	$p_j \geq k_{pj}; \sum_{j=1}^n (p_j - k_{pj}) \geq F$
Дополнительный контракт	Недогрузка без «узких мест»	Переменные затраты и дополнительные переменные и постоянные затраты единицы продукции	$p_z = k_{pz} + \Delta k_{pz} + \frac{\Delta K_{Fz} T_z}{x_z}$
Дополнительный контракт	Полная загрузка с одним «узким местом»	Релевантные затраты с учетом упущенной выгоды	$p_z = k_{pz} + \Delta k_{pz} + \frac{\Delta K_{Fz} T_z}{x_z} + \frac{p_j - k_{pj}}{t_{Ej}} t_{Ez}$

Вид сделки	Загрузка мощностей	Критерий принятия решений	Модель принятия решений
	Полная загрузка со множеством «узких мест»	Релевантные издержки с учетом упущенной выгоды	<p>Задача линейного программирования:</p> $D = \sum_{j=1}^n (p_j - k_n) x_j \rightarrow \max;$ $T_i \geq \sum_{j=1}^n t_{ij} x_j (i = 1, \dots, n);$ $x_{H_j} \geq x_j (j = 1, \dots, m);$ $x_j \geq 0 (j = 1, \dots, m)$
<p> <math>p_j</math> - цена реализации продукции <math>j</math>-го вида;  <math>k_{pj}</math> - плановые переменные затраты на производство продукции <math>j</math>-го вида;  <math>F</math> - постоянные затраты;  <math>p_z</math> - нижняя граница цены дополнительного контракта;  <math>k_{pz}</math> - переменные затраты на производство единицы продукции;  <math>\Delta k_{pz}</math> - прирост переменных затрат, вызванный выполнением контракта (например, повышенная оплата за свехручные);  <math>\Delta K F_z</math> - дополнительные постоянные затраты, вызванные выполнением дополнительного контракта (в месяц);  <math>T_z</math> - количество месяцев, на которые выпадают дополнительные постоянные затраты;  <math>x_i</math> - объем контракта;  <math>p_j</math> - цена продукции <math>j</math>-ого вида, исключенной из производственной программы с целью выполнения дополнительного контракта;  <math>k_{pj}</math> - переменная себестоимость продукции <math>j</math>-ого вида;  <math>t_{ej}</math> - потребление узкого места на единицу исключенного продукта <math>j</math>-ого вида;  <math>t_{Ez}</math> - потребление узкого места на единицу дополнительного контракта;  <math>D</math> - общая маржинальная прибыль (сумма по всем видам продукции);  <math>x_j</math> - запланированный объем реализации продукции вида <math>j</math>;  <math>T_i</math> - имеющийся в наличие объем <math>i</math>-ого узкого места;  <math>t_{ij}</math> - потребность в узком месте типа <math>i</math> для производства продукции типа <math>j</math>;  <math>x_{Hj}</math> - объем спроса на продукцию типа <math>j</math>.                 </p>			

Помимо указанных критериев, на процесс принятия решений о нижней границе цены на услугу ОМП могут воздействовать следующие факторы:

- услуги, не удовлетворяющие грузовладельца/клиента по качеству;
- сроки выполнения заказа, не удовлетворяющие грузовладельца/клиента;
- не знание потенциального клиента/грузовладельца о существовании данных услуг ОМП;
- условия оплаты, не устраивающие грузовладельца/клиента.

**Выводы.** В данной статье были приведены критерии, влияющие на величину нижней границы цены на услуги оператора мультимодальной перевозки, а также определены факторы, влияющие на процесс ценообразования и формирования сквозного тарифа. В дальнейших исследованиях, автор считает целесообразным разработать теоретический и методический аппарат обеспечения процесса принятия управленческих решений оператором мультимодальной перевозки, с использованием финансовых инструментов контроллинга.

### Литература

1. Краев В. И. Экономика морского транспорта / В. И. Краев, А. А. Пантин. – М. : Транспорт, 1990. – С. 14.
2. Брухис Г. Е. Коммерческая эксплуатация морского транспорта / Г.Е. Брухис., Н.А. Луцан – М. : Транспорт, 1985. – С. 205.
3. Плужников К. И. Мультимодальные и интермодальные перевозки / К. И. Плужников, С. В. Милославская. – М. : РосКонсульт, 2001. – С. 299.
4. Лимонов Э. Л. Внешнеторговые операции морского транспорта и мультимодальные перевозки / Э.Л. Лимонов. – СПб. : Информационный центр «Выбор», 2001. – С. 291
5. Ширяева Л. О факторах, определяющих величину сквозного тарифа на перевозку грузов в мультимодальном сообщении / Л. Ширяева, А. Сахно // Сборник научных работ Государственного экономико-технологического университета транспорта. – Киев, 2010. – С. 188.

6. Контроллинг как инструмент управления предприятием / [Е. А. Ананькина, С. В. Данилочкин, Н. Г. Данилочкина и др.] ; под ред. Н.Г. Данилочкиной. – М. : Юнити, 2002. – С. 279.

7. Гаврюшков Е. Н. Характеристика критериев оптимальности при принятии управленческих решений в процессе организации мультимодальных перевозок грузов / Е. Н. Гаврюшков, А. В. Степанец // Актуальные проблемы экономики и управления на транспорте: сб. материалов третьей научно-практической конференции, Морской государственной университет им. Адм. Г. И. Невельского. – Владивосток, 2006.

Надійшла 18.08.2011

УДК 336.22:004.9

С. В. СОЛОДУХІН, А. Л. ЄГОРОВ  
Запорізька державна інженерна академія

## МЕХАНІЗМ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ ПОДАТКОВОЇ ЗВІТНОСТІ

*У роботі розглянуто та обґрунтовано концепцію оцінки ефективності системи електронної податкової звітності як інформаційної системи на основі інтегрального показника. Проаналізовано завдання та функції ДПА, які дозволяють автоматизувати інформаційну систему, на підставі чого запропонована система критеріїв оцінки ефективності впровадження електронної податкової звітності.*

*The article is considered concept of electronic tax reporting system efficiency, as information systems based on the integral index. Analysis of tasks and functions of the STA, which allows automated information system. System of benchmarks to measure performance was worked out.*

*Ключові слова: податки, електронна звітність, оцінка ефективності.*

**Постановка проблеми.** Одним із пріоритетних напрямків розвитку України є вступ до Європейського Союзу. Для будь-якої країни, яка входить до ЄС, висувають вимоги європейських стандартів, основною з яких є інформатизація суспільства. На сьогоднішній день в Україні прийнято низку законів, постанов та інших законодавчих і нормативних актів, спрямованих на інформатизацію суспільства: закони України «Про інформацію», «Про національну програму інформатизації», «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» тощо, але не вирішеним залишається питання механізму впровадження таких систем.

Стаття 49.4 Податкового кодексу, на відміну від Закону України «Про порядок погашення зобов'язань платників податків перед бюджетами та державними цільовими фондами», який втратив чинність, передбачає, що платники податків, які належать до великих та середніх підприємств, подають податкові декларації до органу податкової служби в електронній формі [4]. Малі підприємства подають декларацію за бажанням в електронній або документарній формі. На сьогоднішній день електронну звітність приймають майже всі державні органи: Державна податкова адміністрація України, Пенсійний фонд України, Державний комітет статистики України, Фонд соціального страхування, та інші, але питанню побудови цілісної системи обробки інформації, джерелом якої є дані цих державних установ приділено не достатньо уваги. Системи електронної звітності показали високу ефективність у таких країнах, як Сінгапур, США, Великобританія, але в Україні питання оцінки ефективності впровадження такої системи досліджено не повністю, тому обрана тема є актуальною.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасній літературі проблемами розробки моделювання та впровадження автоматизованих (комп'ютеризованих) систем у економіці займалися, Б.В. Алахов, А.Л. Бікмулін С.І. Волков, В.М. Жеребін, В.І. Ісаков, А. В. Матвійчук, Б.С. Одінцов, О.М. Островський, В.Ф. Палій, В.І. Подольський, Р.С. Рашитов, О.М. Романов, В.С. Рожнов, Я.В. Соколов, С.А. Харігонов, Д.В. Чистов, та інші. Однак, на сьогодні залишаються не розробленими питання з визначення ефективності впровадження комп'ютерної системи електронної податкової звітності (СЕПЗ), встановлення її складових, які впливають на економію ресурсів підприємства та державних органів.

Проблемою ефективності використання інформаційних систем займалися Р. Каштан, В.С. Козаченко, О.Г. Мурадян та інші. Однак, комплексного аналізу існуючих методик оцінки ефективності інформаційних систем електронної звітності українськими авторами не проводилося. У зв'язку з цим існує проблема застосування фінансових і не фінансових методів оцінки ефективності, доцільність їх використання в сучасних умовах господарювання.

Дослідження показало, що методи оцінки ефективності інформаційних систем класифікуються за трьома групами [10]:

1. Традиційні фінансові методики (Return on Investment, Total Cost of Ownership, Economic Value Added);
2. Ймовірнісні методи (Real Options Valuation, Applied Information Economics);
3. Інструменти якісного аналізу (Balanced Scorecard, Information Economics).

Перевагою фінансових методів є їхня база, класична теорія визначення економічної ефективності

інвестицій. Дані методи використовують загальноприйняті у фінансові критерії (чиста дисконтована вартість, внутрішня норма прибутку та ін.) Головний недолік полягає в обмеженості застосування таких методів: вони оперують поняттями припливу і відтоку грошових коштів, які вимагають конкретики і точності. Визначити відтік грошових коштів (витрати на проект ІС) можна за сумами, зазначених у договорах з інтеграторами і постачальниками. Проблеми виникають при спробі визначення припливу грошових коштів. Перевагою ймовірнісних методів є можливість оцінки ймовірності виникнення ризику і появи нових можливостей (наприклад, підвищення достовірності, зниження ризиків корупційних проявів) за допомогою статистичних і математичних моделей. Повноцінному використанню фінансових та ймовірнісних методів заважає неможливість у сучасних економічних умовах точно спрогнозувати зміну економічних показників підприємств (обсяг податкових надходжень до бюджету, податкове навантаження). Перевагою якісних (евристичних) методів є реалізована в них спроба доповнити кількісні розрахунки якісними оцінками. Вони можуть допомогти оцінити всі явні і неявні фактори ефективності та ув'язати їх із загальною стратегією.

**Постановка завдання.** Метою даної роботи є розробка концепції та обґрунтування механізму оцінки ефективності впровадження системи електронної податкової звітності, що забезпечує формування системи критеріїв та показників ефективності СЕПЗ та визначення їх значущості на основі інтегрального показника.

**Виклад основного матеріалу.** Крайній з точки зору економічного ефекту метод оцінки ефективності системи електронної податкової звітності (СЕПЗ), як інвестиційного проекту є важко досяжним, тому позитивним просуванням можна вважати змістовне виявлення ефекту впровадження СЕПЗ, що вимірюються певними якісними показниками. Для цього розроблено концепцію механізму оцінки ефективності СЕПЗ (рис.1), що ґрунтується на передумовах якісного та кількісного аналізу.

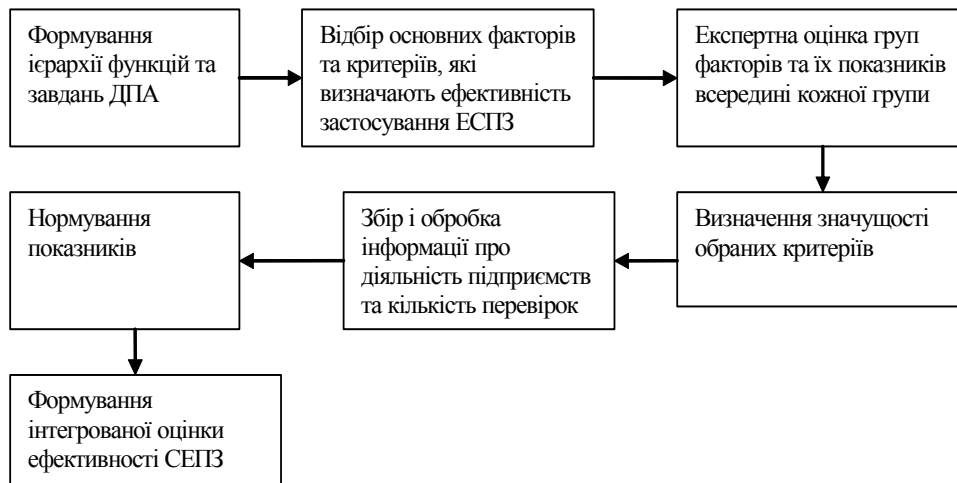


Рис. 1. Концепція механізму оцінки ефективності системи електронної податкової звітності

Для вирішення завдання оцінки ефективності СЕПЗ, перш за все, формуються показники та критерії, що відображають міру позитивного ефекту від функціонування системи. Для цього визначаються завдання та перелік функцій ДПА, якість виконання яких підлягає оцінюванню. Пропонується розробити ієрархічну структуру завдань, виконуваних ДПА, відповідно до яких встановити фактори, що впливають на ефективність результатів її цільового використання. На підставі сформованої ієрархії визначаються показники ефективності та встановлюються вимоги до них.

Основними завданнями ДПА є: здійснення контролю за додержанням податкового законодавства, формування та ведення Державного реєстру платників податків, роз'яснення законодавства з питань оподаткування серед платників податків, запобігання злочинам та іншим правопорушенням. Проведений аналіз дозволив встановити наступні напрямки підвищення ефективності реалізації базових функцій ДПА через впровадження системи електронної податкової звітності (табл. 1)..

Відповідно до концепції виділяється три групи критеріїв, які впливають на ефективність функціонування системи електронної податкової звітності: критерії, що впливають на тривалість робочого часу, вартісні, ті що впливають на достовірність даних та інші не вимірювані параметри.

До категорії критеріїв, що впливають на тривалість робочого часу відносяться елементи механізму подачі та опрацювання податковими органами звітності, що подають платники податків з урахуванням як вимірюваних так і не вимірюваних факторів.

Вартісні критерії відображають статті видатків, які можна зменшити за рахунок впровадження СЕПЗ, а також такі витрати на її впровадження, як отримання електронного цифрового підпису та придбання необхідного програмного забезпечення.



## Реалізація базових функцій ДПА через впровадження СЕПЗ

Функції ДПА	Напрями підвищення ефективності
здійснює контроль за своєчасністю, достовірністю, повнотою нарахування та сплати податків та зборів (обов'язкових платежів)	інформаційна система електронної податкової звітності забезпечує облік платників податків у єдиній електронній податковій базі, яка доступна цілодобово. В системі реєструється дата і час подання платником податкової звітності та в автоматичному режимі контролюється повнота та своєчасність сплати податків
забезпечує облік платників податків, інших платежів, правильність обчислення і своєчасність надходження цих податків	
контролює своєчасне подання платниками податків податкових декларацій	
забезпечує застосування та своєчасне стягнення сум фінансових (штрафних) санкцій, передбачених законодавством за порушення податкового законодавства	
здійснює контроль та вживає заходи щодо погашення податкового боргу платниками податків	
здійснює заходи щодо протидії корупції та іншим службовим правопорушенням у ДПІ	відсутня пряма взаємодія між співробітниками податкових органів та платниками податків, що зменшує вірогідність хабарництва
збирає, аналізує, узагальнює інформацію щодо порушень податкового законодавства, прогнозує тенденції розвитку негативних процесів кримінального характеру, пов'язаних з оподаткуванням	дозволяє проаналізувати та обробити великий обсяг статистичної інформації, отриманої з різних джерел та БД. На основі такого аналізу та податкової історії створюється «інтегрований образ» платника податків
аналізує причини та оцінює дані про факти порушень податкового законодавства	
проводить перевірки фактів приховування і заниження сум податків та зборів (обов'язкових платежів) у порядку, встановленому законодавством	дозволяє запровадити підсистему автоматизованого аудиту та камеральних перевірок, результат якої є підґрунтям для прийняття рішень податковим інспектором

До критеріїв достовірності даних слід віднести ті, що зменшують міру невизначеності інформації, що подається до податкових органів, зменшують величину похибки та збільшують точність розрахунків, розширюють горизонт прогнозування.

Таким чином, виходячи із завдань та функцій СЕПЗ, визначено фактори, що впливають на ефективність її використання. На підставі цих факторів сформовано показники ефективності системи (табл. 2).

## Система показників оцінки ефективності СЕПЗ

Категорії	Показник	Позначення
Тривалість робочого часу	Ступінь дублювання інформації	$K_d$
	Час подання звітності	$K_{ch}$
	Термін проведення перевірки	$K_p$
	Оперативність прийняття рішень податковими органами	$K_o$
	Час експорту даних з програм БО	$K_e$
	Оперативність оновлення бухг. форм	$K_{new}$
	Кількість технічних помилок	$K_{er}$
Вартісні	Кількість паперових документів (архіву)	$C_d$
	Вартість придбання бланків звітності	$C_b$
	Кількість податкових інспекторів	$C_i$
	Кількість перевірок	$C_p$
	Штрафні санкції	$C_s$
Достовірність даних	Ступінь автоматизації системи аудиту	$F_a$
	Час планування податкових перевірок	$F_{pl}$
	Точність прогнозування	$F_t$
Інші не вимірювані	Інформативність	$P_i$
	Конфіденційність	$P_k$

На основі сформованого переліку показників ефективності СЕПЗ, враховуючи зазначені категорії факторів, можливо встановити вимоги до показників. Відповідно, отримуємо систему (вектор) критерійних вимог до ефективності СЕПЗ:

$$\begin{cases} K_d \rightarrow \min, K_{ch} \rightarrow \min, K_p \rightarrow \min, K_o \rightarrow \max, K_e \rightarrow \min, \\ K_{new} \rightarrow \max, K_{er} \rightarrow \min, C_d \rightarrow \min, C_b \rightarrow \min, C_i \rightarrow \min, \\ C_p \rightarrow \min, C_s \rightarrow \min, F_a \rightarrow \max, F_{pl} \rightarrow \min, F_t \rightarrow \max, \\ P_i \rightarrow \max, P_k \rightarrow \max \end{cases} \quad (1)$$

Аналіз отриманих частинних критеріїв з метою вироблення остаточного рішення пропонується здійснювати шляхом зведення їх до інтегрованої оцінки ефективності, розглянувши два принципово різні підходи:

- метод нелінійної схеми компромісів Вороніна А. М.
- метод, оснований на мірі подібності між еталонним та досліджуваним об'єктом.

При першому методі припускається дискретна форма подання зміни частинних критеріїв. Згортка для дискретно заданих частинних критеріїв має вигляд [1]:

$$Y(y_0) = \sum_{i=1}^n \lambda_{0i} (1 - y_{0i})^{-1} \rightarrow \min, \quad (2)$$

де  $i = 1 \dots n$  – кількість включених у згортку частинних критеріїв ефективності системи;

$\lambda_{0i}$  – нормований ваговий коефіцієнт (надає можливість, наприклад, домінування певного частинного критерію над іншими);

$y_{0i}$  – нормований частинний критерій оптимальності. Нормування включених у згортку (2) параметрів забезпечує рівноправний вплив на результати розв'язку оптимізаційної задачі кожного з частинних критеріїв (1).

Процедура нормування частинних критеріїв ефективності системи у випадку

дискретного їх подання реалізується відносно суми усіх значень, які отримані для аналізу зміни критеріїв.

$$\begin{aligned} K &= \lambda_{0d} (1 - F_{0d})^{-1} + \lambda_{0ch} (1 - F_{0ch})^{-1} + \lambda_{0p} (1 - F_{0p})^{-1} + \lambda_{0o} (1 - F_{0o})^{-1} + \lambda_{0e} (1 - F_{0e})^{-1} + \\ &\lambda_{0new} (1 - F_{0new})^{-1} + \lambda_{0er} (1 - F_{0er})^{-1} \rightarrow \min \\ C &= \lambda_{0d} (1 - C_{0d})^{-1} + \lambda_{0b} (1 - C_{0b})^{-1} + \lambda_{0i} (1 - C_{0i})^{-1} + \lambda_{0p} (1 - C_{0p})^{-1} + \lambda_{0s} (1 - C_{0s})^{-1} \rightarrow \min \\ F &= \lambda_{0a} (1 - F_{0a})^{-1} + \lambda_{0pl} (1 - F_{0pl})^{-1} + \lambda_{0t} (1 - F_{0t})^{-1} \rightarrow \min \\ P &= \lambda_{0i} (1 - P_{0i})^{-1} + \lambda_{0k} (1 - P_{0k})^{-1} \rightarrow \min \end{aligned} \quad (3)$$

Для визначення інтегрованої оцінки ефективності інформаційної системи за згорткою (2), до якої включатимуться узагальнені критерії (3), здійснюється їх нормування відносно найгіршої оцінки (максимального значення показника, що характеризує частинний критерій) за виразами [3]:

$$L_0 = \frac{L}{\max L}, \max L = \sum \lambda_{0i} (1 - [\max L_i - \Delta])^{-1}, \quad (4)$$

де  $L$  – узагальнені критерії  $K, C, F, P$ ;

$\max L_i$  – найгірше з можливих значення частинного показника;

$\Delta = 0, 1 \dots 0, 3$  – коефіцієнт запасу, що забезпечує уникнення некоректних операцій при нормуванні.

З урахуванням зазначеного, інтегрована оцінка ефективності системи електронної податкової звітності формується за виразом:

$$Eff = \lambda_k (1 - K_0)^{-1} + \lambda_c (1 - C_0)^{-1} + \lambda_f (1 - F_0)^{-1} + \lambda_p (1 - P_0)^{-1}. \quad (5)$$

У даному випадку вагові коефіцієнти забезпечують гнучкість реагування на вимоги щодо домінування критеріїв певної групи над іншими та їх вплив на результуючу оцінку ефективності. Для спрощення процесу аналізу ефективності досліджуваної системи за інтегрованою оцінкою (5) слід провести її нормування відповідно до виразів:

$$Eff_0 = 1 - \frac{Eff}{\max Eff}$$

$$\max Eff = \lambda_k (1 - [\max K_0 - \Delta])^{-1} + \lambda_c (1 - [\max C_0 - \Delta])^{-1} + \lambda_f (1 - [\max F_0 - \Delta])^{-1} + \lambda_p (1 - [\max P_0 - \Delta])^{-1}. \quad (6)$$

Тобто нормування інтегрованої оцінки здійснюється відносно найгіршого варіанта ефективності системи загалом. Саме його реалізація надає можливість вироблення рішень про ефективність СЕПЗ. Після нормування інтегрованої оцінки матимемо її зміну у межах від нуля до одиниці: з найкращим результатом – наближеним до одиниці, а найгіршим – наближеним до нуля.

Для використання другого методу необхідно задати верхню та нижню межу, для кожного частинного показника ефективності ( $\bar{L}_i$  та  $\underline{L}_i$  відповідно). При формуванні ознакового простору важливо забезпечити інформаційну односпрямованість показників  $L_i$ , для цього поділимо їх на стимулятори (зв'язок між  $Eff$  та  $L_i$  прямий) та дестимулятори (зв'язок між  $Eff$  та  $L_i$  обернений). Дестимуляторами є множина  $L_{dst}$ , яка складається з наступних частинних показників ефективності системи (1):

$$L_{dst} \subset (K_d, K_{ch}, K_p, K_e, K_{er}, C_d, C_b, C_i, C_p, C_s, F_{pl}). \quad (7)$$

Переведемо дестимулятори у стимулятори шляхом заміни інгредієнта:

$$\begin{aligned} K'_d &= \frac{1}{K_d}, K'_{ch} = \frac{1}{K_{ch}}, K'_p = \frac{1}{K_p}, K'_e = \frac{1}{K_e}, K'_{er} = \frac{1}{K_{er}}, C'_d = \frac{1}{C_d}, C'_b = \frac{1}{C_b}, C'_i = \frac{1}{C_i}, \\ C'_p &= \frac{1}{C_p}, C'_s = \frac{1}{C_s}, F'_{pl} = \frac{1}{F_{pl}}. \end{aligned} \quad (8)$$

Відтепер всі частинні параметри ефективності є стимулюючими. Нормування частинних критеріїв ефективності СЕПЗ будемо проводити відносно максимального та мінімального значення частинного показника шляхом природної нормалізації за В.В. Вітлінським [7]:

$$z_i = \frac{L_i - \underline{L}_i}{\bar{L}_i - \underline{L}_i}, z_i \in [0; 1]. \quad (9)$$

Оскільки для кожного пронормованого частинного критерію  $z_i$  найкращим значенням буде 1, а найгіршим 0, можемо розрахувати ефективність СЕПЗ, як адитивну згортку евклідових відстаней між значенням частинного критерію та найкращим. Тоді функція ефективності матиме вигляд:

$$Eff = \left[ \sum_1^m \lambda_i (1 - z_i)^2 \right]^{1/2} \rightarrow \min. \quad (10)$$

Так само, як і у першому випадку після нормування інтегрованої оцінки відносно найгіршого варіанта ефективності системи одержимо її оцінку у межах від нуля до одиниці. Розглянуті підходи дозволяють зменшити суб'єктивізм при оцінці показників впровадження та функціонування системи електронної податкової звітності, що дає змогу обрати напрямки автоматизації основних функцій податкової служби з метою одержання оцінки ефективності впровадження СЕПЗ з найменшим рівнем суб'єктивності. Крім того, використання зазначених критеріїв дозволяє оцінити альтернативні системи електронного документообігу з точки зору як виконання функцій ДПА, так і ефективності впровадження.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Впровадження СЕПЗ дозволяє в автоматичному режимі реалізовувати низку найважливіших завдань та функцій ДПА, таких як контроль за своєчасністю, достовірністю та повнотою сплати податків, контроль за своєчасністю подання платниками податків податкових декларацій, перевірку фактів приховування і заниження сум податків та зборів. Сприяє зниженню рівня корупції, розвитку електронного документообігу та широкому впровадженню електронного цифрового підпису; економії коштів податкової служби на утримання приміщень та персоналу, економії часу фізичних і юридичних осіб, зменшенню кількості документальних перевірок.

Розроблений механізм оцінки ефективності електронної податкової звітності дозволить підвищити ефективність роботи СЕПЗ шляхом виявлення «вузьких місць» системи, зосередження уваги на покращенні окремих частинних факторів, зменшенні невизначеності при проектуванні. За рахунок вагових коефіцієнтів критеріїв ефективності може адаптуватись, залежно від домінування певних факторів над іншими, у

поточний період часу. Розроблення методики визначення таких вагових коефіцієнтів є перспективним напрямом подальших досліджень. Система електронної податкової звітності сприяє реорганізації ДПА України, зміні структури податкової системи та перерозподілу інформаційних потоків. Напрямок діяльності податкових органів зміщується у бік надання послуг платникам податків.

### Література

1. Сложные технические и эргатические системы: метод использования / [А. Н. Воронин, Ю. К. Зиатдинов, А. В. Харченко, В. В. Осташевский]. – Х. : Факт, 1997. – 240 с.
2. Герасимов Б. М. Системы поддержки принятия решений: проектирование, применение, оценка эффективности : [монография] / Б. М. Герасимов, М. М. Дивизинюк, И. В. Субач. – Севастополь : Издательский центр СНИЯЭ и П, 2004. – 320 с.
3. Писарчук О. О. Оцінювання ефективності інформаційних систем за вектором критеріїв / О. О. Писарчук // Збірник наукових праць ЖВІ НАУ. – 2010. – Випуск 3. – С. 117–123.
4. Податковий кодекс України від 20.04.2011 р. № 2755-17 зі змінами та доповненнями.
5. Мельник Т. Податкова звітність в електронному вигляді: теорія та практика / Т. Мельник // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – № 10. – С. 43.
6. Муравський В. Відмова від первинного документування як чинник інтеграції повністю автоматизованої системи обліку / В. Муравський // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – № 10. – С. 35.
7. Вітлінський В. В. Ризик у менеджменті / Вітлінський В. В., Наконечний С. І. – К. : ТОВ «Борисфен-М», 1996. – 327 с.
8. Скрипкин К. Г. Экономическая эффективность информационных систем / Скрипкин К. Г. – М. : ДМК Пресс, 2002. – 256 с. : ил.
9. Козаченко В. Е. Управление общей стоимостью владения КИС / В. Е. Козаченко // Корпоративные системы. – 2002. – № 2. – С. 13–20 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.library.dgtu.donetsk.ua/fem/vip97/97\\_03.pdf](http://www.library.dgtu.donetsk.ua/fem/vip97/97_03.pdf).
10. Открытые системы [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.osp.ru/os/2004/07/184997/>

Надійшла 19.08.2011

УДК 658.15:336.58(447)

Ю. М. ПОПІВНЯК

Львівський національний університет імені Івана Франка

## КОЕФІЦІЄНТИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

*У статті висвітлюються питання, пов'язані із необхідністю формування критеріїв оцінки ефективності функціонування фінансового механізму управління витратами підприємства. З цією метою пропонується використовувати чотири коефіцієнти оцінки відповідно до основних фінансових категорій, що характеризують ефективність управління витратами: якість, витрати, рентабельність, інноваційність.*

*In this article the questions, related to the necessity of forming the valuing criteria of financial mechanism the enterprise cost management effectiveness are lighted. In connection with this aim is suggested to use four valuing coefficients, corresponding the basic financial categories, which cost management effectiveness characterize: quality, cost, profitableness, innovations.*

*Ключові слова: ефективність, оцінка, фінансовий коефіцієнт, фінансовий механізм.*

**Вступ.** На сьогоднішній день дослідження фінансового механізму носить актуальний характер для кожного підприємства, адже сукупність заходів, спрямованих на реалізацію певного завдання в процесі здійснення фінансових відносин може бути успішною лише тоді, коли існує відповідний механізм такої реалізації. Поряд із іншими напрямками вивчення стану та особливостей функціонування фінансового механізму важливе місце займає оцінка його ефективності. Визначення показника ефективності передбачає співставлення результатів діяльності із ресурсами, що були витрачені на досягнення цих результатів. Ефективний фінансовий механізм управління витратами повинен прогнозувати та знижувати розмір витрат підприємства, усувати ті витрати, які носять непродуктивний характер. Проте мінімізація витрат повинна здійснюватися до їх оптимального розміру з врахуванням збереження визначеного рівня якості та з використанням інноваційних технологій і процесів.

Для оцінки фінансового механізму управління витратами потрібно проаналізувати сукупність фінансових показників та коефіцієнтів. Отримані результати дозволять визначити напрямки вдосконалення фінансового механізму та резерви покращення результатів управлінського впливу на витрати підприємства, сформулювати рекомендації щодо підвищення ефективності функціонування фінансового механізму управління витратами підприємства.

**Мета дослідження.** Метою статті є виокремлення і дослідження фінансових коефіцієнтів, на підставі аналізу розміру яких можна буде здійснити оцінку фінансового механізму управління витратами підприємства.

**Аналіз літературних джерел з даної тематики.** Дослідженню питань визначення, структури, особливостей функціонування фінансового механізму присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних науковців. Серед таких вчених можна назвати І.Т. Балабанова, А.В., Василенко, В.М. Гончарова, Л.А. Дробозіну, О.П. Кириленка, О.М. Ковалюка, В.О. Коюду, О.М. Краснікову, М.І. Крупку, С.В. Львовчкіна, С.Я. Огородника, В.М. Опаріна, А.М. Поддєрьогіна та ін. Проте неоднозначність підходів згаданих науковців до структури фінансового механізму у частині виділення фінансових коефіцієнтів як його складової, недостатня дослідженість питань, пов'язаних з розглядом та оцінкою тих коефіцієнтів, які могли б свідчити про рівень ефективності фінансового механізму управління витратами, викликають необхідність більш детального розгляду окреслених питань.

**Постановка завдання.** Виходячи із поставленої мети, завданням дослідження буде окреслення напрямів класифікації коефіцієнтів фінансового механізму управління витратами, обґрунтування та вибір тих коефіцієнтів, на основі яких ми будемо у подальшому здійснювати оцінку фінансового механізму управління витратами, з'ясування порядку розрахунку зазначених коефіцієнтів.

**Результати.** Кінцевою метою удосконалення фінансового механізму управління витратами є зростання конкурентоспроможності підприємства у короткостроковому та довгостроковому періодах, зміцнення його позицій на ринку. Тому для визначення критеріїв оцінки фінансового механізму необхідно, перш за все, з'ясувати ті характеристики, які визначають конкурентоспроможність підприємства.

В умовах вітчизняного ринкового середовища найважливішим критерієм, що визначає конкурентоспроможність продукції, є ціна. Як відомо, ціна включає у себе витрати на розробку, виготовлення та реалізацію продукції, а також певну норму прибутку підприємства. Зниження собівартості реалізації продукції за заданого рівня рентабельності знижує кінцеву ціну виробу, що робить його більш привабливим для покупця. Якщо ж залишити ціну незмінною, то за нижчого рівня витрат розмір прибутку зростає, що також підвищить конкурентоспроможність підприємства. Зважаючи на сказане, витрати і прибуток віднесемо до критеріїв оцінки ефективності фінансового механізму управління витратами.

Другим напрямом, який визначає здатність продукції конкурувати на ринку, є підвищення рівня її якості. Якісна продукція повинна відповідати вимогам затверджених стандартів, а також задовольняти потреби споживачів. Проте високий рівень якості не завжди співпадає з високою конкурентоспроможністю, адже вимагає додаткових витрат, що, в кінцевому результаті, може призвести до зростання ціни на продукцію. Тому для визначення оптимального рівня якості продукції необхідно оцінювати її у співвідношенні з ціною такої продукції.

Погоджуємося з підходом, який передбачає взаємозв'язок залежності витрати/якість із таким поняттям, як інноваційність [1, с. 38]. Досягнути оптимального співвідношення між згаданими показниками, особливо якщо необхідно підвищити якість продукції з одночасним зниженням суми витрат, можна за допомогою впровадження інновацій у технологію виробництва, методи управління витратами тощо.

Визначені нами фінансові категорії (витрати, прибуток, якість, інноваційність) характеризують ефективність фінансового механізму управління витратами не тільки операційної діяльності підприємства (витратами, що включаються до собівартості продукції), а й інших видів діяльності, тобто витратами підприємства загалом. При цьому варто додати, що аналіз абсолютного розміру прибутку аналізувати недоцільно, так як максимізація його розміру не завжди призводить до зростання конкурентоспроможності підприємства у довгостроковій перспективі. Тому для оцінки ефективності фінансового механізму управління витратами будемо використовувати показник, який дозволяє прослідкувати співвідношення між прибутком і витратами – рентабельність.

Зазначимо, що існує багато фінансових коефіцієнтів, які можна брати до уваги при оцінці фінансового механізму за визначеними чотирма напрямками. Так, індикаторами витрат є, наприклад, витратомісткість, витратовіддача, ефективність використання ресурсів, ефективність поточних витрат тощо; індикаторами якості – коефіцієнт модернізації продукції, коефіцієнт зовнішнього браку, частка продукції найвищої проби та ін.; індикаторами рентабельності – рентабельність необоротних активів, рентабельність продукції, рентабельність реалізації тощо; індикаторами інноваційності – коефіцієнт оновлення продукції, дохідність нового виробу та ін.

Для формування моделі оцінки ефективності фінансового механізму управління витратами оберемо з усієї множини коефіцієнтів ті, які найкращим чином відповідають меті дослідження за кожним з визначених напрямів.

Рентабельність будемо характеризувати за допомогою коефіцієнта рентабельності сукупних активів [2, с. 12]. Рентабельність сукупних активів – це показник, який включає в себе як витрати, що несе підприємство протягом звітного періоду, так і доходи від його діяльності. Важливо те, що рентабельність сукупних активів охоплює не тільки виробничі витрати чи витрати операційної діяльності, а всі витрати підприємства, що впливають на кінцевий фінансовий результат і потребують управління ними. Чим більшим є даний коефіцієнт, тим вищою є ефективність системи управління витратами підприємства.

Рентабельність сукупних активів розраховується за формулою:

$$K_p = \frac{\Pi_{\text{оп}}}{(A_n + A_k):2}, \quad (1)$$

де  $K_p$  – рентабельність сукупних активів;

$\Pi_{\text{оп}}$  – прибуток до оподаткування;

$A_n$  – вартість активів на початок року;

$A_k$  – вартість активів на кінець року.

Індикатором якості, який ми будемо враховувати при оцінці фінансового механізму управління витратами, є коефіцієнт рівня забракованої продукції. Саме він дозволяє з'ясувати частку витрат на брак у загальній сумі витрат на виготовлення продукції. Підприємство, яке хоче сформувати ефективний механізм управління витратами, повинно прагнути до мінімізації даного коефіцієнта, максимального його наближення до нуля. Коефіцієнт рівня забракованої продукції обчислюється за формулою:

$$K_y = \frac{B}{C_b}, \quad (2)$$

де  $K_y$  – коефіцієнт рівня забракованої продукції;

$B$  – розмір браку у виробництві;

$C_b$  – виробнича собівартість продукції.

Коефіцієнт витратомісткості є індикатором за напрямом витрат та показує, скільки витрат на реалізацію припадає на одиницю виручки від реалізації продукції. Він є характеристикою виробничої діяльності підприємства. Якщо собівартість реалізації дорівнює виручці від реалізації - господарюючий суб'єкт не має чистого прибутку за звітний період та його діяльність характеризується неефективністю фінансового механізму управління витратами. Підприємство повинно прагнути до мінімізації коефіцієнта витратомісткості, розмір якого обчислюється так:

$$K_b = \frac{C_p}{B_p}, \quad (3)$$

де  $K_b$  – коефіцієнт витратомісткості;

$C_p$  – собівартість реалізації продукції;

$B_p$  – виручка від реалізації продукції.

Коефіцієнт інновацій було обрано четвертим індикатором фінансового механізму управління витратами, адже він характеризує рівень витрачання підприємством ресурсів на технологічні інновації та інформатизацію. Без нововведень та підвищення рівня комп'ютеризації на підприємстві неможливо говорити про ефективність системи управління витратами та конкурентоспроможність підприємства. Зважаючи на сказане, господарюючий суб'єкт повинен прагнути до збільшення коефіцієнта інновацій та досягнення ним оптимального рівня. Розрахунок фінансового коефіцієнта інновацій будемо здійснювати за наступною формулою:

$$K_i = \frac{B_i}{B}, \quad (4)$$

де  $K_i$  – коефіцієнт інновацій;

$B_i$  – витрати на інновації та інформатизацію;

$B$  – загальна сума витрат.

Враховуючи усі чотири коефіцієнти, сформулюємо критерій ефективності фінансового механізму управління витратами (формула 5).

$$\begin{cases} K_{p(i)} \rightarrow \max; \\ K_{y(i)} \rightarrow \min; \\ K_{b(i)} \rightarrow \min; \\ K_{i(i)} \rightarrow \max. \end{cases} \quad (5)$$

де  $i$  – період, за який рахується фінансовий коефіцієнт.

Дані про розмір усіх показників, що використовуються для обчислення коефіцієнтів рентабельності сукупних активів, рівня забракованої продукції, витратомісткості та інновацій, отримуються із відповідних форм облікових реєстрів та фінансової звітності (табл. 1).

Таблиця 1

**Джерела інформації для розрахунку коефіцієнтів оцінки фінансового механізму управління витратами підприємства**

№	Назва показника	Умовне позначення	Код рядка, звіт (обліковий реєстр)
1	Прибуток до оподаткування	$P_{оп}$	Ряд. 170 Звіту про фінансові результати (ф. № 2)
2	Вартість активів на початок року	$A_{п}$	Ряд. 280 гр. 3 Балансу (ф. № 1)
3	Вартість активів на кінець року	$A_{к}$	ряд. 280 гр. 4 Балансу (ф. № 1)
4	Брак у виробництві	$B$	Головна книга, оборот за рах. 24 "Брак у виробництві"
5	Виробнича собівартість	$C_v$	Головна книга, залишки та дебетові обороти за рах. 23 "Виробництво"
6	Собівартість реалізації	$C_p$	Ряд. 040 Звіту про фінансові результати (ф. № 2)
7	Виручка від реалізації продукції	$V_p$	Ряд. 010 Звіту про фінансові результати (ф. № 2)
8	Витрати на інновації та інформатизацію	$V_i$	Ряд. 710 + ряд. 720 Звіту про основні показники діяльності підприємства (ф. № 1-підприємство)
9	Загальна сума витрат	$V$	Ряд. 040 + ряд. 070 + ряд. 080 + ряд. 090 + ряд. 140 + ряд. 150 + ряд. 160 Звіту про фінансові результати (ф. № 2)

**Висновки.** Наявність значної кількості коефіцієнтів, за допомогою яких здійснюється оцінка обраних аспектів фінансового життя підприємства, зумовлює необхідність визначення тих, які якнайповніше характеризують ті чи інші його сторони. Оцінка фінансового механізму управління витратами потребує чіткого вибору критеріїв, відповідних показників. Запропоновані коефіцієнти оцінки (рентабельності сукупних активів, рівня забракованої продукції, витратомісткості та інновацій) характеризують фінансовий механізм управління витратами за напрямками, які визначають його ефективність (рентабельність, якість, витрати, інноваційність).

Варто зазначити, що ґрунтовний розгляд запропонованих коефіцієнтів, їхній аналіз, з'ясування можливостей оптимізації розміру таких коефіцієнтів, дослідження взаємозв'язків між ними та ступеня впливу зміни згаданих коефіцієнтів на сукупний показник ефективності фінансового механізму управління витратами зробить можливим пошук резервів зростання ефективності фінансового механізму, що виступає напрямом наших подальших досліджень.

### Література

1. Ажлуни А. М. Критерии оценки эффективности системы стратегического управления затратами / А. М. Ажлуни, Е. А. Калинина // ИнВестРегион. – 2009. – № 4. – С. 37–40.
2. Зверева Н. М. Финансовый механизм оптимизации затрат на предприятиях холдингового типа: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.10 "Финансы, денежное обращение и кредит" / Н. М. Зверева. – Москва, 2008. – 20 с.

Надійшла 10.08.2011

## ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КРЕДИТНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

*У статті проведено аналіз забезпечення малих підприємств кредитними ресурсами, наведені ризики та цілі банківського кредитування. Визначено основні чинники зменшення обсягів надання кредитів, а також окреслено шляхи вирішення проблем кредитної підтримки малого підприємництва.*

*In the article the analysis of small business credit, given the risks and goals of bank lending. The main factors reducing lending and outlines solutions to the problems of credit for small businesses.*

*Ключові слова: мале підприємництво, кредитування, кредитна підтримка малого підприємництва, ризики, цілі кредитування.*

**Вступ.** Незважаючи на те, що кількість малих підприємств в Україні з кожним роком поступово зростає, темп їх зростання показує спадну динаміку. На основі статистичних даних також бачимо, що частка малого бізнесу у ВВП держави складає менше 10%, тоді як в західних країнах цей показник перевищує 50%. Саме тому постає питання розвитку малого підприємництва в Україні. Однак, в процесі свого розвитку підприємства зіштовхуються з дуже гострою для них проблемою фінансового забезпечення їх діяльності. Особливої уваги тут набуває питання доступності кредитних ресурсів банківських установ. На нашу думку, розв'язання цієї проблеми є одним з першочергових завдань нашої країни на шляху розвитку малого підприємництва.

**Мета та завдання дослідження.** Метою статті є аналіз забезпечення малих підприємств кредитними ресурсами, визначення проблемних моментів у цьому напрямі, а також накреслення шляхів вирішення проблем кредитної підтримки малого підприємництва.

**Аналіз літературних джерел з даної тематики.** Дослідженню даної проблеми присвячені праці таких вітчизняних науковців, як Л. Гребенюк, А. Гринюк, С. Колько, М. Фастовця та ін. Проте, на наш погляд, проблеми забезпечення кредитної підтримки малого підприємництва, недостатньо висвітлені і потребують подальших досліджень.

**Результати дослідження.** Кредитування, як один із методів фінансового механізму розвитку малого підприємництва, одночасно є одним із методів фінансового забезпечення. Серед інших – фінансування та самофінансування. Саме фінансова проблема є найважливішою, з якою зіштовхуються підприємці при започаткуванні власного бізнесу.

За словами С. Колько, для малих підприємств притаманні три види ризиків, а саме [1, с. 122–123]: ризик створення нової справи (недостатня забезпеченість кредитними ресурсами, відсутність постійних та надійних ринків збуту, ділової репутації, висока собівартість продукції, недостатність досвіду); труднощі росту (малі підприємства є найбільш уразливими перед непередбачуваними обставинами); недостатня диверсифікованість (переважно спираються на один ринок збуту та мають обмежену кількість клієнтів). У зв'язку з цим можливість отримання малим підприємством кредиту в банківській установі є набагато нижчою і сама процедура є складнішою.

Проблема фінансування малих підприємств пов'язана не тільки з ризиками, що має суб'єкт господарської діяльності, який тільки створюється, а й відсутністю джерел фінансування на стадії розвитку [1, с. 123], адже:

- професійні інвестори не зацікавлені фінансувати малий бізнес, оскільки: витрати на проведення експертизи фінансового стану позичальника є часто вищими, ніж сама потреба підприємства у коштах; масштаби функціонування малого підприємства часто обмежуються місцевим або регіональним ринками, а професійні інвестори зазвичай вкладають гроші у бізнес, який має високий потенціал росту;

- банківське кредитування є дуже обмеженим через те, що: підприємства, які створюються, не мають можливості надати банку під забезпечення кредиту ліквідне майно; висока вартість кредитних ресурсів; недосконалість банківської процедури процесу кредитування.

Разом з тим, ціна позичок кредитних ресурсів з боку банківської установи є цілком обґрунтованою, оскільки малий бізнес, в порівнянні з великим є більш ризикованим, адже виникають певні труднощі оцінки реального фінансового стану позичальника. Дуже важко також при цьому відстежити кредитну історію клієнта. Банки повністю страхуючись від ризиків неповернення кредитором боргу, вимагають забезпечення кредиту, а інколи ставлять надто високі вимоги.

- лізинг устаткування в таких випадках є малодоступним, оскільки за обмежених ресурсів, підприємство часто не в змозі здійснити перший внесок за договором лізингу, який становить 20–30%. З іншого боку, ринок лізингу в Україні не є цілком розвинутим, а тому недостатньою є увага лізингових компаній до малого бізнесу [2, с. 52];

Розповсюдженим і найбільш успішним у такому випадку є франчайзинг. Підприємець за договором франчайзингу, разом з технологією виробництва, стандартом ведення бізнесу, отримує також визнану і вже



відому у світі торговою марку. Це все допомагає провадити свою діяльність, не роблячи помилок, а також сприяє успішній діяльності та розвитку підприємства.

- такий розповсюджений у світі спосіб отримання коштів як друзі, родичі, в нашій країні є не дуже поширений, оскільки в Україні є не так багато людей, що мають можливість здійснювати фінансування малого бізнесу;

- відсутнє кредитування новостворених підприємств, так зване "start up" кредитування [2, с. 52];

М. Фастовець розглядає такі методи мінімізації кредитного ризику банку: 1) на рівні окремого кредиту: а) досконала організація кредитного процесу; б) аналіз кредитоспроможності та якісний аналіз позичальника – суб'єкта малого бізнесу з визначенням його кредитного рейтингу; в) оцінка якості кредиту; г) структурування позики (розробка умов кредитування, підготовка та укладання договорів); д) реалізація "принципу градації"; е) забезпечення позики; є) страхування кредитних ризиків; ж) моніторинг ризиків; з) документування операцій з кредитування суб'єктів малого бізнесу; 2) на рівні кредитного портфеля: а) диверсифікація кредитного портфеля; б) формування і проведення кредитної політики в сфері кредитування суб'єктів малого бізнесу; в) раціонування (лімітування); г) створення резервів [3, с. 132].

Незважаючи на ризики, які пов'язані з наданням банківською установою кредитів малим підприємствам, банки починають усвідомлювати, що з метою розширення клієнтської бази та отримання додаткових прибутків за рахунок підвищення значимості малого бізнесу, необхідно збільшувати обсяги надання кредитних ресурсів саме малим і середнім підприємствам для їх подальшого розвитку. Окрім розширення клієнтської бази, завдяки кредитуванню малого бізнесу, банківські установи матимуть можливість розширити свій кредитний портфель.

Погоджуємось з думкою Л.А. Гребенюк, яка вважає, що основною метою, яку переслідують банківські установи кредитуючи малі підприємства, є отримання прибутку на основі задоволення фінансових потреб малого бізнесу [4, с. 205]. рис.1.

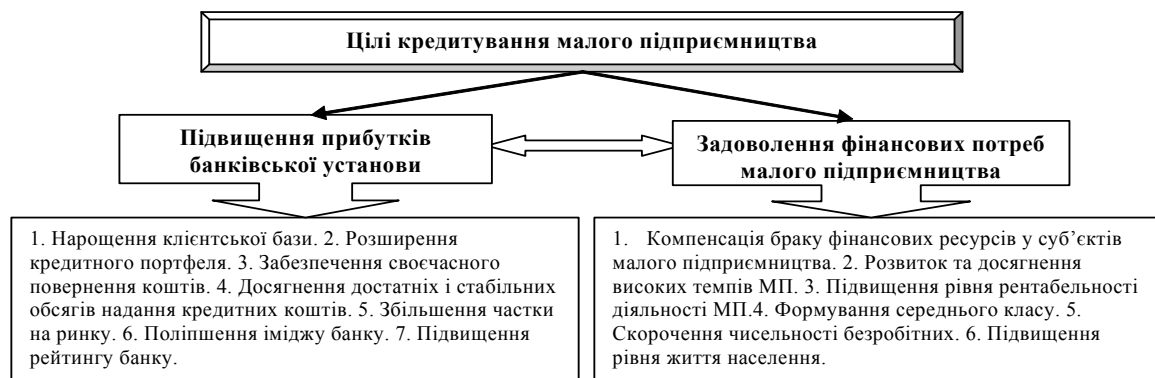


Рис. 1. Цілі кредитування малого підприємництва [2, с. 205]

Банківські установи мають право здійснювати кредитування малого підприємництва за рахунок власних коштів або за рахунок відкритих кредитних ліній міжнародних організацій, реалізуючи спеціальні програми кредитування малого бізнесу в Україні. Результатом спільних зусиль Європейського Банку Реконструкції та Розвитку та Німецько-Українського Фонду було створено програму мікрокредитування в Україні (ПМКУ), метою якої є підтримка, розвитку мікро- та малих підприємств шляхом створення для них сприятливих умов доступності до банківських кредитів. Підтримка програми проходить за рахунок Агенства США з міжнародного розвитку – USAID, Європейського Співтовариства – EU та Європейського Банку Реконструкції та Розвитку [5].

Аналіз кредитування банківськими установами малого підприємництва, незважаючи на ризики, свідчить про зацікавленість банків у кредитній підтримці малого бізнесу, а з другого боку, про більшу поінформованість останніх про можливості і доступність до кредитних ресурсів банківського сектору економіки. Однак, починаючи з травня 2008 року, обсяг кредитів, виданих банківськими установами, суттєво почав зменшуватись.

На нашу думку, це пов'язано, насамперед, з:

- з початком світової фінансової кризи. На сьогодні, переважна кількість банківських установ, які відновили банківське кредитування є орієнтованими на надання кредитів фізичним особам, деякі з них відновлюють також кредитування суб'єктів господарювання, зокрема суб'єктів малого підприємництва, однак економіка загалом та банківська система зокрема ще не готові відновити обсяги фінансування принаймні до такого рівня, який був у докризовий період;

- високим рівнем відсоткових ставок за довгостроковими кредитами банків. Банки зосереджені на видачі кредитів на короткостроковий період, оскільки існує менший ризик неповернення коштів;

- зацікавленістю банківських установ у фінансуванні проектів з швидким обігом грошових коштів;

- відсутністю розгалуженої системи небанківських інвестиційних інститутів.

Що стосується високого рівня відсоткових ставок, то як бачимо, в умовах політики Національного банку України, направленої на стримування інфляційного тиску, протягом 2008 року спостерігалось зростання вартості кредитів у всіх видах валют, наданих банками в економіку України, без урахування операцій за овердрафтом – з 12,9 у січні до 19,4% річних у грудні 2008 року (рис. 2).

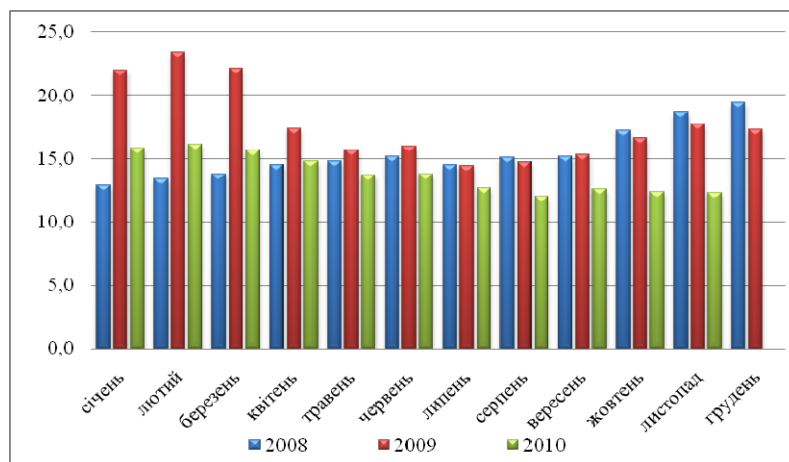


Рис. 2. Середньозважені процентні ставки за кредитами, наданими банками (без врахування операцій за овердрафтом) за 2008–2010 роки [6]

У 2009 році ситуація змінилась внаслідок спрямування процентної політики Національного банку України на забезпечення рівноваги на грошово-кредитному ринку, обмеження спекулятивного попиту на іноземну валюту та підтримання оптимального рівня процентних ставок щодо рівня інфляції. Так, процентна ставка за кредитами в економіку України, без урахування операцій за овердрафтом зменшилась – з 22,0 у січні до 17,3% річних у грудні 2009 року. Аналогічна ситуація простежувалась протягом 2010 року. Вартість кредитів, наданих банками в економіку України, без урахування операцій за овердрафтом, при цьому зменшилась – з 15,8 у січні до 12,3% річних у листопаді 2010 року.

Незважаючи на таку ситуацію, починаючи з 2008 року середньозважена процентна ставка за кредитами, наданими в економіку України, без врахування операцій за овердрафтом, зростала і становила 15,5% річних – у 2008-му році, 17,7 – у 2009 та 13,8 – у 2010 (у 2010 році величина середньозваженої відсоткової ставки за кредитами без врахування операцій за овердрафтом обчислювалась за відсотковими ставками з січня по листопад) (рис. 3).

Вважаємо, що ця ситуація пояснюється, з одного боку, з поступовим відновленням ліквідності банківських установ, а відповідно помісячному зменшенні відсоткових ставок у 2009 та 2010 роках, а з іншого боку, нестабільною фінансовою ситуацією, яка є наслідком світової фінансової кризи.

Протягом 2008 року в умовах тривалого зменшення вільної ліквідності банківської системи та з метою покриття зростаючих кредитних ризиків, через погіршення платоспроможності позичальників спостерігалась тенденція до поступового зростання вартості кредитів, наданих резидентам (без врахування операцій за овердрафтом) до 19,4% у грудні 2008 року порівняно з 13,4% річних у грудні 2007 року.

Середньозважена відсоткова ставка за 2008 рік становила 15,5% порівняно з 13,0% річних за 2007 рік, в тому числі у національній валюті – 17,6 проти 13,9% річних відповідно [6, с. 68–69].

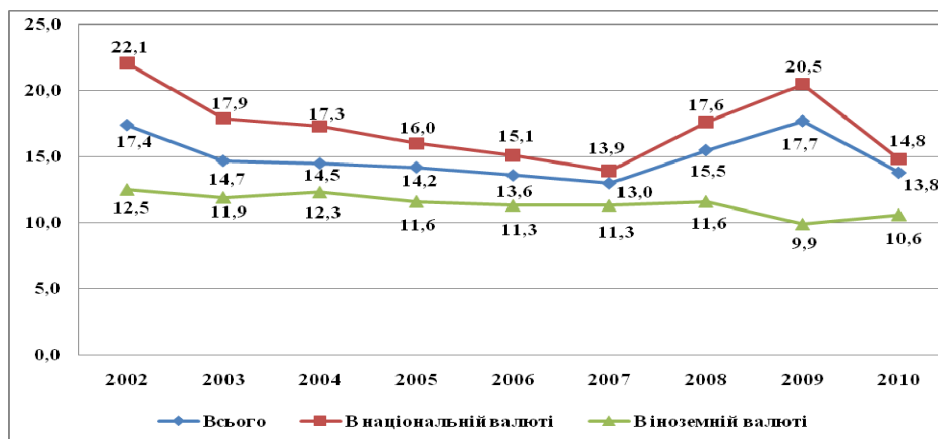


Рис. 3. Динаміка середньозважених відсоткових ставок за кредитами (без врахування операцій за овердрафтом) за 2002–2010 роки [6]

Шляхами реалізації підтримки малого й середнього бізнесу, до прикладу зарубіжних країнах [7, с. 55] є:

- субсидування процентної ставки за комерційними кредитами для малих і середніх підприємств (МСП) та домогосподарств;
- тимчасове зниження ставки корпоративного податку для МСП;
- звільнення підприємств від сплати певної частки відрахувань до бюджету при прийнятті на роботу нових працівників та поступове збільшення таких відрахувань в наступні періоди;
- створення спеціальних фондів, які надаватимуть кредити МСП, що мають потенціал для зростання і створення додаткових робочих місць;
- надання спеціалізованими кредитними установами позик підприємствам на покриття короткострокових фінансових потреб МСП, які потерпають від нестачі оборотного капіталу;
- розширення кредитних ліній, що надаються державними фінансовими установами;
- збільшення мінімального ліміту кредитів, що надаються для малих підприємств та фізичних осіб;
- спрощення процедури отримання кредитів для МСП, відкриття власної справи, надання на ці цілі податкових пільг, фінансування консалтингових послуг;
- розміщення коштів державних суверенних фондів у банках другого рівня на програми фінансування малого й середнього бізнесу.

**Висновки.** На наш погляд, з метою вирішення проблем, які пов'язані з наданням банківською установою кредитних ресурсів малому підприємництву, необхідно: 1) запровадити систему страхування ризиків, які забезпечуватимуть банківським установам відшкодування їхніх втрат, пов'язаних з неповерненням кредитів позичальниками; 2) створити систему державної кредитної підтримки малого підприємництва, тобто систему, яка б дозволила реалізацію державного гарантійного забезпечення повернення кредитів, за рахунок створення розгалуженої мережі державних гарантійних фондів; 3) створити товариства взаємного кредитування і взаємних гарантій; 4) вдосконалити процедури надання кредитів (прозорі та чіткі умови щодо отримання кредитів. Можливе створення єдиних вимог, встановлених НБУ для всіх банківських установ щодо надання кредитів (вимоги щодо документів, застави, алгоритм кредитного циклу) задля створення прозорого процесу формування процентних ставок та вимог процесу кредитування); 5) зменшити відсоткові ставки за кредитами та збільшити терміни кредитування; 6) вдосконалити умови надання лізингу обладнання для малого бізнесу; 7) забезпечити становлення та налагодження системи start up кредитування (кредити "з нуля") для малого підприємництва.

### Література

1. Колько С. Фінансові аспекти розвитку малого бізнесу в Україні / С. Колько // Галицький економічний вісник. – 2008. – № 6 (21). – С. 121–130.
2. Гринюк А. Перспективи розвитку малого бізнесу крізь призму доступності кредитних ресурсів / А. Гринюк // Вісник НБУ. – 2010. – № 1. – С. 52–53.
3. Фастовець М. Ризиковість кредитування малого бізнесу в Україні / М. Фастовець // Галицький економічний вісник. – 2008. – № 3 (18). – С. 131–135.
4. Гребенюк Л. А. Стратегічні орієнтири банківського кредитування малого бізнесу в Україні / Л. А. Гребенюк // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2009. – № 3 (6). – С. 203–207.
5. Програма мікрокредитування в Україні [Електронний ресурс] / Офіційний веб-сайт Програми. – Режим доступу : [www.microcredit.com.ua](http://www.microcredit.com.ua).
6. Річний звіт НБУ за 2009 рік / Національний банк України. – Київ, 2009. – 206 с.
7. Економічна криза в Україні: виміри, ризики, перспективи / [Жаліло Я. А., Бабанін О. С., Белінська Я. В. та ін.] ; за заг. ред. Я. А. Жаліло. – К. : НІСД, 2009. – 142 с.

Надійшла 10.08.2011

## УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ СТОИМОСТНОГО ПОДХОДА

*В статье рассматриваются вопросы посвященные управлению стоимостью предприятия с помощью методов основанных на доходе. Описаны методы базирующиеся на денежных потоках и остаточном доходе. Рассмотрена концепция экономической добавленной стоимости как одного из инструментов управления стоимостью бизнеса.*

*The article considers the items devoted to management of the enterpriser's value using the methods based on profit. The methods which concern the flows of funds and the residual income are described. The concept of economic added value is analyzed as one of the means of business value management.*

*Ключові слова: управління стоимостью, економічна добавлена стоимость, підприємство.*

**Вступление.** Понимание того, чем определяется стоимость компаний, является критически важным для инвесторов, как профессиональных, так и частных, менеджеров компаний и других заинтересованных лиц. Стоимость является не фактом, а мнением о ценности собственности в заданный момент времени в соответствии с выбранным видом стоимости. Управляя стоимостью, иными словами, повышая ее, менеджеры увеличивают ценность для акционеров и внешних инвесторов.

Управление стоимостью – это динамическая система и основные факторы стоимости статичны только в конкретном состоянии, а именно в момент оценки. На практике они подвержены стохастическим изменениям, поэтому на этапе итоговой оценки их необходимо постоянно пересматривать и смещать приоритеты в управлении ими, если это необходимо. Это придает управлению стоимостью реалистичность, поскольку связывает конкретные действия менеджеров с их воздействием на стоимость предприятия.

Целью настоящей статьи является обсуждение методических аспектов управления стоимостью предприятия на основе доходного подхода, сравнение различных расчетных методов и анализ факторов, обуславливающих увеличение стоимости для акционеров и владельцев бизнеса.

Анализируя научную литературу по данной тематике следует отметить возросший в последнее время интерес ученых и практиков к оценке и управлению стоимостью предприятий. Достаточно широко и объемно описывают данную проблематику Т. Коупленд, Т. Коллеа, Дж. Муррин, а также Ф. Эванс и Д. Бишоп, из отечественных авторов следует отметить Ю.В. Козыря, С.В. Валдайцева и др.

Заданием, которое ставит перед управляющими теория финансового менеджмента, основным считается управление финансами бизнес-единицы с целью повышения ее стоимости. Исходя из этого, и заданием написания статьи является анализ тех методических аспектов управления, которые наилучшим образом будут отражать изменение стоимости бизнеса.

**Изложение основного материала.** Содержание стоимостного подхода, как концепции управления в соответствии с принципами эффективности, предусматривает оценку, определение и контроль изменения стоимости предприятия, что принципиально отличает его от традиционных методов оценки бизнеса, которые в большинстве своем дают «точечный» во времени результат.

Проводя анализ [1–5] по проблеме целевой функции бизнеса можно выделить следующие аргументы правомочности использования стоимостного подхода (или акционерной стоимости) как наиболее адекватной характеристики целей предприятия:

1. Основная задача менеджеров состоит в максимизации доходов акционеров. Стоимость учитывает важнейшие составляющие доходов (прибыль, риск, рост курсовой стоимости акций), позволяет соизмерить и объединить такие альтернативные целевые функции, как доходность и риск, т. е. комплексно оценить результативность управления.

2. Стоимость может быть определена для всех предприятий. Она дополняет показатель капитализации в отношении предприятий, акции которых в силу ряда причин неликвидны или недооценены, и повышает его адекватность, поскольку ориентируется не на текущие ожидания рынка, а на фундаментальные условия роста курса акций. При отсутствии биржевых котировок оценка стоимости бизнеса – наиболее надежный способ определения рыночной стоимости акций.

3. Стоимость ориентирована на стратегические цели бизнеса и на реализацию инновационных программ. Максимизация стоимости (рост денежных потоков, снижение риска) предполагает ориентацию на потребности общества и отвечает интересам собственников предприятия и менеджменту. Это обеспечивает возможности роста, укрепление деловой репутации. В краткосрочном периоде управление по иным критериям может дать для менеджеров и собственников относительно большие результаты.

4. Стоимость универсальна при определении собственниками назначения акций. Как известно, биржевой курс акций основывается на ожидании прибыли от них. Однако финансовый рынок реагирует на изменения стоимости активнее, чем на изменения прибыли, т. е. стоимость более адекватно отражает интересы акционеров в отношении курса акций. Рост стоимости стимулирует увеличение денежных

потоков, стабилизирует финансовое состояние компании и тем самым максимизирует потенциальные доходы собственников от владения, или продажи акций.

5. Есть основания полагать, что стоимость как целевая функция бизнеса снижает конфликтность интересов отдельных групп участников производства и клиентов (потребителей продукции, услуг). В исследовании Т. Коупленда, Т. Коллера, Дж. Муррина [1] приведено доказательство приоритета стоимости бизнеса как целевой функции по сравнению с другими экономическими критериями, основанное на идеальном состоянии рыночных отношений. При определении очередности удовлетворения требований участников бизнеса, последним оказывается собственник, по этой причине заинтересованный и ответственный за состояние бизнеса и удовлетворение требований других его участников. Однако в украинских условиях данное доказательство представляется идеализированным и подтверждается только практикой управления преуспевающих предприятий.

До недавнего времени была недооценена роль нефинансовых факторов роста стоимости предприятия. Кроме того, отсутствовал или был несовершенен организационно-экономический механизм управления стоимостью, в частности, наблюдалось несоблюдение интересов менеджеров всех уровней в приросте стоимости с точки зрения стратегической цели предприятия.

Рассматривая оценку стоимости компании как инструмент принятия стратегических решений и, как инструмент управления стоимостью компании в целом, так и элементов, участвующих в ее формировании, возможно использование различных методов и моделей оценки, базирующихся на элементах доходного и затратного подходов. Сгруппировать эти методы оценки можно следующим образом [3]:

1. Методы, базирующиеся на денежных потоках: Free Cash Flows (FCF), Eguity Cash Flows (ECF), Capital Cash Flows (CCF).

2. Методы, базирующиеся на концепции остаточного дохода: Economic Value Added (EVA), Shareholder Value Added (SVA), Market Value Added (MVA), CVA.

3. Метод, основанный на совмещении доходов и активов – EBO.

Общей формулой для расчета величины стоимости компании является следующая формула [1, 4]:

Стоимость компании = Сумма текущих стоимостей будущих денежных потоков + Рыночная стоимость избыточных активов +/- Излишек /Дефицит собственного оборотного капитала.

Хотелось бы отметить, что преобладающим методом, который реализует финансовый взгляд на предприятие и стоимостную модель управления, стал к 80-м годам 20 века метод дисконтированного денежного потока (DCF method). Являясь основой стоимостного подхода, этот метод использует формулу сложных процентов для приведения прогнозируемых (будущих) денежных потоков, генерируемых объектом оценки к моменту определения стоимости актива (объекта оценки).

Согласно этому методу теоретическая стоимость предприятия зависит от трех параметров: ожидаемых денежных поступлений (CF), продолжительности периода прогнозирования и ставки дисконтирования.

Основной параметр для оценки стоимости акций – это поток дивидендов, для облигаций – купоны и номинал, для инвестиционных проектов – ожидаемая отдача (доходность) на вложенный капитал и др. В зависимости от вида актива, параметр времени может иметь ограниченный (облигации) и неограниченный (предприятие, акции) горизонт прогнозирования. Последний параметр, наиболее существенный, определяется инвестором исходя из доходности альтернативных вариантов вложения капитала. Например, может рассчитываться исходя из процента по государственным облигациям и надбавки за риск [1, 2].

Модель дисконтирования свободных денежных потоков (FCF) как наиболее популярная в настоящее время и часто применяемая украинскими оценщиками, представлена как в фундаментальных работах по теории финансов и финансового менеджмента, так и в специализированной литературе, посвященной проблемам оценки фундаментальной стоимости собственного капитала компаний [5].

Понятие экономической добавленной стоимости (EVA), являющееся еще одним практическим инструментом управления стоимостью компании, эквивалентно понятию экономической прибыли, которое было предложено А. Маршаллом еще в 1890 году. Он определил, что нормальная прибыль – это прибыль, необходимая для удержания предприятия в бизнесе в долгосрочном периоде (или минимальный доход на инвестиции акционеров), а экономическая прибыль – это любой доход сверх нормальной прибыли [6].

Концепция предполагает, что бизнес будет прибыльным в экономическом смысле, только в том случае, если он будет приносить доходность большую, чем требуемая инвесторами норма доходности.

Для расчета добавленной экономической прибыли могут быть представлены финансовые показатели рентабельности активов компании (ROA) или рентабельности собственного капитала (ROE). Здесь используются традиционные формы финансовой отчетности, однако в них, как правило, величина чистой операционной прибыли и чистых активов бизнеса требует корректировки. Цель вносимых поправок состоит в том, чтобы показатель NOPAT отражал абсолютный, а не приростной подход к оценке эффективности фирмы.

Главным преимуществом концепции экономической добавленной стоимости как инструмента является определение цели: компенсировать совокупные затраты на инвестиционный капитал, т.е. эффективное использование ресурсов, в отличие от стандартной задачи максимизации прибыли, которая

может быть достигнута без учета эффективности использования ресурсов. Концепция добавленной экономической прибыли часто используется в качестве инструмента эффективности подразделений компании вместо понятия чистой прибыли, поскольку дает возможность учесть не только конечный результат – размер полученной прибыли, но и то, какой ценой этот конечный результат был получен – какой объем капитала был использован. Реализация стратегии компании определяется спецификой компании, особенностями менеджмента и организацией бизнес-процессов. Реализация стратегии требует от менеджера умения инициировать необходимые изменения в организации, мотивировать работников, развивать ключевые компетенции и организационные возможности, непрерывно улучшать бизнес-процессы, создавать корпоративную культуру, достигать поставленных в компании целей. Поскольку концепция EVA может использоваться в компании для выстраивания системы показателей реализации целей компании, то на ее основе возможно выстраивание системы поощрений и мотивирования менеджеров для поддержки реализации стратегии компании. Таким образом, создается система поощрения менеджеров за результат с учетом понесенных затрат на достижение установленных показателей, а не за исполнение должностных инструкций. Показатели добавленной стоимости, на которых основывается поощрение, связываются с успешной реализацией стратегии и высокой эффективностью компании.

Таким образом, общая стоимость предприятия может быть получена как дисконтированием свободных потоков наличности, так и дисконтированием потоков EVA с добавлением инвестированного капитала, поскольку стоимость компании зависит как от уже инвестированного капитала, так и от будущей доходности компании, следовательно, только подход к расчету общей стоимости компании является отличным в рассматриваемых моделях.

При этом подход, основанный на определении добавленной экономической стоимости, имеет ряд практических преимуществ, в частности, его использование не требует внедрения каких-то новых, особенных систем учета и финансовой отчетности, достаточно использовать стандартный отчет о прибылях и убытках и бухгалтерский баланс с некоторыми корректировками данных. Кроме того, неоспоримым преимуществом данного метода является то, что менеджеры получают свое вознаграждение на основе фактических достижений за каждый отчетный период, а не на основе прогнозных данных как в методе SVA. А при условии финансовой стабильности компании минимизируется и риск того, что максимизация показателя добавленной экономической стоимости может достигаться в ущерб показателям долгосрочного периода. Следовательно, этот подход может рассматриваться как внутренний инструмент управления в компании.

Использование показателя добавленной экономической прибыли гарантирует, что средняя рентабельность капитала не будет меньше издержек его обслуживания, поскольку компания, решая задачу максимизации экономической прибыли, будет привлекать дополнительный капитал только до тех пор, пока предельная отдача от последней единицы капитала не сравняется с альтернативной стоимостью этой единицы. В то время как при использовании концепции бухгалтерской прибыли компания будет привлекать дополнительный капитал, стремясь максимизировать чистую бухгалтерскую прибыль, пока она не перестанет расти, при этом средняя рентабельность капитала может оказаться как выше, так и ниже его альтернативной стоимости.

Однако показатель добавленной экономической стоимости не лишен недостатков, в частности его применение ограничивается оценкой уже существующего бизнеса и его направлений, перспективы которого могут быть спрогнозированы с высокой степенью точности, метод становится менее полезным для оценки быстрорастущих и новых предприятий.

Развитием подхода экономической добавленной стоимости является разработка инструмента мониторинга изменений стоимости бизнеса – показатель рыночной добавленной стоимости (market value added - MVA), который представляет собой разницу между стоимостью предприятия и инвестированным капиталом. Однако использование рыночной добавленной стоимости имеет ряд ограничений. Его не возможно использовать по отношению к любой компании, поскольку концепция MVA использует рыночную стоимость акций, и, следовательно, может быть рассчитана только для тех компаний, акции которых торгуются на фондовой бирже. Кроме того, концепция MVA может быть применена только ко всему бизнесу в целом, а не к отдельным бизнес-единицам [1, 3, 5].

Как правило, концепция экономической добавленной стоимости, так же как и метод анализа ценности бизнеса для акционеров предназначена для внутреннего использования менеджерами при принятии управленческих решений, в то время как концепция рыночной добавленной стоимости предназначена для инвесторов. Кроме того, концепция добавленной экономической стоимости может применяться в стратегическом планировании, ценообразовании производимой продукции и оказываемых услуг, оценке деятельности и системы мотивации руководящего персонала – менеджеров.

При принятии стратегических решений по формированию портфеля проектов или направлений бизнеса использование концепции добавленной экономической прибыли целесообразно по сравнению со стандартным подходом использования показателя рентабельности капитала или разности показателей рентабельности капитала и лимитирующей нормы доходности в силу того, что позволяет избежать проблемы недостаточного инвестирования капитала, т.е. рассматривать не только проекты (направления

бизнеса), который приносит сверхприбыль, но и те, которые обеспечивают положительную экономическую прибыль.

Существует еще один подход к управлению стоимостью компании на основе модели Ольсона (Edwards-Bell-Ohlson valuation model, EBO). Модель относится к так называемым моделям «остаточного» дохода и ее основная формула представляет собой модель оценки стоимости предприятия.

Указанная модель позволяет использовать преимущества доходного и имущественного подходов. Согласно модели Ольсона стоимость компании выражается через приведенную стоимость ее чистых активов и дисконтированный поток «сверх»-доходов (отклонений прибыли от средней величины по отрасли).

Подход, используемый в модели Ольсона, тесно связан с концепцией добавленной экономической прибыли, поскольку обе концепции основываются на представлении об «остаточной прибыли» – прибыль компании за вычетом ожидаемого уровня доходности. Поток «остаточных» доходов равен разности между ожидаемым потоком чистой прибыли и рядом представляющим ее «нормальные» ожидаемые значения. [7]

Достаточно часто методы, связанные с дисконтированием прибыли или свободных денежных потоков, игнорируют большую часть информации о стоимости компании, содержащейся в бухгалтерском балансе, в результате чего рыночная стоимость компании оказывается «растянутой» во времени, а значительная часть формирующих ее денежных потоков выходит за рамки прогнозного периода и вычисляется как продленная стоимость, однако увеличение горизонтов планирования снижает точность, а значит, при большом горизонте планирования снижается точность оценки стоимости компании в целом.

Использование модели Ольсона оказывается менее подверженным этому эффекту за счет того, что в ней значительный вес имеют реально вложенные в компанию инвестиции – ее чистые активы, а прогнозируется только та часть денежного потока, которая действительно увеличивает стоимость компании – «остаточная» прибыль.

По сути, в модели Ольсона единственной прогнозируемой величиной является разность между показателем рентабельности собственного капитала и ожидаемой нормы доходности на вложенный капитал. Процент превышения рентабельности акционерного капитала над ее среднеотраслевым уровнем, являясь величиной относительной, представляется менее сложным объектом для прогнозирования, чем абсолютная величина денежных потоков компании, что, безусловно, повышает итоговую точность оценки компании.

**Выводы.** Подводя итоги сказанного, можно сказать, что стоимость компании признается одним из основных показателей ее состояния, который должен постоянно отслеживаться и не существует единого и правильного инструмента управления стоимостью предприятия. Рассматриваемые модели и подходы к управлению стоимостью, не позволяют сделать однозначный выбор для принятия управленческих решений из-за отсутствия четко обоснованного критерия оптимизации рыночной стоимости. Однако оценивая стоимость и принимая стратегические решения про дальнейшие перспективы хорошо использовать концепцию экономической добавленной стоимости и концепцию рыночной добавленной стоимости, т. к. в совокупности обе представляют собой ценность как для внутреннего, так и внешнего управления развитием компании.

### Литература

1. Коупленд Т. Стоимость компании: оценка и управление / Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Т. – М. : Олимп-Бизнес, 2002. – 565 с.
2. Валдайцев С. В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия / Валдайцев С. В. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 720 с.
3. Ван Хорн Дж. Основы финансового менеджмента / Ван Хорн Дж., М. Вахович Дж. – М. : Вильямс, 2001. – 465 с.
4. Герасимов Н. Н. Применение модели Ольсона в оценке стоимости компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
5. Бригхем Ю. Финансовый менеджмент: Полный курс / Бригхем Ю., Гапенски Л. – СПб., 2007. – 457 с.
6. Маршалл А. Принципы экономической науки : в 3 т. / Маршалл А. – М. : Прогресс-Универс, 1993. – 1078 с.
7. [www.publichi-audit.ru](http://www.publichi-audit.ru)

Надійшла 19.08.2011

## ЛІЗИНГ В СИСТЕМІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБІГОВИХ КОШТІВ ТА АКТИВІВ

*Визначено місце лізингу в системі ефективного управління обіговими коштами підприємств. Проаналізовано особливості здійснення операцій пайового та непрямого лізингу. Запропоновано підходи до класифікації видів та форм лізингу. Обґрунтовано перспективи застосування лізингу виробниками технічних засобів*

*The place of leasing in the effective management of working capital. The features of the operations unit and indirect leasing. Approaches to the classification of species and forms of leasing. The perspectives of application of leasing hardware manufacturers*

*Ключові слова: лізинг, обігові кошти, активи, управління ефективністю підприємства.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** У країнах з найвищим рівнем розвитку та високим інституційним забезпеченням масштаби залучення обігових коштів та активів повністю покривають потреби господарської діяльності. Швидкі темпи зростання обсягів виробництва супроводжуються нестачею власних ресурсів. На відміну від традиційних методів здійснення фінансово-розрахункових операцій, серед яких переважають платежі за "вимогою-дорученням", отримати додатковий приріст можливо виключно за рахунок використання інноваційних методів в управлінні фінансовими потоками. До нових методів на сучасному етапі розвитку економіки належать лізинг, факторинг та контокорентний кредит.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам підвищення ефективності управління обіговими коштами та активами присвячені праці таких відомих вчених, як В. Андрейчук, С. Барнгольд, П. Буніч, А. Бірман, О. Василик, О. Гальчинський, В. Гриньова, О. Грицай, А. Ковальова, О. Стоянова, М. Чумаченко та ін. що дало змогу сформулювати основні засади ефективного управління та інструменти, що його забезпечують. Водночас, світовий досвід дає підстави вважати, що перелік інструментів управління ефективним використанням обігових коштів та активів може бути розширений за рахунок фінансових інновацій, серед яких провідне місце займає лізинг основних засобів промислових підприємств.

**Невирішені частини проблеми.** Головною вадою сучасного етапу управління обіговими коштами підприємств є неспроможність вітчизняними підприємства перейняти світовий досвід застосування інноваційних фінансових інструментів, таких як лізинг чи факторинг.

**Постановка завдання.** Визначити місце та роль лізингу в системі інструментів ефективного управління обіговими коштами та активами.

Основний матеріал дослідження. Лізинг як форма оптимізації фінансових потоків представляє інтерес для підприємств з двох сторін:

- по-перше, отримання за лізинговою схемою основних засобів знижує навантаження на обмежені фінансові ресурси підприємства, сприяє зростанню ліквідності та платоспроможності;
- по-друге, застосування лізингової схеми збуту товарів забезпечує підприємству стале зростання грошового потоку та подолання проблем нестачі обігових коштів.

Друга складова, на наш погляд, більш важлива та потребує запровадження на підприємствах. По суті лізинг – це комплекс майнових та економічних відносин, що виникають у зв'язку з придбанням у власність майна та наступної його передачі в тимчасове користування за встановлену плату.

Суть лізингу полягає в тому, що прибуток компанії приносить не право власності на майно, а право користування таким майном. Лізинг не потребує термінового початку платежів, що дозволить без різкої фінансової напруги оновити виробничі фонди лізингодержача, придбати дороге обладнання та користуватись ним, а для виробника забезпечує сталий приплив виручки.

На цьому етапі дослідження слід відмітити, що у процесі розвитку лізингових відносин виявився ряд переваг фінансування основних засобів виробництва у формі лізингу перед традиційним фінансуванням за рахунок довгострокового банківського кредиту. Переваги лізингових операцій відчувають всі учасники лізингу.

Для виробника технічних засобів лізинг відкриває перспективи [1, с. 72–73]:

1) Створюються передумови для скорочення витрат на рекламу, аналіз ринку, пошук споживачів (коли між ними і лізинговою компанією встановлені і відпрацьовані постійно діючі зв'язки). Тут за виробника все це робить лізингова компанія, а він може сконцентрувати свої зусилля, в тому числі фінансові, на розв'язання виробничих задач зі зниження собівартості продукції.

2) В особі лізингової компанії виробник знаходить постійного оптового споживача, готового заплатити стовідсоткову вартість замовлення одразу.

3) З'являється можливість до списку потенційних користувачів обладнання тих споживачів, які через нестачу власних грошових коштів або у зв'язку з відсутністю можливості отримати необхідну суму в кредит, виявився б поза межами його економічних інтересів, тобто позбавили б його потенційного прибутку.



4) Отримується можливість перекласти на лізингову компанію незадоволення споживача, що викликано поломкою обладнання внаслідок невмілої експлуатації або поганого обслуговування.

Існують і інші переваги. Отримавши майно в лізинг, лізингоодержувач зможе більш ефективно використати власні кошти. Використання власних коштів на придбання основних фондів економічно не виправдано ні за вартістю, ні за строками.

Дилема отримання основних засобів за власні чи залучені ресурси, як показує практика розвинених країн вирішується на користь лізингу, тобто залучених коштів [2]. Для цього існує кілька суттєвих причин та передумов. Зокрема, зростання конкуренції на національному ринку, розширення світових ринків в умовах глобалізації вимагає адекватного нарощення обсягів господарських операцій. Як наслідок – гостра потреба нарощення обігових коштів та активів поточної господарської діяльності. Вилучення з обігу фінансових ресурсів на оновлення основних засобів та нарощення виробничо-господарських потужностей призводить до зниження конкурентоспроможності. Тому, такий крок є небажаним, і обирається за відсутності фінансових інститутів – лізингових компаній. Застосування лізингової схеми забезпечення основними засобами можна прирівняти до умовного вивільнення та формування резервів обігових коштів. Останні, з урахуванням вищої вартості короткотермінових кредитів, за умов залучення на розширення діяльності, об'єктивно слугує підвищенню ефективності управління обіговими коштами та активами.

В деяких країнах лізингове майно може не обліковуватись на балансі лізингоодержувача, що не збільшує активи такого лізингоодержувача та відповідно не погіршує показники ліквідності останнього за рахунок змін співвідношення поточних та довгострокових активів, також відсутня база для сплати податку на майно, якщо такий існує тощо.

Також, в деяких країнах існують певні податкові пільги (стимули) для розвитку лізингу, що призводить до податкової оптимізації діяльності як лізингодавця, так і лізингоодержувача.

Відносини, що виникають у зв'язку з договором лізингу, регулюються положеннями Цивільного кодексу України про лізинг, найм, купівлю-продаж, поставку з урахуванням особливостей, що встановлюються Законом про "Фінансовий лізинг" від 11.12.2003 р. №1381-IV (1381-15).

Відповідно до чинного законодавства виокремлено наступні форми лізингу [3, с. 28]:

1) зворотній лізинг – це договір лізингу, який передбачає набуття лізингодавцем майна у власника і передавання цього майна йому у лізинг;

2) пайовий лізинг – це здійснення лізингу за участі суб'єктів лізингу на основі укладання багатостороннього договору та залучення одного або кількох кредиторів, які беруть участь у здійсненні лізингу, інвестуючи свої кошти (рис. 1).

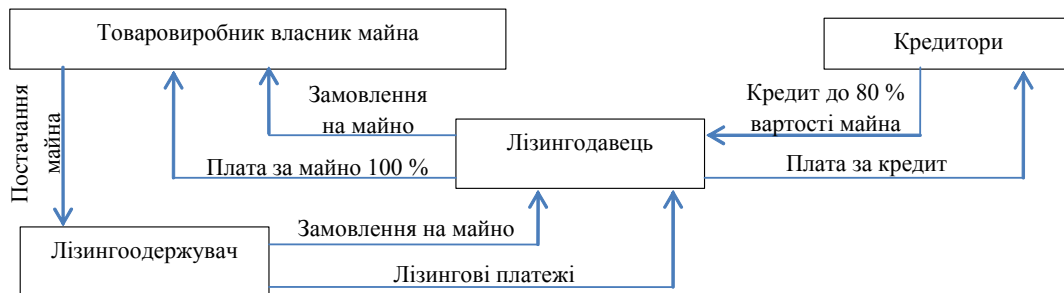


Рис. 1. Схема операцій пайового лізингу [складено на основі: 1, с. 47–54; 3, с. 37–45]

Такий вид фінансування купівлі майна для лізингу дає змогу виробнику здійснювати великі й дорогі проекти, розширювати діяльність.

Разом з вказаними перевагами існує і ряд проблем у формуванні збутових систем підприємств на основі лізингу. Названими у вітчизняному законодавстві формами лізингу не вичерпується багатоманітність лізингових угод. Аналіз використовуваних у світовій практиці форм лізингу та найуживаніших відмінних ознак їх характеристики дає змогу здійснити загальну класифікацію видів та форм лізингу (табл. 1).

Непрямий лізинг становить класичну лізингову угоду, в якій беруть участь три або більше суб'єкти підприємницької діяльності. Класична схема непрямого лізингу представлена на рис. 2.

Учасниками класичної угоди є лізингодавець / лізингова компанія, або банк чи інший суб'єкт підприємницької діяльності, який займається лізинговим бізнесом, лізингоодержувач (рентер) та продавець майна чи його безпосередній виробник. Учасниками багатосторонньої угоди непрямого лізингу можуть бути банки, інші кредитори, які надають кредити лізингодавцю на купівлю лізингового майна.

В умовах нерозвинутого ринку споживач матиме певні труднощі. Він може і не знати, де можна отримати обладнання. Тому з самого початку змушений буде звертатися до лізингової компанії з проханням визначити йому постачальника, а це вже консультація, додаткові витрати лізингової компанії, за що необхідно платити. Разом з тим, досліджуваним підприємствами це перетворюється у додатковий канал дистрибуції.

Класифікація видів та форм лізингу [1, с. 27–35; 3, с. 25–28]

Класифікаційна ознака	Види лізингу		
	Прямий	Зворотний, або ліз-бек	Непрямий
1. Склад учасників лізингової угоди	Прямий	Зворотний, або ліз-бек	Непрямий
2. Об'єкт лізингу	Рухомого майна	Нерухомого майна	Виробничих комплексів, або проєкт-ліз
3. Обсяг послуг з обслуговування майна	Чистий лізинг, або нет-ліз	Із частковим сервісним обслуговуванням, або Tail-Ser vice-leasing	Із повним сервісним обслуговуванням — «мокрый» лізинг або Full-Service-leasing
4. Рівень окупності об'єкт та лізингу	Капітальний (фінансовий) з повною окупністю Finance Leasing	Оперативний із частковою до 90 % окупністю «Operati ve Leasing»	Нормативний (дійсний) із частковою окупністю та опціоном на викуп
5. Термін використання об'єкта лізингу	Довгостроковий — строковий — рентера	Середньостроковий хайринг (hiring)	Короткостроковий рентинг (renting)
6. Сектор ринку	Національний (внутрішній)	Міжнародний — експорт-ний, імпорнтний, транзитний	Спеціальний
7. Характер лізингових платежів	Грошовий	Компенсаційний	Змішаний
8. Тип майна	«З перших рук» — «First — Hand — leasing»	Вживаного майна «секонд-хенд» — «Second — Hand — leasing»	Револьверний
9. Спосіб фінансування	Власні кошти	Залучені кошти — пайовий	Роздільні кошти — груповий Leveraged leasing
10. Ініціатор лізингової угоди	Лізинг рентера — звичайний лізинг	Хай ринг — лізинг виробника	Рентинг — лізинг лізингодавця

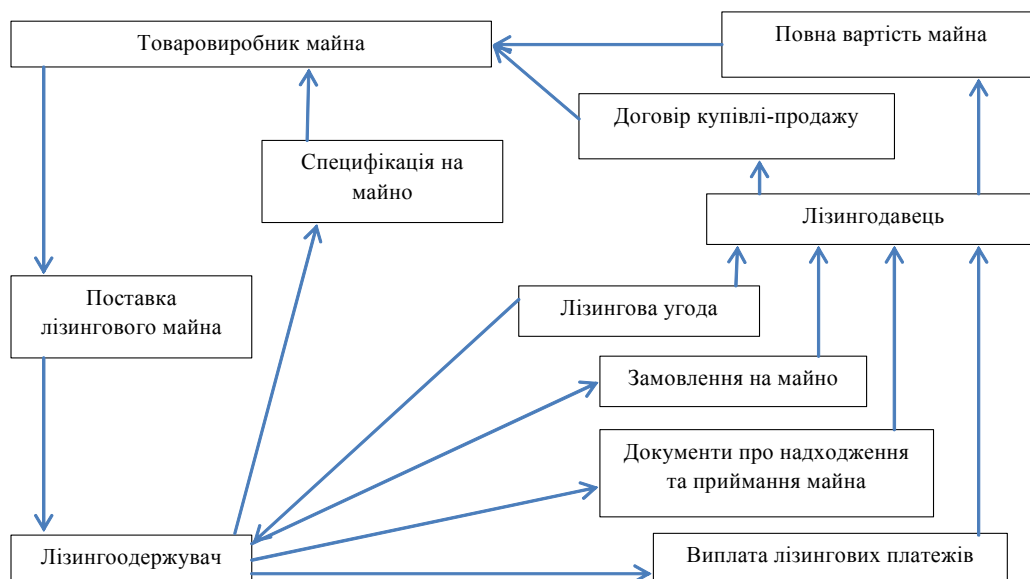


Рис. 2. Схема операцій непрямого лізингу [складено на основі: 1, с. 73–74, 3, с. 56–60]

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Об'єктивна необхідність нарощення господарської діяльності за обмежених фінансових ресурсів вимагає від сучасних підприємств пошуку інноваційних фінансових інструментів управління обіговими коштами. Серед широкого кола такого роду фінансових інструментів, чільне місце, на сучасному етапі слід віднести лізингу, як способу нарощення виробничих потужностей та оновлення основних засобів, що не призводить до вилучення з господарського обігу значної частини обігових коштів та високоліквідних активів, та як наслідок сприяє нарощенню конкурентоспроможності та ефективності.

Перспективи подальшого дослідження слід намітити у напрямку вироблення рекомендацій вітчизняним підприємствам з вибору оптимальних схем лізингових операцій.

### Література

1. Загородній А. Г. Планування та організація оновлення основних засобів на засадах лізингу : [монографія] / А. Г. Загородній, Н. Є. Селюченко. – Львів : ЛБІНБУ, 2002. – 143 с.
2. Гур'єва Я. В. Обігові кошти та резерви підвищення ефективності їх використання : автореф. дис-ції на здобуття наук. ступеня к. е. н. ; спец. 08.04.01. Фінанси, грошовий обіг і кредит / Гур'єва Я. В. – Х. : Харківський національний ун-т ім. В.Н. Каразіна, 2000. – 18 с.
3. Фомин П. А. Проблемы структуризации финансовых потоков в реальной экономике России : [монография] / Фомин П. А. – М. : Высшая школа, 2000. – 158 с.

Надійшла 15.08.2011

УДК 339.178.3:339.187.6:631.11

О. В. РАДКІВСЬКА, О. Л. РУДА  
Вінницький національний аграрний університет

## ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ФАКТОРИНГОВИХ ТА ЛІЗИНГОВИХ РОЗРАХУНКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

*В статті розкрито особливості здійснення безготівкових розрахунків сільськогосподарськими підприємствами. Здійснено характеристику таких видів розрахунків сільськогосподарських підприємств, як факторинг та лізинг. Висвітлено основні проблеми ринку факторингових та лізингових послуг.*

*The article exposed the clearing of farms. An description of these kinds of calculations farms as factoring and leasing. The main problems of the factoring and leasing services.*

*Ключові слова: факторинговий розрахунок, лізинговий розрахунок, безготівковий розрахунок, сільськогосподарські підприємства.*

**Вступ.** В сучасних умовах одним з найдинамічніших секторів української економіки є банківський, який демонструє високі кількісні темпи зростання масштабів своєї діяльності та істотний вплив на всі ланки економічної системи. Важливе значення в розвитку економіки України та АПК в цілому мають відносини сільськогосподарських підприємств з банківськими установами. Особлива увага в цьому випадку приділяється здійсненню безготівкових розрахунків сільськогосподарськими підприємствами.

**Мета дослідження.** Метою статті є дослідження особливостей здійснення безготівкових розрахунків сільськогосподарськими підприємствами за участю банківських установ та висвітлення основних проблем, які виникають під час здійснення факторингових та лізингових розрахунків.

**Аналіз літературних джерел з даної тематики.** Проблеми проведенню безготівкових розрахунків присвячено праці багатьох вчених. Питання операцій факторингу неодноразово розглядалися у працях М. Білик, Л. Буряка, О. Терещенка, Я. Милейко, А. Поплюймо. Вивченню питань щодо проведення безготівкових розрахунків сільськогосподарськими підприємствами займалися також такі вчені, як М.Л. Дем'яненко, П.А. Лайко.

**Постановка завдання.** Для досягнення мети дослідження були поставлені такі завдання:

- надати коротку характеристику безготівковим розрахункам;
- проаналізувати особливості здійснення операцій з факторингом;
- з'ясувати вплив лізингу на розвиток матеріально-технічної бази сільськогосподарського підприємства;
- визначити основні проблеми, які виникають під час проведення безготівкових розрахунків сільськогосподарськими підприємствами;
- запропонувати можливі шляхи вирішення проблем.

**Результати.** У процесі діяльності підприємства проводять розрахунки. Покупці розраховуються з постачальниками за продукцію (товари, роботи, послуги). Підприємства сплачують податки, збори та інші платежі до бюджету.

Кожне сільськогосподарське підприємство зобов'язане зберігати свої кошти в банківських установах на поточних рахунках. Поточний рахунок – це робочий рахунок підприємства, відкритий в установі банку для зберігання коштів та проведення операцій по рахунках підприємства. Рахунків може бути декілька, але при відкритті другого поточного рахунку підприємство повідомляє податкову інспекцію і самостійно визначає, який із них є основним для здійснення процесу безспірного списання. У зв'язку з цим між банківськими установами та сільськогосподарськими підприємствами виникають відносини. У процесі діяльності сільськогосподарські підприємства проводять розрахунки [7].

Безготівкові розрахунки – перерахування певної суми з рахунків платників на рахунки отримувачів

коштів, а також перерахування банками за дорученням підприємств і фізичних осіб коштів, внесених ними готівкою в касу банку, на рахунок отримувачів коштів.

Факторинг – це комплекс фінансових послуг, що полягають у передачі права вимоги коштів за поставлену продукцію або надані послуги банку (фактора) і одержанні постачальником негайної оплати. Факторинг впливає на зростання обсягів продажу сільськогосподарськими підприємствами товарів, робіт, послуг. Фактор, викуповуючи заборгованість дебіторів клієнта, надає йому такі послуги, як фінансування поставок з відстроченням платежу, покриття кредитних та процентних ризиків, управління дебіторською заборгованістю, інформаційне обслуговування клієнта тощо.

На початку 2010 р. торговельні мережі при укладанні нових договорів постачання на 2010 р. стали вимагати збільшення строку товарного кредиту, тому для підтримки поточної діяльності стали активніше використовувати можливості факторингового обслуговування. Новим клієнтам одержати факторингові послуги буде дуже складно і дорого (реальна ставка фінансування – 28–35% річних). У 2010 році ринок факторингових операцій складає близько 80 млрд грн [2].

Відносини між суб'єктами факторингу регулюються договором, у якому фіксуються взаємні зобов'язання і відповідальність сторін, плата за факторингове обслуговування, вид факторингу. Факторинг є вигідною операцією як для підприємств-постачальників, так і для покупців (табл. 1, складена автором).

Таблиця 1

**Переваги й недоліки факторингу для сільськогосподарських підприємств**

Умови факторингу	
Переваги	Недоліки
1. Простий і швидкий процес фінансування 2. Відсутність обмежень у розмірах фінансування 3. Досить тривалий період фінансування без укладання додаткових угод 4. Можливість вільного оперування коштів 5. Розподіл ризику неплатежу з компанією-фактором 6. Упевненість у партнерах-дебіторах	1. Низька поінформованість сільськогосподарських підприємств 2. Відсутнє законодавче регулювання обліку таких операцій 3. Висока плата за послуги 4. Складність пошуку потенційного фактора 5. Наявність цінового, кредитного ризиків та ризику ліквідності для фактора

З огляду на кризовий стан, специфіку виробництва та фінансування, погіршення стану розрахунків за дебіторською заборгованістю і необхідність прискорення розвитку сільськогосподарського підприємства також могли б використовувати факторинг як вид зовнішнього фінансування (рис. 1) [5].

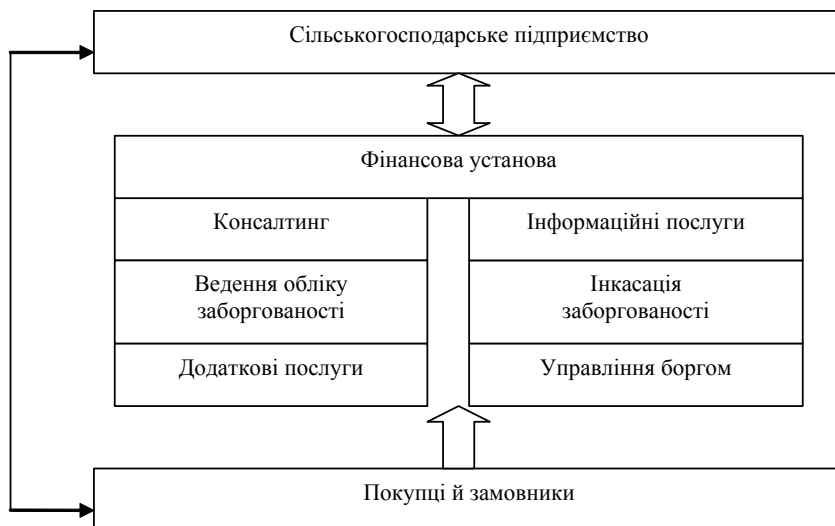


Рис. 1. Схема використання факторингу сільськогосподарським підприємством

Забезпечення сільськогосподарських товаровиробників технічними засобами є однією з актуальних проблем аграрного сектора. На сьогодні темпи зростання технічного забезпечення не повною мірою відповідають сучасним організаційно-технологічним вимогам сільськогосподарського виробництва. Формування розвитку лізингових відносин в аграрному секторі сприяє забезпеченню нових конкурентних позицій підприємств агропромислового комплексу [3].

Лізинг – довгострокова оренда обладнання, устаткування машин, що дає можливість без залучення власного капіталу оновити матеріально-технічну базу підприємства.

До реформування відносин власності й переходу до ринкової економіки сільське господарство України купувало щорічно 50–53 тис. тракторів, 9–10 тис. зернозбиральних, 2,0–2,1 тис. бурякозбиральних, 3,5–4 тис. кормозбиральних, 1,5–1,6 тис. кукурудозбиральних комбайнів, тисячі одиниць іншої сільськогосподарської техніки. Сьогодні в машинобудуванні для АПК функціонує 126 спеціалізованих підприємств, що виготовляють сільськогосподарську техніку та обладнання для переробних галузей. Зношеність основних фондів галузі – 80 %, а їх активної частини – 92 % [1].

Велике значення для розвитку сільськогосподарського підприємства має оновлення матеріально-технічної бази (рис. 2).

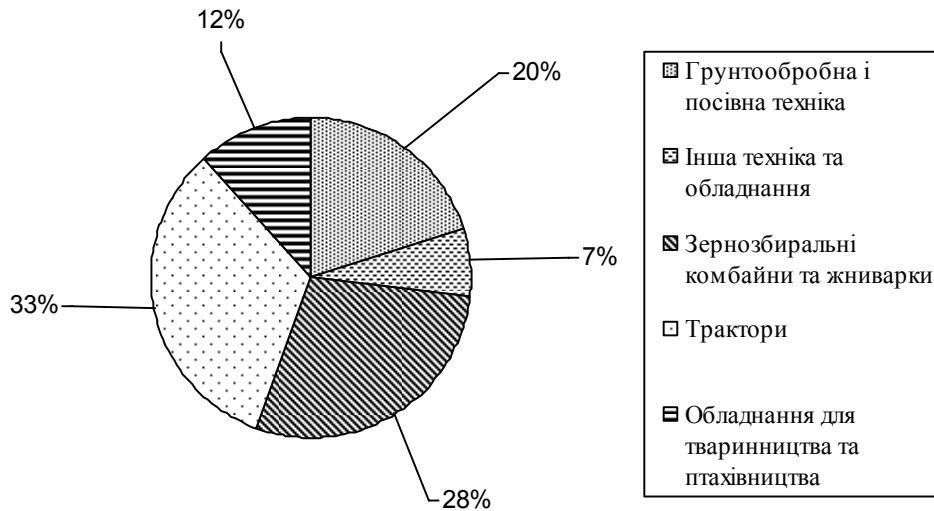


Рис. 2. Поставка техніки та обладнання на умовах фінансового лізингу в 2010 році (складено автором)

З метою подолання кризи в машинобудуванні для аграрного сектору необхідно сприяти переходу галузі на інноваційний розвиток.

Фінансовий лізинг в агропромисловому комплексі є вигідною формою діяльності для всіх учасників цього виду інвестицій – і селянам, і машинобудівникам. Необтяжливий він і для державного бюджету.

Для селян фінансовий лізинг дає можливість заощаджувати кошти для інвестування в інші більш ефективні види діяльності та/або придбавати техніку, вартість якої перевищує річні фінансові можливості [4].

Для машинобудівників фінансовий лізинг – захід, що сприяє нарощуванню обсягів виробництва, так як дозволяє на кожні 100 млн грн, наявних у сільськогосподарських товаровиробників коштів, придбати техніку на суму 260 млн грн, тобто збільшити валове виробництво підприємств сільгоспмашинобудування на 160 млн грн.

Додаткове виробництво техніки на 160 млн грн означає для машинобудівників:

- збільшення робочих місць на 2 тисячі;
- вирішення соціальних проблем виробничих колективів;
- збільшення потенційних можливостей для оновлення матеріально-технічної бази підприємств;
- гарантію передоплати виготовленої продукції;
- можливість використання лізингодавців, як партнерів у створенні дилерської мережі.

Для державного бюджету фінансовий лізинг є необтяжливим заходом, тому що з кожних 100 млн грн видатків на фінансовий лізинг отримано надходжень:

- у перший рік видатків – 54,45 млн грн;
- у наступні 4 роки – 75 млн грн. Разом – 129,45 млн грн.

Ситуацію в сільському господарстві й машинобудуванні можна окреслити так:

- потреба сільського господарства у придбанні технічних засобів механізації праці – 15–20 млрд грн, а купівельна спроможність – 2,5 млрд грн;
- виробничі потужності сільськогосподарського машинобудування – 9–10 млрд грн, а фактичне завантаження виробничих потужностей, обумовлене купівельною спроможністю селян, – 2,5 млрд грн.

Тобто у селян немає можливостей збільшити купівельну спроможність, а у машинобудівників – завантажити свої потужності [6].

**Висновки.** У сільському господарстві доцільно застосовувати факторингові операції, ширше запроваджувати лізинг як один з ефективних методів кредитування сільськогосподарських підприємств в умовах їх недостатнього забезпечення сільськогосподарською технікою. Розвиток лізингових операцій вимагає зростання рівня довіри в обох сторін кредитного процесу. З метою подолання кризи в машинобудуванні для аграрного сектору необхідно сприяти переходу галузі на інноваційний розвиток. В

сучасних умовах інноваційний шлях розвитку повинен розглядатися як оптимальний засіб реструктуризації виробництва, пріоритетної підтримки інноваційної конкурентоспроможної сільськогосподарської техніки та технології на внутрішніх і зовнішніх ринках. Для подальшого розвитку факторингу на вітчизняному ринку необхідне прийняття заходів законодавчо-нормативного характеру стосовно регламентування здійснення факторингових операцій, а саме стосовно факторингових операцій як об'єкта оподаткування ПДВ.

### Література

1. Витвицька О. Д. Розвиток ринку сільськогосподарської техніки / О. Д. Витвицька, М. С. Даценко // Економіка АПК . – 2010. – № 10. – С. 103–108.
2. Даценко О. І. Ринок факторингових послуг: проблеми розвитку та перспективи / О. І. Даценко // Фінансовий ринок України. – 2010. – № 9. – С. 20–23.
3. Дмитренко Д. Г. Проблематика українського села в контексті забезпечення сільськогосподарських товаровиробників необхідною технікою на прикладі діяльності національної акціонерної компанії «Укragenrolizing» / Д. Г. Дмитренко // Економіка АПК. – 2010. – № 6. – С. 49–52.
4. Корнійчук Г. В. Лізинг в сільськогосподарських відносинах / Г. В. Корнійчук // Последните научни постижения – 2010. – 2010. – том 1. – С. 5–9.
5. Масловська Л. Ц. Операції факторингу в управлінні дебіторською заборгованістю сільськогосподарських підприємств / Л. Ц. Масловська, І. В. Абрамова // Фінанси України. – 2010. – № 6. – С. 100–107.
6. Сисоєва Л. Ю. Взаємодія лізингових компаній з банківськими установами щодо інвестиційного забезпечення відтворення економіки / Л. Ю. Сисоєва // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 4. – С. 96–99.
7. Сук Л. Форми розрахунків / Л. Сук // Бухгалтерія в сільському господарстві. – 2010. – № 17. – С. 35–44.

Надійшла 16.08.2011

УДК 336.66

Л. В. ОЛІЙНИК

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

## УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЯК ВІДКРИТОЮ СИСТЕМОЮ В УМОВАХ КОНВЕРГЕНЦІЇ У РИНКОВІ ІНСТИТУТИ

*Узагальнено проблеми та підходи до управління промисловими підприємствами як відкритою економічною системою. Розглянуто залежність результатів функціонування суб'єктів господарювання від відкритості їх економічної системи, критерії та ознаки її класифікації*

*Various problems and approaches to the management of industrial enterprises as an open economic system. The relation of the results of businesses from opening their economies, criteria and elements of its classification*

*Ключові слова: відкрита економічна система, ринкові інститути, ресурси господарської діяльності, ринкова інфраструктура.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** Залучення господарських ресурсів та реалізація вироблених промислових продуктів перетворюють підприємство на відкриту економічну систему, в межах якої відбувається вплив ринкової кон'юнктури на характер та результати роботи суб'єктів господарювання. З огляду на механізм залучення ресурсів господарської діяльності та присутність на цільових ринках, підприємство перетворюється на відкриту залежну від зовнішнього середовища систему, що визначає актуальність управління нею з огляду на транспортний вплив ринкової кон'юнктури.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема управління підприємством як відкритою економічною системою набуває особливої актуальності в умовах динамічного розвитку ринкового середовища, зростаючою ентропією реакції цільових ринків та проблемами стагнації в умовах світової фінансової кризи. Натомість у вітчизняній науковій думці застосовують формальний підхід у визначенні засад управлінської політики, за якої до управлінських структур застосовують універсальне трактування системи як явища.

**Невирішені частини проблеми.** Незважаючи на формалізацію існуючих підходів проблемним на сучасному етапі залишається відсутність чіткого та повного розуміння впливу оточуючого середовища підприємства на результати його функціонування в умовах нагальних потреб залучення зовнішніх ресурсів в господарську діяльність.

**Постановка завдання.** Узагальнити проблеми та підходи до управління промисловим підприємством як відкритою економічною системою.

**Основний матеріал дослідження.** В умовах динамічного економічного відтворення, аналогічно як і на етапі зниження економічної активності помислові підприємства традиційно відчують обмеження ресурсів відтворення господарського потенціалу, розширення чи підтримання економічної активності. За відсутності необхідних ресурсів суб'єкти господарювання логічно спрямовують свої зусилля на ринок відповідних ресурсів, наприклад залучення інвестицій на фондових ринках, кредитних ресурсів у банківському секторі, основних фондів у лізингових компаній тощо [1, с. 229–230]. Водночас за широкого застосування ринкових інструментів та інститутів постає питання залежності від кон'юнктури фінансових, інвестиційних чи цільових збутових ринків, що ототожнюється зі зростанням відкритості підприємства, яке розглядається як економічна система.

Проблема функціонування підприємства, як відкритої економічної системи за змістовним наповненням зводиться до пошуку оптимальної межі між необхідністю залучити ресурси середовища та ймовірними наслідками – ризиками отримання втрат від надмірної відкритості за зміни економічної кон'юнктури. Очевидно, такого роду меже є здатність підприємства до самозбереження за умов нарощення його відкритості як системи. На цьому етапі аналізу варто звернутись до базових понятійних категорій, зокрема поняття підприємства, як відкритої системи, чи безпосередньо до категорії відкрита система. Серед найбільш поширених трактувань останньої можна зустріти – "система, яка перебуває в стані постійної взаємодії (обміну) зі своїм навколишнім середовищем" [2].

З точки зору наслідків зростання відкритості системи, з можливих форм взаємодії, серед яких, обмін інформацією або матеріальний трансфер, саме останній виступає об'єктом управління. Причина обрання матеріального обміну визначається його роллю і значенням для результатів виробничо-господарської діяльності промислових підприємств та сукупністю взаємопов'язаних підсистем. Водночас, за критерієм ефективності, управління матеріальними трансферами може досягнути поставленої мети, як і мати зворотні результати. Досягнення поставленої мети можливе виключно за умов адекватного сприйняття середовища підприємства, через що обмін інформацією виступає інструментом забезпечення ефектів матеріальних трансферів.

Альтернативою відкритій системі виступає закрита, для якої відсутня взаємодія (обмін). В сучасних умовах неможливо уявити наявність підприємств, що характеризуються як закрита система. Водночас ступінь відкритості / закритості, як критерій перетворюється в безпосередній об'єкт аналізу та оціночний показник наслідків взаємодії з ринковими інститутами.

В межах напрацьованих до цього часу положень слід виділити відмінні риси підприємств як відкритих економічних систем, зокрема:

- адаптивність – спроможність пристосовуватись до динамічних змін оточуючого середовища;
- формування цілей в межах системи;
- здатність протистояти ентропії;
- здатність до варіативної поведінки;
- унікальність поведінки в силу залежності від головного активу поведінки людей;
- змінність та стохастичність параметрів поведінки;
- здатність зберігати результативність та виконувати свою місію;
- інформаційна відкритість;
- обмеження граничних можливостей;
- поліструктурність – взаємопереплетіння, де кожний елемент включений в різні підсистеми з відповідним функціональним навантаженням;
- керованість – допустимість зміни функціонування в межах управлінських дій.

На цьому етапі можна достовірно стверджувати, що організації залежні від навколишнього середовища, зокрема ресурсів і споживачів. Слід пам'ятати, що за повної залежності від зовнішнього середовища, у підприємства відсутні засоби впливу на нього. Адекватна реакція досягається за рахунок інформаційного охоплення змін середовища. Кількість чинників зовнішнього середовища, що доводиться враховувати підприємству постійно зростає.

Не вдаючись в надмірну деталізацію елементів системи, що взаємодіють між собою та виступають областю прояву наслідків відкритості системи перед середовищем, слід звернути увагу на традиційне виділення у відкритій системі виробничої, фінансової та маркетингової підсистем. Виробнича функція охоплює дії пов'язані з виготовленням товарів чи наданням послуг, і відіграє роль ядра промислового підприємства. Виробничі цілі досягаються виключно за взаємодії з функціями маркетингу, фінансів та іншими допоміжними функціями. Фінансова підсистема виступає інструментом ресурсного забезпечення реалізації виробничої функції. Зокрема здійснює:

- підготовку кошторисів, бюджетів, наступного їх коригування;
  - економічний аналіз та оцінку інвестицій в устаткування, виробничі технології;
  - забезпечення необхідними фондами для своєчасного фінансування виробничого процесу;
- Маркетингова функція вступає інструментом досягнення господарських цілей шляхом:
- просуванні промислових продуктів;
  - реклами та ціноутворення;

- оцінки пріоритетів споживачів;
- формулювання комерційних завдань дизайнерам та проектувальникам.

Варто зазначити, що система підприємства неоднорідна за структурою, функціональним навантаженням, видами та формами взаємодії між елементами та з зовнішнім середовищем. Наявна диференціація формально описується класифікацією економічної системи підприємства (рис. 1).

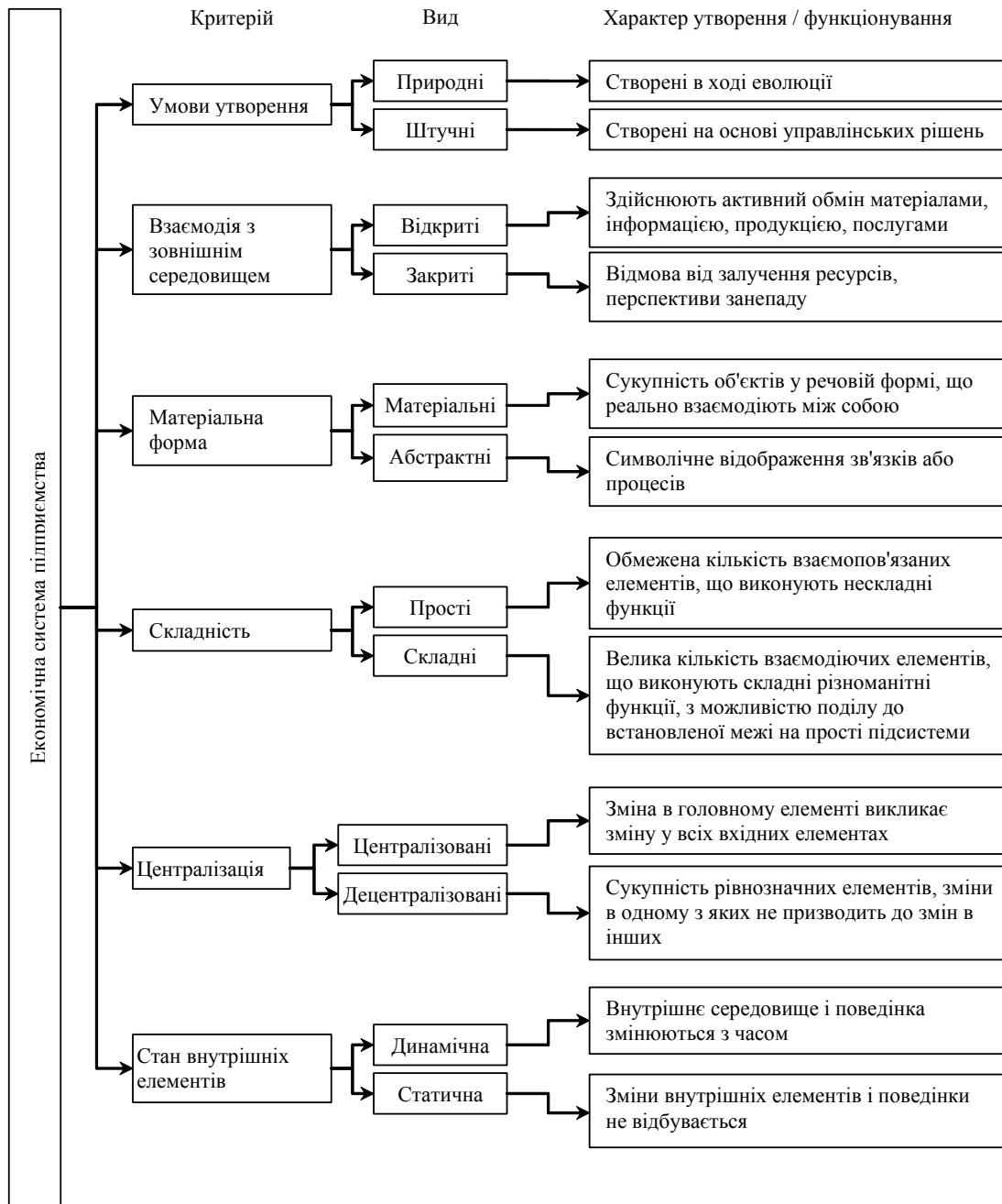


Рис. 1. Класифікація економічної системи підприємства [складено на основі: 2; 3, с. 33–35]

Властивості внутрішніх елементів системи, її взаємодія з зовнішнім середовищем оцінюються за допомогою аналізу типів зв'язків. Серед останніх, існуюча практика, виділяє функціональні, які в свою чергу поділяються на:

- матеріальні (трансфер матеріалів, енергії, результатів виробництва);
- інформаційні (формальні та неформальні потоки обміну інформацією).

В ході управління відкритою економічною системою підприємства завдяки системоутворюючим зв'язкам відбувається виділення об'єкта дослідження з оточуючого середовища. В умовах цілісної системи вплив на підприємство визначається передусім взаємодією внутрішніх чинників та меншою мірою визначається дією зовнішнього середовища. В свою чергу цілісність виступає ознакою інтегративності, здатності об'єднати елементи системи.



На додаток до вище приведених підходів до управління підприємством як відкритою економічною системою, слід згадати про обов'язкову впорядкованість в межах формування організаційних структур. Остання розглядається як сукупність якісних і кількісних складових елементів системи та способів їх взаємодії з метою забезпечення сталого функціонування. Дотримання мети досягається шляхом моніторингу змін між вхідними та вихідними параметрами з цільовою орієнтацією забезпечення рівноваги.

З іншої сторони, підприємство як відкрита економічна система функціонує в чітко визначених межах, що виступають межею між чинниками ендогенного та екзогенного впливу, і розвивається виключно за умов їх взаємодії. Зовнішнє середовище включає сукупність зовнішніх для системи об'єктів, які впливають на неї, або на які впливає підприємство. Як наслідок, в ході функціонування реалізується процес адаптації до вхідних та вихідних чинників зовнішнього середовища, що відбувається шляхом узгодження параметрів відкритої економічної систем підприємства з кон'юнктурою економічного розвитку.

**Висновки і перспективи подальшого дослідження.** Управління підприємством як відкритою економічною системою в умовах конвергенції у ринкові інститути перетворюється на сучасному етапі у пошук оптимальної, економічно обгрунтованої межі залучення ресурсів оточуючого середовища у господарський механізми суб'єкта господарювання. Необхідність застосування ринкових інститутів та інструментів в якості джерела формування господарських ресурсів визначається їх обмеженими обсягами в умовах динамічного економічного зростання, проблемою вимивання активів в період економічної кризи та економічної стагнації.

Результативність управління відкритою економічною системою підприємства визначається його спроможністю дотриматись критерії ефективності такого роду структур, і в першу чергу адаптивності – спроможності адекватно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури.

Перспективи подальших досліджень слід намітити в руслі визначення чинників та критеріїв ефективного управління відкритими економічними системами суб'єктів господарювання, механізмів реалізації управлінських завдань відкритої економічної системи, визначення місця і ролі ринкових інструментів та інститутів у побудові логістичних та збутових структур, формування фінансового партнерства з інвесторами та кредитними установами.

#### Література

1. Олійник Л. В. Управління ресурсами та активами підприємства в системі конвергенції господарської діяльності у ринкову інфраструктуру / Л. В. Олійник // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький. – 2010. – № 6. – Т. 3. – С. 228–231.

2. Відкрита система (теорія систем) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/>

3. Деркач М. М. Влияние институциональных факторов на переходные процессы в Украине / М. М. Деркач // Вісник Харківського державного політехнічного університету. Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : ХДПУ, 1999. – Вип. 86. – С. 32–36.

Надійшла 16.08.2011

УДК 65

С. О. КОВАЛЕНКО

Хмельницький національний університет

### МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

*Узагальнено перелік заходів оптимізації маркетингової діяльності промислових підприємств. Обгрунтовано оптимізацію маркетингових стратегій та маркетингової політики в умовах динамічних змін цільових ринків, формування виробничо-технологічного та ресорного потенціалів промислових підприємств.*

*General list of events marketing optimization industry. Grounded optimizing marketing strategies and marketing policies in terms of dynamic changes in target markets, the formation of industrial-technological and industrial potential springs.*

*Ключові слова: маркетингова політика, стратегічна діяльність, промисловий маркетинг, оптимізація маркетингової політики.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** Глобалізація світової економіки, швидкий технічний та технологічний розвиток, зростання національних ринків, регіональна економічна інтеграція, поглинання та об'єднання компаній, концентрація та кооперація виробництва, зростання конкуренції викликали зростання вимог до маркетингової політики і стратегічної діяльності промислових підприємств. Об'єктивно, саме стратегічна маркетингова діяльність на етапі динамічних змін навколишнього середовища виступає інструментом адекватної адаптації до економічних викликів та змін пріоритетів функціонування цільових ринків.

Сучасна практика діяльності промислових підприємств свідчить про необхідність зміни існуючих підходів до управління маркетинговими стратегіями. І, в першу чергу, актуальним залишається питання вдосконалення системи управління маркетингом та оптимізації комплексу маркетингу, стратегічної діяльності підприємств та маркетингової політики.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження проблем оптимізації маркетингових стратегій підприємств знайшло відображення в працях відомих зарубіжних та вітчизняних фахівців з економіки підприємства, управління маркетингом, стратегічного управління тощо. Зокрема теоретичні засади щодо стратегічного аналізу викладені в працях: І. Ансоффа О. Демянкової, В. Єфремова, Б. Карлоффа М. Портера М. Саєнка А. Стрікланда, А. Томпсона Д. Шенделя, Д. Хассі. Визначенню сутності, систематизації видів та основних етапів процесу вироблення управлінських рішень присвячені праці К. Балдина, С. Воробйова, В. Ланкіна, Н. Титової, В. Уткіна. С. Айвазян, О. Балкінд, Г. Клейнер, Ю. Соболев, В. Дикань, А. Дейнека, які дослідили специфіку, розробили класифікацію та проаналізували особливості прийняття стратегічних рішень.

**Невирішені частини проблеми.** Незважаючи на достатнє опрацювання теоретико-методологічних положень та вироблення практичних рекомендацій, на сучасному етапі актуальною і мало дослідженою проблемою залишається оптимізація маркетингових стратегій та місця маркетингової політики в системі оптимізації стратегічної діяльності підприємств.

**Постановка завдання.** Визначити місце маркетингової політики в системі оптимізації маркетингових стратегій промислових підприємств.

**Основний матеріал дослідження.** Традиційно маркетингова стратегія виступає системною основою, що закладає базу розвитку та функціонуванню промислового підприємства. Відповідно функціонального навантаження та цілей діяльності підприємство, як правило, послуговується сукупністю маркетингових стратегій, що охоплюють всі області його діяльності. Логічно, що на конкурентному підприємстві вибір маркетингових стратегій – першочергове управлінське завдання, якому передують вивчення цільових ринків. Отримавши в ході дослідження ринків відповіді стосовно предмету та місця реалізації промислових продуктів, маркетингова стратегія визначає механізм роботи на цільових ринках. Тобто стратегія виступає загальним планом діяльності.

З точки зору поставленого завдання маркетинг можна ототожнювати з постійним суперництвом за споживачів, ринки збуту, канали розподілу тощо. Відтак, маркетингову стратегію варто розглядати в якості концептуального плану завоювання ринком та його утримання, реалізації власних промислових продуктів.

На цьому етапі аналізу, слід зауважити, що сучасна практика виробила велику кількість маркетингових стратегій, які реалізуються відповідно ринкової кон'юнктури, де критеріями виступають кількісні та якісні показники стосовно характеру і особливостей продукту, його ринкових позицій, конкурентного статусу тощо.

В ході проведення оптимізації маркетингових стратегій варто пам'ятати, що їх вироблення та реалізація включають комплекс робіт згрупованих за відповідними етапами [1, с. 124–126; 2, с. 345]:

- оцінка сильних та слабких сторін організації;
- аналіз економічного та соціального впливу оточуючого середовища;
- вивчення суміжних ринків та продуктів-замінників;
- пошук перспективних ринкових ніш;
- вироблення конкурентних маркетингових стратегій;
- оцінка виробничого та маркетингового потенціалів;
- аналіз маркетингових планів;
- вироблення системи відносин зі споживачами;
- дослідження життєвого циклу продуктів та послуг;
- позиціонування продукту;
- розробка заходів стимулювання збуту.

Очевидно, що поточний етап реалізації маркетингової стратегії сформований відповідно приведеного комплексу робіт визначається характеристиками наданими на відповідних етапах проектування. Тому, очевидно що оптимізація передбачає як пошук максимального ефекту від сукупності реалізовуваних стратегій, так і подолання недоліків та помилок розробки і проектування.

З іншої точки зору, оптимізація перетворюється у формування оптимального портфелю стратегій. Портфель стратегій підприємства – по суті сукупність стратегічних одиниць бізнесу. Одним з ключових інструментів оптимізації виступає аналіз портфелю стратегій, результати якого слугують основою прийняття рішень щодо реструктуризації, використання можливостей, що відкриваються в середині фірми та в оточуючому середовищі.

Маркетингове управління стратегічним портфелем бізнесу вирішує наступні завдання [2, с. 426]:

- визначає позиції в стратегічних зонах господарювання;
- забезпечує бюджетування ресурсів між стратегічними зонами господарювання;
- визначає напрями розвитку стратегічних зон господарювання (від переважного розвитку до виключення із стратегічних одиниць бізнесу);

- визначає пріоритети розвитку стратегічних зон господарювання;
- зменшує стратегічну вразливість портфеля бізнесу;
- забезпечує рівновагу між довго- та короткотривалими маркетинговими стратегіями;
- реструктуризує підприємство.

Головним інструментом портфельного аналізу виступає побудова двовимірних матриць, за якими порівнюють стратегічні одиниці бізнесу за критеріями темпів росту реалізації, конкурентної позиції, стадії життєвого циклу, частки ринку, привабливості секторів тощо. Найбільш поширеними методами портфельного аналізу є матриця Бостонської консультативної групи, Матриця McKinsey – General Electric, Матриця Arthur D. Little, Матриця Ансоффа та тривимірна схема Абея, Діловий комплексний аналіз (PIMS).

За результатами портфельного аналізу виробляється комплекс базових рішень досягнення генеральної мети, власних можливостей, інших факторів навколишнього середовища стратегічного маркетингу.

Традиційно при визначенні напрямів оптимізації, слід пам'ятати, що маркетингова стратегія має дві основні опорні точки: цільовий ринок і продукт.

З огляду динамічні зміни цільових ринків, поглиблення глобалізації, вступ України до СОТ, домінування світової фінансової кризи, перелік чинників, що визначають формування маркетингових стратегій та їх подальшу оптимізацію, постійно зростає. Водночас з безлічі існуючих, при оптимізації маркетингових стратегій варто орієнтуватись на чотири основні групи факторів [3, с. 192–193]:

1. Ринкові тренди визначені тенденціями формування попиту та оточуючого середовища (попит, пріоритети споживачів, система просування товару, нормативно-правове забезпечення, ринкова кон'юнктура, територіальне розміщення).
2. Конкурентні тенденції, основні конкуренти, конкурентні стратегії, інноваційні стратегії.
3. Ресурсний потенціал та менеджмент ресурсів, конкурентний статус.
4. Концепція власного розвитку, глобальні цілі та завдання в стратегічних зонах господарювання.

З точки зору належності до середовища, оптимізаційні плани підприємства варто структурувати за внутрішніми та зовнішніми факторами. Внутрішні фактори визначають спроможність підприємства відповісти на виклики цільових ринків, і становлять комплекс характеристик, серед яких, ноу-хау, технології виробництва, інноваційний потенціал тощо (рис. 1).

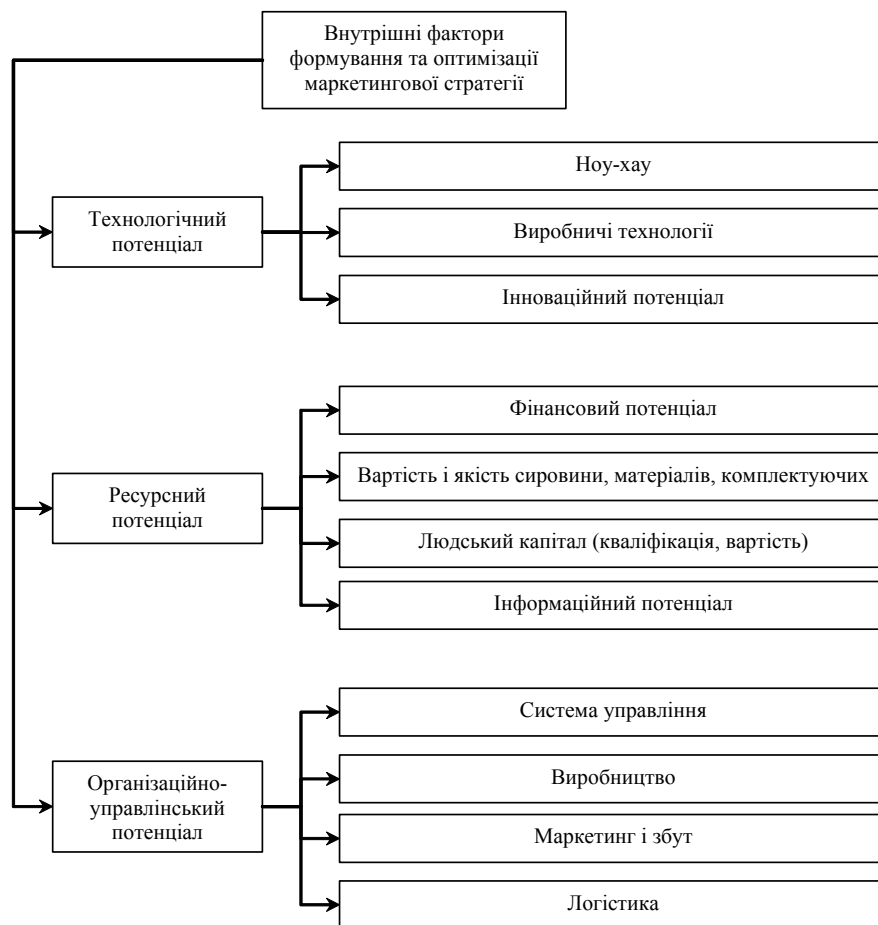


Рис. 1. Внутрішні фактори формування та оптимізації маркетингової стратегії

Додатковою складовою, що потребує врахування виступає спроможність до адаптації оптимізаційних рішень до вимог індивідуальних покупців. Ступінь адаптації для стандартних продуктів, як правило, залишається низькою. Вона характерна для масового виробництва, де конкурентоспроможність визначається обсягами виробництва та ціною. За гнучкої виробничої технології, спроможності перекалібрувати устаткування, застосувати персонал в нових виробничо-технологічних та управлінських процесах має місце високий ступінь адаптації підприємства. В таких випадках для підприємства відкриваються широкий діапазон ринкового позиціонування.

Традиційно здійснюючи репозиціонування в межах оптимізації маркетингової стратегічної політики підприємство обирає позицію користуючись критеріями "якість продукту – адаптивний потенціал підприємства".

До перерахованих заходів слід додати підвищення ефективності функціонування маркетингової служби, що включає наступні напрямки оптимізації [4, с. 241]:

- розподілу функціонального навантаження персоналу;
- диференціації посадових обов'язків;
- розширення діяльності в межах активізації роботи в стратегічній зоні господарювання;
- концентрація на поставленому завданні;
- координація робіт і формалізація загальних цілей маркетингу;
- підвищення мобільності маркетингової служби;
- скорочення дослідного та управлінського циклів;
- підвищення професіоналізму;
- вдосконалення мотивації маркетологів;
- посилення статусу та авторитету маркетингової служби.

По суті, удосконалення маркетингової стратегії підприємства полягає у концентрації в відділі маркетингу персоналу в області інформатики, економіки, рекламних технологій, що об'єднані на підприємстві в маркетингову раду, з чітко розробленим комплексом маркетингу та застосуванням стратегічного управління.

**Висновки і перспективи подальшого дослідження.** На підставі викладеного матеріалу слід відзначити, що маркетингова політика з точки зору оптимізації стратегічної діяльності підприємства реалізується в руслі переоцінки сильних та слабких сторін підприємства, аналізу впливу оточуючого середовища, дослідження суміжних ринків та продуктів заміників, пошуку перспективних ринкових ніш, вдосконаленні конкурентних маркетингових стратегій, оцінці виробничого та маркетингового потенціалів, аналізі маркетингових планів, виробленні системи відносин зі споживачами, дослідженні життєвого циклу продуктів та послуг, репозиціонуванні продуктів, вдосконаленні заходів стимулювання збуту.

Оптимізацію маркетингових стратегій слід проводити у повній узгодженості з процесами, що відбуваються на цільових ринках та в економічній кон'юктурі.

Перспективи подальших досліджень слід намітити у визначенні дослідного та аналітичного інструментарію оптимізації маркетингової політики та стратегічної діяльності промислових підприємств в руслі сучасних процесів загострення конкуренції та зростання впливу глобальних чинників розвитку світової економіки.

### Література

1. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми / Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2002. – 245 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер [пер. с англ. под ред. О. А. Третьяк, Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского]. – СПб : "Питер", 1999. – 896 с.
3. Ансофф И. Х. Стратегия управления / И. Х. Ансофф [под редакцией Л.И. Евенко]. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
4. Балабанова Л. В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика / Л. В. Балабанова, А. М. Германчук. – К. : ВД Професіонал", 2004. – 288 с.

Надійшла 10.08.2011

## МОДЕЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ CRM-СИСТЕМИ

*В статті представлено дослідження щодо формування моделей системи управління клієнтами. Розглянуто питання економіко-математичних моделей та формування низки моделей за допомогою комп'ютерного імітаційного моделювання.*

*The article presents research on the formation models of customer management. The question of economic and mathematical models and the formation of a number of models using computer simulation.*

*Ключові слова: інформаційні потоки, економіко-математичне моделювання, системи управління.*

Питання формування системи управління клієнтами представлені в науково-практичних працях таких вчених, як Шерман С., Швед В., Чернега О., Олексюк О., Новиков Д., Стадник М., Кеворков Д. та ін. Але аналіз результатів досліджень говорить про те, що комплексний підхід до формування теми розроблення управління клієнтами не представлено, а як правило, в роботах вирішуються питання щодо управління запасами, оптимізації теми управління клієнтами, розробки виробничої програми, тощо. Саме тому, тема дослідження – розробка системи управління клієнтами та моделювання її інформаційного середовища є актуальною.

Відомо, що CRM – це ідеологія, стратегія управління взаєминами з клієнтами. Але CRM-система – це також програмне забезпечення, що автоматизує процеси таких взаємин. CRM працює тоді, коли стратегія бізнесу і система пов'язані в одне коло, в центрі якого клієнт. Одним з завдань управління підприємством є менеджмент клієнтів. Ефективне управління клієнтами сприяє реалізації маркетингової стратегії фірми на ринку і дозволяє отримати конкурентні переваги за рахунок швидшої реакції на зміни попиту споживача. Управління клієнтами спрямоване на пошук шляхів задоволення запитів безлічі різних клієнтів. Аналіз актуальності проблеми дозволяє зробити висновок щодо різноманітних підходів до управління клієнтами. Серед основних науково-практичних підходів можна виділити принципи виробничого менеджменту, запровадження ефективної логістичної системи підприємства, системи управління клієнтами. Синергетична система, що поєднує ефективні системи управління, що використовують сучасні управлінські та інформаційні технології, повинна дати найбільший ефект для конкретного підприємства та його системи збуту продукції.

Мета роботи – сформулювати моделі інформаційного середовища клієнтами підприємства.

Управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) – ділова стратегія залучення (вибору) і управління клієнтами, націлена на оптимізацію їх цінності в довгостроковій перспективі. CRM передбачає наявність в організації філософії та культури орієнтованих на клієнта, спрямованих на ефективність роботи в області маркетингу, продажів і сервісного обслуговування. CRM-додатки роблять можливим ефективне управління взаєминами з клієнтами, за умови, що підприємство має правильні цілі, стратегію і культуру.

У таблиці 1 представлені приклади CRM – продуктів залежно від цільового призначення.

Сучасні CRM – рішення в своїй більшості здатні збирати, систематизувати всю необхідну інформацію, робити на її основі аналіз і прогнози, а також сприяти спрощенню контактів зі споживачами.

Таблиця 1

### Приклади цільового використання CRM-продуктів

Цільове використання	Приклади реалізації
Оперативне	Для малих підприємств: ACT, GoldMine, Maximaizer, Sales Expert. Для середніх: Clientele, Onyx, Sales Logix. Для великих: Oracle, SAP, Siebel, BAAN, Парус Менеджмент и Маркетинг,
Аналітичне	IC: CRM, Brio, Business Objects, Broadbase, E. Piphany, Hyperion, MicroStrategy, SAS, Marketing analytic, Terasoft, Инталев
Колабораційне	Intranet Solutions, Plumtree, Symon, Vignette, Aspect, Broadvision, Cisco

Система CRM дозволяє: підвищити рівень взаєморозуміння з клієнтами; збільшити прибутки в розрахунку на одного замовника; підвищити ефективність зусиль щодо збуту традиційних для компанії товарів і послуг; знизити накладні витрати, а також витрати на маркетинг та адміністрування; розширити перелік пропонованих товарів і послуг; підняти свій імідж в очах клієнтів. Система CRM сприяє формуванню єдиного інформаційного простору для синхронізації бізнес-процесів «постачальник – споживач».

Вважається, що сучасне повнофункціональне CRM-рішення повинне мати 11 компонентів з переліку Голденберга Б. (засновника і президента ISM Inc, що є одним з провідних світових експертів в області CRM-технологій) [1, с.134]. Список основних компонент виглядає наступним чином:

- управління контактами;
- управління продажами;
- продаж за телефоном;
- управління часом;
- підтримка та обслуговування клієнтів;
- управління маркетингом;
- звітність для вищого керівництва;
- інтеграція з іншими системами;
- синхронізація даних;
- управління електронною торгівлею;
- керування мобільними продажами.

При цьому на початковому етапі впровадження CRM-рішення може включати один або декілька компонентів з переліку, а з плином часу, за потребою, додаються інші функціональні можливості.

Таким чином, сучасна концепція управління відносинами на підприємстві може бути представлена як стратегія задоволення потреб та врахування цінностей клієнта за допомогою впровадження сучасних управлінських та інформаційних технологій.

Таке коротке визначення може бути деталізовано за допомогою загального алгоритму впровадження концепції CRM. Він складається з таких етапів:

- Формування адаптованої місії підприємства по відношенню до клієнта.
- Формування дерева цілей стратегії CRM.
- Формування бази знань «Підприємство-клієнти».
- Опис та моделювання основних бізнес-процесів щодо пошуку та роботи з клієнтами.
- Вибір інформаційної платформи CRM системи.
- Корегування попередніх пунктів алгоритму залежно від можливостей ІС (як, правило, розширення та конкретизація попередніх пунктів та використання сучасних управлінських інструментів).
- Моделювання бізнес-процесів в залежності від типу CRM-системи.
- Формування шаблонів управління клієнтами в інформаційній системі.
- Формування концепції та алгоритмів навчання персоналу.
- Розробка проекту впровадження концепції управління клієнтами на підприємстві.

Технології CRM надають способи і методи взаємодії з клієнтом шляхом використання сучасних технічних засобів (табл. 2).

З таблиці видно, що зв'язки між зазначеними в ній явищами не настільки однозначні і прямолінійні. Технічний стан комп'ютерних засобів і засобів зв'язку дозволяє пропонувати замовникам новий тип взаємовідносин і будувати роботу компанії виходячи з побажань та потреб клієнта [2, с. 207].

CRM-системи дозволяють фіксувати всі процеси, які протікають між клієнтами компанії і її співробітниками, управляти цими процесами і накопичувати інформацію для підвищення їх ефективності. Збір інформації про клієнтів, їх потреби, про конкурентів і ринок в цілому є лише одним із завдань, що вирішуються CRM-системами, але самі вони вирішують це завдання найбільш ефективно.

1. Збір маркетингової інформації здійснюється безпосередньо в процесі основної діяльності співробітників. CRM-система автоматизує більшу частину рутинних операцій по збору інформації, здійснюваних співробітниками відділів продажів, маркетингу і сервісного обслуговування, тому їм зручно використовувати її у своїй роботі.

2. Інформація збирається в єдиній базі даних за певними правилами, що визначаються потребами компанії. Завдання таких правил і їх виконання забезпечує можливість аналізу інформації саме таким чином, яким необхідно для вирішення найрізноманітніших маркетингових завдань даної компанії.

3. Зібрана інформація є гранично об'єктивною маркетинговою інформацією про попит або ставлення споживачів до продукції компанії.

4. Системи дозволяють розмежувати права доступу до інформації або її обробки. Ця якість CRM-систем є дуже важливою, оскільки якісно зібрана інформація має високу комерційну цінність.

Варто відзначити, що потреба у зборі інформації сьогодні вважається однією з головних причин придбання CRM-системи для кожного другого українського підприємства.

Причини цього наступні:

На думку аналітичної компанії Gartner, обсяг світового ринку CRM-систем склав у 2009 році 9150 млн дол., що на 12,5% більше у порівнянні з 2008 роком (8,13 млрд дол.).

Це свідчить про те, що для утримання клієнтів і підвищення ефективності взаємодії з ними компаніям доведеться вдосконалювати наявні інструменти управління. Один із шляхів розвитку - це розробка моделі управління, що дозволяє оцінити вартість клієнтської бази в довгостроковій перспективі і оптимізувати витрати компанії на управління клієнтами для досягнення заданих показників. Запропонована модель дозволить оцінити ефективність витрат на маркетинг і допоможе оптимально розподілити фінансові ресурси, що направляються на розвиток вашого бізнесу.

Концепція CRM включає в себе чотири основних елементи: стратегія, люди, IT-система та модель

управління клієнтами. І якщо про перші три складових сказано чимало, то про четверту, що займає далеко не останнє місце, як правило, відомо, що її основою є база даних, яка містить історію взаємовідносин з клієнтом. Таке нехтування пояснюється тим, що більшість керівників, які впроваджують у своїй компанії концепцію CRM, насправді не мають інструментів управління клієнтами [4, с. 69]. Більше того, спроба взяти готове рішення і застосувати його на своєму підприємстві не призводить до бажаних результатів.

Таблиця 2

## Нові засоби CRM і їх вплив на технологію

Засоби CRM	Вплив на технологію
Розвиток засобів мобільного зв'язку, WAP, SMS	- Замовник може отримати доступ до всієї необхідної інформації завжди і всюди. - Фахівці компанії-постачальника доступні для замовника завжди і всюди
Нові способи захисту інформації	Можна пропонувати замовнику конфіденційну інформацію, яка стосується лише його
Засоби авторизації, аутентифікації та аудиту	Індивідуальна робота з замовником
Підвищення надійності роботи програмних систем, мережевого та комп'ютерного обладнання	Можна організувати цілодобову працездатність системи
Поява багатоланкових розподілених систем	Засоби підтримки сотень тисяч замовників одночасно
Розвиток засобів інтеграції	Можна зв'язати CRM-системи, наприклад, з ERP-системами

Щоб розробити ефективну модель управління клієнтською базою, необхідно залучити всі ключові підрозділи компанії та вибрати основні перспективи розвитку системи управління клієнтами, що представлені в таблиці 3.

Основою концепції моделі (таблиця 3) є лояльність почуття приналежності клієнта або постачальника до товарів, послуг, персоналу, обстановці, традицій фірми. Лояльність – це результат задоволеності. Справжня лояльність – добровільна прихильність до компанії на довгий термін. Лояльність створює «каскад» економічних ефектів, серед яких можна виділити: Доходи і частка ринку зростають, коли кращі клієнти залучені як покупці. Надійність зростання дозволяє фірмі залучати і зберігати кращих співробітників.

Крім того, потрібно сформувану образну модель управління клієнтами, що буде містити також параметри вимірювання.

Для побудови загальної моделі управління клієнтами були сформувані такі гіпотези:

1. Усіх клієнтів компанії можна розділити на непересічні підгрупи залежно від частоти покупок, обсягу покупки і соціально-демографічного становища.

2. Переміщення клієнтів усередині сегментних груп та його інтенсивність дає можливість спрогнозувати динаміку прибутку від кожної групи клієнтів. Оцінити інтенсивність можна за допомогою матриці залучення і втрати клієнтів.

3. Цінність клієнта для компанії можна визначити, використовуючи дані про частоту здійснення покупок і сумі середнього чека. Фахівці з управління клієнтами припускають, що проста статистика, наприклад частота й час останньої покупки, може дати досить точну оцінку майбутньої цінності.

4. Витрати компанії на управління клієнтською базою можна віднести до двох категорій – витрати на залучення нових і витрати на утримання існуючих клієнтів і збільшення їх лояльності. Зміна частоти покупок і суми середнього чека відбувається під впливом як зовнішніх чинників (темпи інфляції, «популяризація» технологій, мода на певну категорію товарів) так і внутрішніх (аналіз результатів проведеного маркетингового заходу, акції, змінилося якість обслуговування).

5. Лояльні клієнти стають інвесторами.

Таблиця 3

## Фактори успіху та показники оцінки моделі CRM

Перспектива CRM	Ключовий фактор успіху	Показник
Фокус на фінансові результати	Максимізація прибутковості	Дохід, отриманий від клієнта за весь період співпраці з ним (грн.)
Фокус на споживачів	Зростання кількості постійних клієнтів, Зростання частки клієнтів у певній галузі	Кількість постійних клієнтів (%), частка клієнтів у певній галузі
Фокус на внутрішню організацію	Максимізація якості послуг	Рівень надання послуг по певному каналу (%), Вартість надання послуги (грн.)
Фокус на навчання та розвиток персоналу	Зростання задоволення роботодавців, Зростання ключової CRM компетенції	Дуже задоволені роботодавці (%), Наявність ключових компетенцій (%)

Незважаючи на те, що постійні клієнти є життєво важливою основою успішного бізнесу, навіть в наші дні деякі компанії сприймають цінність своїх клієнтів як щось само собою зрозуміле. Кількісно оцінивши вигідність клієнта, організація може визначити, наскільки серйозною може виявитися його втрата або придбання. Потім, з'ясувавши, що впливає на цінність клієнтів, можна відповідним чином управляти відносинами з ними, а, отже, оптимізувати доходи.

Щоб розвивати бізнес у сучасних жорстких економічних умовах, необхідно грамотно оцінювати

клієнтів і підтримувати їх прибутковість для компанії, інакше можна їх втратити. Що змушує людей стати споживачами продукції компанії? Які особливості продуктів і послуг найбільш важливі з точки зору їх продажу? Яка практика і поведінку компанії знову і знову приводять до одних і тих же дій клієнтів? Застосувавши аналітичні інструменти для розуміння клієнтів і осягнувши глибше ті чинники, які впливають на цінність, прихильність і вигідність споживача, можна оцінити, як різні бізнес-цілі впливають на дохід, і розподіляти ресурси для забезпечення більш ефективної взаємодії з клієнтами. Крім того, можна щодня об'єднувати і впроваджувати ті технічні умови, які формують цінність клієнта в майбутньому.

Оперативні системи управління взаємовідносинами з клієнтами (Customer Relationship Management, CRM), наприклад, призначені для автоматизації продажу або організації центру обробки дзвінків (call-center), відіграють важливу роль для підвищення якості взаємодії з клієнтом, тобто ефективного і недорогого обміну повідомленнями з замовником. У процесі роботи ці системи накопичують великі обсяги цінних даних про клієнтів. Однак таке ПЗ не вирішує за менеджера питання, кому, коли і що говорити. Для цього потрібна інтуїція, а також потужні аналітичні інструменти та інфраструктура в організації, які дозволять визначити, чого хочуть замовники, і передбачити їх дії. Тільки глибоко вивчивши клієнтські очікування можна розробити потрібну пропозицію потрібній людині в потрібний час. Якщо раніше такі можливості були тільки у великих компаній, в яких працюють групи аналітиків і фахівці з data-mining, то тепер прогрес у розвитку програмного забезпечення зробив потужні аналітичні можливості більш доступними, забезпечуючи можливість прийняття рішень на основі фактів в масштабах всієї організації.

З можливістю використання інформації про клієнтів як стратегічного ресурсу управління взаємовідносинами з клієнтом стає якіснішим. Застосування аналітичної платформи для підтримки CRM-стратегії підвищує ефективність щоденних операцій і дає можливість більш грамотного прийняття рішень, що стосуються клієнтів, поліпшення взаємодії з ними, зростання доходів.

На сьогоднішній день, доступний широкий діапазон аналітичних технологій, починаючи з показників і базових статистичних звітів і закінчуючи можливостями OLAP технологій (виконання позовжних і поперечних зрізів) і складними технологіями, включаючи data mining і прогнозуючого моделювання. Кожен з методів дає деяку інформацію про клієнта, при цьому для кожного з них характерні свої вимоги за часом, глибиною даних і аналітичними знаннями кінцевого користувача. Комбінація всіх технологій в аналітичному середовищі створює додаток широкого застосування, який можна використовувати у всій організації, представляючи інформацію в найбільш зручній для користувача формі, при цьому глибокий аналіз виявляється прихованим від користувача.

Як можна щодня використовувати аналітичну систему в бізнесі? Успішне застосування CRM аналітики складається з чотирьох етапів [4]: організації, навчання, дії та контролю.

1) Організація полягає у зборі даних з оперативних CRM-систем та інших джерел у єдине сховище. Щоб мати чітке уявлення про клієнта необхідно забезпечити доступ до всієї інформації про цю людину і про її взаємодії з компанією в одному місці. Якщо співробітники, що працюють з Web-сайтом і центрами обробки дзвінків оперують тільки тією інформацією про взаємодію з клієнтом, яка отримана з їх каналу, то повної картини отримати не вдасться, а тому не можна забезпечити очікувану якість послуг. Збір всієї інформації про покупця по каналах збуту, бізнес-напрямах, систем і т.п. і організація різномірних джерел даних є першим етапом аналітичного процесу.

Не менш важливо, щоб дані були представлені в потрібній формі, для того, щоб можна було отримати відповіді на необхідні питання і виконати певний тип аналізу. Адже не будуватися ж фундамент будівлі, поки не відомо буде це двоповерховий або восьмиповерховий будинок. Так і аналітичні можливості клієнтської бази потрібно планувати, тоді вдасться отримати таку систему, на яку можна буде розраховувати і яку можна буде розвивати. Аналітично налаштована модель даних дуже важлива для забезпечення можливості витягти максимум користі з клієнтських даних на наступних етапах процесу.

2) Етап навчання полягає в тому, щоб з'ясувати, який сенс мають дані, виконавши data-mining дослідження і поширивши отриману інформацію. Навчання передбачає використання широкого діапазону аналітики для того, щоб отримати повне уявлення про клієнтів; застосувати методи сегментації до всієї клієнтської бази та виділити важливі багатовимірні класифікації, які включають такі характеристики: цінність, прихильність, життєвий статус, демографічні параметри; розглянути ці сегменти і вивчити загальні моменти в поведінці, такі як тенденція до покупки конкретних продуктів; створити цільові клієнтські профілі; використовувати демографічні дані та інформацію про поведінку клієнтів у минулому для прогнозування того, які з нових споживачів можуть у майбутньому стати найкращими клієнтами, які продукти найімовірніше будуть купувати кращі клієнти. Все це дозволить підвищити продажі протягом усього періоду роботи з цими клієнтами.

Навчання – це безперервний процес, який використовує дані нових клієнтів на організаційному етапі і дає інформацію про цих покупців.

3) На третьому етапі отримані знання застосовуються при взаємодії з клієнтами з метою підвищення ефективності бізнес-процесів. Знання про клієнтів абсолютно даремні, якщо вони не застосовуються на практиці для різного роду взаємодій у різних ситуаціях.

Під застосуванням на практиці мається на увазі використання знань та аналітичних моделей для



прогнозування того, як конкретний клієнт буде реагувати на пропозицію. На цьому етапі оцінюється маркетингова програма і ті пропозиції, які використовувалися раніше, потім застосовуються моделі відгуку для прогнозування ймовірності того, що в майбутньому конкретний клієнт відреагує на нове або аналогічне пропозицію. Вибирається конкретний тип і канал спілкування з клієнтом і здійснюється контакт. Крім того, використовуються індивідуальні прогнози щодо клієнта, або бали (наприклад, показник, що визначає цінність клієнта протягом всього його періоду роботи з компанією – lifetime value), які дозволяють виділяти відповідні ресурси та витрати для максимізації як прямих маркетингових результатів, так і бажаних непрямих наслідків, наприклад зростання витрат клієнта в цілому. Щоб діяти ефективно, потрібна система, яка забезпечує:

- інформацію для осіб, які приймають рішення;
- технологію, яка безпосередньо в CRM-системі підтримує вироблення рекомендацій та персоналізацію.

Дія вимагає використання отриманих знань про вдосконалення процесів та внесення оперативних змін у діяльність компанії. Наприклад, якщо конкретна група постійних клієнтів воліє проводити обмін продуктів по електронній пошті, а не особисто, то після розгляду витрат і прибутків, можна прийняти рішення про задоволення побажань клієнта і розробці внутрішніх процесів і засобів для реалізації такого методу.

4) Етап контролю полягає в безперервній перевірці всього CRM-процесу, оцінці його впливу на дохід, підвищення ефективності та інформування співробітників про стратегічні цілі. Мається на увазі відстеження показників, таких як продажі і прихильність клієнтів, для того, щоб визначити вплив CRM-ініціатив на дохід і досягнення конкретних цілей. Використовуючи показники, можна швидко зрозуміти, що сталося і зробити приблизний прогноз на майбутнє. Прикладом клієнтського показника може служити відсоток збереження клієнтів (відсоток клієнтів, що збереглися до кінця деякого періоду по відношенню до загального числа клієнтів за цей період). Схильність до відмови від послуг – також приклад прогнозованого показника. Він показує, яка вірогідність того, що клієнт відмовиться від співпраці з компанією – скасує підписку, скоротить обсяг покупок або зовсім припинить купувати. Контроль дозволяє змінювати бізнес-процеси з урахуванням отриманих знань, удосконалювати їх, враховуючи потреби клієнтів і оцінювати успіх з урахуванням націленості на клієнтів. За рахунок вибору загальних цілей і показників контроль дозволяє встановлювати для всіх співробітників компанії загальні пріоритети: Весь бізнес буде «крутитися» навколо клієнта.

Система управління клієнтами базується на основі моделей АРМ. Це АРМ менеджерів по роботі з клієнтами та АРМ самого клієнта.

Розглянемо математичні моделі (зовнішні і внутрішні) для обраного класу АРМ. Зовнішня модель характеризує макроособливості АРМ і описує у загальному випадку особливості взаємодії АРМ з ОПР (особою, що приймає рішення). Внутрішня модель описує мікроособливості АРМ і показує функціональну залежність моделі від внутрішніх параметрів АРМ.

За моделюючий засіб можна взяти засіб представлення АРМ в такому вигляді:

$АРМ = АРМ(X, Y, S, F(y), G, PRfn, tf)$ , де  $X = \{x_1, \dots, x_r\}$  – множина інформаційних і керуючих дій ОПР на АРМ;  $Y = \{y_1, \dots, y_n\}$  – множина альтернатив ОПР.

$S = \{s_0, \dots, s_r\}$  – множина станів системи АРМ;  $s_0 = s(t_0)$ ,  $s_r = s(t_r)$  – початковий і кінцевий стан відповідно;  $s_j = s(t_j)$  – проміжний стан системи АРМ у момент часу  $t_j$ ;  $F = \{f_1, \dots, f_m\}$  – множина функцій, що реалізується АРМ;  $f(y)$  – функція альтернатив АРМ для ОПР ( $f(y); X * S, Y$ );  $G$  – оргграф, який відображає функціонування АРМ і який задовольняє умови однозначності, повної визначеності і зв'язності;  $PRfn$  – пріоритети реалізації функцій  $f$ ;  $tf$  – тимчасові інтервали реалізації функцій  $f$  (рис. 1).

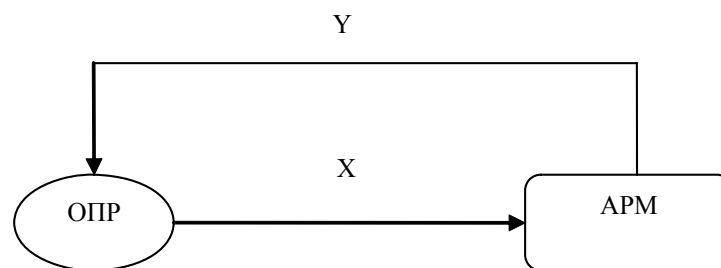


Рис. 1. Взаємодія ОПР з АРМ

Представлені моделі можуть бути реалізовані у вигляді нотацій переходу АРМ з одного стану в інший по стандартному алгоритму послідовності.

Розглянемо модель CRM-системи, що призначена для комерційного відділу підприємства. Спочатку сформуємо та проаналізуємо основні процеси, які повинна виконувати сучасна технологія управління відносинами з клієнтами комерційного відділу:

- збір в єдину клієнтську базу всієї зібраної про клієнтів інформації;
- збір історії взаємин з клієнтами і партнерами;
- обмін інформацією між підрозділами і співробітниками;
- автоматизація бізнес-процесів та інтеграція їх у робоче середовище;
- отримання аналітичних звітів;
- планування та аналіз ефективності маркетингових заходів;
- контроль задоволеності клієнтів, реєстрація та розбір скарг;
- накопичення знань компанії і управління ними.

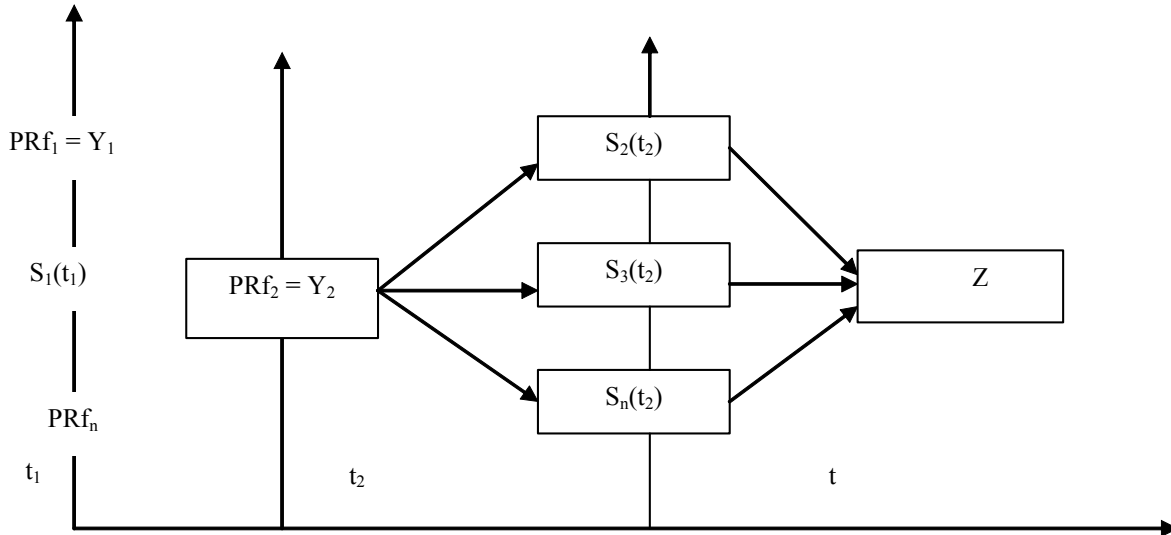


Рис. 2. Стани системи АРМ у моменти часу  $t_1$  і  $t_2$

$Z$  – обране рішення з множини  $Y$ ;  $(t_1, t_2) \in tf$ .

Інформаційна модель – модель інформаційної системи, представлена у вигляді інформаційний потоків, яка описує істотні для системи параметри та змінні величини, зв'язку між ними, входи і виходи. Інформаційна модель, в нашому випадку є, не чим іншим, як функціональною схемою ІС.

Побудуємо функціональну схему бізнес-моделі організації і інтегрованою в неї CRM-системи, опишемо всі необхідні бізнес-процеси з точністю, достатньою для однозначного моделювання діяльності, що розробляється. Для цього скористаємося програмним засобом AllFusion Process Modeler v7.1 і опишемо інформаційну модель системи на основі методологій IDEF0 і DFD [5].

На рис. 3 представлена діаграма верхнього рівня на основі методології IDEF0. На ній зображений основний процес, в якому задіяні комерційний відділ і CRM-система.

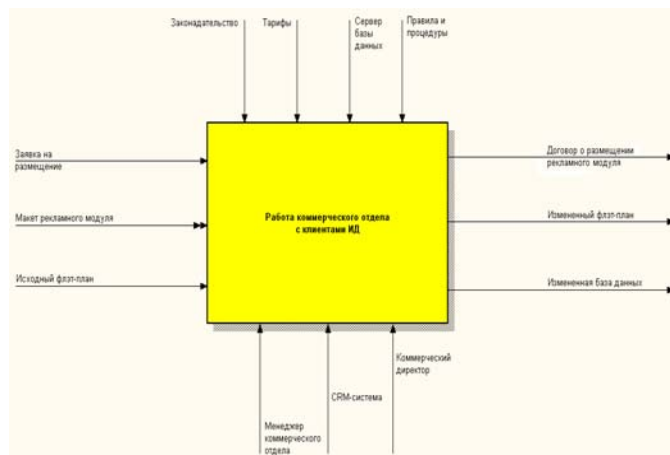


Рис. 3. Діаграма верхнього рівня розробляється ІС на основі методології IDEF0

Декомпозиція верхнього рівня представлена на рис. 4.

На даній діаграмі показано, які бізнес-процеси формують більш загальну бізнес-функцію «Робота комерційного відділу з клієнтами»: «Пошук клієнтів», «Консультація», «Внесення даних до БД», і «Укладення договору».

У свою чергу, такі бізнес-функції, як «Пошук клієнтів», «Внесення даних до БД» і «Укладення договору» декомпозиуються ще на рівень вгору.

Діаграма з декомпозицією бізнес-функції «Пошук клієнтів» представлена на рис. 4, діаграма з декомпозицією бізнес-функції.

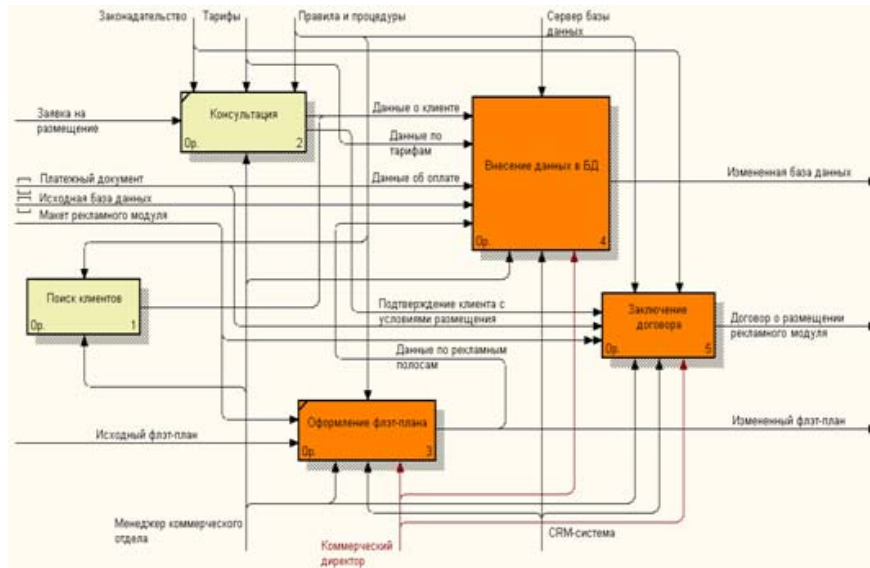


Рис. 4. Декомпозиція верхнього рівня ІС на основі методології IDEF0

На рис. 5 представлена діаграма з декомпозицією бізнес-функції «Формування запиту користувачем» на основі методології IDEF0. Потрібно відмітити, що крім діаграми технології запиту, потрібно також впровадити ситуаційний аналіз всіх запитів, які потрібні в системі, а також спроектувати порожні конструктори для створення власних запитів.

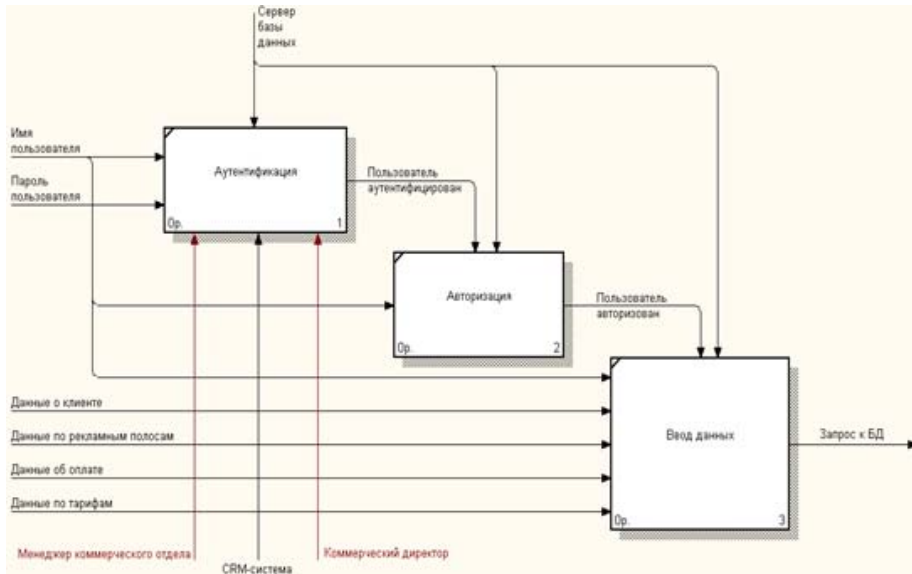


Рис. 5. Діаграма з декомпозицією бізнес-функції «Формування запиту користувачем» на основі методології IDEF0

Обробка запиту дозволяє сформувати не тільки результати виконання запиту, а і подальший алгоритм роботи з клієнтом.

Це обумовлює швидкий розвиток інформаційного середовища. Особливо актуально такі ситуаційні запити сформувати в базу знань для нових менеджерів, що не мають досвіду роботи з клієнтами. Такі діаграми одразу візуально представляють всі ділові процеси.

За такими діаграмами формують інструкції по обробці даних для менеджерів та адміністраторів інформаційної системи. Крім того, на цьому основані алгоритми побудови програмного коду обробки даних.

Аналіз запропонованої концептуальної моделі та порівняння можливостей систем Парус та Terasoft дозволяє зробити висновок, що більше інструментів (особливо мобільних) мають системи Terasoft. На жаль,

практична реалізація такого середовища була виконана на демо-версії.

Перелічимо складові сукупного ефекту від застосування логістичного підходу до управління матеріальним потоком на підприємстві:

Скорочуються простої устаткування. Це забезпечується тим, що на робочих місцях постійно є наявності необхідні для роботи матеріали.

Така модель дозволяє одержати такі переваги:

1. Виробництво орієнтується на ринок. Стає можливим ефективний перехід на мілко серійне й індивідуальне виробництво.

2. Налагоджуються партнерські відносини з постачальниками.

3. Впровадити мобільні та інтернет-продажі.

4. Поліпшується якість продукції, що випускається.

5. Скорочується виробничий цикл і мінімізуються витрати.

Таким чином, система CRM не тільки дозволяє досягти приросту продажів за рахунок більш якісної роботи з клієнтами, а також зниження витрат за рахунок автоматизації всіх процесів та інтеграції роботи відділів, а й дозволяє вивільнити час співробітників, і особливо керівників, для більш ефективного використання часу.

### Література

1. Барлоу Дж., Мёллер К. 8 шагов работы с клиентом – инструмент маркетинговой стратегии / Дж. Барлоу, К. Мёллер. – 2006. – 340 с.
2. Новак В. О. Інформаційне забезпечення менеджменту : [навч. посібник] / Новак В. О., Макаренко Л. Г., Глуцький М. Г. – К. : Кондор, 2007. – 462 с.
3. <http://www.gartner.com/technology/analysts.jsp>
4. Васин Ю. В. Эффективные программы лояльности. Как привлечь и удержать клиентов / Васин Ю. В., Лаврентьев Л. Г., Самсонов А. В. – М. : Альпина, 2005. – 340с.
5. Ильин В. В. Моделирование бизнес-процессов : практический опыт разработчика / Ильин В. В. – М, СПб., К. : Вильямс, 2006. – 176 с.

Надійшла 10.08.2011

УДК 338.312

О. О. КОВАЛЕНКО

Вінницький національний аграрний університет

## МОДЕЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ СИСТЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ВИЩИМ НАВЧАЛЬНИМ ЗАКЛАДОМ

*В статті представлено дослідження щодо формування економіко-математичних моделей інформаційної системи управління вищим навчальним закладом. Графові, матричні та інформаційні моделі дозволяють сформувати чіткі комунікаційні потоки між автоматизованими робочими місцями користувачів, визначити ефективні алгоритми формування дій та вихідних документів системи управління.*

*The article presents research on the formation of economic and mathematical models of information system of higher education institution. Graphs, matrix and information models can form a clear communication flow between the automated working places users to define efficient algorithms for formation of the actions and output document management system.*

*Ключові слова: інформаційні потоки, економіко-математичне моделювання, вищий навчальний заклад.*

Актуальність питання досліджень в галузі моделювання інформаційних потоків автоматизованих систем підтверджується різноманітними напрямками розвитку засобів моделювання та проектування інформаційних систем та їх впровадження. Результати досліджень багатьох авторів, серед яких можна виділити роботи Є.А. Паламарчука, В. Бикова, А. Гуржія, А. Єршова, М. Жалдака, Ю. Жука, М. Львова, Ю. Машбиця, В. Монахова, Ю. Рамського, О. Співаковського, Ю. Теслі, Ю. Триуса та практичний досвід впровадження інформаційних систем дозволяє зробити висновок про те, що методи моделювання використовуються недостатньо і мало впливають на практичні розробки програмних додатків та їх впровадження для вирішення практичних задач розвитку організації. Якщо говорити про питання автоматизації управління вищим навчальним закладом, то, як правило, автоматизація охоплює окремі ланки і не має єдиної системи проектування та моделювання. Підхід на основі веб-технологій дозволить сформувати єдину відкриту інформаційну систему, яка має можливість адаптуватись під потреби користувачів та доповнюватись потрібними модулями. Така система була створена у Вінницькому національному аграрному університеті та постійно удосконалюється. Для системного підходу до її проектування пропонується використання системи взаємопов'язаних автоматизованих робочих місць. Але відомі розрізнені методи моделювання АРМ не дозволяють одержати комплексне рішення за схемою

образна модель – економіко-математична модель – імітаційна модель – сценарії впровадження – моделі програмного коду.

Мета статті – представити результати досліджень та проведених експериментів щодо впровадження модулів інформаційної системи управління вищим навчальним закладом на прикладах бібліотечної системи.

Система управління вищим навчальним закладом «Сократ» [1] (інформаційна система управління вищим навчальним закладом – далі ІСУВ) містить єдину базу даних студентів, викладачів та співробітників. Вона є глобальним інформаційним базисом університету для: управління навчальним процесом; обліку знань студентів; обліку навчальної активності студентів; системи тестування знань Тезаурус; роботи навчальної клієнт-серверної програми WEB-бухгалтерія; ведення персональних справ студентів; ведення медичних справ студентів; управління і розподілу індивідуальних ресурсів студентів на файловому сервері університету; бібліотеки; репозиторію університету; створення електронних книг; підтримки науково-консультативного освітнього середовища університету.

Система проектування будь-якого блоку ІСУВ також може бути представлена як система взаємозв'язаних АРМів з можливістю інтенсивного та цільового обміну інформації.

Для АРМ на стадіях проектування, аналізу, синтезу, використання, прогнозування та інше можна використовувати будь-які моделі, але незалежно від особливостей АРМ етапу моделювання повинна перебувати стадія концептуального означення (визначення) [3].

Оскільки АРМ працюють з інформацією (даними, фактами, знаннями тощо), необхідно на концептуальній стадії подати загальну схему процесів циркуляції інформації у вигляді матриці.

У таблиці джерела і користувачі інформації зв'язані між собою на рівні фактологічної інформації (відрізків, фреймів або комірок знань),

$$x_{ij}^{C_{ij}} (i = \overline{1, n}, j = \overline{1, m}),$$

яка характеризує одиницю аналізованих даних (символ, слово, кортеж, покажчик, характеристика, об'єкт, клас тощо),  $C_{ij}$  – подає сумарну кратність передач одиниць даних.

У подальшому задача АРМ математично може бути сформульована таким чином:

Знайти такі значення, що мінімізують потоки інформації. За цільову функцію завдання можна прийняти сумарну кратність передач усіх одиниць даних -  $Z_0$ .

Для розв'язання цієї задачі треба мінімізувати цільову функцію (1) за умов (2–4).

$$Z_0 = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m C_{ij} x_{ij}; \quad (1)$$

$$\sum_{j=1}^m x_{ij} = r_i; \quad (2)$$

$$\sum_{i=1}^n x_{ij} = p_j; \quad (3)$$

$$x_{ij} \geq 0; \quad (4)$$

$$i = \overline{1, n}, j = \overline{1, m}.$$

Умова (2) забезпечує повну передачу одиниць даних від усіх аналізованих користувачів інформації; умова (3) фіксує передачу одиниць даних до всіх користувачів інформації; умова (4) показує ступінь інформативності одиниць даних.

Наступні дослідження одиниць даних  $X_{ij}$  можливо проводити шляхом побудови матричної інформаційної моделі (МІМ), яка являє собою таблицю-модель детальних зв'язків (зовнішніх і внутрішніх) одиниць даних. При цьому МІМ базується на об'єктно-орієнтовному підході до аналізу АРМ з використанням принципів успадкування, поліморфізму, інкапсуляції тощо, тобто до МІМ включають дані, знання, цілі, функції (процедури) їх обробки, зв'язки тощо.

Для побудованої МІМ можна залежно від характерних особливостей АРМ застосувати математичні моделі для опису усього об'єкту (класу), його частини (підрозділу, підоб'єкта, відділу, лабораторії, тощо) сукупності частин об'єкта, а також процесу, його частини, чи сукупності.

Вибір для АРМ тої чи іншої моделі залежить від багатьох факторів, включаючи як об'єктивні, так і суб'єктивні особливості. Істотно впливають на АРМ різноманітні обмеження та оптимізаційні параметри.

Перелічимо деякі (а їх майже сотні) з обмежень, які треба враховувати при побудові моделі АРМ: обсяги оброблюваної інформації; типи завдань та функцій, а також їх кількість; інтерактивність та ітеративність; корегування та частота оновлення; реальний час вирішення завдань; коштовність та тип

інструментарію; зв'язки, їх кількість та тип; технологія обробки даних (знань) та спосіб (метод) їх подання; дублювання та упорядкованість даних; наявність архівів та термін їх зберігання; технічне, програмне, технологічне, лінгвістичне, правове, кадрове, організаційне, інформаційне, алгоритмічне, математичне забезпечення та багато іншого.

До оптимізаційних параметрів частіше над усе відносять: коштовність, час, ресурси, відповідність світовим стандартам тощо.

Будь-які процеси, в тому числі і процеси функціонування АРМ, завдяки формалізації можна подати у вигляді моделі. Моделі можуть бути математичні, інформаційні, семантичні, алгоритмічні, фізичні і т. ін. У загальному випадку будь-яка модель – це система формалізацій та узагальнень, що в певному розумінні (з тією чи іншою мірою точності) адекватно характеризує іншу систему.

Розглянемо математичні моделі (зовнішні і внутрішні) для обраного класу АРМ. Зовнішня модель характеризує макроособливості АРМ і описує у загальному випадку особливості взаємодії АРМ з ЛПР. Внутрішня модель описує мікроособливості АРМ і показує функціональну залежність моделі від внутрішніх параметрів АРМ.

Ефективність застосування моделей залежить переважно від правильного використання відповідних методів та інструментів.

Розглянемо процеси формування системи моделей на прикладі бібліотечної системи ВНАУ [4, 5]. В таблиці 1 представлена взаємозалежна матриця джерел інформації, користувачів та результатів роботи з інформацією.

Часто проектування описують як окремий етап розробки проекту проміжний між аналізом та розробкою. Але насправді чіткого поділу етапів розробки проекту немає, немає чітко окресленого початку і завершення. На основі економіко-математичних моделей можна чітко сформулювати напрямки комунікацій та потрібні результати при проектуванні системи. Важливо також провести імітаційне моделювання як системи проектування, так і модулю автоматизації (в даному прикладі – бібліотечної системи), а потім застосувати метод циклічної роботи – моделі проекту та безпосередньо об'єкту автоматизації, аналіз моделей, вибір найкращої, написання програмного коду, експериментальна апробація, аналіз результатів, моделювання, коригування моделей тощо. Головне, чітко визначити критерії завершення, щоб цикл обов'язково закінчився. Для структурного моделювання доцільно використовувати методологію IDEF. Ця абревіатура походить від ICAM Definition Method, де ICAM розшифровується як Integrated Computer Aided Manufacturing, тобто "Інтегроване комп'ютер-орієнтоване виробництво". Кожен зі стандартів IDEF визначає певну систему нотацій (перш за все, графічних) та конкретну методологію її використання [6].

Таблиця 1

**Матрична модель процесу проектування інформаційної системи**

Джерела інформації	Користувачі інформації				Результуюча інформація
	Розробник $k1 \dots$	Програміст $k2 \dots$	Бібліотекар $k3$	Студент $k4$	
Розробник $d1$	-	Технічне завдання	Принципи роботи	Інструкція користувача	Проектне завдання $r1$
Програміст $d2$	Технічні особливості	-	Роз'яснення можливостей	-	Програмний код $r2$
Бібліотекар $d$	Роз'яснення процесів	Деталізація операцій	-	Рекомендації при роботі	Професійні консультації
Студент $d4$	Бачення зі сторони	-	Необхідні послуги	-	Потреби користувачів

Сьогодні до сукупності IDEF можна віднести такі стандарти:

IDEF0 – методологія функціонального моделювання;

IDEF1 – методологія моделювання інформаційних потоків усередині системи, яка дозволяє відображати та аналізувати їх структуру і взаємозв'язки;

IDEF1X (IDEF1 Extended) – методологія побудови реляційних структур (баз даних), яка належить до типу методологій "Сутність-відношення" (ER – Entity-Relationship) та, як правило, використовується для моделювання реляційних баз даних;

IDEF2 – методологія динамічного моделювання розвитку систем (у зв'язку з серйозними складностями аналізу динамічних систем від цього стандарту практично відмовились, і його розвиток зупинився на початковому етапі);

IDEF3 – методологія документування технологічних процесів;

IDEF4 – методологія побудови об'єктно-орієнтованих систем, яка дозволяє відображати структуру об'єктів та принципи їх взаємодії, дозволяючи тим самим аналізувати й оптимізувати складні об'єктно-орієнтовані системи;

IDEF5 – стандарт онтологічного дослідження складних систем (під онтологією тут розуміють певну формалізовану інформаційну архітектуру об'єкта).

Крім вищезгаданої сукупності, до категорії поширених слід віднести стандарти DFD (Data Flow Diagram – діаграми потоків даних) та WFD (Work Flow Diagram – діаграми робочих потоків). Вони містять набори символів або позначень, за допомогою яких може бути описаний бізнес-процес. Ці позначення прийнято називати мовою або методологією опису процесів. Незважаючи на різницю у назвах, ці методології є майже ідентичними за філософією побудови моделей управлінських процесів [3].

Методологія IDEF0 є основою для широко відомої програмної системи BPWin (Business Process for Windows). Модель будується за допомогою функціональних блоків та інтерфейсних дуг. Перші нагадують кусково-лінійні агрегати, а за допомогою дуг, які пов'язують між собою блоки, можна зобразити процес будь-якого рівня складності.

При створенні контекстної діаграми у середовищі програми BPWin записується загальна інформація про майбутню систему, точка зору з якої побудовано модель, джерела вихідної інформації та ін. BPWin дозволяє на основі усіх цих даних автоматично сформулювати звіт «Model report» (рис. 1), у якому структурована уся наявна інформація по проекту.

Функціональна декомпозиція контекстної діаграми дозволяє детальніше розглянути процес розробки, та розділити його на послідовність ключових етапів (робіт), які повинні бути виконані одна за одно.

На діаграму декомпозиції (рис. 1), яка є першим рівнем деталізації контекстної передаються стрілки із батьківської діаграми.

Процес розробки розділений на 4 ключових етапи:

Аналіз завдання.

Проектування БД та робочих форм.

Написання програми.

Впровадження.

Кожен з них є основою для наступного, і несе у собі базову інформацію, без якої виконання наступного етапу без завершення поточного стає неможливим. Декомпозиція кожного із даних ключових етапів дає можливість більш чітко сформулювати типи та обсяги робіт які повинні бути виконані у межах кожного етапу. Дає уявлення про інформаційні потоки які виникатимуть у процесі роботи та уявлення про джерела формування та користувачів цієї інформації.

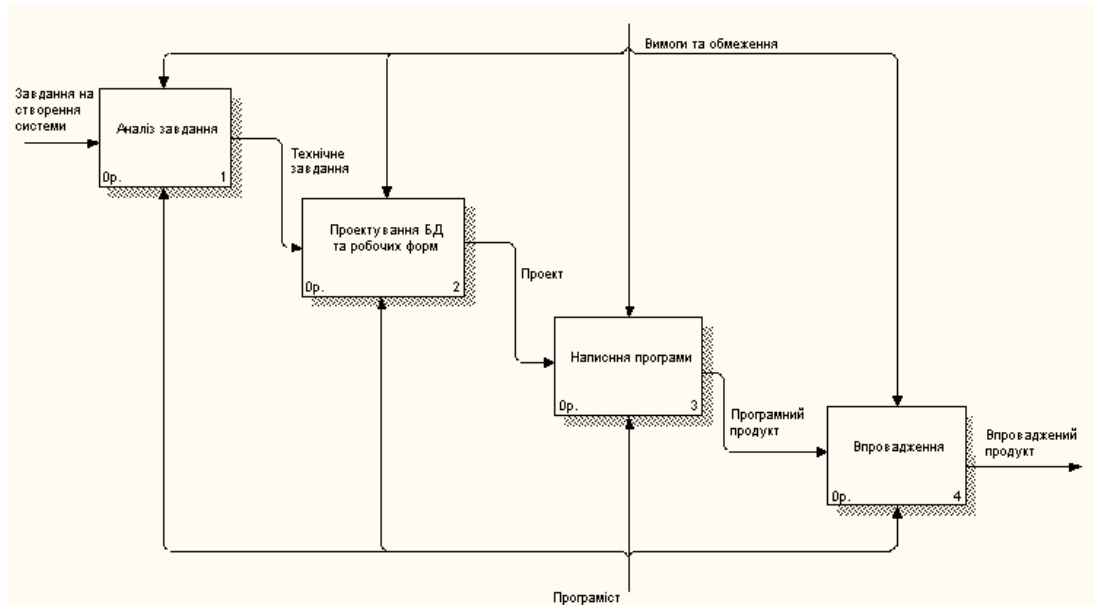


Рис. 1. Декомпозиція контекстної діаграми управління, що будуть застосовані для реалізації тих чи інших робіт

Також це дозволяє конкретизувати методи. Ще однією перевагою глибокої декомпозиції є отримання можливості розподілу навантаження між виконавцями робіт. Що дозволяє зекономити час та кошти, необхідні для реалізації кожної роботи. Крім основних видів діаграм для моделювання процесів, у програмному комплексі BPWin передбачається значна кількість інших елементів, що дозволяють зорієнтуватися у ситуації, та контролювати процес моделювання.

Одним із них є діаграма дерева вузлів (рис. 2).

Діаграма має вигляд традиційного ієрархічного дерева. Вона автоматично формується виходячи із структури моделі, на основі побудови декомпозицій. Вона наочно представляє підпорядковані набори робіт. Що полегшує сприйняття структури проекту, та полегшує процес роботи з абстрактним представленням модельованих процесів.

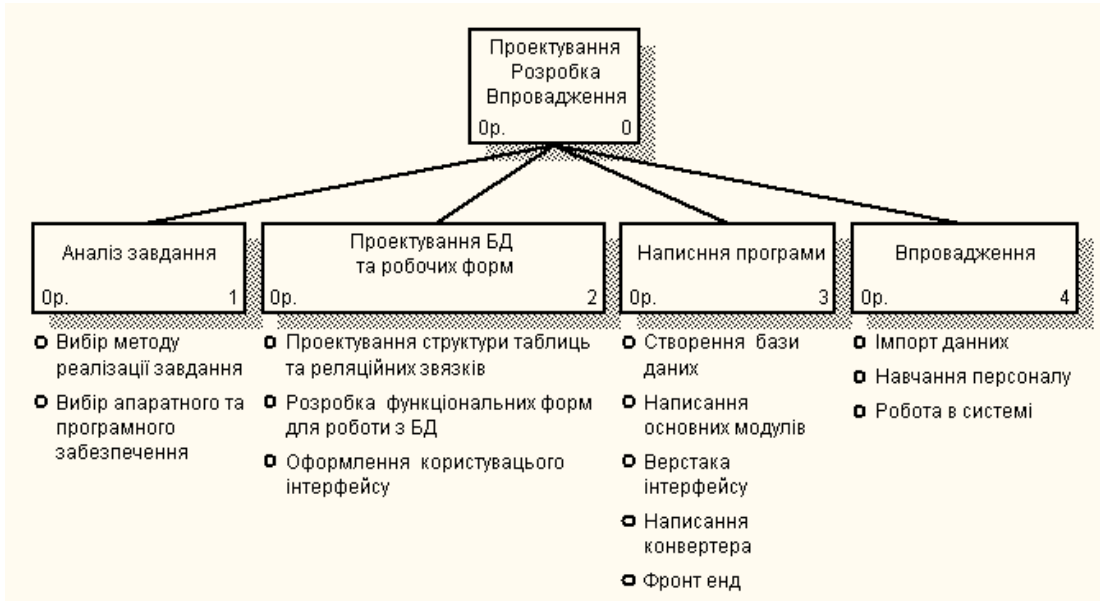


Рис. 2. Діаграма дерева вузлів моделі

Змодельовавши таким чином послідовність операцій у процесі розробки системи можна значною мірою скоротити витрати часу та ресурсів на етапі написання програмного коду.

Також застосування відповідного моделювання допомагає уникнути можливих помилок на всіх етапах розробки системи, а відповідно знижує ризики затримки у розробці, надмірних фінансових та ресурсних затрат.

Моделювання автоматизації обслуговування читачів було направлено, перш за все, на швидке, якісне та повноцінне обслуговування читачів, максимальна увага приділялась саме процесу розробки модулю автоматизованої книговидачі у читальних залах та на абонементних бібліотеки ВНАУ.

У процесі роботи було детально проаналізовано перебіг процесів роботи із читачами у читальних залах та на абонементних. Виділено основні операції які виконують обидві сторони, читач та бібліотекар, у процесі обслуговування. Проводились опитування бібліотечних працівників, які працюють у цих інстанціях. А також було здійснене опитування читачів що до їх точки зору на процедури видачі і приймання літератури.

Таким чином, на основі зібраних даних, створено модель процесу обслуговування читачів на місцях видачі та приймання літератури (рис. 3).

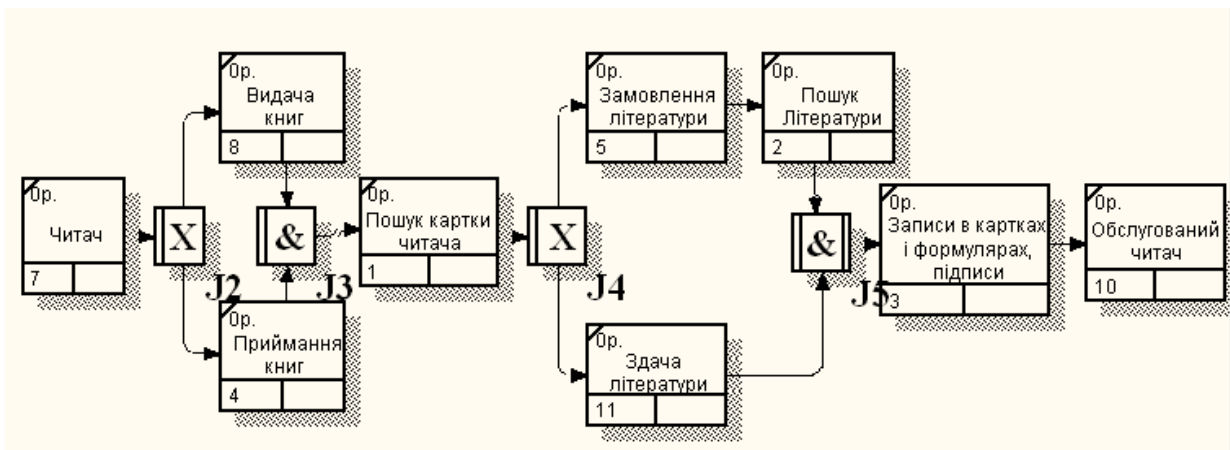


Рис. 3. Модель обслуговування читачів

Створена модель обслуговування складається із послідовності операцій, які по черзі виконуються читачем та бібліотечним працівником. Цей процес починається із візиту читача на місце обслуговування із метою отримання або здачі літератури. Проте, за даної моделі, незалежно від цілі візиту, наступним етапом є представлення, та пошук його читачької картки бібліотекарем. Ця операція займає досить багато часу, порівняно з іншими. Взагалі операції ручного пошуку інформації є досить тривалими у будь-яких процесах, в тому числі і бібліотечних.



Після того, як картку знайдено, читач може зробити своє замовлення і зачекати поки бібліотекар відшукає необхідні книги у сховищі. Крім того, в цей час йому може бути запропоновано заповнити формуляр читача, який використовується для формування єдиного реєстру. І вже коли книги доставлено на місце видачі, починається ще одна тривала процедура – заповнення читацької картки та книжкових формулярів. За правилами, читач повинен записати на формулярі свій читацький номер, дату отримання книги та підписатись. Здавалося б нічого складного, але при отриманні 4 і більше підручників, операція явно починає дратувати, і відповідно займає порівняно багато часу.

Процес здачі літератури відбувається дещо швидше, але і він не позбавлений роботи із формулярами, та картками читачів.

По закінченні процедури заповнення формулярів, читач нарешті отримує замовлені книги та може приступати до роботи. Але навіть після того, як обслугований читач пішов, процес видачі або приймання для бібліотекарів не завершується. Адже необхідно заповнити ще декілька журналів. Таких як журнал відвідування, та журнал видачі. Ці процедури стають невід’ємною частиною процесу обслуговування. Крім того, в кінці дня, необхідно підраховувати сумарну кількість відвідувачів та виданої літератури, і заповнювати щоденник.

Після такого аналізу ситуації, було чітко сформоване завдання для розробки модулю автоматизованої книговидачі у межах бібліотечної інформаційної системи. Він повинен пришвидшити процеси пошуку читачів, позбавити бібліотекарів і читачів від необхідності заповнення карток та формулярів, а також організувати ведення усієї необхідної статистики у автоматичному режимі. І як результат скоротити сумарний час обслуговування одного читача.

Отож після впровадження у постійну роботу модулю автоматизованої книговидачі на основі технології штрихового кодування фонду, модель обслуговування читачів набула дещо іншого вигляду (рис. 4). Коли читач приходить на місце обслуговування, тепер важлива мета його приходу. Якщо він хоче повернути отримані раніше книги, то йому навіть не потрібно проходити процес авторизації. Технологія штрих кодування робить процес повернення книг надзвичайно швидким. Бібліотекар отримавши книги від студента, зчитує їхні штрих-коди, а програма, в цей час, автоматично відкриває електронну читацьку картку студента, і відмічає повернуті екземпляри, тим самим проводячи їх звірку. Зчитавши штрих-коди книг, бібліотекаря залишилося тільки підтвердити операцію своїм паролем. На цьому процес повернення літератури завершується.

Якщо ж читач прийшов на місце обслуговування отримати літературу послідовність дій буде іншою.

Зробивши замовлення потрібно відкрити електронну картку читача. При чому, на відміну від ручного режиму, за якого бібліотекар шукав формуляр, зараз читач здійснює це самостійно, ввівши свій логін, або прізвище. В цей час бібліотекар може займатися підготовкою замовлених читачем книг.

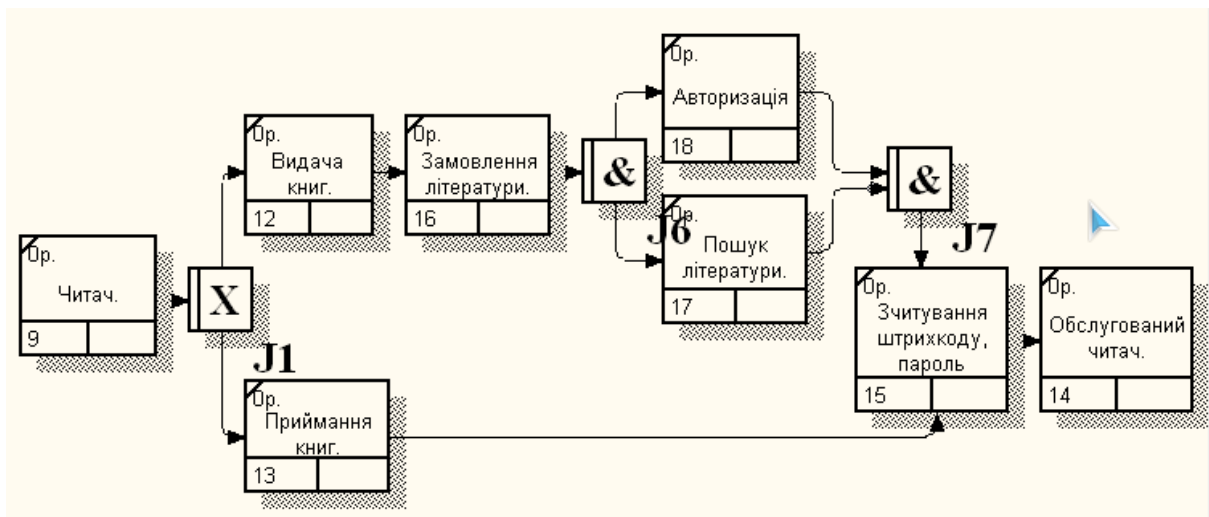


Рис. 4. Модель автоматизованого обслуговування читачів

Коли електронна картка читача відкрита, бібліотекар зчитує штрих-коди із книг, при чому автоматично робляться записи в електронній картці. Підтвердження операції відбувається введенням паролів читача та бібліотекаря. На цьому процес обслуговування можна вважати закінченим.

Ще однією значною перевагою є те, що бібліотекарів уже не потрібно після обслуговування кожного читача заповнювати журнали. Адже система автоматично веде моніторинг роботи читального залу, чи абонементу, у вигляді щоденника. Ці дані працівник бібліотеки може переглядати у будь-який час та на їх основі формувати звіти по роботі свого підрозділу за будь-який період.

Таблиця 2

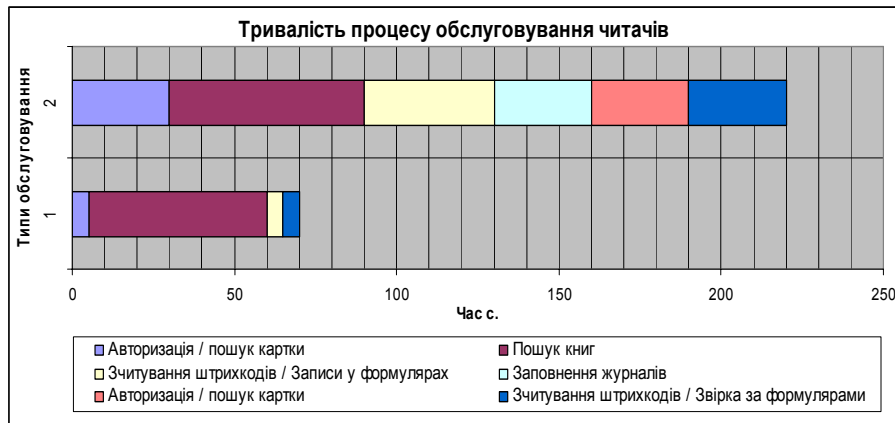
**Порівняння часу виконання окремих операцій у процесі ручного та автоматизованого обслуговування читачів**

Процес отримання 4 книг	1 Авто, с.	2 Ручне, с.
авторизація / пошук картки	5	30
пошук книг	55	60
зчитування штрих-кодів / записи у формулярах	5	40
заповнення журналів	0	30
Процес здачі 4 книг		
авторизація / пошук картки	0	30
зчитування штрих-кодів / звірка за формулярами	5	30
Загальна тривалість циклу обслуговування	70	220

Також автоматизована система звільняє працівників від необхідності постійного збору інформації для єдиної картотеки читачів. Адже завдяки інтеграції до навчальної мережі університету, бібліотеці доступна уся необхідна інформація про студентів і викладачів університету, які складають основну частину відвідувачів бібліотеки.

Отже, в результаті автоматизації процесу обслуговування читачів було досягнуто значне скорочення затрат часу на рутинні операції, а деякі з них взагалі вилучено і послідовності дій (табл. 2).

Для наочності отриманий результат можна представити у вигляді часової діаграми (рис. 4).



**Рис. 5. Часова діаграма тривалості обслуговування читачів в ручному та автоматизованому режимах**

Як видно з діаграми час на обслуговування одного середньостатистичного читача завдяки автоматизації скоротився у тричі. Крім того значно знизилось навантаження на бібліотечних працівників, що дозволить задіяти їх для виконання іншої творчої роботи.

Таким чином, на основі аналізу відомих та адаптованих економіко-математичних та інформаційних моделей розробки інформаційної системи деталізовані процеси проектування, що дозволяє оптимізувати інформаційні процеси для ефективного впровадження системи.

Результати розрахунку економічної ефективності дозволяють зробити висновок про доцільність та корисність впровадження запропонованої системи на прикладі бібліотечного модулю.

Головний висновок дослідження – доказано ефективність використання запропонованої методології моделювання та проектування інформаційної системи від задач автоматизації (образної моделі) через структурування економіко-математичних та імітаційних моделей до конкретних результатів автоматизованої обробки та представлення інформації.

### Література

1. <http://www.vsau.vin.ua>
2. <http://vsau.vin.ua/b06093/library/sofia.php?action=>
3. Антонов В. М. Фінансовий менеджмент: сучасні інформаційні технології : [навчальний посібник] / Антонов В. М. – К. : ЦНЛ, 2005. – 432 с.
4. Околюдько Ю. В. Автоматизована бібліотечна система «Софія» / Ю. В. Околюдько, Є. А. Паламарчук // Збірник наукових праць студентів та магістрантів Вінницького національного аграрного університету. Вінниця: ВНАУ – 2010. – С. 77–81.

5. Околюдько Ю. В. Модель інформаційних потоків автоматизованої бібліотечної вив теми ВНАУ «Софія» / Ю. В. Околюдько, Є. А. Паламарчук // Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Інформатика та системні науки» ІСН-2011. 17–19 березня 2011 р. – Полтава : ПУЕТ – 2011 – С. 238–242.

6. Ковалев С. М., Ковалев В.М. Современные методологии описания бизнес-процессов IDEF0, DFD, IDEF3 / С. М. Ковалев, В. М. Ковалев // Справочник экономиста. – 2006. – № 12.

Надійшла 16.08.2011

УДК 650.18

Т. М. ОКСЕНЮК

Хмельницький національний університет

## СУТНІСТЬ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ: ЕВОЛЮЦІЯ ФОРМУВАННЯ

*Обґрунтовано важливість дослідження сутності фінансових результатів діяльності та їх формування від періоду появи перших результатів людської діяльності, а не від періоду виникнення перших економічних шкіл, як прийнято у сучасній економічній науці. Досліджено погляди мислителів античності і Середньовіччя на суть і формування фінансових результатів.*

*In the article was proved the importance of studying the essence of financial results and their formation from the period when the first results of human activity were appeared, not from the first period of appearance economic schools, as adopted in modern economic science. Investigated the views of thinkers of antiquity and the Middle Ages to the substance and the formation of financial results.*

*Ключові слова: фінансові результати, результати діяльності, історія та еволюція формування.*

**Вступ.** Основним підсумковим показником результативності господарської діяльності є фінансовий результат, значення якого в умовах складної економічної ситуації в країні, обмеженості банківського кредитування суб'єктів господарської діяльності, низького рівня конкурентоспроможності та інноваційного розвитку промислових підприємства важко переоцінити. Саме тому вивчення різноманітних концепцій трактування сутності, процесу формування та розрахунку фінансового результату на основі аналізу надбань людства в процесі його розвитку представляють суттєву наукову цінність їх розгляду.

**Мета дослідження.** Встановити етапи розвитку первинних уявлень про суть і формування фінансових результатів, дослідити погляди провідних мислителів античності і Середньовіччя з питань фінансових результатів діяльності.

**Аналіз літературних джерел з даної тематики.** Еволюція сутності і формування фінансових результатів розглядалася багатьма науковцями і, в силу своєї виключної важливості як для діяльності кожного підприємства, так і для розвитку економіки кожної країни і, в цілому, для розвитку світової економіки, продовжує вивчатися і по сьогоднішній день. Серед сучасних дослідників даної проблеми можна виділити Бабіцьку О. О., Високу О. Є., Греченко Ю. А., Олійник О. В., Ширягіну О. Є., Маначинську Ю. А. та ін.

**Постановка завдання.** Як виявило дослідження наукових джерел, автори починають розглядати еволюцію сутності категорії фінансового результату лише з того періоду економічної історії людства, коли почали з'являтися наукові школи, які займалися трактуванням сутності прибутку.

Так, Висока О. Є. відзначає, що «еволюція поглядів на сутність прибутку починається з часів меркантилізму, найвидатнішим представником якого в Англії був Т. Мен» [1, с. 40].

Таку ж думку підтримує й І. О. Кривошея-Гуцько, що в своєму дослідженні сутності поняття прибутку починає її розгляд з поглядів представників школи меркантилізму [2].

Бабіцька О. зазначає, що виникнення поняття прибутку більшість вчених відносять до часів зародження товарного виробництва, початкових форм купецького капіталу [3, с. 120], а тому і розгляд еволюції сутності фінансових результатів вона також розпочинає з аналізу поглядів меркантилістів і Т. Мена, як їх яскравого представника.

Деякі автори, зокрема, Лихолат С. М. та Маделик П. Р. взагалі зазначають, що «у домарксовий період найближче до розуміння змісту прибутку підійшли класики буржуазної політичної економії Вільям Петті, Адам Сміт, С. Сімонді, Т.-Р. Мальту» [4, с. 187].

Даний підхід взагалі вважаємо неприйнятним. Так, звісно, первинні уявлення про фінансові результати діяльності і прибуток, як їх виразник, не були досконалими з сучасного погляду, але вони і не могли такими бути. Кожен науковий підхід і кожне наукове твердження, які дійшли до нас від найдавніших науковців мають виключну цінність, адже вони певною мірою є виразниками світогляду свого періоду. Саме на основі цих перших уявлень і формувалося та вдосконалювалося те знання про сутність і формування прибутку, яке ми вважаємо вірним сьогодні. Саме тому вважаємо, що абсолютно невірним при розгляді сутності прибутку є виділення лише тих науковців, погляди яких найбільшою мірою відповідають сучасному науковому розумінню даної категорії.

З цієї позиції більш вірним вдається підхід Греченко Ю. А, що зазначає «перші спроби визначити сутність можна знайти вже у Платона й Аристотеля». Однак, розгляд поглядів зазначених мислителів складається в науковця з одного реченням «підходи цих філософів до визначення сутності прибутку носили уривчастий, безсистемний характер» [5, с. 58].

На нашу думку, таке твердження є дещо необґрунтованим, оскільки системність у працях зазначених мислителів все-таки присутня, просто на момент їхнього життя і діяльності дослідження суті прибутку ще не набуло виключно важливого значення, а тому й розглядалося воно певним чином побіжно, як певне доповнення до інших опрацьовуваних авторами питань.

Отже, позиція сучасних дослідників сутності і формування фінансового результату діяльності є, в основному, схожою. Однак, на нашу думку, вона не є зовсім вірною, оскільки перші наукові школи своїми підходами до пояснення суті прибутку багато в чому опиралися на досвід попередніх поколінь, набутий ними в процесі свого розвитку. Саме тому вважаємо за потрібне досліджувати еволюцію сутності результату діяльності в цілому і фінансового результату даної діяльності, зокрема, від моменту появи людської діяльності взагалі.

**Результати дослідження.** Досить важко виділити той момент у розвитку людства, коли стали зароджуватися початкові уявлення про суть і формування результату діяльності. Сама природа людини полягає у здійсненні нею діяльності чи то фізичної, чи розумової, тобто із появою людини виникла і її діяльність. У процесі людського розвитку вдосконалювалися форми і знаряддя цієї діяльності, що, в свою чергу, сприяло розширенню переліку її результатів.

Поступово до людей прийшло розуміння цінності наявних у них товарів або, іншими словами, цінності результатів їх власної праці. Адже в давніх суспільствах виробництва в такому сенсі, як ми розуміємо зараз, не існувало. Кожна родина чи община займалася певними видами діяльності і саме результати такої діяльності і ставали в подальшому предметами обміну. Саме тому, на нашу думку, поява перших загальних еквівалентів обміну товарів є свідченням розуміння людством цінності власних результатів діяльності і вкладеної в них праці.

В подальшому, з розвитком людства, розвивалися і ті предмети, що відігравали роль загальних еквівалентів. Зростала їх роль у житті людини, а, отже, зростала і цінність. Таким чином, поступово загальні еквіваленти ставали ціннішими – на їх роль стали обиратися ті товари чи предмети, які були рідкіснішими, унікальнішими. Саме даний процес поступово призвів до появи грошей і саме поява грошей як загального еквівалента обміну призвела до первинного формування у людей розуміння суті фінансового результату їх діяльності.

Таким чином, можемо визначити основні етапи виникнення в людей розуміння результату діяльності та його цінності, тобто фінансового результату діяльності (рис. 1).

Перший етап – зародження людської діяльності – на цьому етапі почали з'являтися продукти людської діяльності, а, отже, її результати.

Другий етап – розвиток промислів і ремесел. Даний етап формування людиною уявлень про результати діяльності сприяв появі нових різноманітних форм втілення даних результатів.

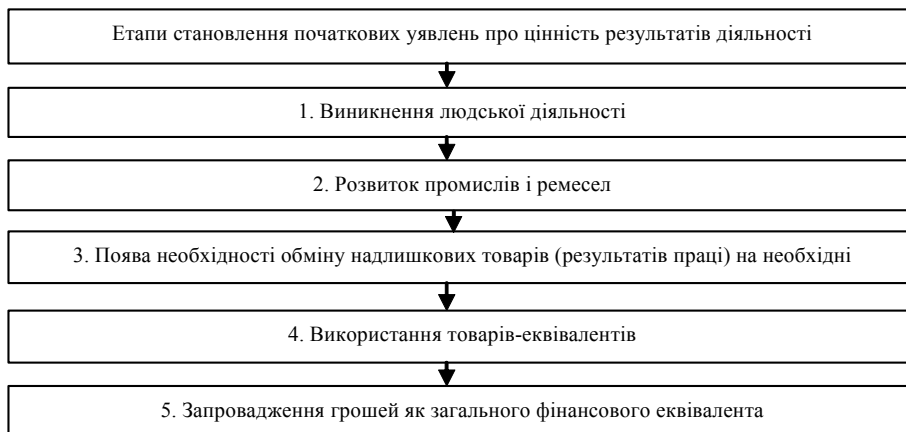


Рис. 1. Етапи становлення розуміння людиною цінності результату діяльності

Третій етап – поява необхідності обміну надлишкових товарів. Саме потреба людей в обміні результатів своєї діяльності на результати діяльності інших людей і стала рушійним фактором зародження розуміння цінності своєї праці і цінності виготовлених за допомогою неї продуктів, тобто цінності результатів праці.

Наступним етапом становлення розуміння людиною необхідності і цінності результатів діяльності стала поява товарів-еквівалентів. Зростання цінності результатів людської діяльності і спричинило вихід економічного розвитку людського суспільства на наступний етап.

Останнім етапом формування початкових людських уявлень про результати діяльності стала поява грошей як всезагальних еквівалентів. Виникнення і розвиток грошових знаків можна по праву вважати переломним моментом в ході людської історії і, певним чином, початком історії економічної. Розвиток грошових форм та розширення територій їх використання і стали, на нашу думку, останнім етапом формування початкових уявлень людства про цінність результатів діяльності. Люди стали розуміти, що кінцевим результатом їх діяльності повинні бути грошові знаки, тобто результати їх діяльності повинні переходити у фінансову форму. Саме фінансова форма кінцевих результатів діяльності людини надавала їй широкі можливості подальшого використання цих результатів.

Виникнення грошей стало певного роду каталізатором розвитку людської діяльності і людської економічної думки – почали з'являтися мислителі, яких цікавили питання не лише філософського, але і економічного змісту.

Першим із найвідоміших стародавніх мислителів, які заклали підвалини сучасної економічної науки, є Аристотель. Він першим почав досліджувати економічну науку, хоча і розумів її як природну господарську діяльність, пов'язану з виробництвом продуктів та створенням вартостей.

Погляди Аристотеля на сутність результату діяльності та його цінність можна подати у вигляді схеми:

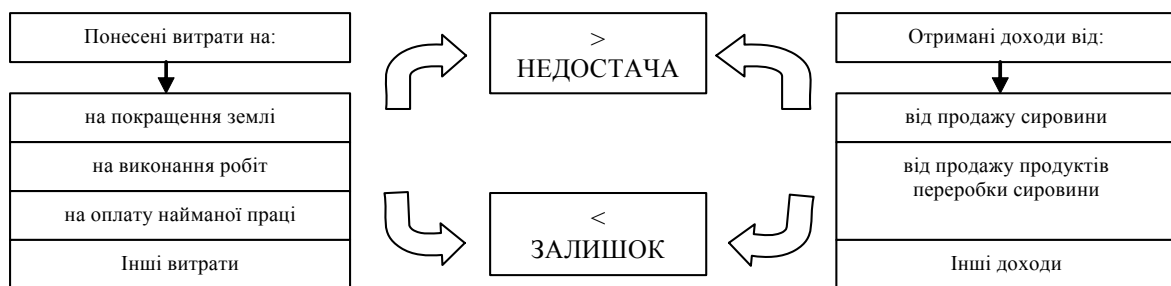


Рис. 2. Суть і формування результатів діяльності за Аристотелем

Звісно, що в епоху античності про промисловий капітал не могло бути і мови, а тому мислитель займався дослідженням торгівельного і грошового капіталів. Саме на основі цього він і виділив таку науку, як хрематистика. За його висловом «мистецтво наживати багатство виражається в торгівельній діяльності. Ніколи не буває меж меті, оскільки метою є безмежне багатство і володіння грошима. Всі, хто займається грошовими оборотами, намагаються збільшувати свої капітали до безкінечності [6].

З погляду Аристотеля такий потяг до збагачення був неприродним для чистої економіки, однак, якщо постійне намагання збільшити власні доходи розглядати як спроби максимізувати кінцевий результат власної діяльності, то очевидно, що такі прагнення є властивими економіці.

Хрематистика зводиться до створення багатства, що не має меж. Засобом для досягнення цієї мети слугують гроші, які використовуються для набуття нових грошей. Найбільш повно і найбільш відкрито це проявляється у лихварстві. Саме тому Аристотель засуджує лихварство, вбачаючи в ньому крайній прояв хрематистики.

На думку Аристотеля, така діяльність суперечить природі «чистої економіки», однак, якщо поглянути на це з того боку, що кожен працівник чи кожна окрема людина ставить перед собою мету максимізувати кінцевий результат власної діяльності, то очевидно, що тут і проявляються економічні підходи.

Отже, в цілому, з поглядів Аристотеля доходимо висновку, що для нього результатом діяльності виступали саме товари, тобто фізичні продукти діяльності, які можна було обміняти на інші продукти. Гроші (прибуток) мислитель не вважав результатом економічної діяльності і тому не схвалював торгівлю, за якої обмін товарів відбувався не на інші товари, а на грошові знаки.

Цікавою для розгляду у контексті сутності та формування фінансових результатів діяльності видається і праця давньогрецького мислителя Ксенофонта «Домострой». Ксенофонт розглядав фінансові результати діяльності лише для землеробства. Так, за його словами, більший кінцевий результат діяльності (прибуток) отримує той, хто вкладає в своє господарство більше праці і, при цьому, праці якісної. Оскільки неякісна праця, за словами мислителя, не примножує прибуток, а вводить господарство у збитки.

Слід відмітити, що мислитель у своїй праці переважну увагу спрямовував на розгляд діяльності великих землевласників і для них, як для керівників, розробляв свої рекомендації. Так, основними чинниками прибуткової діяльності землеробського господарства, на його думку, є: обізнаність землевласника зі справою, нагляд за працею робітників, постійне вдосконалення як робіт, які проводяться, так і самої землі. Порядок формування фінансових результатів діяльності за Ксенофонтом представимо на рис. 3.

Отже, як бачимо, Ксенофонт досить чітко уявляв собі порядок формування кінцевого фінансового результату діяльності (прибутку чи збитку), хоча і розглядав цей процес лише для землеробства.

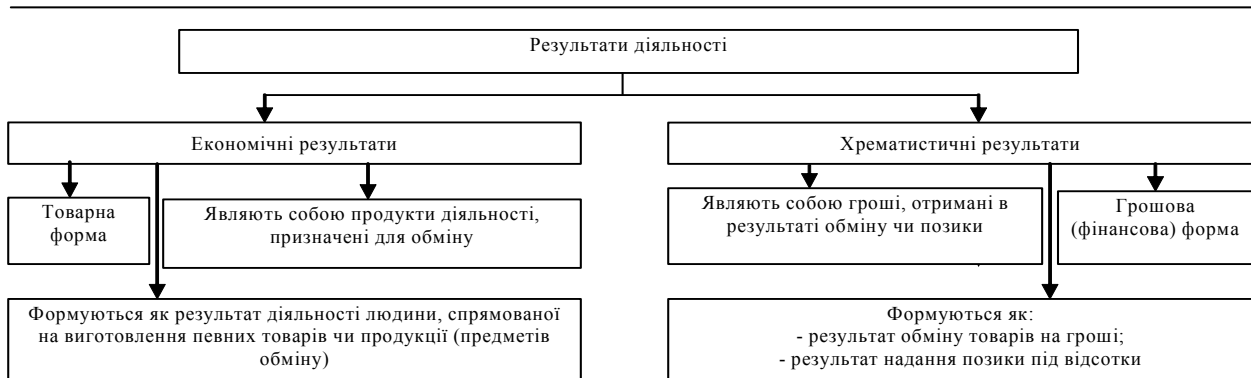


Рис. 3. Формування фінансового результату діяльності за Ксенофонт

Римські мислителі, зокрема, Катон, Варрон, Колумелла, Пліній головну увагу в своїх дослідженнях приділяли землеробству і скотарству, вважаючи інші заняття чи промисли не настільки важливими, сильно ризикованими або і взагалі «нечистими». В своїх працях вони робили наголос на необхідності скорочення витрат діяльності для отримання більшого доходу. Головною метою роботи землевласників вважалася прибутковість. Так, Марк Катон зазначає, що «господарювати слід так, щоб продавати якомога більше» [7, с. 21]. Тобто, знову ж таки бачимо, що необхідність максимізації прибутку господарських одиниць визнавалася ще задовго до появи економічної науки як такої.

Однак, при цьому слід зауважити, що римські мислителі в першу чергу звертали увагу на якість обробітку землі та всіх робіт, що на ній проводяться; вони описували необхідні методи і технології робіт, а тому сутності і формування фінансових результатів торкалися у своїх роботах лише опосередковано.

Якщо говорити про епоху Середньовіччя, то досить яскраво її світогляд розкривається у поглядах Августина Блаженного. Так, він вище всього ставив працю і, зокрема, працю із обробітку землі. Однак до торгівлі Августин Блаженний відносився зовсім по-іншому. За його словами «завдання купця в тому, щоб дешевше купити і дорожче продати... А оскільки це явна вада, то будь-хто, хто хоче бути справедливим, повинен повставати проти цього» [8, с. 33].

Таким чином, мислитель результатом діяльності вважав певні предмети, які мали матеріально-речову форму і були отримані внаслідок здійснення певного виду діяльності. Зокрема, результатами певного виду діяльності для нього могли виступати як певні предмети, так і гроші. При цьому, Августин Блаженний не вважав негативним саме отримання грошей за результати своєї праці. Негативним в його розумінні було отримання грошей (прибутку) без створення товарів.

Спроби розгляду прибутку як такого були здійснені каноністами в епоху Середньовіччя. Каноністами являлися особи, які кодифікували церковне право, що вироблялося на протязі століть. Християнські ідеологи раннього Середньовіччя ставилися до торгівлі негативно, а до лихварства і вимагання відсотків за користування позиченими коштами і взагалі вороже, як бачимо із поглядів Августина Блаженного. Однак, поступово змінювалося економічне становище, відбувався розвиток товарного обміну і кредитних операцій, що вимагало від мислителів формування іншого підходу. Купецький капітал став могутньою силою, яку не могли ігнорувати ні церковні діячі, ні державні правителі, тобто каноністи вже не могли забороняти отримання прибутку і здійснення відсотків. Вони лише відзначали, що прибуток повинен бути не надмірним, однак не вказували критеріїв такої надмірності.

Отже, як бачимо, каноністи не намагалися зрозуміти суть прибутку, вони просто робили спроби об'єднати церковне вчення з існуючими в тогочасній економіці відносинами і процесами. При цьому, варто відмітити, що вони і не заперечували його. Тобто можемо говорити, що в дану епоху закріпилося розуміння того, що діяльність повинна приносити прибуток (певний позитивний результат), нехай навіть ця діяльність полягає лише у позиції коштів.

**Висновки.** Таким чином, еволюцію сутності і формування фінансових результатів діяльності варто розглядати, починаючи з періоду появи грошових (фінансових) розрахунків. Адже, як свідчить проведене дослідження, стародавній світ дуже добре розумів необхідність і цінність отримання позитивного фінансового результату, а відомі мислителі значну увагу приділяли пошуку шляхів вдосконалення технологій діяльності і управління для мінімізації витрат та максимізації кінцевого фінансового результату.

### Література

1. Висока О. Є. Економічна сутність прибутку та концепції його формування / О. Є. Висока // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – Випуск 17. – С. 37 – 44.
2. Кривошея-Гулько І. О. Теоретико-методологічні аспекти дослідження сутності поняття прибутку / І. О. Кривошея-Гулько // Агроінком. – 2010. – № 10 – 12. – С. 85 – 94.
3. Бабіцька О. О. Економічний зміст фінансових результатів сільськогосподарських підприємств / О. О. Бабіцька // Вісник СНАУ. – 2010. – Випуск 5/1. – С. 120 – 123.

4. Лихолат С. М. Економічна сутність прибутку підприємства / С. М. Лихолат, П. Р. Маделик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2006. – Випуск 16.2. – С. 186 – 190.
5. Греченко Ю. А. Основні теоретичні підходи до визначення поняття прибутку / Ю. А. Греченко // Економіка розвитку. – 2009. – № 4. – С. 58 – 60.
6. Аристотель. Політика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.philosophy.ru/library/aristotle/polit/index.html>
7. О сельском хозяйстве / Катон, Варрон, Колумелла, Плиний. – Москва: ОГИЗ; Ленинград: Сельхозгиз. – 358 с.
8. Розенберг Д. И. История политэкономии. – М.: Государственное социально-экономическое издательство, 1940. – 484 с.

Надійшла 21.08.2011

УДК 677.11.021

Г. А. ТИХОСОВА, Т. М. ГОЛОВЕНКО, І. О. МЕНЯЙЛО  
Херсонський національний технічний університет

## ЕКОНОМІЧНА ДОЦІЛЬНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПЕРЕРОБКИ СТЕБЕЛ ЛЬОНУ ОЛІЙНОГО НА ТЕРИТОРІЇ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*Стаття присвячена економічному обґрунтуванню доцільності переробки стебел льону олійного на півдні України, а саме в Херсонській області. Економічними розрахунками доведено, що прибуток з переробки соломи льону олійного буде складати 37 854 411,04 грн.*

*The article is devoted to the economic ground of expediency of processing of oilseed flax stems on the south of Ukraine, namely in the Kherson region. Economic calculations, that an income from processing of oilseed flax stems will fold 37 854 411,04 hrn.s is proved.*

*Ключові слова: економічні розрахунки, доцільність переробки, прибуток, льон олійний.*

**Вступ.** Льон – найпоширеніша культура в світі. Більше 70% посівів льону в світі складає льон олійний. Дуже активно збільшуються посіви льону олійного в Канаді, США, в країнах Західної (Франція, Бельгія, Голландія, Германія, Англія, Італія) і Східної Європи (Росія, Польща, Чехія, Угорщина, Румунія, Словаччина, Білорусія і частково в Азії (Китай, В'єтнам, Корея). Окремі види культивуються у Середземномор'ї, Латинській Америці, ЮАР, Скандинавії [1]. Не є винятком і Україна. Так, за період від 2002 по 2010 рр. посівні площі льону олійного збільшилися з 9,35 тис. га до 60,22 тис. га (рис. 1) [2].

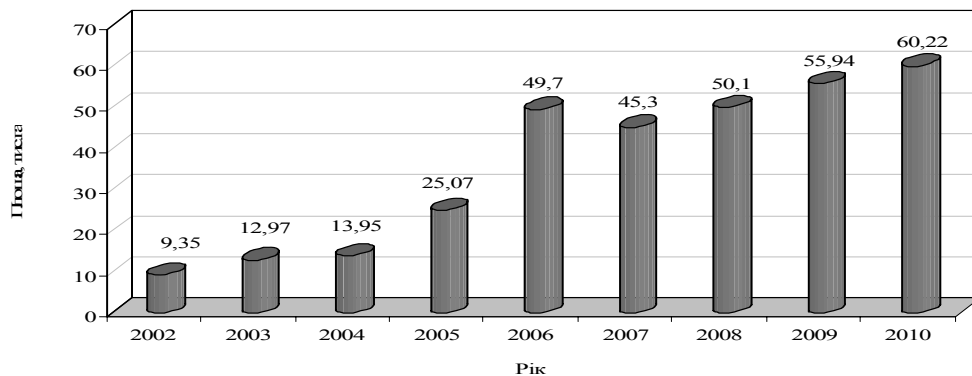


Рис. 1. Динаміка вирощування льону олійного в Україні в 2002–2010 рр.

Відкриття за останні роки ефективних медико-біологічних властивостей насіння і олії льону олійного стрімко стимулювали розвиток цієї культури і збільшили її використання в різних галузях промисловості. В ньому, міститься до 48% олії, 16–24 % протеїну, велика кількість амінокислот, альфа-ліноленова кислота Омега-3 і Омега-6, мікроелементи, вітаміни, а також фітореагенти, які мають протиокислювальні та лікарські властивості. Тому насіння знайшло широке застосування у харчовій (виробництво маргарину, лляної муки, дитяче харчування та ін.), фармацевтичній (медичні препарати для попередження інфаркту, ракових, серцево-судинних захворювань, зміцнення імунної системи, покращення роботи печінки та ін.), лакофарбній (виробництво оліфи, фарби, лаки) та парфумерно-косметичній промисловостях (різноманітні креми для догляду за шкірою обличчя, рук, бальзами для тіла, препарати по догляду за волоссям та ін.) [1].

При такому значному попиту на дану продукцію вартість насіння льону олійного на даний час складає для супереліти – 25–30 тис. грн./тонн, а товарне насіння – 3–5 тис. грн./тонн, що є не менш важливим чинником до стрімкого збільшення посівних площ льону олійного.

Не менш цінною целюлозовмісною сировиною є стебла льону олійного. Світовий досвід використання соломи льону олійного також, має широкий спектр застосування. В даний час цією проблемою достатньо широко займаються в багатьох країнах світу. Серйозним стримуючим чинником для розповсюдження переробки стеблової маси олійного льону на волокно в Україні, є відсутність простих технологій і устаткування, доступного для сільгоспвиробників і малого бізнесу. Тому, одержувані в даний час, при обробітку цієї культури, стебла, у нашій державі, вважаються побічним продуктом і не переробляються. Для підвищення привабливості льону олійного як лубоволокнистої сировини необхідно розробляти ефективні і маловитратні технології переробки стебел з отриманням волокнистої маси, придатної для технічного використання.

На даний час льон олійний культивують і в Херсонській області, загальна площа посівів становить 10,61 тис. га. На основі аналізу літературних даних побудовано діаграму посівних площ льону олійного в районах Херсонської області (рис. 2).

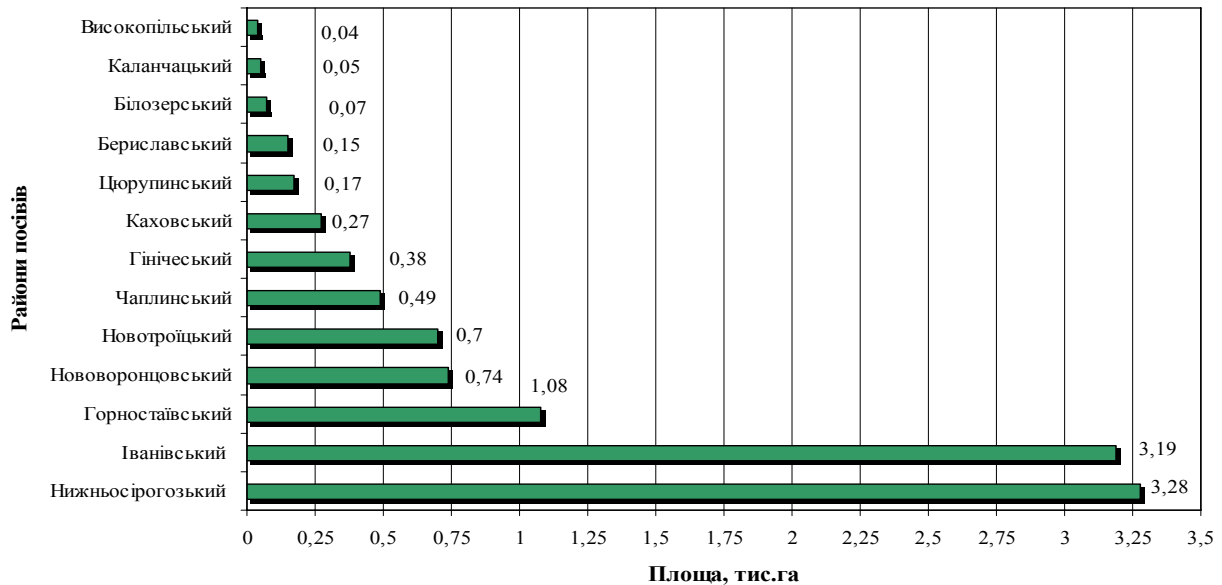


Рис. 2. Динаміка вирощування льону олійного в Херсонській області за 2011 р.

Врожайність стебел льону олійного складає в середньому 15–20 ц/га. Якщо раніше при невеликих площах посівів, солома спалювалася і це не викликало обурення служб екологічної безпеки, то при значно збільшених площах посівів, спалювання буде наносити негативний вплив навколишньому середовищу.

Таким чином, зважаючи на значну кількість посівів льону олійного в Херсонській області у 2011 році, а саме: 10,61 тис. га, стебла соломи льону олійного потребують розроблення технології переробки.

**Постановка завдання.** Науковцями кафедри переробки, стандартизації і сертифікації сировини Херсонського національного технічного університету, було розроблено технологічну лінію для поглибленої механічної обробки стебел і трести льону олійного на основі модернізації існуючого обладнання [3]. З цієї метою на експериментальній технологічній лінії агрегату КПАЛ, було замінено тіпальну частину на дві секції тіпальних машин “Charle”. Це було здійснено, враховуючи особливості технологічних властивостей стебел льону олійного, для запобігання утворенню намотів волокна на тіпальні барабани, обриву волокна, що сприятиме збільшенню інтенсивності очищення волокна від костриці.

За запропонованою технологією треста льону олійного після розмотування рулонів на рулонорозмотувачі, буде направлятися в сушильну машину СКП-10КУ1, і за допомогою колкового механізму, подаватися на м’яльну машину куделеприготувального агрегату, з 19 парами м’яльних вальців, що забезпечує глибокий промін стебел льону олійного. Пром’ятий сирець подається за допомогою живильного вальця на перший тіпальний модуль машини “Charle”, далі волокно поступає на трясильну машину з верхнім гребінним полем, а потім на другий тіпальний модуль машини “Charle”, заключною операцією на модернізованому куделеприготувальному агрегаті є трясильна машина з нижнім гребінним полем.

За запропонованою технологічною лінією одержане волокно має закростриченість 28-30%, що звужує сфери його застосування. Тому, для повного очищення волокна льону олійного встановлено машини грубого та тонкого чесання, відповідно Ч-600-ЛІ та ЧМД-4. Запропонована технологічна лінія переробки стебел і трести льону олійного подана на рис. 3.

Для впровадження запропонованої інноваційної технології поглибленої механічної обробки соломи і трести, для одержання волокна різного функціонального призначення на території Херсонської області, необхідно здійснити розрахунок економічної ефективності.



В результаті проведеної оцінки кількості соломи, яка може бути отримана з раніше зазначених площ посіву у 2011 році в Херсонській області при врожайності соломи 20 ц/га, було визначено кількість соломи [4], яка одержується з 10,61 тис. га:

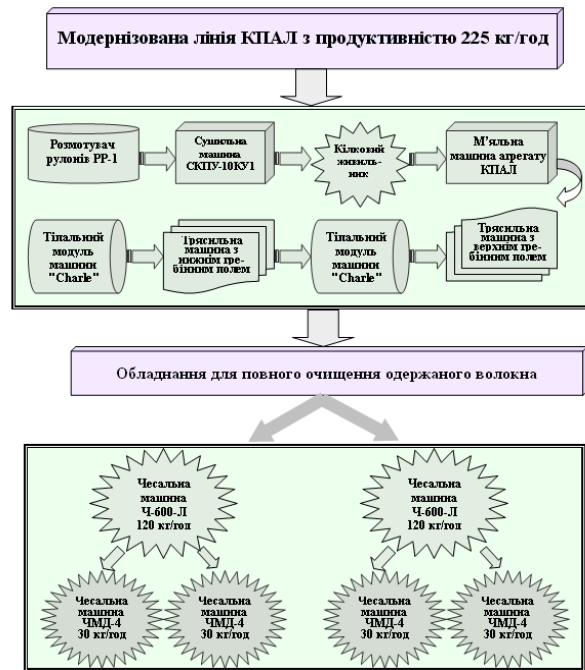


Рис. 3. Технологічна схема переробки стебел соломи і трести льону олійного для отримання очищеного волокна

$$O = S \cdot Y, \tag{1}$$

де  $S$  – площа посівів, тис. га;  
 $Y$  – врожайність соломи, ц/га;  
 $O$  – кількість соломи, тис. тонн.  
 $O = 10,61 \cdot 20 = 21\,220$  тис. т соломи.

Враховуючи запропоновану технологію переробки соломи і трести льону олійного на модернізованій куделеприготувальній лінії (рис. 3), загрегованої з чесальними машинами Ч-600-Л і ЧМД-4 і продуктивністю лінії КПАЛ 225 кг/год, визначено кількість сировини, яка може бути оброблена протягом року на одній лінії КПАЛ у 2 зміни з 240 робочими днями в році:

$$Q = 2P \cdot D \cdot T, \tag{2}$$

де 2 – кількість змін в добі;  
 $P$  – виробнича потужність КПАЛ, кг/год;  
 $D$  – кількість робочих днів в році;  
 $T$  – тривалість зміни, год.  
 $Q = 2 \cdot 225 \cdot 8 \cdot 240 = 864\,000$  кг/рік

Для повної переробки стебел соломи льону олійного за новою технологією, кількість ліній КПАЛ, яка повинна бути встановлена в Херсонській області буде розрахована:

$$K_{\text{КПАЛ}} = O/Q, \tag{3}$$

де  $O$  – кількість соломи, тонн;  
 $Q$  – виробнича потужність КПАЛ в рік, т/рік  
 $K_{\text{КПАЛ}} = 21\,220 / 864 = 24$  одиниці

Таким чином, для переробки стебел соломи льону олійного в Херсонській області необхідно встановити 24 одиниці КПАЛ.

**Виклад основного матеріалу.** В результаті переробки всієї соломи, згідно з розробленою технологією і враховуючи вихід лубу зі стебел соломи льону олійного, який складає від 11 до 35 %, визначимо зі всієї маси соломи кількість лубу  $K_l$ , тон:

$$K_l = (O \cdot B) / 100, \tag{4}$$

де  $K_{л}$  – кількість лубу, тон;

$O$  – кількість соломи, тон;

$B$  – вихід лубу, %.

$K_{л} = (21\ 220 \cdot 11)/100 = 2\ 334,2$  т.

Очікуваний дохід від реалізації сировини, беручи до уваги ціну за 1 тону лубу в 1750 грн:

$$D = K_{л} \cdot Ц, \quad (5)$$

де  $D$  – очікуваний дохід від продажу лубу, грн.;

$B_{л}$  – вихід лубу, тон;

$Ц$  – ціна за 1 тону, грн.

$D = 2\ 334,2 \cdot 1750 = 4\ 084\ 850$  грн.

Проаналізуємо ті ж самі розрахунки для середнього виходу лубу, який дорівнює 22 %.

$K_{л} = (21\ 220 \cdot 22)/100 = 4\ 668,4$  т.

$D = 4\ 668,4 \cdot 1750 = 8\ 169\ 700$  грн.

Другорядним продуктом, який може бути отриманий з льону олійного є костра. Ціна за 1 тону костри – 100 грн. Враховуючи це, визначимо очікуваний дохід від реалізації костри:

а) з масовою часткою 89%:

$K_{л} = (21\ 220 \cdot 89)/100 = 18\ 885,8$  т.

$D = 18\ 885,8 \cdot 100 = 1\ 888\ 580$  грн.

б) з масовою часткою 78%:

$K_{л} = (21\ 220 \cdot 78)/100 = 16\ 551,6$  т.

$D = 16\ 551,6 \cdot 100 = 1\ 655\ 160$  грн.

Як зазначалось раніше, на сьогодні основним продуктом льону олійного є насіння. Згідно з даними Інституту олійних культур, урожайність досліджуваного сорту Айсберг складає 1,8-2,0 т/га. Ціна товарного насіння за 1 т в 2010 р. становить 2,5 тис. грн., а посівного насіння – 25 тис. грн. Із всього урожаю тільки 10% іде на насіння, а 90% використовується для виробничих потреб. Враховуючи зазначені площі посіву льону олійного у 2011 році кількість насіння по Херсонській області буде складати:

$$H = S \cdot Y_{н}, \quad (6)$$

де  $H$  – кількість насіння, тис. тонн;

$S$  – площа посіву, тис. га;

$Y_{н}$  – урожайність насіння, т/га.

$H = 10,61 \cdot 2 = 21\ 220$  т.

Кількість товарного насіння буде дорівнювати:

$H_{тов} = 21\ 220 \cdot 0,9 = 19\ 098$  т.

Очікуваний дохід від продажу товарного насіння:

$D_{тов} = 19\ 098 \cdot 2\ 500 = 47\ 745\ 000$  грн.

Кількість посівного насіння льону олійного та очікуваний дохід від продажу буде складати:

$H_{пос} = 21\ 220 \cdot 0,1 = 2\ 122$  т.

$D_{пос} = 2\ 122 \cdot 25\ 000 = 53\ 050\ 000$  грн.

Сумарний очікуваний дохід від реалізації товарного та посівного насіння по Херсонській області становить:

$\sum D_{н} = 47\ 745\ 000 + 53\ 050\ 000 = 100\ 795\ 000$  грн.

В результаті проведених досліджень одержано економічні розрахунки очікуваного доходу від реалізації одержаного волокна, костри і насіння льону олійного. Результати подано в таблиці 1.

Таблиця 1

**Сумарний очікуваний дохід від реалізації волокна, костри і насіння льону олійного**

Регіон	Очікуваний дохід від реалізації волокна та костри за виходом лубу, грн.				Очікуваний дохід від реалізації насіння, грн.	
	11 %		22%		Із врожайністю 2 т/га	
	Волокно	Костра	Волокно	Костра	Товарне насіння	Посівне посівне
Херсонська область	4 084 850	1 888 580	8 169 700	1 655 160	47 745 000	53 050 000
Всього:	5 973 430		9 824 860		100 795 000	

Таким чином, очікуваний дохід від реалізації волокна і костри по Херсонській області складає 9 824 860 грн., а очікуваний дохід від реалізації насіння по Херсонській області – 100 795 000 грн.

Для визначення чистого прибутку від переробки соломи і трести льону олійного, необхідно визначити витрати на вирощування, переробку і обладнання [5, 6]. За даними дослідного господарства

«Асканійське» витрати на вирощування 1 га льону олійного складають 5 200 грн, а оскільки з 1 га збирається 2 тонни соломи, то витрати на 1 тунну соломи будуть складати 2 600 грн.

За даними Старосамбірського льонокомбінату затрати на переробку 1 тони трести, становлять 800 грн/т.

Затрати на придбання технічного обладнання складають:

КПАЛ – 44 928 грн;

Ч-600-Л – 17 600 грн;

ЧМД- 4 – 15 700 грн.

Таким чином, 1 лінія для переробки трести буде коштувати 142 928 грн. Для повної переробки соломи льону олійного в Херсонській області необхідно встановити 24 технологічні лінії, вартість яких буде складати 3 430 272 грн.

Амортизаційні відрахування в рік складають 18 % від вартості обладнання:

$$A = C_{1л} \cdot n \cdot 18 / 100 \quad (7)$$

де А – амортизаційні відрахування, грн.;

$C_{1л}$  – вартість однієї лінії КПАЛ, грн.;

$n$  – кількість одиниць, шт.

$A = 142\,928 \cdot 24 \cdot 0,18 = 617\,448,96$  грн.

Розрахунок прибутку від реалізації насіння, волокна і костри:

$$\Pi = \sum(D_n + D_v + D_k) - \sum(Z_{пер} + Z_{вир} + A), \quad (8)$$

де  $D_n$ ,  $D_v$ ,  $D_k$  – дохід від реалізації насіння, волокна і костри, грн.;

$Z_{пер}$ ,  $Z_{вир}$  – витрати на переробку і вирощування, грн.;

А – амортизаційні відрахування, грн.

Сумарні витрати на вирощування, переробку і обладнання будуть складати:

$\sum Z = (21\,220 \cdot 2\,600 + 21\,220 \cdot 800 + 617\,448,96) = 72\,765\,448,96$  грн.

Розрахуємо прибуток від реалізації продукції:

$\Pi = (100\,795\,000 + 8\,169\,700 + 1\,655\,160) - 72\,765\,448,96 = 37\,854\,411,04$  грн.

Витратна частина переробки льону олійного подана в таблиці 2.

Таблиця 2

**Сумарні витрати та прибуток з переробки соломи льону олійного сорту Айсберг**

Витрати:	1 тона соломи, грн.	По Херсонській області, грн.
- на вирощування	2 600	55 172 000
- на переробку	800	16 976 000
- амортизаційні (на обладнання)	-	617 448,96
Прибуток, грн.	-	37 854 411,04

Знаючи сумарні витрати на вирощування, переробку і обладнання, розрахуємо окупність витрат:

$$O = \sum Z / \Pi \quad (9)$$

$O = 72\,765\,448,96 / 37\,854\,411,04 = 1,9$  років

Рентабельність переробки буде складати:

$$P = (\Pi / \sum Z) \cdot 100, \% \quad (10)$$

$$P = (37\,854\,411,04 / 72\,765\,448,96) \cdot 100\% = 52 \%$$

**Висновки.** Доцільність комплексної переробки стебел льону олійного та його використання підтверджено економічним аналізом.

Таким чином, в результаті розрахунку економічної ефективності впровадження запропонованої технології встановлено, що очікуваний дохід від переробки соломи і трести льону олійного за умови вирощування його в Херсонській області на 10,61 тис. га становитиме 9 824 860 млн. грн., при цьому рентабельність переробки дорівнюватиме 52 %, а окупність витрат на вирощування та переробку – 1 рік і 9 місяців.

Економічними розрахунками доведено, що спалювання стебел льону олійного не доцільно і економічно не вигідно.

## Література

1. Живетин В. В. Масличный лен и его комплексное развитие / В. В. Живетин, Л. Н. Гинзбург. – М. : ЦНИИЛКА, 2000. – 389 с.
2. Тіхосова Г. А. Обґрунтування ефективності переробки стебел льону олійного / Г. А. Тіхосова, Т. М. Головенко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 4. – С. 268–274.
3. Тіхосова Г. А. Розробка технологічного процесу механічної обробки трести льону олійного / Г. А. Тіхосова, Т. М. Головенко, О. В. Князев // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2. – С. 111–116.
4. Бойчук І. М. Економіка підприємства / Харів М. С., Хончан М. І., Піча Ю. В. – К. : Каравела; Львів "Новий Світ-2000". – С. 61.
5. Мних Є. В. Економічний аналіз : [підручник] / Мних Є. В. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 412 с.
6. Бутинець Ф. Ф. Економічний аналіз : [навч. посібник для студентів вищих навч. закладів] / Бутинець Ф. Ф. – Житомир : ПП «Рута», 2003. – 680 с.

Надійшла 12.08.2011

УДК 330.322 (477.74)

Л. М. КАРПЕНКО

Одеський державний економічний університет

## ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО АНАЛІЗУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

*У статті визначені концептуальні підходи до проведення фінансово-інвестиційного аналізу та надання оцінки інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання, здійснено систематизацію та класифікацію методів оцінки ефективності інвестиційних проектів, з точки зору виявлення їх переваг, недоліків та можливостей приведення до специфічних умов української економіки. Проведено економіко-статистичне дослідження інвестиційної діяльності підприємств Одеського регіону за 2009-2010 рр.*

*In the article there are certain conceptual approaches to conducting of financial-investment analysis and grant of estimation of investment activity of subjects of manage, systematization and classification of methods of estimation of efficiency of investment projects, from the point of view the exposure of their advantages, failings and possibilities of adduction is carried out to the specific terms of the Ukrainian economy. Economic-statistical research of investment activity of enterprises of the Odessa region is conducted after 2009–2010rr.*

*Ключові слова: інвестицій, інвестиційний проект, інвестиційна діяльність, методи оцінки, показники ефективності, інвестиційний аналіз, фінансовий аналіз, класифікація, систематизація.*

**Вступ.** Розвиток інвестиційних процесів у всіх сферах діяльності є необхідною умовою ефективно організації господарювання в ринковій економіці. Регулювання та управління інвестиційною діяльністю та пов'язаних з нею економічних процесів займає ключове місце у вирішенні проблем структурної перебудови економіки України, активізації науково-технічного прогресу, підвищенні ефективності діяльності підприємств. Проблема залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій у реальний сектор економіки завжди була актуальною, питанням реального виживання та розвитку. Інвестиції є найвагомим чинником економічного зростання, складною економічною категорією, яка характеризується багатогранністю, виступає каталізатором у процесі розширеного відтворення та лежить в основі відносин, які складаються на інвестиційному ринку. Інвестиційна діяльність є однією із складових розвитку потенціалу інноваційно-інвестиційної сфери Одеського регіону. Таким чином, забезпечення належного управління інвестиціями базується на використанні новітніх методів фінансово-економічних розрахунків, спрямованих на вирішення широкого кола прикладних завдань інвестиційного аналізу, зокрема з оцінки ефективності та привабливості інвестиційних проектів та інвестиційних операцій з фінансовими інструментами.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років, у яких започатковано розв'язання даної проблеми, свідчить, що в економічній літературі останніх років багато приділено уваги питанням інноваційно-інвестиційної діяльності, інвестиційного менеджменту, інвестиційного аналізу тощо. Так, проблемами управління інвестиційною діяльністю та інвестиційного аналізу займаються науковці, серед яких слід виділити В.В. Бочарова, І.О. Бланка, Ю.В. Багатіна, І.М. Боярка, В.М. Гриньову, Л.Л. Гриценка, М.П. Денисенка, В.Л. Коюду, А.А. Пересаду, О.С. Редькіна, Н.А. Хрущ, В.О. Швандар та інших. Автори одноставно стверджують, що впровадження інвестиційної стимулює якісні перетворення у виробництві, які у свою чергу є поштовхом до наступних змін у досягненні досконалості. Аналіз останніх наукових робіт свідчить про наявність результатів комплексних досліджень щодо розвитку та впровадженню елементів інноваційно-інвестиційного механізму.

**Постановка завдання.** Проведений екскурс щодо обраної проблематики дослідження свідчить, що

значна увага приділяється питанням управління інвестиційною діяльністю на рівні економіки країни та окремих галузей. Але деякі питання залишаються невизначеними, недостатньо обґрунтованими. Виникає потреба удосконалення методології фінансово-інвестиційного аналізу суб'єктів господарювання, систематизації та класифікації методів оцінки інвестиційних проєктів, з урахуванням їх особливостей, виявленню певних переваг, що сприяє формуванню оцінки розвитку потенціалу на регіональному рівні або країни у цілому.

Метою роботи є визначення концептуальних підходів до проведення фінансово-інвестиційного аналізу та оцінки інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання, систематизація та класифікація методів оцінки ефективності інвестиційних проєктів, економіко-статистичне дослідження інвестиційної діяльності Одеського регіону у динаміці за 2009–2010 рр.

**Результати дослідження.** Рішення щодо доцільності реальних інвестицій та індивідуальної прийнятності умов їх здійснення для певного інвестора приймаються суб'єктами господарювання за допомогою комплексу методів оцінки ефективності відповідних інвестиційних проєктів.

Інвестиційний аналіз виступає методом системної аналітично-дослідної роботи з оптимізації інвестиційних рішень. Методи і прийоми інвестиційного аналізу є засобами для глибокого дослідження явищ та процесів в інвестиційній сфері, а також формулювання на цій основі висновків і рекомендацій. Процедура та методи такого аналізу спрямовані на висування альтернативних варіантів вирішення проблем проєктування та інвестування, виявлення масштабів невизначеності по кожному з них та їх зіставлення за різними критеріями ефективності.

Фінансово-інвестиційний аналіз суб'єктів господарювання являє собою сукупність аналітичних процедур, що базуються на загальнодоступній інформації фінансового характеру і призначені для оцінки стану й ефективності використання інвестиційного потенціалу підприємства, а також прийняття управлінських рішень стосовно доцільності інвестування коштів в його діяльність.

Суб'єкти інвестиційного аналізу – це користувачі аналітичної інформації, що безпосередньо або опосередковано зацікавлені в результатах і досягненнях інвестиційної діяльності підприємства [1, с. 16].

Слід зазначити, що рішення щодо доцільності реальних інвестицій та індивідуальної прийнятності умов їх здійснення для певного інвестора приймаються суб'єктами господарювання за допомогою комплексу методів оцінки ефективності відповідних інвестиційних проєктів.

Сучасна теорія та практика інвестиційного аналізу використовують багато різних методів та прийомів оцінки інвестиційних проєктів. У табл. 1 автором узагальнені існуючі методи фінансово-інвестиційного аналізу, проведено систематизацію та класифікацію методів оцінки інвестиційних проєктів, перелічені основні базові показники оцінки ефективності.

Перелічені автором у табл. 1 показники та відповідні їм методи оцінки й інтерпретації використовуються при визначенні ефективності:

– незалежних інвестиційних проєктів, коли потрібно зробити висновок про прийнятність певного проєкту;

– взаємовиключних проєктів, коли необхідно здійснити вибір одного з альтернативних проєктів.

Всі формалізовані методи побудовані на таких базових припущеннях (принципах):

– первинні інвестиції при реалізації будь-якого проєкту генерують грошовий потік, елементи якого в агрегованій формі (за сальдо грошового потоку) являють собою або чисті надходження, або чисті видатки грошових коштів. Зауважимо, що в окремих випадках як спрощення в інвестиційному аналізі замість грошового потоку використовується послідовність прогнозних значень чистого проєктного прибутку;

– даний умовний грошовий потік розглядається як потік, чисті надходження та чисті видатки якого припадають на кінець періоду;

– аналіз здійснюється за однакові базові періоди будь-якої тривалості (рік, квартал, місяць тощо), враховуючи при цьому узгодженість величин елементів грошового потоку, відсоткової ставки та тривалості аналізованого періоду;

– інвестований капітал, як і грошовий потік приводиться до одного (базового) моменту часу, зазвичай, до періоду здійснення перших інвестицій;

– ефективність використання інвестованого капіталу оцінюється на основі порівняння грошового потоку, який формується у процесі реалізації проєкту, та початкових вкладень. Проєкт вважається ефективним, якщо цей потік достатній для відшкодування всієї суми інвестиційних витрат та забезпечує очікувану віддачу від вкладеного капіталу.

Статичні методи важливі для малих і середніх підприємств, бо стосуються інвестиційних проєктів, що здійснюються в межах одного року. Динамічні методи, як правило, застосовуються для оцінки інвестиційних проєктів, термін реалізації яких більший за один рік. У цьому разі використовують такі методи. Як обчислення чистої теперішньої вартості, внутрішньої норми рентабельності, індекс прибутковості та інші. Оскільки у цих методах враховується фактор часу це зумовлює підвищений інтерес до цих методів з боку українських підприємств [2, с. 236].

Зауважимо, що аналіз чутливості інвестиційного проєкту не веде до однозначних висновків, оскільки не уточнює ймовірності виникнення різних обставин, називаючи лише джерела їхньої появи та

можливі наслідки. А тому результати такого аналізу слід розглядати як попередній етап аналізу ризиків проекту.

Таблиця 1

## Систематизація та класифікація методів оцінки ефективності інвестиційних проектів

Класифікаційна ознака	Методи оцінки	Характеристика застосування	Базові показники оцінки ефективності
А	1	2	3
1. За характером інструментарію	Формалізовані та неформалізовані	Формалізовані засновані на використанні математичного апарату для розрахунку показників ефективності, що забезпечує високий рівень об'єктивної та достовірності прийнятих на їх основі інвестиційних рішень. Неформальні – на використанні евристичних підходів, результат яких у значній мірі зумовлюється якістю організації роботи експертів, спрямованою на усунення об'єктивного суб'єктивізму їх індивідуальних оцінок.	x
2. За способом зіставлення різночасових грошових витрат та результатів	Статичні та динамічні	Статичні методи не враховують зміну вартості грошей за часом. Динамічні методи базуються на дисконтуванні майбутніх грошових надходжень та витрат.	<p><i>До статичних методів:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- термін окупності інвестицій;</li> <li>- проста (бухгалтерська) рентабельність інвестицій;</li> <li>- чисті грошові надходження;</li> <li>- коефіцієнт ефективності інвестицій;</li> <li>- максимальний грошовий потік (потреба в додатковому фінансуванні)</li> </ul> <p><i>До динамічних методів:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- термін окупності інвестицій з урахуванням дисконтування;</li> <li>- внутрішня норма рентабельності (прибутковості);</li> <li>- чиста поточна вартість;</li> <li>- індекс рентабельності (прибутковості) дисконтованих інвестицій;</li> <li>- максимальний грошовий потік з урахуванням дисконтування</li> </ul>
3. За видом показників	Методи абсолютних та відносних показників	Абсолютні показники ефективності можуть вимірюватися у вартісних та часових одиницях. Відносні показники формуються як співвідношення вартісних показників, які характеризують результат від інвестування та витрати, які необхідно здійснити для його отримання.	<p><i>До абсолютних показників:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- простий та дисконтований терміни окупності інвестицій;</li> <li>- чисті грошові надходження;</li> <li>- чиста поточна вартість;</li> <li>- максимальний грошовий потік та дисконтований потік</li> </ul> <p><i>До відносних показників:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проста (бухгалтерська) рентабельність інвестицій;</li> <li>- коефіцієнт ефективності інвестицій</li> <li>- внутрішня норма рентабельності (прибутковості);</li> <li>- індекс рентабельності (прибутковості) дисконтованих інвестицій.</li> </ul>

Зазначимо, що підприємствам в Україні притаманне прагнення до здійснення масштабних і тривалих інвестиційних проектів. Це не завжди себе виправдовує з економічного погляду. Йдеться про те, що здійснення інвестиційних програм робить можливим оптимізацію структури інвестицій та раціональний розподіл їх у часі. Це певною мірою знімає проблеми вибору дисконтної ставки та врахування інфляції. Зрештою, динамічні методи оцінки інвестиційних проектів є досить зручним інструментом прийняття інвестиційних рішень. Однак при їхньому застосуванні слід враховувати висловлені застереження, що стосуються особливостей економіки.

На стадії попереднього техніко-економічного обґрунтування зазвичай невідомо, як буде фінансуватися проект, не відомі джерела фінансування, не визначена більшість суб'єктів інвестиційної діяльності. Техніко-економічне обґрунтування для того і складається, щоб залучити акціонерів і кредиторів до фінансування проекту. Саме з такою метою на стадії попереднього техніко-економічного обґрунтування проводиться оцінка фінансової здійсненності проекту й оцінка ймовірності його здійснення. Отже, головний інструментарій для оцінки проектів такий: фінансові показники здійсненності проекту; показники економічної ефективності; аналіз чутливості; аналіз беззбитковості; оцінка ймовірності; економічна оцінка проекту. Найхарактернішими показниками фінансової здійсненності проектів є коефіцієнт співвідношення довгострокових запозичених коштів і акціонерного капіталу; коефіцієнти покриття, абсолютної ліквідності.

Покриття довгострокових зобов'язань, співвідношення між дебіторською і кредиторською заборгованостями.

Наголосимо, що мета фінансово-інвестиційного аналізу залежить від інтересів користувачів аналітичної інформації. Для внутрішніх по відношенню до суб'єкта господарювання користувачів така мета полягає, насамперед, в оцінках інвестиційного потенціалу підприємства, виявленні інвестиційних потреб та резервів фінансових ресурсів для здійснення інвестицій, оцінки ефективності інвестиційної діяльності з позиції її впливу на якість фінансового стану підприємства [1, с. 173]. Таким чином, фінансово-інвестиційний аналіз суб'єкта господарювання з боку зовнішніх користувачів аналітичної інформації має за мету оцінку інвестиційної привабливості підприємства як об'єкта потенційного вкладання коштів.

Вважається доцільним перелічити пріоритетні завдання фінансово-інвестиційного аналізу: аналіз майнового стану підприємства, джерел фінансування, ліквідності та платоспроможності, руху грошових коштів, фінансової стійкості, ділової активності, ринкової активності, рентабельності, комплексна оцінка інвестиційної привабливості та кредитоспроможності. Логічний взаємозв'язок перелічених завдань формує послідовність проведення певних аналітичних процедур, що відображає загальну модель фінансово-інвестиційного аналізу підприємства. На рис. 1 представимо структурно-логічну модель фінансово-інвестиційного аналізу суб'єктів господарювання.

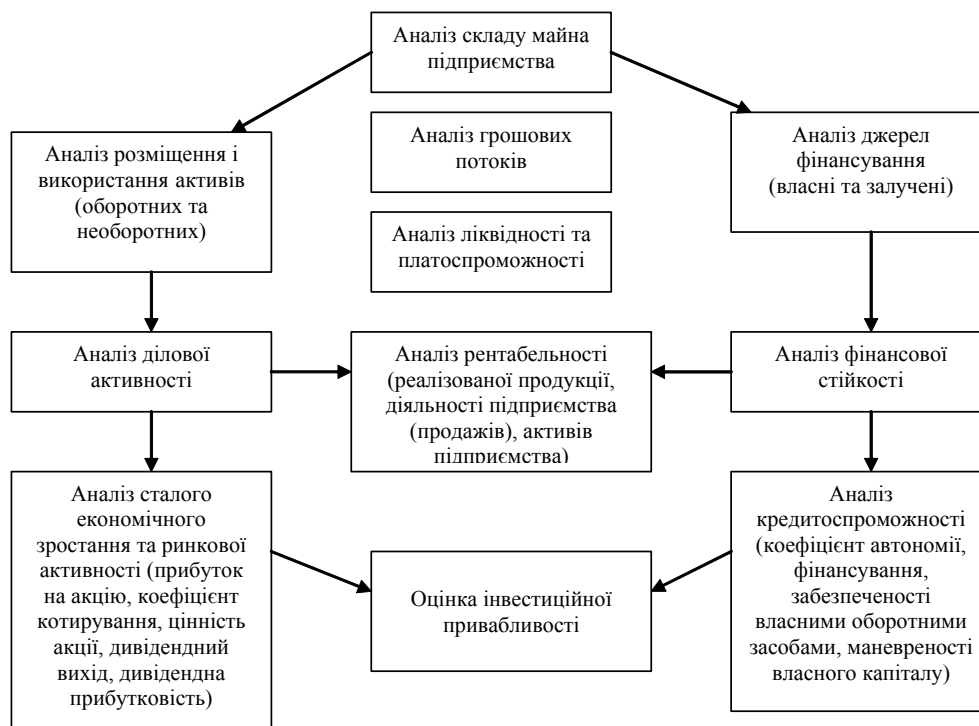


Рис. 1. Структурно-логічна модель фінансово-інвестиційного аналізу суб'єктів господарювання

У фінансово-інвестиційному аналізі використовують різноманітні методи аналітичних досліджень, а саме:

- метод порівняння (абсолютне відхилення, відносне відхилення, коефіцієнт еластичності);
- метод відносних величин (виконання плану, планового завдання, динаміки, структури, координації, зовнішнього порівняння, інтенсивності).

Виходячи з проведеного аналізу існуючих науково-методичних підходів, можна сформулювати таке визначення: інвестиційна привабливість суб'єкта господарювання – це інтегральна оцінка ефективності потенційного інвестування (кількісна та якісна), що забезпечує максимізацію економічного ефекту суб'єктам інвестування при мінімальному інвестиційному ризику. Досліджуючи інвестиційну привабливість суб'єктів господарювання доцільно розглядати її з позиції забезпечення можливості реалізації інвестиційного потенціалу підприємства.

Практичною стороною роботи виступає економіко-статистичний аналіз інвестиційної діяльності підприємств Одеської області за 2009–2010 рр. Розглянемо інвестиційні взаємовідносини підприємств Одеської області на зовнішньому ринку інвестицій. За станом на 1 січня 2011 р. загальний обсяг різноманітних іноземних інвестицій в підприємства і організації Одеської області становив 1399,2 млн дол. США (з урахуванням курсової різниці). Загальна сума прямих іноземних інвестицій на 1 січня 2011 р. з країн світу до області, включаючи позичковий капітал, становила 1391,5 млн дол., з них: 1043,2 млн дол. – капітал нерезидентів, спрямований до статутних фондів підприємств області, що складає 2,6% від загальної

суми капіталовкладень прямих іноземних інвестицій в економіку України; 348,3 млн дол. – позичковий капітал іноземних партнерів. Одеський регіон займає сьоме місце серед областей та міст України за обсягом прямих іноземних інвестицій. У регіоні інвестовано 957 підприємств, прями іноземні інвестиції надійшли з 73 країн світу [3].

Обсяг прямих іноземних інвестицій на одну особу населення регіону на 1 січня 2011 р. становив 438,2 дол. США. На протязі 2010 р. у підприємства регіону вкладено 108,8 млн дол. США, що на 55,5% менше, ніж за відповідний період 2009 р., у тому числі з країн СНД надійшло 2,7 млн дол., з інших країн світу – 106,1 млн дол. Основна форма залучення відбулась за рахунок грошових внесків – 91,1 млн дол. та рухомого і нерухомого майна – 15,2 млн дол. Водночас відбулося зменшення капіталу на суму 24,0 млн дол. США [4].

Пріоритетними для інвестування в області були підприємства таких видів економічної діяльності: транспортні послуги (у 154 підприємства вкладено 229,9 млн дол.); виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів (у 55 підприємств – відповідно 132,3 млн дол.); фінансова діяльність (у 21–127,1 млн дол.); оптова торгівля і посередництво в оптовій торгівлі (у 191–94,6 млн дол.); виробництво продуктів нафтоперероблення та хімічна промисловість (у 24–89,9 млн дол.); будівництво (у 84 – 79,7 млн дол. США).

У табл. 2 наведено структуру капітальних інвестицій за джерелами фінансування [5, с. 7].

Таблиця 2

### Структура капітальних інвестицій за джерелами фінансування в Одеській області на 1 січня 2010 р.

Джерела фінансування	Освоєно (використано)			
	капітальних інвестицій		у т.ч. інвестицій в основний капітал (капітальних вкладень)	
	тис. грн.	у % до загального обсягу	тис. грн.	у % до загального обсягу
Усього	12772258	100,0	9959395	100,0
за рахунок:				
коштів державного бюджету	308668	2,4	258500	2,6
коштів місцевих бюджетів	231953	1,8	115625	1,2
власних коштів підприємств та організацій	7649906	59,9	5829472	58,5
кредитів банків та інших позик	2813045	22,0	2247683	22,6
коштів іноземних інвесторів	432399	3,4	400189	4,0
коштів інвестиційних фондів	143140	1,1	142377	1,4
інших джерел фінансування	1193147	9,4	965549	9,7

Як видно з ї табл. 2, найбільша питома вага припадає на джерела за рахунок власних коштів підприємств та організацій, далі – кредити банків та інших позик.

Обсяг портфельних інвестицій на 1 січня 2010 р. склав 0,6 млн дол. Підприємствами районів області експортовано послуг на суму 34,2 млн дол. США, імпортовано – на 8,2 млн дол. США.

Найбільші капітали спрямували інвестори з Нідерландів у підприємства, основний вид діяльності яких виробництво продуктів нафтоперероблення та хімічна промисловість (79,7 млн дол. США, або 7,6% загального обсягу прямих іноземних інвестицій); додаткові транспортні послуги зацікавили інвесторів з Кіпру (58,6 млн дол., або 5,6%), Монако (50,0 млн дол. або 4,8%), Сполученого Королівства (32,1 млн дол., або 3,1% відповідно), Німеччини (21,8 млн дол., або 2,1%), Швейцарії (13,9 млн дол., або 1,3%), Нідерландів (11,8 млн дол., або 1,1%); виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів – з Кіпру (34,4 млн дол., або 3,3%), Нідерландів (33,5 млн дол., або 3,2%), Швейцарії (17,9 млн дол. або 1,7%); операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг – з Кіпру (23,4 млн дол., або 2,2%), США (11,0 млн дол., або 1,1 %).

Наведені статистичні дані свідчать про інвестиційну привабливість певних галузей регіону протягом останніх років.

**Висновок.** Проведені дослідження дають змогу стверджувати, що економічні перетворення, що відбуваються в українській економіці, створюють умови для інвестиційної привабливості регіону. Крім того, без істотних інвестицій до виробничої сфери з метою широкого відтворення і структурної перебудови основних фондів усіх галузей, проблему підвищення ефективності виробництва вирішити не можна. Основну увагу варто звернути на проблему залучення іноземних капіталів, підвищення інвестиційної результативності вітчизняних підприємств. У більшості країн з перехідною економікою ефективно використані іноземні інвестиції стають ключовим фактором розвитку. Залучення іноземних інвестицій відіграє важливу роль у структурі пріоритетів української економіки. Саме тому, виникає питання привабливості Одеського регіону як об'єкта іноземного інвестування. Доцільно звернути увагу на управління інвестиційними потоками, надання їм фінансово-економічної оцінки, вдосконалення методів фінансово-інвестиційного аналізу інвестиційних проектів.

У роботі запропоновано організаційно методичні засади фінансово-інвестиційного аналізу з метою надання оцінки інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання, здійснено систематизацію та класифікацію методів оцінки ефективності інвестиційних проектів, наведено структурно-логічну модель



фінансово-інвестиційного аналізу підприємств, проведено економіко-статистичне дослідження інвестиційної діяльності підприємств Одеського регіону за 2009–2010 рр.

Вищевикладена концепція, яка пропонується у статті, використовується автором для оцінки потенціалу інноваційно-інвестиційної сфери Одеського регіону, його привабливості, можливих змін, напрямків розвитку. Щодо перспектив подальшого розвитку, важливим на думку автора є поглиблення існуючих розробок з методології управління інноваційно-інвестиційним механізмом, визначення напрямків, які сприятимуть успіху в розвитку регіону. Отже, правильне управління інвестиційними проектами та цільове оцінювання сприяє підвищенню інвестиційної привабливості та дохідності, потенціалу інноваційно-інвестиційної діяльності Одеського регіону та досягненню високих фінансових результатів.

### Література

1. Боярко І. М. Інвестиційний аналіз : [навч. посібник] / І. М. Боярко, Л. Л. Гриценко – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 400 с.
2. Інвестування : підручник / [В. М. Гриньова, В. О. Коюда, Т. І. Лепейко, О. П. Коюда]. – К. : Знання, 2008. – 452 с.
3. Офіційна сторінка Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Статистичний щорічник Одеської області за 2009 рік / [за ред. Т. В. Стоянової]. – Одеса : «Астропринт», 201. – 542 с.
5. Інвестиційні відносини Одеської області з країнами світу станом на 1 січня 2010 року : статистичний бюлетень / [Григор'єва Л. А., Шубцова І. А., Михайловська А. Ю., Присуха С. А.]. – Одеса : Головне управління статистики в Одеській області, 2010. – 65 с.

Надійшла 12.08.2011

УДК 338.27:336.279:631.16

О. О. БАБИЦЬКА

Головне управління агропромислового розвитку Сумської обласної державної адміністрації

## ВИКОРИСТАННЯ МОДЕЛЕЙ ПРОГНОЗУВАННЯ БАНКРУТСТВА ПРИ ОЦІНЦІ ФІНАНСОВОГО СТАНУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

*У статті розглянуто ймовірність настання банкрутства сільськогосподарських підприємств із застосуванням моделей передбачення банкрутства. На прикладі підприємств Лебединського району Сумської області досліджено їх фінансовий стан та запропоновано основні санаційні заходи, спрямовані на уникнення банкрутства.*

*The article considers offensive bankruptcy probability for agricultural enterprises with application of bankruptcy foresight models. Financial state of enterprises in Lebedin District of the Sumy Region has been studied and the solvent restoring methods, that can be used to avoid the bankruptcy, has been offered.*

*Ключові слова: банкрутство, поточна платоспроможність, коефіцієнт покриття, коефіцієнт покриття власними засобами, коефіцієнт Бівера, Z-рахунок Альтма, модель Спрингейта, універсальна дискримінантна модель.*

**Вступ.** Стабільний розвиток сільського господарства будь-якої держави є запорукою як сталого економічного розвитку в цілому, так і продовольчої безпеки зокрема. За офіційними даними Державного комітету статистики України [7], у 2009 р. порівняно з 2008 р. кількість прибуткових підприємств сільськогосподарської галузі (сільське господарство, мисливство, лісове господарство) знизилась на 2,7 %, у результаті чого економіка країни недоотримала 1,8 млрд. грн. Тому в ринкових умовах, які склалися на сьогодні, оздоровлення господарського середовища повинно бути одним із пріоритетів як державної політики, так управління самого господарства. Одним із заходів внутрішнього регулювання діяльності сільськогосподарського підприємства може бути застосування основних елементів прогнозування банкрутства – його моделей та системи показників.

**Постановка завдання.** Питання ймовірностей настання банкрутства при дослідженні фінансового стану підприємств вивчають такі вчені як Н. Я. Михаліцька [2], А. І. Панченко [2], Поддєрьогін А. М. [4], Мих. Шеремета, Мар. Шеремета, Й. Шеремета [5], Н. П. Шморгун, І. В. Головка [6] та ін. Проте заслуговує на увагу той факт, що ймовірність настання банкрутства у галузі сільського господарства та його ознаки при дослідженні фінансового стану підприємств в повній мірі не вивчені. З огляду на це, метою статті є спроба запропонувати методику щодо визначення ознак банкрутства та ймовірності його настання на прикладі сільськогосподарських підприємств Лебединського району Сумської області. Відповідно до поставленої мети у дослідженні визначено наступні завдання: провести коефіцієнтний аналіз фінансового стану підприємств, встановити основні ознаки ймовірності банкрутства та визначити модель, яка дозволить максимально точно спрогнозувати настання банкрутства.

**Результати дослідження.** За попередні два звітні періоди прибутковість сільського господарства

Сумської області значно знижується. Кількість прибуткових підприємств, яких у 2000 році налічувалось 417, у 2009 р. досягла лише 215, в той час як кількість збиткових господарств у звітному періоді проти базового знизилась лише на 6 одиниць, а порівняно з 2008 р. – зросла на 62.

Величина фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування сільськогосподарських підприємств області у 2009 р. порівняно з 2008 р. збільшилась на 99,0 млн. грн. (табл. 1). При цьому, відсоток прибуткових підприємств у 2008 р. по області був дещо вищий, ніж по Україні, а збиткових – нижчим. У 2009 р. спостерігаємо протилежну тенденцію: відсоток підприємств області, які спрацювали з прибутком, на 4,4 п. в. менше від показника по Україні.

Таблиця 1

## Динаміка прибутковості галузі сільського господарства

Показник	2008 р.					2009 р.				
	Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, млн. грн.	Підприємства, які спрацювали з прибутком		Підприємства, які спрацювали зі збитком		Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, млн. грн.	Підприємства, які спрацювали з прибутком		Підприємства, які спрацювали зі збитком	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат, млн. грн.	у % до загальної кількості підприємств	Фінансовий результат, млн. грн.		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат, млн. грн.	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат, млн. грн.
Україна	6041,8	71,7	12007,3	28,3	-5965,5	7996,6	69,9	14261,3	30,1	-6264,7
Сумська область, усього, в т.ч.:	-60,3	86,3	185,7	13,7	-246,0	38,7	65,5	214,7	34,5	-176,0
Білопільський	-40,9	73,1	3,3	26,9	-44,2	-31,1	56,3	1,6	43,7	-32,7
Буринський	4,4	78,6	5,0	21,4	-0,6	-0,4	66,7	1,5	33,3	-1,9
В-Писарівський	8,9	100,0	8,9	-	-	-11,0	70,6	5,8	29,4	-16,8
Глухівський	8,7	83,3	9,9	16,7	-1,2	-33,1	44,4	9,2	55,6	-42,3
Конотопський	-19,6	93,9	20,3	6,1	-39,9	-2,6	65,7	19,0	34,3	-21,6
Краснопільський	15,4	76,2	20,0	23,8	-4,6	7,2	63,6	7,8	36,4	-0,6
Кролевецький	-11,8	75,0	5,9	25,0	-17,7	-5,2	49,0	10,1	51,0	-15,3
Лебединський	-12,7	91,3	18,1	8,7	-30,7	8,3	80,0	11,3	20,0	-3,0
Л-Долинський	-25,7	88,9	10,2	11,1	-35,9	10,3	43,8	24,3	56,2	-14,0
Недригайлівський	-7,8	80,0	4,2	20,0	-12,0	4,5	50,0	7,3	50,0	-2,8
Охтирський	27,9	84,0	28,8	16,0	-0,9	19,0	78,9	21,5	21,1	-2,5
Путівльський	-5,2	84,6	3,0	15,4	-8,2	-0,6	75,0	5,8	25,0	-6,4
Роменський	-6,5	92,2	7,3	7,8	-13,8	-0,1	57,1	9,2	42,9	-9,3
С-Будський	1,3	100,0	1,3	-	-	0,6	100,0	0,6	-	-
Сумський	-6,0	91,4	28,1	8,6	-34,1	68,0	75,0	73,0	25,0	-5,0
Тростянецький	5,6	81,0	7,7	19,0	-2,1	4,8	80,0	4,9	20,0	-0,1
Шосткинський	1,7	100,0	1,7	-	-	-0,8	47,1	0,5	52,9	-1,3
Ямпільський	1,9	85,7	2,0	14,3	-0,1	0,9	75,0	1,3	25,0	-0,4

Джерело: розраховано автором за даними Державного комітету статистики України та головного управління агропромислового розвитку Сумської облдержадміністрації

У звітному періоді, як і в базовому, жодне господарство Середино-Будського району не отримало збитку від звичайної діяльності до оподаткування, прибутковою була також і діяльність сільськогосподарських підприємств Сумського, Охтирського, Липоводолинського, Лебединського, Краснопільського, Тростянецького, Недригайлівського та Ямпільського районів. Відсоток збиткових підприємств в окремих районах значно перевищує даний показник по Україні: Глухівський – 55,6%, Шосткинський – 52,9%, Кролевецький – 51,0%, Білопільський – 43,7%, Роменський – 42,9%.

Отже, у збиткових підприємств виникає ймовірність невиконання боргових зобов'язань перед кредиторами після настання встановленого терміну їх сплати, у тому числі із заробітної плати, страхових внесках та податкових платежах.

Показник поточної платоспроможності ( $P_n$ ) за наявності простроченої кредиторської заборгованості є різницею між сумою наявних коштів, їх еквівалентів та інших високоліквідних активів і його поточних зобов'язань та визначається за формулою:

$$P_n = A_{040} + A_{045} + A_{220} + A_{230} + A_{240} - P_{620} \quad (1)$$

де  $A_{040}, A_{045}, A_{220}, A_{230}, A_{240}$  – відповідні рядки активу балансу;

$P_{620}$  – підсумок IV пасиву балансу [2].

Ознаки критичної неплатоспроможності мають місце тоді, коли коефіцієнт покриття ( $K_n$ ) і коефіцієнт покриття власними засобами ( $K_z$ ) менші від їх нормативного значення – 1,5 та 0,1 відповідно.

Коефіцієнт покриття визначає, чи в достатній мірі підприємство забезпечене оборотними активами, необхідними для погашення боргів, і обчислюється за формулою:

$$K_n = \frac{A_{260}}{P_{620}} \quad (2)$$

де  $A_{260}$  – підсумок II розділу активу балансу.

У свою чергу, коефіцієнт забезпеченості власними засобами характеризує достатність власних оборотних коштів, яка може бути використана підприємством на випадок погашення заборгованості, і визначається як відношення різниці між вартістю власного капіталу й необоротних активів до вартості обігових коштів:

$$K_z = \frac{P_{380} - A_{080}}{A_{260}} \quad (3)$$

де  $P_{380}$  – підсумок розділу I пасиву балансу;

$A_{080}$  – підсумок розділу I активу балансу [6].

Відповідно до методичних рекомендацій Міністерства економіки України [1], проведення експрес-аналізу фінансового стану підприємств дозволяє виявити негативні тенденції у структурі балансу та вжити заходів, спрямованих на запобігання банкрутству. З цієї метою використовують коефіцієнт Бівера, який слід обчислювати як відношення суми чистого прибутку та амортизації до загальної суми зобов'язань підприємства:

$$K_6 = \frac{ЧП + А}{З} \quad (4)$$

де  $ЧП$  – чистий прибуток/збиток (р. 220/225 форми № 2 "Звіт про фінансові результати");

$A$  – нарахована амортизація (р. 260 форми № 2 "Звіт про фінансові результати");

$З$  – сума довгострокових та поточних зобов'язань (сума рядків 480 та 620 пасиву балансу) [6].

У табл. 2 наведено результати розрахунків платоспроможності сільськогосподарських підприємств Лебединського району.

Так, від'ємне значення показника поточної платоспроможності у 2009 р. спостерігається в усіх господарствах району, окрім ПП ім. Мічуріна та СТОВ "Перемога". Це означає, що на кінець звітного періоду усі підприємства району, окрім двох, відчувають брак у коштах та високоліквідних активах, необхідних для погашення боргу. У 2010 р. покращили свій фінансовий стан ТОВ "Будильське" та СТОВ ім. Шевченка.

Таким господарствам, як ТОВ "Ополонівська" та ТОВ "Агротехніка" притаманні ознаки критичної неплатоспроможності, оскільки коефіцієнти покриття та забезпеченості власними засобами знаходяться на рівні, нижчому за їхнє нормативне значення – 1,5 та 0,1 відповідно.

Підтверджує наявну негативну тенденцію у вищезазначених господарствах і від'ємне значення коефіцієнта Бівера. Незважаючи на те, що коефіцієнт Бівера у ТОВ "Ворожбалатінвест" має негативне значення як у базовому, так і в звітному періодах, господарство має достатньо оборотних коштів для погашення своїх боргів, про що свідчить додатне значення коефіцієнта покриття, який у 2009 р. і 2010 р. склав 5,22, та – 5,24, відповідно.

Наукою встановлено, що сформована структура балансу підприємства є незадовільною, якщо протягом 1,5–2 років коефіцієнт Бівера не перевищує 0,2 [5]. Виходячи з цього, незадовільною є структура балансу у ТОВ "Агротехніка" та ТОВ "Ворожбалатінвест".

Посилення конкуренції в кінці I половини ХХ ст. призвело багатьох іноземних підприємств до банкрутства. Виникнення такої економічної ситуації зумовило потребу у створенні моделей передбачення банкрутства. Найбільш уживаними з них є Z-рахунок Альтмана, модель Спрингейта, універсальна дискримінантна модель.

Так, за допомогою вище перелічених моделей можна визначити, чи належить досліджуване підприємство до потенційних банкрутів.

Z-рахунок Альтмана обчислюється за формулою (для підприємств, акції яких не котируються на біржах):

## Показники платоспроможності сільськогосподарських підприємств Лебединського району

№ п/п	Показники	2009 р.				2010 р.			
		Поточна плато- спроможність (Пп.), тис. грн.	Коефіцієнт покриття Кп	Коефіцієнт забезпеченості власними засобами, Кз	Коефіцієнт Бівера, Кб	Поточна плато- спроможність (Пп.), тис. грн.	Коефіцієнт покриття Кп	Коефіцієнт забезпеченості власними засобами, Кз	Коефіцієнт Бівера, Кб
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	ПП ім.Мічуріна	4388,0	88,45	0,99	16,87	6256,0	91,49	0,99	18,09
2	ВАТ "Лебідь"	-5774,5	1,99	0,44	0,31	-8508,5	2,44	0,59	0,62
3	ПП "Надь"	-2389,0	1,61	0,46	0,93	-1863,5	1,82	0,42	0,70
4	ТОВ "Ополонівська"	-2491,5	0,72	-1,11	-0,25	-	-	-	-
5	ТОВ "Будильське"	-51,5	16,86	0,75	0,51	187,0	26,10	0,80	0,50
6	СТОВ ім.Шевченка	-14,5	34,27	0,88	3,35	791,5	32,66	0,92	3,99
7	ВАТ "Племзавод Михайлівка"	-3461,0	2,62	0,57	0,29	-3793,9	2,56	0,56	0,15
8	ВАТ "Племзавод Василівка"	-1195,0	1,75	0,43	0,16	-855,0	2,30	0,56	0,18
9	СТОВ "Хлібороб"	-1302,0	6,35	0,81	1,57	-4128,0	4,02	0,74	0,84
10	СТОВ "Промінь"	-1018,5	1,63	-0,03	0,20	-879,0	1,87	0,26	0,60
11	ТОВ «Агротехніка»	-9272,5	0,38	-1,64	-0,12	-10578,0	0,40	-1,48	0,01
12	СТОВ «Перемога»	46,0	31,66	0,87	3,27	132,9	36,69	0,94	11,80
13	ТОВ „Ворожбалатінвест”	-4463,0	5,22	-2,24	-0,17	-6986,5	5,24	-1,92	-0,14

Джерело: розраховано автором за даними річної фінансової звітності підприємств

$$Z = 0,717x_1 + 0,847x_2 + 3,107x_3 + 0,42x_4 + 0,995x_5 \quad (5)$$

де  $x_1$  – відношення різниці обігових коштів та поточних зобов'язань до підсумку балансу;

$x_2$  – відношення чистого прибутку до загальної вартості активів;

$x_3$  – відношення операційного прибутку до загальної вартості активів;

$x_4$  – відношення балансової вартості власного капіталу до зобов'язань;

$x_5$  – відношення виручки до загальної вартості активів [6].

Значення показника моделі Спрингейта визначають за формулою:

$$Z = 1,03x_1 + 3,07x_2 + 0,66x_3 + 0,4x_4 \quad (6)$$

де  $x_1$  – відношення вартості оборотних активів до загальної вартості активів;

$x_2$  – відношення операційного прибутку до загальної вартості активів;

$x_3$  – відношення операційного прибутку до поточних зобов'язань;

$x_4$  – відношення виручки до загальної вартості активів [3].

Застосування двох моделей підтверджують, що ТОВ "Ополонівська" та ТОВ "Агротехніка" є потенційними банкрутами (табл. 3). Проте, вчені-економісти [4] зазначають, що для діяльності українських підприємств, а на нашу думку, в тому числі й сільськогосподарських, більше відповідає універсальна дискримінантна модель прогнозування банкрутства:

$$Z = 1,5x_1 + 0,08x_2 + 10x_3 + 5x_4 + 0,3x_5 + 0,1x_6 \quad (7)$$

де  $x_1$  – відношення суми чистого прибутку та зобов'язань;

$x_2$  – відношення підсумку балансу до зобов'язань;

$x_3$  – відношення суми чистого прибутку до підсумку балансу;

$x_4$  – відношення суми чистого прибутку до суми виручки;

$x_5$  – відношення вартості виробничих запасів до суми виручки;

$x_6$  – відношення суми виручки до підсумку балансу [6].

Розрахунки таблиці свідчать, що у 2009 р. ТОВ "Ополонівська", ТОВ "Агротехніка" та ТОВ "Ворожбалатінвест" загрожує банкрутство, оскільки Z-рахунок Альтмана таких господарств складає менше 1,23. Z-показник Моделі Спрингейта, який не повинен бути менше 1,23, доводить, що потенційними банкрутами є знову таки ТОВ "Ополонівська" та ТОВ "Агротехніка", а також ВАТ "Племзавод Василівка",

Z-показник яких у базовому періоді становить 0,05, 0,74 та 0,34 відповідно. Від'ємне значення результативного показника універсальної дискримінантної моделі прогнозування банкрутства підтверджує те, що вищезазначені підприємства, крім ВАТ "Племзавод Василівка" є напівбанкрутами.

Таблиця 3

**Розрахунки ймовірності банкрутства для сільськогосподарських підприємств Лебединського району**

Період	2009 р.												
Підприємство	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Z-рахунок Альтмана													
x <sub>1</sub>	0,8	0,2	0,2	-0,3	0,6	0,6	0,3	0,1	0,6	0,2	-1,4	0,5	0,5
x <sub>2</sub>	0,1	0,05	0,2	-0,3	0,1	0,2	0,02	0,001	0,2	0,04	-0,3	0,2	-0,4
x <sub>3</sub>	0,1	0,1	0,1	-0,3	0,1	0,2	0,04	0,003	0,2	0,1	-0,2	0,2	0,3
x <sub>4</sub>	103,1	2,7	2,3	-0,3	5,0	15,7	4,3	8,7	6,8	1,4	-0,6	13,8	-0,5
x <sub>5</sub>	0,4	0,5	0,7	1,6	0,7	0,5	0,6	0,3	0,7	1,2	1,0	0,6	0,3
Z	44,8	2,1	2,1	-0,03	3,5	8,1	2,8	4,0	4,6	2,1	-1,0	7,5	0,8
Модель Спрингейта													
x <sub>1</sub>	0,8	0,5	0,5	0,6	0,7	0,6	0,5	0,2	0,7	0,4	0,9	0,5	0,6
x <sub>2</sub>	0,1	0,1	0,1	-0,3	0,1	0,2	0,04	0,03	0,2	0,1	-0,2	0,2	0,3
x <sub>3</sub>	12,3	0,3	0,2	-0,4	1,6	10,3	0,2	0,03	1,5	0,3	-0,1	10,5	2,2
x <sub>4</sub>	0,4	0,5	0,7	1,6	0,7	0,5	0,6	0,3	0,7	1,2	1,0	0,6	0,2
Z	9,5	1,1	1,0	0,05	2,3	8,1	1,0	0,34	2,5	1,4	0,74	8,2	2,9
Універсальна дискримінантна модель													
x <sub>1</sub>	16,9	0,3	0,9	-0,2	0,5	3,4	0,3	0,2	1,6	0,2	-0,1	3,3	-0,2
x <sub>2</sub>	104,1	3,8	3,3	0,7	6,0	16,9	5,4	9,7	7,8	2,4	0,4	14,8	0,5
x <sub>3</sub>	0,1	0,05	0,2	-0,3	0,1	0,2	0,03	0,001	0,2	0,04	-0,3	0,2	-0,4
x <sub>4</sub>	0,4	0,1	0,4	-0,2	0,1	0,4	0,04	0,003	0,2	0,03	-0,3	0,3	-1,7
x <sub>5</sub>	0,8	0,1	0,3	0,1	0,4	0,1	0,1	0,3	0,1	0,2	0,03	0,1	0,1
x <sub>6</sub>	0,4	0,5	0,7	1,6	0,7	0,5	0,6	0,3	0,7	1,2	1,0	0,6	0,2
Z	37,2	1,8	6,1	-4,6	2,5	10,1	1,4	1,2	5,9	1,2	-4,5	9,8	-12,8

Джерело: розраховано автором за даними річної фінансової звітності підприємств

Крім того, розрахунки, проведені за даними річної фінансової звітності 2010 р., підтверджують наше твердження про те, що ТОВ "Агротехніка" та ТОВ "Ворожбалатінвест" є напівбанкрутами, оскільки значення результативного показника універсальної дискримінантної моделі складає -15,40 та -8,28 відповідно.

**Висновок.** Таким чином, з метою уникнення банкрутства у 2011 р., ТОВ "Ворожбалатінвест" слід провести санаційні заходи, основними серед яких є [4]: реструктуризація активів (реалізація окремих об'єктів основних та оборотних засобів, які безпосередньо не пов'язані з процесом виробництва та реалізацією продукції, здача в оренду (лізинг) основних фондів, які не повною мірою використовуються у виробничому процесі, зменшення частки низьколіквідних оборотних засобів, запасів сировини та матеріалів, незавершеного виробництва, рефінансування дебіторської заборгованості тощо; зниження витрат, в тому числі й інвестиційних, оскільки строк окупності інвестицій підприємства, фінансовий стан якого є незадовільним, має бути якомога меншим; а також збільшення обсягу виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

**Література**

1. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства [Електронний ресурс] : наказ : [прийнято Міністерством економіки України 19.01.2006 № 14]. – Режим доступу : <http://www.nau.ua>
2. Михаліцька Н. Я. Механізм визначення ознак та ймовірності банкрутства підприємств [Електронний ресурс] / Н. Я. Михаліцька. – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej2/txts/05minjjbr.pdf>
3. Панченко А. І. Узагальнення моделі статистичної оцінки основних показників діяльності підприємства / А. І. Панченко // Фінанси України. – 2005. – № 3. – С. 133–137.
4. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств : [підручник / керівник авт. кол. і наук. ред. А. М. Поддєрьогін]. – 3-є вид., перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2001. – 460 с.
5. Шеремета М. Моделі передбачування ймовірного банкрутства [Електронний ресурс] / М. Шеремета, М. Шеремета, Й. Шеремета – Режим доступу : [http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk\\_vydannya/VF2u-be.pdf](http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/VF2u-be.pdf)
6. Шморгун Н. П. Фінансовий аналіз : [навч. посібник] / Н. П. Шморгун, І. В. Головка. – К. : ЦНЛ, 2006. – 528 с.

7. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

Надійшла 10.08.2011

УДК 657.421

О. Ф. АНДРОСОВА, К. А. КАЛУГІНА  
Запорізький національний технічний університет

## ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ГРУП ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА МЕТОДИ НАРАХУВАННЯ АМОРТИЗАЦІЇ ЗГІДНО З НОВИМ ПОДАТКОВИМ КОДЕКСОМ УКРАЇНИ

*В статті проведено аналіз особливості класифікації груп основних засобів, наведено методи нарахування амортизації згідно з новим податковим кодексом України, порядок визначення та нарахування амортизації.*

*The analysis of feature of classification of groups of the fixed assets is conducted in the article, methods over of charging amortization are brought in obedience to the new internal revenue code of Ukraine, order of determination and charging amortization.*

*Ключові слова: податковий кодекс, амортизація, витрати, біологічні активи, капітальні інвестиції, основні засоби, необоротні активи.*

**Постановка проблеми.** Основою реформування податкової системи України має бути визнання того факту, що в цілому податкова система України вже склалася, і попри всі свої недоліки, не повинна розглядатись як така, що має підлягати докорінному реформуванню. Тобто створення нової законодавчої бази у сфері оподаткування повинно віддзеркалювати традиції існуючої податкової системи та відповідати світовим тенденціям розвитку податкових систем. Тому особливості класифікації груп основних засобів та методи нарахування амортизації є дуже важливим науковим та практичним завданням для промислових підприємств України, середнього та малого бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблеми особливості класифікації та методів нарахування амортизації цікавлять чимало науковців, зокрема Чумаченко М.Г., Голова С.Ф., Яремко І.Й., Гура Н.О., Кучер С.В., Гуцайлюка З.В., Мачуга Р.І., Кузьмович П.М., Литвинчук І.В., Шигун М.М. Проте в наявних наукових дослідженнях не приділено належної уваги класифікації та методам нарахування амортизації згідно нового Податкового кодексу, що в нинішніх умовах є дуже актуальним науковим і практичним завданням.

**Постановка завдання.** Є висвітлення порядку визначення та нарахування амортизації у контексті нового Податкового кодексу, який зазнав кардинальних змін. Реалізація мети статті зумовила необхідність вирішення таких завдань: проаналізувати статті нового Податкового кодексу стосовно класифікації основних засобів та методів нарахування амортизації, а також намітити положення податкового кодексу стосовно нарахування амортизації, які потребують детального вивчення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Згідно з пунктом 26 П(С)БО 7 для нарахування амортизації основних засобів (крім інших необоротних матеріальних активів) передбачено п'ять основних методів: прямолінійний, зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості, кумулятивний та виробничий. Але останнім абзацом цього ж пункту встановлено, що у бухгалтерії можна застосовувати й норми та методи нарахування амортизації основних засобів, передбачені податковим законодавством. Амортизаційні норми податкового законодавства зосереджені у ст. 8 Закону про прибуток, виходить, що саме про її положення йдеться в останньому абзаці п. 26 П(С)БО 7. Таким чином, це шостий метод нарахування у бухгалтерському обліку амортизації основних засобів, дозволений П(С)БО 7. Розглянемо статтю 144 нового Податкового кодексу України. Згідно зі статтею 144 «Об'єкти амортизації» порядок визначення та нарахування амортизації зазнав кардинальних змін. Розглянемо основні нововведення що до нарахування амортизації.

1. Амортизації підлягають:

- витрати на придбання основних засобів, нематеріальних активів та довгострокових біологічних активів для використання в господарській діяльності;
- витрати на самостійне виготовлення основних засобів вирощування довгострокових біологічних активів для використання в господарській діяльності, в тому числі витрати на оплату заробітної плати працівникам, які були зайняті на виготовленні таких основних засобів;
- витрати на проведення ремонту, реконструкції, модернізації та інших видів поліпшення основних засобів, що перевищують 10 відсотків сукупної балансової вартості всіх груп основних засобів, що підлягають амортизації, на початок звітного року;
- витрати на капітальне поліпшення землі, не пов'язане з будівництвом, а саме іригацію, осушення та інше подібне капітальне поліпшення землі;
- капітальні інвестиції, отримані платником податку з бюджету, у вигляді цільового фінансування

на придбання об'єкта інвестування (основного засобу, нематеріального активу) за умови визнання доходів пропорційно сумі нарахованої амортизації по такому об'єкту відповідно до положень підпункту 137.2.1 пункту 137.2 статті 137 цього Кодексу;

– сума переоцінки вартості основних засобів, проведеної відповідно до статті 146 цього Кодексу;  
 – вартість безоплатно отриманих об'єктів енергопостачання, газо- і теплозабезпечення, водопостачання, каналізаційних мереж, побудованих споживачами на вимогу спеціалізованих експлуатуючих підприємств згідно з технічними умовами на приєднання до вказаних мереж або об'єктів.

2. Не підлягають амортизації та повністю відносяться до складу витрат за звітний період витрати платника податку на:

– утримання основних засобів, що знаходяться на консервації;  
 – ліквідацію основних засобів;  
 – придбання (виготовлення) сценічно-постановочних предметів вартістю до 5 тисяч гривень театральньо-видовищними підприємствами – платниками податку;  
 – витрати на виробництво національного фільму та придбання майнових прав інтелектуальної власності на національний фільм.

3. Не підлягають амортизації та проводяться за рахунок відповідних джерел фінансування:

– витрати бюджетів на будівництво та утримання споруд благоустрою та житлових будинків, придбання і збереження бібліотечних і архівних фондів;

– витрати бюджетів на будівництво та утримання автомобільних доріг загального користування;

– витрати на придбання та збереження Національного архівного фонду України, а також бібліотечного фонду, що формується та утримується за рахунок бюджетів;

– вартість гудвілу;

– витрати на придбання/самостійне виготовлення та ремонт, а також на реконструкцію, модернізацію або інші поліпшення невиробничих основних засобів.

Термін "невиробничі основні засоби" означає необоротні матеріальні активи, які не використовуються в господарській діяльності платника податку.

Стаття 145. Класифікація груп основних засобів та інших необоротних активів. Методи нарахування амортизації.

4. Класифікація груп основних засобів та інших необоротних активів і мінімально допустимих строків їх амортизації (таблиця 1).

Таблиця 1

**Групи основних засобів та строки їх амортизації**

№	Групи	Мінімально допустимі строки корисного використання, років
1	група 1 – земельні ділянки	–
2	група 2 – капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом	15
3	група 3 – будівлі,	20
4	споруди,	15
5	передавальні пристрої	10
6	група 4 – машини та обладнання	5
7	з них:	
8	електронно-обчислювальні машини, інші машини для автоматичного оброблення інформації, пов'язані з ними засоби зчитування або друку інформації, пов'язані з ними комп'ютерні програми (крім програм, витрати на придбання яких визнаються роєлті, та/або програм, які визнаються нематеріальним активом), інші інформаційні системи, комутатори, маршрутизатори, модулі, модеми, джерела безперебійного живлення та засоби їх підключення до телекомунікаційних мереж, телефони (в тому числі стільникові), мікрофони і рації, вартість яких перевищує 2500 гривень	2
9	група 5 – транспортні засоби	5
10	група 6 – інструменти, прилади, інвентар (меблі)	4
11	група 7 – тварини	6
12	група 8 – багаторічні насадження	10
13	група 9 – інші основні засоби	12
14	група 10 – бібліотечні фонди	–
15	група 11 – малоцінні необоротні матеріальні активи	–
16	група 12 – тимчасові (нетитульні) споруди	5
17	група 13 – природні ресурси	–
18	група 14 – інвентарна тара	6
19	група 15 – предмети прокату	5
20	група 16 – довгострокові біологічні активи	7

145.1.1. Нарахування амортизації нематеріальних активів здійснюється із застосуванням методів, визначених у підпункті 145.1.5 пункту 145.1 статті 145 цього Кодексу, протягом таких строків (таблиця 2):

Таблиця 2

**Методи нарахування амортизації нематеріальних активів**

№	Групи	Строк дії права користування
1	група 1 – права користування природними ресурсами (право користування надрами, іншими ресурсами природного середовища, геологічною та іншою інформацією про природне середовище);	відповідно до правостановлюючого документа
2	група 2 – права користування майном (право користування земельною ділянкою, крім права постійного користування земельною ділянкою, відповідно до закону, право користування будівлею, право на оренду приміщень тощо);	відповідно до правостановлюючого документа
3	група 3 – права на комерційні позначення (права на торговельні марки (знаки для товарів і послуг), комерційні (фірмові) найменування тощо), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роялті;	відповідно до правостановлюючого документа
4	група 4 – права на об'єкти промислової власності (право на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, сорти рослин, породи тварин, компонування (топографії) інтегральних мікросхем, комерційні тасмніці, в тому числі ноу-хау, захист від недобросовісної конкуренції тощо) крім тих, витрати на придбання яких визнаються роялті;	відповідно до правостановлюючого документа, але не менш як 5 років
5	група 5 – авторське право та суміжні з ним права (право на літературні, художні, музичні твори, комп'ютерні програми, програми для електронно-обчислювальних машин, компіляції даних (бази даних), фонограми, відеограми, передачі (програми) організацій мовлення тощо) крім тих, витрати на придбання яких визнаються роялті;	відповідно до правостановлюючого документа, але не менш як 2 роки
6	група 6 – інші нематеріальні активи (право на ведення діяльності, використання економічних та інших привілеїв тощо)	відповідно до правостановлюючого документа

Облік вартості, яка амортизується, нематеріальних активів ведеться за кожним з об'єктів, що входить до складу окремої групи.

145.1.2. Нарахування амортизації здійснюється протягом строку корисного використання (експлуатації) об'єкта, який встановлюється наказом по підприємству при визнанні цього об'єкта активом (при зарахуванні на баланс), але не менше ніж визначено в пункті 145.1 і призупиняється на період його виводу з експлуатації (для реконструкції, модернізації, добудови, дообладнання, консервації та інших причин) на підставі документів, які свідчать про виведення таких основних засобів з експлуатації).

145.1.3. При визначенні строку корисного використання (експлуатації) слід ураховувати:

– очікуване використання об'єкта підприємством з урахуванням його потужності або продуктивності;

– фізичний та моральний знос, що передбачається;

– правові або інші обмеження щодо строків використання об'єкта та інші фактори.

145.1.4. Строк корисного використання (експлуатації) об'єкта основних засобів переглядається в разі зміни очікуваних економічних вигод від його використання, але він не може бути меншим, ніж визначено в пункті 145.1 цієї статті.

Амортизація об'єкта основних засобів нараховується, виходячи з нового строку корисного використання, починаючи з місяця, наступного за місяцем зміни строку корисного використання (крім виробничого методу нарахування амортизації).

Амортизація основних засобів провадиться до досягнення залишкової вартості об'єктом його ліквідаційної вартості.

145.1.5. Амортизація основних засобів нараховується із застосуванням таких методів:

1) прямолінійного, за яким річна сума амортизації визначається діленням вартості, яка амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів;

2) зменшення залишкової вартості, за яким річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітного року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та річної норми амортизації. Річна норма амортизації (у відсотках) обчислюється як різниця між одиницею та результатом кореня ступеня кількості років корисного використання об'єкта з результату від ділення ліквідаційної вартості об'єкта на його первісну вартість;

3) прискореного зменшення залишкової вартості, за яким річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітного року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та річної норми амортизації, яка обчислюється відповідно до строку корисного використання об'єкта і подвоюється.

Метод прискореного зменшення залишкової вартості застосовується лише при нарахуванні амортизації до об'єктів основних засобів, що входять до груп 4 (машини та обладнання) та 5 (транспортні засоби);

4) кумулятивного, за яким річна сума амортизації визначається як добуток вартості, яка амортизується, та кумулятивного коефіцієнта. Кумулятивний коефіцієнт розраховується діленням кількості



років, що залишаються до кінця строку корисного використання об'єкта основних засобів, на суму числа років його корисного використання;

5) виробничого, за яким місячна сума амортизації визначається як добуток фактичного місячного обсягу продукції (робіт, послуг) та виробничої ставки амортизації. Виробнича ставка амортизації обчислюється діленням вартості, яка амортизується, на загальний обсяг продукції (робіт, послуг), який підприємство очікує виробити (виконати) з використанням об'єкта основних засобів.

145.1.6. Амортизація об'єктів груп 9, 12, 14, 15, визначених у пункті 145.1 цієї статті, нараховується за методами, що наведені в підпунктах 1 і 5 підпункту 145.1.5 цієї статті. Амортизація малоцінних необоротних матеріальних активів і бібліотечних фондів може нараховуватися за рішенням платника податків у першому місяці використання об'єкта в розмірі 50 відсотків його вартості, яка амортизується, та решта 50 відсотків вартості, яка амортизується, у місяці їх вилучення з активів (списання з балансу) внаслідок невідповідності критеріям визнання активом або в першому місяці використання об'єкта в розмірі 100 відсотків його вартості.

145.1.7. На основні засоби груп 1 та 13 амортизація не нараховується.

145.1.8. Суми амортизаційних відрахувань не підлягають вилученню до бюджету, а також не можуть бути базою для нарахування будь-яких податків та зборів.

145.1.9. Нарахування амортизації в цілях оподаткування здійснюється підприємством за методом, визначеним наказом про облікову політику з метою складання фінансової звітності, та може переглядатися в разі зміни очікуваного способу отримання економічних вигод від його використання.

Нарахування амортизації за новим методом починається з місяця, наступного за місяцем прийняття рішення про зміну методу амортизації.

Проаналізувавши основні підрозділи статті 144 зазначимо, існує значне зближення з правилами нарахування амортизації у бухгалтерському обліку, але існує рід відмінностей. З першого квітня 2011 року вступив у дію Податковий кодекс, тому амортизація буде асоціюватися зі складовою витрат, а не з відокремленою категорією податкового обліку. Відповідно статті 14 Розділу 1 Податкового кодексу до пп. 14.1.3 п. 14.1 надано нове тлумачення амортизації, а також визначено нове поняття основних засобів замість основних фондів (пп. 14.1.138 п. 14.1 ст. 14 Розділу 1 Податкового кодексу). У пп. 145.1.4 п. 145.1 ст. 145 Податкового кодексу амортизація основних засобів провадиться до досягнення залишкової вартості об'єктом його ліквідаційної вартості. За кожним об'єктом основних засобів амортизаційні відрахування розрахункового кварталу відзначаються як сума амортизаційних відрахувань за 3 місяця розрахункового кварталу, обчислених із застосуванням обраного платником податку методу нарахування амортизації відповідно до кожної групи основних засобів. У зіставленні з переліком витрат, які підлягають амортизації згідно з п. 8.1.2 п. 8.1 ст. 8 Закону № 334, у п. 144. 1 ст. 144 Розділу III Податкового кодексу зазначений перелік уточнено та доповнено такими видами витрат, як:

- витрати на придбання довгострокових біологічних активів для використання в господарській діяльності;

- капітальні інвестиції, отримані платником податку з бюджету, у вигляді цільового фінансування на придбання об'єкта інвестування (основного засобу, нематеріального активу) за умови визнання доходів пропорційно сумі нарахованої амортизації по такому об'єкту відповідно до положень підпункту 137.2.1 пункту 137.2 статті 137 цього Кодексу;

- сума переоцінки вартості основних засобів, проведеної відповідно до статті 146 цього Кодексу;

- вартість безоплатно отриманих об'єктів енергопостачання, газо- і теплозабезпечення, водопостачання, каналізаційних мереж, побудованих споживачами на вимогу спеціалізованих експлуатуючих підприємств згідно з технічними умовами на приєднання до вказаних мереж або об'єктів.

Запроваджено нові види витрат, які не підлягають амортизації та повністю відносяться до складу витрат за звітний період, відповідно до п. 144.2 ст. 144 Розділу III Податкового кодексу чітко передбачено витрати платника податку на ліквідацію основних засобів.

Класифікаційний перелік груп основних засобів та інших необоротних активів у Податковому кодексі майже повністю дублює відповідні положення П (С)БУ № 7. Однак до цього переліку не віднесені, зокрема, незавершені капітальні інвестиції.

Потребує детального вивчення та наукового дослідження положення Податкового кодексу стосовно нарахування амортизації особливу увагу слід зацентрувати на детальному розгляді норм п.6 підрозділу 4 «Особливості справляння податку на прибуток підприємств» Розділу XX «Перехідні положення» Податкового кодексу, які містять перелік підготовчих заходів, необхідних для перебудови податкового обліку амортизації:

- для визначення переліку об'єктів основних засобів, інших необоротних та нематеріальних активів за групами відповідно до пункту 145.1 статті 145 Податкового кодексу з метою нарахування амортизації з дати набрання чинності розділом III цього кодексу слід застосовувати дані інвентаризації, проведеної за станом на 1 квітня 2011 року;

- вартість, яка амортизується, по кожному об'єкту основних засобів, інших необоротних та нематеріальних активів необхідно визначати як первісну (переоцінену) з урахуванням капіталізованих

витрат на модернізацію, модифікацію, добудову, дообладнання, реконструкції тощо, а також суми накопиченої амортизації за даними бухгалтерського обліку на дату набрання чинності розділом III Податкового кодексу. При цьому до переоціненої вартості основних засобів не включається сума дооцінки основних засобів, що проведена після 1 січня 2010 року;

- якщо загальна вартість усіх груп основних засобів за даними бухгалтерського обліку менша, ніж загальна вартість усіх груп основних фондів за даними податкового обліку на дату набрання чинності розділом III Податкового кодексу, то тимчасову податкову різницю, яка виникає в результаті такого порівняння, слід амортизувати як окремий об'єкт із застосуванням прямолінійного методу протягом трьох років;

- строк корисного використання об'єктів основних засобів, інших необоротних та нематеріальних активів для нарахування амортизації з дати набрання чинності розділом III Податкового кодексу платнику податку необхідно визначати самостійно з урахуванням дати введення їх в експлуатацію, але не менше встановлених мінімально допустимих строків корисного використання, визначених пунктом 145.1 статті 145 кодексу;

- первісна вартість основних засобів не збільшується на вартість придбання або поліпшення після дати набрання чинності розділом III Податкового кодексу в частині витрат, віднесених на збільшення балансової вартості об'єктів до такої дати.

**Висновки.** В статті розглянуто нові нововведення, що торкнулися класифікації основних засобів та нарахування амортизації, відокремлено ряд відмінностей що до нарахування амортизації в бухгалтерському обліку, уточнено та доповнено нові види витрат. Податковим кодексом передбачено пооб'єктне ведення обліку вартості, яка амортизується. Намічено підготовчі заходи, які необхідні для перебудови податкового обліку амортизації.

### Література

1. Податковий кодекс України від 02.12.10 № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)
2. Про оподаткування прибутку підприємств [Електронний ресурс] : закон України : [прийнято ВР 28.12.94 № 334/94-ВР, в ред. закону України № 283/97-ВР від 22.05.97 зі змінами та доп.]. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)
3. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби" [Електронний ресурс] : наказ Міністерства фінансів України від 27.04.00 № 92 зареєстрований в Міністерстві юстиції України від 18.05.00 № 288/4509 зі змінами та доп. (за текстом – П(С)БУ № 7). – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)

Надійшла 10.08.2011

УДК 658(075.8)

Л. Г. ДОНЧАК

Вінницький національний технічний університет

## СИСТЕМНИЙ ТА ПРОЦЕСНИЙ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДПРИЄМСТВА

*Стаття присвячена дослідженню поняття "внутрішній економічний механізм підприємства". Проаналізовано різні погляди науковців та запропоновано власне визначення даної категорії з точки зору системного та процесного підходів.*

*The article is conserved the research of concept "internal economic mechanism of enterprise". The different points of views are analysed and determination of this category is offered from the point of view of the system and process approaches.*

*Ключові слова: системний підхід, процесний підхід, система, процес, внутрішній економічний механізм, принципи побудови.*

**Вступ.** Враховуючи складну та нестабільну економічну ситуацію країни, що загострилась в зв'язку з настанням світової кризи, проблема покращення роботи господарюючих суб'єктів, попри свою актуальність, набула необхідно-важливого характеру. Це, перш за все, пов'язано з різким погіршенням діяльності практично усіх підприємств, не залежно від їх галузевого напрямку. Тому сьогодні, з метою підвищення ефективності суб'єктів господарювання, науковцями активно досліджуються різні аспекти їх діяльності.

Не байдужою ця проблема залишила й авторів цієї статті, які вважають, що зміни, спрямовані на покращення діяльності підприємства, необхідно розпочинати саме з їх внутрішньої діяльності, а саме з внутрішнього економічного механізму підприємства, здатного швидко та гнучко адаптуватись до зовнішнього середовища та забезпечувати ефективне функціонування суб'єкта господарювання.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження суті категорії "внутрішній економічний

механізм підприємства”, враховуючи особливості системного та процесного підходів.

**Результати дослідження.** Категорія “внутрішній економічний механізм підприємства” є відносно новою в економічній літературі, яку широко почали використовувати в своїх працях сучасні науковці, зокрема, М.Г. Грещак, О.М. Гребешкова, Г.В. Стадник, Л.Г. Чеканова, І.І. Килимник, В.І. Торкатюк, І.І. Цигилик, П.В. Круш та інші.

Суть категорії “внутрішній економічний механізм підприємства”, на жаль, недостатньо висвітлена в сучасній економічній літературі, тому її визначення зустрічається досить рідко. Теоретичні та практичні аспекти функціонування внутрішнього економічного механізму підприємства досить актуально досліджуються в роботах к.е.н., професора Грешака М.Г. [1], який, на жаль, не дає конкретно-обґрунтованого визначення категорії, однак зазначає, що функціонування підприємства як системи підрозділів забезпечується через його внутрішній економічний механізм.

Цигилик І.І. внутрішній економічний механізм ототожнює з господарським механізмом підприємства і характеризує його як сукупність економічних методів і важелів, які діють на всіх рівнях управління і дають змогу відповідно до об’єктивних економічних законів розвитку суспільства активно впливати на виробничу діяльність колективу з метою досягнення економічних і соціальних завдань, що стоять перед колективом на сучасному етапі [2, с. 3]. В загальному, таке визначення є досить широким, не чітким стосовно досліджуваних категорій: господарського та внутрішнього економічного механізмів, оскільки вони не є синонімами, а тому характеризувати їх як одне ціле, на наш погляд, не зовсім доцільно.

Існує думка, що система внутрішній економічний механізм – це сукупність чинників, які визначають майнові, орендні, виробничі, фінансові відносини між підприємством та його підрозділами, в тому числі між самими підрозділами, дають можливість здійснити внутрішню економічну діагностику підприємства та забезпечують реалізацію економічних інтересів усіх учасників виробництва [3, с. 23]. Ми підтримуємо таку позицію авторів, які розглядають внутрішній економічний механізм як систему, виходячи з того, що теоретично будь-яка система являє собою сукупність взаємозалежних елементів, функціонування яких регулюється суб’єктами управління.

Руденко Г.В. в своїй роботі розглядає внутрішній економічний механізм на рівні інтегрованого підприємства, що являє собою складову частину економічного механізму, за допомогою якої здійснюється вплив на внутрішньовиробничі фактори господарювання, від стану яких залежить діяльність інтегрованого підприємства як в цілому, так і стосовно його структурних одиниць. Внутрішньовиробничі фактори господарювання можуть мати економічну, технологічну, соціальну, організаційну природу, тому комплексний внутрішній економічний механізм має представляти собою систему економічних, мотиваційних, організаційних механізмів, які формуються під впливом зовнішнього і внутрішнього середовища господарювання інтегрованого підприємства [4, с. 96].

Варто відмітити погляд Доберчак Н.І., яка, досліджуючи внутрішньофірмові господарські відносини на промислових підприємствах, зазначає, що внутрішній економічний механізм – це метод господарювання виробничих підрозділів, заснований на економічній і матеріальній зацікавленості і відповідальності всіх учасників виробничого процесу за кінцеві результати праці в межах наданої їм на договірних або бездоговірних умовах господарської самостійності [5, с. 7].

Отже, враховуючи те, що внутрішній економічний механізм підприємства повинен складатися з певної кількості взаємопов’язаних елементів (складових), реалізація яких вимагає послідовного процесу, нами пропонується розглянути дану категорію, виходячи із системного та процесного підходів (рис. 1).

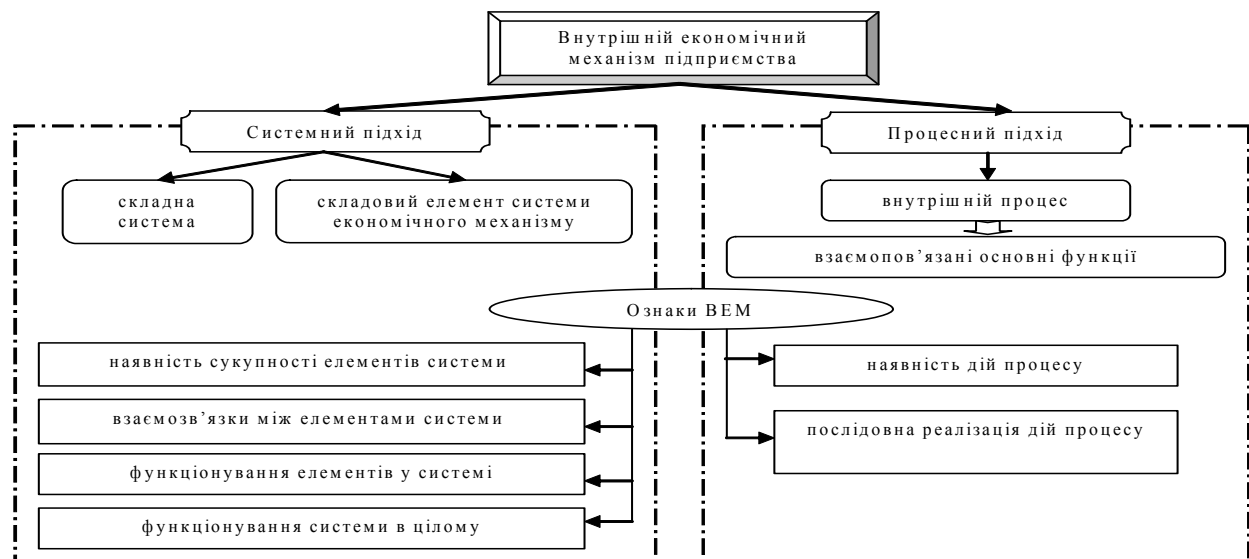


Рис. 1. Підходи до визначення внутрішнього економічного механізму підприємства

Системний підхід – це один із головних напрямків методології спеціального наукового пізнання, мета і завдання якого полягають у дослідженнях певних об'єктів як складних систем [6, с. 38; 7, с. 43]. Відповідно, система – це сукупність пов'язаних між собою елементів [8, с. 17]. Крім цього, кожний елемент цілісної системи може розглядатися як окрема відносно самостійна система.

На нашу думку, внутрішній економічний механізм підприємства з точки зору системного підходу, з однієї сторони є складовим елементом системи економічного механізму, якому він підпорядковується, з іншої – відносно самостійною складною системою, яка являє сукупність певних економічних елементів та взаємозв'язків між ними на рівні структурних підрозділів з метою досягнення поставлених цілей діяльності підприємства. В свою чергу, структурні елементи за певних умов теж можуть розглядатися як окремі системи. Тобто, внутрішній економічний механізм розглядається як певна цілісність, що складається із взаємозалежних частин, кожна з яких певною мірою характеризує ціле. У випадку зміни або порушення функціонування одного елемента, порушується робота усєї системи.

До основних ознак внутрішнього економічного механізму як системи, або елемента системи доцільно віднести наявність сукупності елементів. Виходячи з того, що будь-яка система, як зазначалось вище, складається із певної кількості складових, то внутрішній економічний механізм також поєднує в собі функціонування відповідних елементів, які розглядатимуться далі. Другою ознакою є взаємозв'язки між елементами системи, тобто всі складові внутрішнього економічного механізму є взаємопов'язаними. Так, дієвість системи внутрішнього економічного механізму підприємства залежить від дієвості всіх її складових елементів, при цьому порушення роботи хоча б одного з них призведе до порушення всієї діяльності підрозділу. Третьою ознакою є функціонування елементів у системі. Кожний елемент системи внутрішнього економічного механізму може функціонувати як відносно самостійна система, що складатиметься із певної сукупності частин, таким чином, щоб цілі систем та їх елементів були направлені на досягнення єдиного результату. Останньою, четвертою, ознакою внутрішнього економічного механізму згідно з системним підходом є функціонування системи в цілому, тобто всі елементи, попри їх відносно самостійне функціонування, повинні розглядатися як одна нерозривна цілісна система, що характеризує внутрішню діяльність підприємства.

Крім основних ознак внутрішнього економічного механізму згідно з системним та процесним підходами, при його побудові необхідно дотримуватись певної сукупності принципів, які, на наш погляд, варто поділити на загальні та специфічні (рис. 2).



Рис. 2. Принципи побудови внутрішнього економічного механізму підприємства

Загальні принципи повинні лежати в основі формування та ефективного функціонування внутрішнього економічного механізму будь-якого підприємства. Специфічні принципи досліджуваного механізму характерні для конкретних умов господарювання, зокрема приналежність підприємства до певної галузі, його організаційна та виробнича структура, специфіка діяльності, ступінь децентралізації структурних підрозділів тощо.

До системних принципів пропонується віднести наступні:

– принцип ієрархії передбачає виявлення ієрархічних зв'язків, цілей, що характерні у складних багаторівневих системах, які характеризуються впорядкованістю, організованістю взаємодії між окремими рівнями по вертикалі. Під ієрархією в даному випадку слід розуміти підпорядкованість елементів вищого рівня елементам нижчого.

– принцип оптимального поєднання децентралізації та централізації передбачає співвідношення між централізованим та децентралізованим управлінням системи в цілому та його елементів. Повністю централізована система є негнучкою, неспроможною швидко реагувати і пристосовуватися до змінних умов. Відповідно, повна децентралізація системи призводить до порушення цілісності вищої системи;

– принцип цілісності передбачає цілісність елементів системи, тобто внутрішній економічний механізм є з одного боку, цілісним утворенням, а з іншого, в її складі чітко можуть бути виокремлені цілісні елементи.

Щодо процесного підходу, то слід відзначити думку американських вчених Мескона М., Альберта М. та Хедоури Ф. [6], які зазначають, що процесний підхід розглядає взаємопов'язані функції управління. Відповідно, процес – це серія безперервних взаємопов'язаних дій направлених на досягнення поставлених цілей. Ці дії, кожна з яких само по собі являється процесом, називаються управлінськими функціями. Кожна управлінська функція теж представляє собою процес, оскільки також складається із серії взаємопов'язаних дій. Отже, процес являється загальною сумою всіх функцій. На думку авторів, процес управління складається із функцій планування, організації, мотивації і контролю.

Виходячи з процесного підходу, внутрішній економічний механізм являється послідовним процесом реалізації взаємопов'язаних функцій, направлених на досягнення кінцевого результату. Внутрішній економічний механізм як процес характеризується, по-перше, такою ознакою, як наявність певних дій процесу. Для досягнення кінцевого результату процесу внутрішнього економічного механізму виникає необхідність у розробці відповідних дій, якими виступають, як зазначалось вище, основні функції, кожна з яких, в свою чергу, також розглядається як окремий процес. По-друге, послідовна реалізація цих дій (функцій). Якщо система розглядає взаємозв'язки між її елементами, то процес акцентує увагу на послідовності виконання комплексу взаємопов'язаних дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей.

До принципів побудови внутрішнього економічного механізму підприємства згідно з процесним підходом доцільно виділити наступні:

– принцип послідовності передбачає послідовний процес реалізації певних дій, направлених на досягнення поставленої мети;

– принцип безперервності виявляється у створенні таких організаційно-господарських та технічних умов, за яких досягається стійкість і безперервність реалізації процесу внутрішнього економічного механізму;

– принцип циклічності означає замкненість (завершеність) послідовних дій протягом певного періоду часу. Тобто завершеність одного елемента передує початку іншого.

Разом з цим, мають місце принципи побудови внутрішнього економічного механізму підприємства, що характерні для обох підходів, як системного, так і процесного. До таких принципів належать:

– принцип узгодженості виявляється у жорсткій координації усіх елементів та процесів на усіх рівнях управління внутрішнього економічного механізму;

– принцип адаптивності передбачає здатність швидко орієнтуватись та гнучко реагувати на зміни зовнішнього середовища;

– принцип цілеспрямованості означає, що усі елементи та процеси мають бути спрямовані на виконання загальних цілей підприємства.

Специфічними принципами внутрішнього економічного механізму підприємства, на наш погляд, є такі:

– принцип взаємопогоджуваності дій передбачає взаємопогоджувану діяльність між структурними підрозділами підприємства, спрямовану на досягнення спільної мети;

– принцип ефективності полягає у використанні підрозділами підприємства відносно мінімальної кількості витрат для досягнення максимально-можливого результату;

– принцип відповідальності передбачає відповідальність кожного структурного підрозділу за результати своєї діяльності.

**Висновок.** Таким чином, проведений аналіз літературних джерел з питань сутності внутрішнього економічного механізму підприємства дає підстави розглядати дану категорію, виходячи із системного та процесного підходів. Внутрішній економічний механізм підприємства з точки зору системного підходу, з однієї сторони, є складовим елементом системи економічного механізму, якому він підпорядковується, з іншої – відносно самостійною складною системою, яка являє сукупність елементів та взаємозв'язків між ними на рівні підрозділів з метою досягнення поставлених цілей підприємства. Виходячи з процесного підходу, внутрішній економічний механізм являється послідовним процесом реалізації взаємопов'язаних функцій, направлених на досягнення кінцевого результату.

## Література

1. Грещак М. Г. Внутрішній економічний механізм підприємства : [навч. посібник] / Грещак М. Г., Гребешкова О. М., Коцюба О. С. – К. : КНЕУ, 2001. – 228 с.

2. Цигилик І. І. Підприємство і внутрішній економічний механізм в умовах підприємництва / І. І. Цигилик // Економіка. Фінанси. Право. – 2006. – № 11. – С. 3–9.
3. Круш П. В. Внутрішній економічний механізм підприємства : навч. посібник / [П. В. Круш, С. О. Тульчинська, Р. В. Тульчинський, С. О. Кириченко, О. В. Кривда та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 206 с.
4. Руденко Г. В. Внутрішній економічний механізм інтегрованих металургійних комплексів : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Г. В. Руденко. – К. : КЕУ, 2005. – 239 с.
5. Доберчак Н. І. Організація внутрішньофірмових господарських відносин промислових підприємств (на прикладі машинобудування) : автореф. дис. на здобуття наук. ступення канд. екон. наук / Н. І. Доберчак. – Хм., 2003, – 20 с.
6. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; [пер. с англ.]. – М. : Дело, 1999. – 800 с.
7. Абовский Н. П. Творчество: системный подход, законы развития, принятие решений / Абовский Н. П. – М. : СИНТЕГ, 1998. – 312 с.
8. Гиг Дж. Ван. Прикладная общая теория систем / Гиг Дж. Ван ; [пер. с англ.]. – М. : Мир, 1981. – 733 с.

Надійшла 19.08.2011

УДК 338:519.876.5:336.14

Н. М. КОРКУНА, Г. Г. ЦЕГЕЛИК  
Львівський національний університет імені Івана Франка

## ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ ПОДАТКОВОЇ СТАВКИ З ВИКОРИСТАННЯМ МОДИФІКОВАНОЇ КРИВОЇ ЛАФФЕРА

*В статті розв'язана задача визначення оптимальної сукупної податкової ставки, за якої відрахування в бюджет буде максимальним, у випадку, використання модифікованої кривої Лаффера. Для визначення оптимальної податкової ставки виведено відповідне рівняння.*

*In this article, the problem of determining an optimal tax rate, in the case of the modified Laffer Curve, is solved. In this case the budget allocations will be maximal. For determining the optimal tax rate the corresponding equation is considered.*

*Ключові слова: державне регулювання оподаткування, податкове навантаження, сукупна податкова ставка.*

**Вступ.** Незалежно від того, яку модель економічного розвитку обирає держава, обов'язковим елементом її моделі є податки. Податкам належить основна роль у забезпеченні виконання державою функцій щодо регулювання економічних процесів, зокрема, механізму державного регулювання ринкової економіки, одним із складників якого є бюджетно-податкове регулювання. Дуже важливою проблемою є оптимізація податкової політики держави, яка є недосконалою. Про це свідчить надмірна кількість змін у податковому законодавстві протягом останніх років, велика кількість податків і податкових зборів, що руйнує стрункість та цілісність податкової системи; а також оцінки експертів щодо значних розмірів тіньової економіки.

Перехід до ринкових відносин у нашій країні потребує використання в процесі державного регулювання діяльністю суб'єктів господарювання найбільш ефективних методів їх оподаткування, визначення оптимальних ставок оподаткування цих суб'єктів. Адже надто низькі податкові ставки ведуть до малих податкових зборів, а надто великі – до переходу підприємницької діяльності у тіньовий сектор економіки. Так в Україні, за даними Держкомстату, у 2010 році кількість «нелегалів», які працюють у тіньовому секторі економіки зросла на 179,3 тис. осіб. Реальні цифри «впливли» коли Державний комітет статистики провів вибірковий аналіз економічної активності домогосподарств, організацій, установ та підприємств, а отримані дані звірів з інформацією, наданою Державною службою зайнятості. За результатами «перевірки», 4,6 млн українців працювали минулого року без оформлення. А це 22,9% від загальної кількості зайнятого населення віком від 15 до 70 років [1]. У зв'язку з цим особливої актуальності набувають наукові дослідження, які стосуються визначення оптимального податкового навантаження в державі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Однією з визнаних моделей, яка на якісному рівні дає змогу зрозуміти взаємозалежність між величиною встановленої сукупної податкової ставки та обсягом податкових надходжень, є крива Лаффера. Суть її полягає в тому, що при поступовому збільшенні податкової ставки від нуля сума податкових надходжень спочатку зростає, досягає максимуму, а при подальшому збільшенні податкової ставки – поступово зменшується.

Як показано в роботах [2–6], форма кривої Лаффера може описуватися формулою:

$$F(x) = \lambda x^\alpha (1-x)^\beta,$$

де  $\lambda, \alpha, \beta$  – коефіцієнти, які задають вигляд кривої;

$x$  – величина сукупної податкової ставки.

Проведені в [3] дослідження показали, що оптимальне значення сукупної податкової ставки для моделі економіки, в якій не враховується присутність тіншового сектору виробництва, визначається наступним чином:

$$x_0 = \frac{\alpha}{\alpha + \beta}.$$

**Мета.** Метою статті є модифікація кривої Лаффера, в якій враховується певна кількість підприємств, які працюють при податковій ставці 100%.

**Основний зміст роботи.** Спробуємо аналітично представити вигляд кривої Лаффера. Нехай маємо всього  $N$  підприємств у державі з середнім доходом, що складає величину  $p$  для кожного з них. Вважаємо, що, залежно від величини податкової ставки, кожне підприємство може прийняти одне з двох рішень – або займатись виробництвом товарів та послуг, або ні. Якщо прийняти, що однією з найвагоміших величин в оподаткуванні є дохід підприємств, то можливі податкові надходження до бюджету  $D(x)$  можна записати як добуток кількості підприємств  $n(x)$ , які працюють при деякій встановленій сукупній податковій ставці (далі – податкова ставка), величини податкової ставки  $x$  ( $0 \leq x \leq 1$ ) і середнього доходу підприємства  $p$ , тобто  $D(x) = n(x)px$ . Якщо встановити ставку податку  $x = 0$ , то зрозуміло, що всі підприємства матимуть найкращі умови для господарської діяльності ( $n(0) = N$ ), але податкові надходження будуть відсутні. Якщо встановити ставку податку  $x=1$  (на рівні 100%), то жодному з підприємств працювати не вигідно і вони можуть закритися всі, тобто  $n(1) = 0$  і  $D(1) = 0$ . Однак, завжди є частка підприємств, які працюють навіть при податковій ставці 100%. У найпростішому випадку можна покласти лінійний закон залежності кількості підприємств  $n(x)$ , що беруть участь у виробництві, від рівня податкової ставки  $x$  у вигляді  $n(x) = N(1 - x)$  (рис.1, крива 1). Тоді величина податкових надходжень залежно від величини податкової ставки буде визначатись за формулою:  $D(x) = pxN(1 - x)$ . Ця залежність і буде визначати вигляд кривої Лаффера при зроблених припущеннях (рис.1, крива 2).

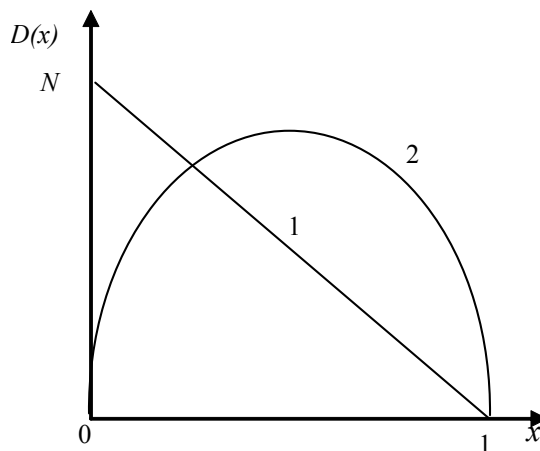


Рис. 1. Найпростіша лінійна залежність кількості підприємств, які беруть участь у виробництві, від податкової ставки

Введемо коефіцієнт  $\gamma$  – частка підприємств, які працюють при податковій ставці 100%. Тоді подамо величину податкових надходжень до бюджету у вигляді

$$D = \lambda x^\alpha ((1 - x)^\beta + \gamma), \quad \lambda > 0, \quad 0 < \alpha \leq 1, \quad 0 < \beta < 1,$$

де  $\alpha$  і  $\beta$  – деякі параметри. В такому випадку криві 1 та 2 з рис. 1 розмістяться наступним чином (рис. 2).

Тоді в залежності від  $\alpha$  і  $\beta$  одержимо різний вигляд кривої  $D = D(x)$ .

Покажемо, що існує таке значення податкової ставки  $x \in (0,1)$ , за якого відрахування в бюджет  $D(x)$  буде максимальним.

Знайдемо похідну від функції  $D = D(x)$ . Одержимо:

$$D' = \lambda(\alpha x^{\alpha-1} (1 - x)^\beta - x^\alpha \beta (1 - x)^{\beta-1} + \alpha \gamma x^{\alpha-1}).$$

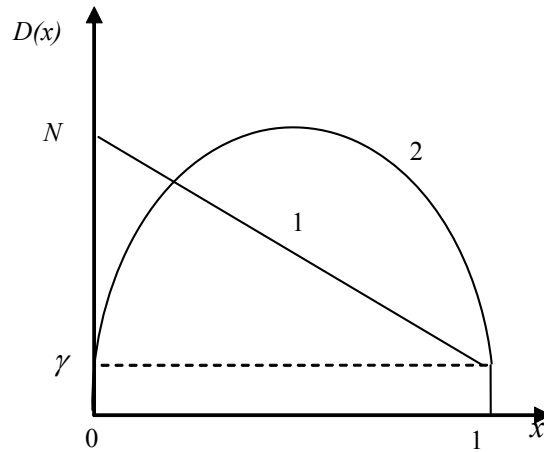


Рис. 2. Найпростіша лінійна залежність кількості підприємств, які беруть участь у виробництві, від податкової ставки і відповідна їй крива надходжень у бюджет при врахуванні коефіцієнта  $\gamma$

Якщо  $D' = 0$ , то матимемо рівняння:

$$\alpha x^{\alpha-1} (\gamma + (1-x)^\beta) = \beta x^\alpha (1-x)^{\beta-1}$$

для знаходження точки, підозрілої на екстремум. Зробивши деякі математичні перетворення отримаємо рівняння вигляду:

$$x = \frac{\alpha}{\alpha + \beta} (1 + \gamma(1-x)^{1-\beta}). \quad (1)$$

Покажемо, що коренем рівняння (1) є точка  $x \in (0,1)$ . Справді, якщо розглянути праву частину рівняння (1)  $y = \frac{\alpha}{\alpha + \beta} (1 + \gamma(1-x)^{1-\beta})$ , то  $y' = \frac{-\alpha\gamma}{\alpha + \beta} (1-\beta)(1-x)^{-\beta} < 0$ . Це означає, що права частина рівняння спадає від  $\frac{\alpha(1+\gamma)}{\alpha + \beta}$  до  $\frac{\alpha}{\alpha + \beta}$  при зростанні  $x$  від 0 до 1. Тому рівняння (1) має єдиний додатний корінь  $x_0$  (рис. 4).

Покажемо, що  $x_0$  є точкою максимуму функції  $D = D(x)$ . Для цього знайдемо другу похідну від функції  $D(x)$ , яка матиме вигляд:

$$D'' = \lambda(-\alpha(1-\alpha)x^{\alpha-2}(1-x)^\beta - \alpha x^{\alpha-1}\beta(1-x)^{\beta-1} - \alpha x^{\alpha-1}\beta(1-x)^{\beta-1} - \beta(1-\beta)x^\alpha(1-x)^{\beta-2} - \alpha(1-\alpha)\gamma x^{\alpha-2}).$$

Оскільки,  $D'' < 0$ , то  $x_0$  є точкою максимуму функції  $D = D(x)$ .

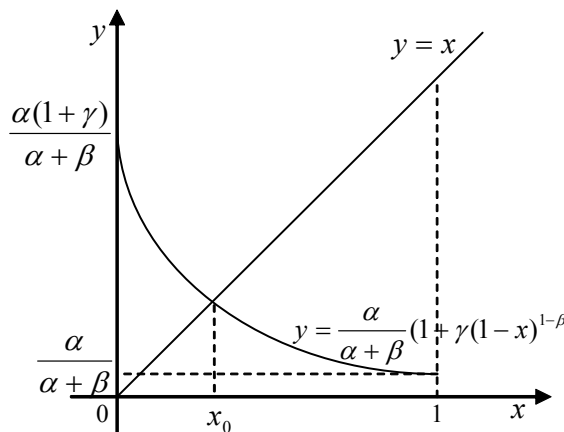


Рис. 3. Геометрична інтерпретація існування розв'язку рівняння (1)



Отже, за податкової ставки, яка є коренем рівняння (1), відрахування до бюджету будуть максимальні.

**Висновки.** В статті розглянута модифікація кривої Лаффера, в якій враховується певна кількість підприємств, які працюють при податковій ставці 100%. За податкової ставки, яка є коренем деякого рівняння, відрахування до бюджету будуть максимальні.

Володіючи знаннями про оптимальні величини податкових ставок для окремих видів податків, можна правильно сформувати податкову систему, яка буде в цьому випадку взаємопов'язувати свої фіскальну і стимулюючу функції: яка б, з одного боку, сприяла збільшенню податкових надходжень держави, а, з іншого, не була б непосильним тягарем для господарських суб'єктів і не спонукала переходу їх в тіньовий сектор економіки.

### Література

1. Дружбляк Н. Українці – у тіні / Н. Дружбляк // Високий замок. – 2011, 22–24 квітня.
2. Сморгонский А. В. Оптимизация налогов на прибыль предприятий / А. В. Сморгонский // Экономика и математические методы. – 1992. – Т. 28. – Вып. 2. – С. 316–318.
3. Чугунов И. Взаимосвязь ставки налогов и налоговых поступлений / И. Чугунов // Бизнес-информ. – 1997. – № 11. – С. 28–34.
4. Буряк П. Ю. Визначення оптимальної податкової ставки податків з використанням кривої Лаффера / П. Ю. Буряк, С. Л. Лондар // Регіональна економіка. – 2000. – № 1. – С. 132–139.
5. Буряк П. Вплив зміни податкової ставки на доходи бюджету / П. Буряк, С. Лондар // Фінанси України. – 2002. – № 1. – С. 41–44.
6. Лондар С. Л. Моделі прийняття рішень з проблем вдосконалення податкової політики в умовах ринкової трансформації економіки України : [монографія] / С. Л. Лондар ; ред. В. Юринець. – Львів : Вид-во Львів, 2001. – 224 с.

Надійшла 19.08.2011

УДК 658.15 (045)

А. М. КРАВЦОВА

Вінницький національний аграрний університет

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ ЗА НОВИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

*Досліджено особливості формування власного капіталу акціонерних товариств з фінансового та правового погляду за нових умов господарювання, що впливає на управлінський аспект фінансових рішень на підприємстві. Розкрито атрибути окремих складових власного капіталу та надано наявну інформацію про вимоги до формування капіталу акціонерних товариств відповідно до законодавства.*

*The features of forming of property asset of joint-stock companies are investigational from the financial and legal point of view at the new terms of manage that influences on the administrative aspect of financial decisions on an enterprise. The attributes of separate constituents of property asset are exposed and present information is given about requirements to forming of capital of joint-stock companies in accordance with a legislation.*

*Ключові слова: власний капітал, статутний капітал, нерозподілений прибуток (непокритий збиток), акціонерне товариство, глобалізація.*

**Вступ.** У зв'язку з процесами формування єдиного світового фінансового простору та істотної трансформації фінансової системи, що відбуваються в останні десятиліття, суттєво ускладнюється взаємодія підприємств із зовнішнім фінансовим середовищем, змінюються передумови і можливості їх фінансової діяльності в стратегічному періоді, загострюються проблеми управління капіталом.

Порушення загального процесу відтворення фінансових ресурсів в Україні внаслідок кризових явищ значною мірою ускладнило перебудову підприємствами системи управління своїми фінансовими ресурсами. Крім того, негативно впливає на ефективність управління капіталом підприємств постійні зміни законодавчої бази в сфері оподаткування. Вказані причини породжують негативні наслідки, як спад ділової активності підприємств, тінізація економіки, відтік національних капіталів за кордон, що в цілому призводить до скорочення фінансових ресурсів вітчизняних підприємств. Тому вдосконалення управління капіталом підприємств набуває особливого значення.

**Аналіз останніх досліджень.** Фундаментальним дослідженням в області проблем управління капіталом присвятили свої праці такі вчені: І. Балабанов, І. Бланк, Р. Брейлі, Дж. Ван Хорн, В. Ковальов, М. Міллер, Ф. Модільяні, Е. Стоянова, А. Шеремет та інші. В сучасних умовах найбільш відомими розробками, присвяченими проблемам власного капіталу підприємства, є праці Ю. Бріггема, Ю. Воробйова, О. Єфимової, В. Савчука, О. Терещенка, Д. Ван Хорна, Дж. Шима та інших науковців. Однак ряд питань вимагають нового осмислення та вирішення в теорії і практиці фінансового менеджменту.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження особливостей формування власного капіталу акціонерних товариств з фінансового та правового погляду за нових умов господарювання, що впливає на управлінський аспект фінансових рішень на підприємстві.

**Основний розділ.** Аналіз різних думок авторів щодо поняття власного капіталу підприємства свідчить, що сучасна теорія і практика фінансового менеджменту не має його загальноприйнятого визначення. Для економічних наук власний капітал – це фінансові ресурси, що вкладаються в частину активів, відображені у пасиві балансу підприємства.

Власний капітал відповідно до п. 3 П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» та п. 4 П(С)БО 2 «Баланс» становить частину в активах підприємства, яка залишається після вирахування його зобов'язань [1, 2].

Згідно з П(С)БО 2 «Баланс» власний капітал підприємства включає такі елементи: статутний капітал; пайовий капітал; додатковий вкладений капітал; інший додатковий капітал; резервний капітал; нерозподілений прибуток (непокритий збиток); неоплачений капітал; вилучений капітал [2]. Такий склад власного капіталу відображає наявність його частини, інвестованої засновниками у момент створення підприємства, та частини, одержаної в результаті ефективної діяльності, насамперед нерозподіленого прибутку, суми дооцінки необоротних активів, а також додаткового вкладеного капіталу.

На нашу думку, капітал підприємства можна визначити як частину фінансових ресурсів в грошовій, матеріальній та нематеріальній формах, вкладених в активи підприємства, що спрямовані на реалізацію підприємницької ідеї та досягнення цілей підприємства.

Зазначимо, що серед класифікації загального капіталу, саме розподіл на власний і позиковий капітал перебуває на першому місці. Власний капітал відіграє головну роль при створенні та розвитку підприємства і є головною економічною базою всього процесу його діяльності. Для кожного підприємства він є тією життєво потрібною частиною, без якої неможлива ані робота, ані подальше функціонування.

Найвні власні кошти дають змогу підприємству використовувати їх як на свій розсуд, так і в окремих випадках за законодавчо встановленими напрямками. Усе залежить від джерела такого фінансування за рахунок елементів власного капіталу.

Раціональна структура капіталу не є стабільною, оскільки фінансування є динамічним процесом, а також модифікуються чинники, що впливають на структуру капіталу, особливо в умовах нестабільної економічної ситуації. Відповідно змінюються і переваги підприємств у виборі певних джерел формування структури капіталу. Так, підприємство може функціонувати на основі: власних ресурсів, якщо їхня питома вага складає не менше 75–80%; змішаного фінансування, коли частки власних та залучених фінансових ресурсів майже рівні; за рахунок залучених ресурсів, якщо їх питома вага перевищує 55–60% загальної ресурсної бази.

Важливу роль у формуванні капіталу також відіграють пайові та інші внески трудового колективу. Значні фінансові ресурси підприємство може мобілізувати на фінансовому ринку. Зокрема, формами їх мобілізації є продаж акцій, облігацій та інших видів цінних паперів, які випускаються даним підприємством, а також кредитні інвестиції.

В процесі залучення фінансових ресурсів підприємствами використовуються такі типи стратегій, які можуть мати внутрішню й зовнішню орієнтацію:

– використання власних коштів для розширення своєї ринкової ніші. Така стратегія використовується великими та вузькоспеціалізованими підприємствами, які працюють на нестійких ринках. Стратегія в цілому є малоприбутковою;

– об'єднання фінансових ресурсів середніх та великих підприємств для реалізації проектів захоплення нових ринків;

– використання всіх доступних джерел фінансування (позики, випуск акцій, створення консорціумів тощо) для формування та реалізації перспективних інноваційних програм малих та середніх підприємств наукоємних галузей. Стратегія є досить ризикованою, але високоприбутковою;

– залучення донорських коштів великих підприємств – споживачів продукції в рамках вертикальної інтеграції з ними;

– перехресне фінансування (підрозділи, які формують фінансові кошти, діляться з тими, у кого їх не вистачає).

Зовнішня орієнтація підприємств передбачає опору на позикові кошти (облігаційні позики та банківські кредити), а внутрішня – на власні (статутний капітал та прибуток) [3].

Загалом стратегія фінансування визначає: оптимальне співвідношення внутрішніх і зовнішніх джерел залучення фінансових коштів; ціну, яку підприємство може заплатити за них; способи розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів між підрозділами [4].

Особливості формування окремих складових власного капіталу підприємств зумовлюються нормами законодавства щодо організаційно-правових форм підприємств та форм їх власності, а також щодо порядку формування і руху власного капіталу. Динаміка та структура власного капіталу підприємства значною мірою залежать від змін, що відбуваються в окремих його складових: статутного та пайового капіталу; додатково вкладеного капіталу; іншого додаткового та резервного капіталу; нерозподіленого прибутку; неоплаченого та вилученого капіталу.

Оснoву власного капіталу більшості підприємств становить статутний капітал. Дані про його розмір та зміни, як правило, фіксуються в установчих документах і вносяться в Єдиний державний реєстр юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців. Основною організаційно-правовою формою промислових підприємств в Україні є акціонерні товариства. З того моменту, коли набрав чинності Закон «Про акціонерні товариства» [5], почався відлік двохрічного перехідного періоду, відведеного для акціонерних товариств в Україні для впровадження ними суттєвих змін в системі корпоративного управління, а також у їх відносинах з акціонерами, кредиторами і інвесторами.

Зокрема, в Законі [5] передбачено такі вимоги до формування капіталу (Розділ III, ст. 14–19): мінімальний розмір статутного капіталу акціонерного товариства становить 1250 мінімальних заробітних плат виходячи із ставки мінімальної заробітної плати, що діє на момент створення (реєстрації) акціонерного товариства; статутний капітал товариства визначає мінімальний розмір майна товариства, який гарантує інтереси його кредиторів; власний капітал (вартість чистих активів) товариства – різниця між сукупною вартістю активів товариства та вартістю його зобов'язань перед іншими особами; порядок збільшення (зменшення) статутного капіталу акціонерного товариства встановлюється Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку.

Основними особливостями збільшення статутного капіталу акціонерних товариств відповідно до прийнятого Закону [5] є такі:

1) статутний капітал товариства збільшується шляхом підвищення номінальної вартості акцій або розміщення додаткових акцій існуючої номінальної вартості у порядку, встановленому Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку;

2) збільшення статутного капіталу акціонерного товариства із залученням додаткових внесків здійснюється шляхом розміщення додаткових акцій.

3) збільшення статутного капіталу акціонерного товариства без залучення додаткових внесків здійснюється шляхом підвищення номінальної вартості акцій.

4) акціонерне товариство не має права приймати рішення про збільшення статутного капіталу шляхом публічного розміщення акцій, якщо розмір власного капіталу є меншим, ніж розмір його статутного капіталу.

5) збільшення статутного капіталу акціонерного товариства для покриття збитків не допускається.

В процесі функціонування акціонерні товариства мають право збільшувати або зменшувати свій статутний капітал. Збільшення капіталу здійснюється за рішенням учасників і погоджується протоколом. Основними причинами збільшення статутного капіталу є підвищення кредитоспроможності (необхідна умова отримання кредитів і залучення акцій), мобілізація фінансових ресурсів, акумуляція фінансового капіталу, рішення ринкової ціни акцій (цей чинник не властивий вітчизняному ринку цінних паперів), збільшення бази для нарахування дивідендів (найбільш вагома причина для акціонерів).

У світовій практиці розрізняють декілька способів збільшення статутного капіталу, а саме:

– збільшення кількості акцій за існуючою номінальною вартістю: за рахунок додаткових внесків акціонерів (дає змогу здійснити перерозподіл корпоративних прав); за рахунок реінвестиції дивідендів (зміни пропорцій між учасниками не відбувається); за рахунок індексації основних фондів (зміни пропорцій між учасниками не відбувається);

– збільшення номінальної вартості акцій: за рахунок індексації основних фондів; за рахунок реінвестиції дивідендів;

– обмін облігацій на акції.

Кожний метод збільшення має відповідне оформлення і правове регулювання.

Зменшення статутного капіталу має такі особливості [5]:

1) статутний капітал акціонерного товариства зменшується в порядку, встановленому Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку, шляхом зменшення номінальної вартості акцій або шляхом анулювання раніше викуплених товариством акцій та зменшення їх загальної кількості, якщо це передбачено статутом товариства;

2) після прийняття рішення про зменшення статутного капіталу акціонерного товариства виконавчий орган протягом 30 днів має письмово повідомити кожного кредитора, вимоги якого до акціонерного товариства не забезпечені заставою, гарантією чи порукою, про таке рішення;

3) зменшення акціонерним товариством статутного капіталу нижче встановленого законом розміру має наслідком ліквідацію товариства.

Важливим чинником, який впливає на формування величини власного капіталу, є чистий прибуток (збиток) підприємства. Чистий прибуток може бути направлений на виплати власникам, у статутний або пайовий капітал, – у резервний капітал. Виплати дивідендів зменшують власний капітал підприємства. Збільшення статутного (пайового) та резервного капіталу за рахунок нерозподіленого прибутку спричиняють лише внутрішній перерозподіл сум власного капіталу підприємства. Нерозподілений збиток підприємства зменшує розмір його власного капіталу. Відповідно до п. 14 П(С)БО 5 «Звіт про власний капітал» власний капітал підприємства може зменшуватися в результаті виходу учасника, викупу або анулювання викуплених акцій акціонерним товариством, зменшення номінальної вартості акцій [6].

На сучасному етапі розвитку економіки фінансова система забезпечує доступ акціонерних товариств не лише до національних, але й до міжнародних джерел залучення капіталу. Основні глобалізаційні тенденції руху та еволюції фінансових ресурсів в сучасній фінансовій системі обумовлюють появу нових фінансових методів і прийомів забезпечення економічних зв'язків, адже останнім часом сформувався світовий фінансовий ринок як єдиний глобальний фінансовий простір, котрий є середовищем і механізмом міжнародного руху капіталу.

**Висновки.** Розглядаючи капітал як складову частину фінансових ресурсів, тобто сукупність грошових ресурсів, які підприємство змогло залучити й утримати у своєму обороті на певну дату, зокрема на кінець року, можна правильно в подальшому оцінити наслідки його формування, розміщення та використання на підприємстві і застосувати для ефективного управління діяльністю цього підприємства. Певний вплив на формування розміру власного капіталу можуть мати зміни в обліковій політиці підприємства та виправлення помилок, допущених при складанні фінансової звітності за минулі роки, які впливають на величину нерозподіленого прибутку (непокритого збитку).

Таким чином, процес формування власного капіталу характеризується рядом особливостей як з фінансового, так і з правового погляду, що впливає на управлінський аспект фінансових рішень на підприємстві. А проблеми фінансового менеджменту щодо впливу неоплаченого та вилученого капіталу потребують подальшої розробки як у теорії, так і в практиці.

### Література

1. Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене наказом МФУ від 31.03.1999 р. № 87 // Все про бухгалтерський облік. – 2003. – № 14 (802).
2. Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Баланс», затверджене наказом МФУ від 31.03.1999 р. № 87 // Все про бухгалтерський облік. – 2003. – № 14 (802).
3. Семенов Г. А. Оптимізація структури капіталу підприємства / Г. А. Семенов, А. В. Пелешко // Держава та регіони. – 2010. – № 4. – С. 164–169.
4. Безбородова Т. В. Удосконалення механізму управління фінансовими ресурсами підприємств / Т. В. Безбородова // Держава та регіони. – 2006. – № 5. – С. 21–23.
5. Про акціонерні товариства : закон України від 17 вересня 2008 року № 514–VI // Відомості Верховної Ради України. – 2008. – № 50–51. – С. 384.
6. Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 5 «Звіт про власний капітал», затверджене наказом МФУ від 31.03.1999 р. № 87 // Все про бухгалтерський облік. – 2003. – № 14 (802).

Надійшла 12.08.2011

## УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 338.2

С. Д. ЛУЧИК, В. Є. ЛУЧИК

Подільський державний аграрно-технічний університет

### ДО ПИТАННЯ КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

*У статті розглянуто концептуальні підходи до вироблення нової економічної політики на рівні регіонів країни. Виділено зростання ролі стратегічного планування як інструменту формування нової державної регіональної політики. Акцентовано увагу на необхідності узгодження стратегії розвитку регіонів між органами виконавчої влади, комерційними структурами і різними громадськими організаціями для підвищення ефективності їх спільної діяльності у різних сферах соціально-економічного розвитку.*

*In the article the conceptual going is considered near making of new economic policy at the level of regions of country. Growth of role of the strategic planning is selected as an instrument of forming of new public regional policy. Attention is accented on the necessity of concordance of strategy of development of regions between the organs of executive power, business corporations and different public organizations for the increase of efficiency of their joint activity in the different spheres of socio-economic development.*

*Ключові слова: концепція, державна регіональна політика, пріоритети, стратегічні альтернативи, стратегія розвитку регіонів.*

**Вступ.** Соціально-економічний стан регіонів визначається як об'єктивними (макроекономічні умови, положення регіону в суспільному поділі праці, галузева структура, географічне положення, природні ресурси), так і суб'єктивними факторами, насамперед, методами регіонального управління. Управління розвитком регіону може здійснюватись за допомогою конкретних заходів, за допомогою яких місцева адміністрація стимулює розвиток економіки регіону, створює нові робочі місця, збільшує податкову базу, розширює можливості для тих видів економічної активності, в яких зацікавлено місцеве товариство. В складних умовах виходу з економічної кризи відносну перевагу, безперечно, мають ті регіони, які використовують прогресивні, адекватні методи і інструменти управління своїм розвитком.

**Мета дослідження.** Запропонувати новий концептуальний підхід до вироблення напрямів економічної політики на рівні регіонів.

**Аналіз літературних джерел з даної тематики.** Проблемам розвитку державної регіональної політики присвятили свої наукові праці багато вчених-економістів: М. Ленд'єл, В. Панова, А. Кокошин, С. Расвський, Г. Фетисов, Я. Жаліло, В. Василенко, В. Медвідь, Т. Савельєва та ін. Але, незважаючи на значний обсяг публікацій і досліджень з даної теми, в сучасних умовах гострою є потреба в удосконаленні концептуальних основ розвитку державної регіональної з метою визначення пріоритетів стратегічних шляхів розвитку нашої держави та її регіонів.

**Постановка завдання.** Метою статті є удосконалення діючої концепції державної регіональної політики з метою її спрямування на формування якісно нової структури економіки, яка б забезпечувала ефективні методи мобілізації загальнодержавної інвестиційної політики для досягнення структурно-технологічної збалансованості виробництва, що допоможе подолати диспропорції у розвитку міжгалузевих і міжрегіональних господарських комплексів та окремих галузей економіки країни.

**Результати.** Ідея саморозвитку регіонів висунута сучасною теорією регіонального розвитку або "нового регіоналізму". М. Ленд'єл підкреслює, що головною тезою цієї теорії є те, що замість визнання домінуючої ролі центрального уряду у реформах в регіонах або розв'язання проблем дисбалансу в розвитку територій за рахунок використання суто ринкових механізмів, вона пропонує для здійснення відповідних реформ передати основні можливості їх реалізації регіональним та місцевим органам влади [1, с.67]. Якщо до 90-х років ХХ ст. головною задачею регіональної політики у країнах Європи було створення умов для переміщення капіталу з менш розвинених територій на депресивні, то в останні роки більшу значимість набуває задача розкриття внутрішнього потенціалу регіону [1, с.86].

Тенденція регіонального розвитку знайшла своє відображення і в сучасній російській політичній регіоналістиці. Виходячи з вищеописаних постулатів «нового регіоналізму» Центр регіональної політики Російської академії наук визначив регіональну політику як нове суспільне явище, яке зароджується і розвивається в результаті економічних і політичних реформ, насамперед, на регіональному рівні, у формі самосвідомості регіональної спільноти, яка має можливість створювати власні органи влади та управління і керуватись у своєму соціально-економічному розвитку інтересами регіону (в поєднанні із задачами суспільного і державного розвитку).

Об'єднана Європа, безперечно, демонструє успішний приклад правильного розуміння регіонального розвитку та проведення грамотної регіональної політики, що створене в середині ХХ століття регіональне об'єднання країн із спільною зацікавленістю в кращих умовах виробництва та економічному

зростанні на основі природно-ресурсного потенціалу регіону не тільки не втратило потужності в умовах загальноєвропейських трансформацій, а й набуло цілковито нової форми та якості в рамках ЄС. На думку В. Панової, Євросоюзові регіоналізм із «політичного страховиська», яким він видається національним урядам багатьох країн, вдалося перетворити на сприятливий чинник власного місцевого поступу [2].

Основними інструментами розробки і реалізації регіональної політики в Україні на сучасному етапі є:

регіональні аспекти концепції соціально-економічного розвитку країни на довгострокову перспективу; регіональні розділи середньострокових програм (прогнозів) соціально-економічного розвитку; державний бюджет, який розробляється на один рік.

Наявність обґрунтованої концепції функціонування і розвитку є необхідною умовою прийняття об'єктивних рішень з управління різними економічними системами.

Під концепцією (від латинського *conceptio* – «розуміння») визначають ідею будь-якої теорії, систему поглядів на певне явище, а також спосіб їх розуміння, тлумачення та сприйняття. Концепція має бути розроблена для виконання двох важливих завдань: по-перше, формування цілісної системи економічного прогнозування та планування в Україні, по-друге, – соціально-економічного розвитку на довго-, середньо- та короткостроковий період, що формується перед початком роботи над планом або прогнозом.

Розроблення і затвердження законодавчим шляхом цілісної концепції регіональної політики, підготовленої відповідно до рекомендацій Ради Європи та Європейської Комісії, є загальною тенденцією для більшості європейських держав. Ефективна реалізація таких концепцій сприяла інтеграції держав Центральної Європи до Європейського Союзу.

Державна регіональна політика України впливає з Конституції України і спирається на нормативно-правові документи Європейських інституцій, зокрема:

Європейську хартію місцевого самоврядування;

Європейську конвенцію про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями, а також додаткові протоколи до неї;

керівні принципи сталого просторового розвитку Європейського континенту;

«Нову політику добросусідства»;

спільне рішення Європейського Парламенту та Європейської Ради № 1082/2006 від 5 липня 2006 року «Про Європейські групування з метою територіальної кооперації» та інші документи Ради Європи та Європейської Комісії.

Впровадження нових підходів до реалізації державної регіональної політики має забезпечити виконання Україною своїх зобов'язань перед Радою Європи у галузі розвитку регіональної та місцевої демократії, виконання Резолюції 123 (2001) та Рекомендації 102 (2001) Конгресу місцевих та регіональних влад Ради Європи щодо України.

Нова державна регіональна політика України передбачає розвиток прикордонного, транскордонного та міжрегіонального співробітництва, активну участь України у виконанні міжнародних проектів та програм як важливих інноваційних форм міжнародного співробітництва, що сприятиме більш ефективному вирішенню питань соціально-економічного розвитку регіонів, дозволить значно розширити представництво регіонів України в Європейському економічному та політичному просторах.

Однак в умовах нестійкості, протиріч, безсистемності макроекономічних перетворень особливого значення набуває оптимально обраний концептуальний підхід до вироблення напрямів економічної політики на рівні регіонів. Концепція повинна враховувати правила, які диктують державні органи, визначати основні напрями перетворень у рамках країни у світлі Законів, Указів Президента України, постанов Уряду країни та інших нормативних документів, однак її основу потрібно будувати на використанні внутрішнього потенціалу як найбільш стабільного фактора, мобілізація якого в основному підпорядковується місцевій владі.

Структура Концепції обов'язково повинна визначати цілі, завдання щодо їх досягнення, механізм виконання і обсяги реального фінансування. Важливо, щоб концепція передбачала розвиток усього спектру господарського і соціального комплексу регіону і засновувалась виключно на матеріальних, фізичних можливостях суб'єктів господарювання територій. Ті ресурси, що надходять з позатериторіальних джерел, вважаються додатковим фактором, який сприятиме територіальному розвитку. Особливого значення вироблення концепції набуває при обґрунтуванні стратегії розвитку економіки на регіональному рівні, для чого здійснюється вибір пріоритетів територіального розвитку.

Російський академік А.А. Кокошин стверджує, що «будь-яка стратегія – це вибір пріоритетів певного напрямку і послідовності дій. На мові військових – це ешелонування дій у часі та просторі [3, с.22]. Сьогодні стратегія розглядається не лише як інструмент обґрунтування, вироблення та реалізації довгострокових цілей і завдань виробничого, науково-технічного, економічного, організаційного й соціального характеру, не лише як чинник, що регулює діяльність об'єкта доти, доки визначені цілі й завдання не будуть виконані. Вибір тієї чи іншої стратегії визначається зовнішніми умовами, у той час як її реалізація залежить від внутрішньої організації та виконання кожного виду діяльності.

Без стратегічного підходу дії центральних та (або) регіональних органів влади ризикують стати частковими й неузгодженими, а у кінцевому підсумку – великою мірою безрезультатними. Крім того, на територіях та у регіонах, що потерпають від різкого економічного спаду, ресурси, скоріш за все, будуть дефіцитними. Усі наявні ресурси – людські, фінансові та інфраструктурні – треба використовувати з максимальним ефектом. Дії без стратегії часто призводять лише до марнування та неналежного використання цих ресурсів.

Таким чином, метою створення концепції розвитку є створення механізмів управління, які повинно гнучко реагувати на можливі зміни ситуації у суспільстві, тобто стратегія повинна адаптувати розвиток до зовнішніх змін. Внутрішні процеси повинні орієнтуватись на цілі концепції, а не на розв'язання поточних задач. Для реалізації концепції визначаються етапи розвитку і завдання для створення необхідних передумов для подальшого розвитку.

Російський вчений С.В. Раєвський вважає, що розробка і реалізація концепції регіонального розвитку ґрунтується на таких аспектах:

оцінці досягнутого рівня і особливостей соціально-економічного розвитку регіону, аналізуючи при цьому ресурсну базу цього розвитку;

розробці сценаріїв структурної перебудови регіонального господарства, а також стратегії адаптації до нової системи міжрегіональних зв'язків і взаємозалежності;

виборі і обґрунтуванні напрямів перспективного розвитку регіону, що залежать від розроблених сценаріїв, які враховують спеціалізацію регіонального виробництва [4].

У цілому розробка концепції передбачає вивчення стратегічних альтернатив розвитку регіону на певну перспективу. В загальному вигляді стратегічні альтернативи розвитку регіону можна визначити як:

стратегія зростання, яка здійснюється шляхом значного щорічного перевищення рівня короткострокових і довгострокових цільових параметрів над рівнем показників попереднього року (застосовується, як правило, у динамічно розвинених регіонах, які мають значний потенціал);

стратегія обмеженого зростання, для якої характерно встановлення цілей від досягнутого рівня, скорегованого з врахуванням інфляції (цю стратегію обирають в основному регіони зі стабільною економічною ситуацією, які не бажають ризикувати у виборі варіантів розвитку);

стратегія скорочення (цю альтернативу вибирають у випадку неминучої стагнації виробництва у регіоні з метою пом'якшення негативних наслідків і називають стратегією останнього засобу, оскільки рівень поставлених цілей нижчий досягнутого у минулому. У цій стратегії можуть бути декілька варіантів: санація або повна ліквідація неефективних виробництв, відсікання зайвого, тобто згорання тих виробництв, економічна неефективність яких зумовлює падіння результатів в регіоні у цілому; скорочення і переорієнтація: ліквідація частини виробництв зі спрямуванням вивільнених коштів у перепрофільовані і модернізовані підприємства регіону [5, с.268].

Методи стратегічного аналізу в Україні використовуються фахівцями, які спеціалізуються у певній конкретній галузі економічних знань. Тому різні стратегії формують різні фахівці, наприклад, монетарну – фахівці Національного банку, фінансову – Податкової адміністрації, бюджетну – Міністерства фінансів тощо. На думку, Я.А. Жаліло, це призводить до дезінтеграції стратегії як цілісної системи, втрати з поля зору системної ролі окремих завдань економічної стратегії, а відтак – відходу від засад системного підходу. Відповідно, навіть досягаючи успіхів в окремих економічних сферах, розроблена на підґрунті подібного аналізу стратегія не вирізняється ефективністю... Відсутність цілісної стратегічної теорії веде до непевності суспільного розвитку, втрачається найголовніше – єдина система стратегічних напрямів, яка забезпечує ефективну гнучкість економічної політики держави [6, с. 20].

Стратегія регіонального розвитку держави, визначаючи основні цілі і завдання розвитку країни на конкретний період, є одночасно основою для розробки у своєму складі збалансованих між собою стратегій економічного розвитку регіонів. Стратегія економічного розвитку регіонів являє собою систему заходів, спрямованих на реалізацію довгострокових завдань соціально-економічного розвитку держави з урахуванням раціонального вкладу регіонів у їх розв'язання, що визначається реальними передумовами і обмеженнями їх розвитку. Вона враховує проблеми території, її ресурси і надає структуру, координацію та зміст системі заходів, спрямованих на її соціально-економічний розвиток. Вибрана стратегія може змінюватись в залежності від соціально-економічної і політичної орієнтації держави на конкретному етапі розвитку, а також зовнішньоекономічної ситуації.

Отже, концепція регіону являє собою цілеспрямований комплексний документ, що охоплює систему найважливішої політики розвитку регіону у стратегічній перспективі на основі необхідної і достатньої економічної самостійності. Концепція соціально-економічного розвитку включає загальне уявлення про стратегічні цілі та пріоритети, економічну політику держави та її найважливіші напрями, засоби реалізації визначених цілей. У ній дається визначення політики держави щодо найважливіших економічних процесів, які, імовірно, відбудуться в країні в майбутньому, і формується ставлення до них держави в особі законодавчої та виконавчої влади. Вона розробляється профільним міністерством, розглядається і затверджується Кабінетом Міністрів України, однак виникає запитання - якщо Державну

стратегію регіонального розвитку ухвалює уряд, то чому місцеві стратегії мають прийматися обласними радами?

У парламентсько-президентській республіці уряд формується Верховною Радою, а отже, підзвітний і підконтрольний їй. Відповідно, Державна стратегія регіонального розвитку не має затверджуватися підзаконним актом, а повинна мати силу закону, так само як і Стратегія національної безпеки, оскільки регіональні диспропорції – це загроза національній безпеці, а підвищення конкурентоспроможності регіонів може стати одним із шляхів усунення цієї загрози та основою для консолідації країни. Відповідно, і Кабінет міністрів, місцеві державні органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування мають підходити до її виконання як до виконання закону.

Певні позитивні зрушення з боку уряду вже помітні. Так, у жовтні 2006 р. було затверджено Концепцію вдосконалення системи прогнозних і програмних документів з питань соціально-економічного розвитку України, відповідно до якої Державна стратегія регіонального розвитку і стратегії регіонального розвитку територій віднесені до довгострокових прогнозних і програмних документів. Крім того, уряд передбачає ухвалити низку законів, зокрема Закон «Про державне прогнозування і розробку програм економічного і соціального розвитку України», «Про державні цільові програми», «Про Національний банк України». Очевидно, що на додаток до цих документів мають бути ухвалені і зміни до Закону «Про стимулювання розвитку регіонів». Таким чином, законодавча база, яка стосується регіонального розвитку, має бути цілісною та органічно пов'язаною із законодавчою базою, яка регулює питання національної безпеки.

Не можна не звернути увагу на те, що пріоритетами регіонального розвитку визнається підтримка депресивних і проблемних регіонів, а стратегія розвитку більш-менш благополучних регіонів залишається прерогативою самих регіонів. Однак практика орієнтації регіональної політики на «вирівнювання» рівнів розвитку регіонів конфліктна і, навіть, загрозна. Сильні регіони починають претендувати на особливе положення в державі, відмовляючись при цьому субсидіювати менш розвинені і проблемні.

Також заявлений в Концепції державний підхід до розвитку регіонів лише з позиції керівництва і управління не може бути ефективним. Державна стратегія регіонального розвитку повинна носити цілісний характер, реально враховувати позиції всіх учасників регіонального розвитку. При збереженні за державою адміністративної функції організація регіонального розвитку повинна реалізовуватись шляхом ефективної співпраці органів державної влади та всіх активних центрів влади у суспільстві.

У Державній стратегії регіонального розвитку чітко зазначено, що "... державна регіональна політика повинна бути спрямована на створення умов для підвищення конкурентоспроможності регіонів як основи їх динамічного розвитку та усунення значних міжрегіональних диспропорцій в їхніх продуктивності, рівні зайнятості та рівні життя" [7]. Як бачимо у меті державної регіональної політики використовується поняття "конкурентоспроможність регіону". У Концепції державної регіональної політики (2009р.) при формулюванні мети державної регіональної політики вже використаний термін "конкурентоздатність регіонів", зокрема, "метою державної регіональної політики є забезпечення високого рівня якості життя людини незалежно від місця її проживання, через ... підвищення конкурентоздатності регіонів та територіальних громад" [8].

Державна політика повинна формуватись саме на рівні регіону з можливістю приймати самостійні економічні рішення, розробляти плани розвитку соціальної сфери. Щоб координувати вертикальні чинники регіонального розвитку, які охоплюють сукупність економічних і соціальних видів діяльності, зайнятості і освіти, технології та інновації, охорону та розвиток навколишнього середовища, з горизонтальними, що враховують диспропорції розвитку та відносини між полюсами зростання й периферійними та сільськими районами, потрібно розподіляти відповідальність за розвиток між всіма рівнями влади.

Як слушно зазначають В.М. Василенко, В.Ю.Медвідь, Т.М. Савельєва, механізм реалізації державної підтримки економічного розвитку регіонів повинен забезпечувати як справедливе досягнення необхідного рівня добробуту населення у межах окремого регіону, так і ефективне використання економічного потенціалу кожного регіону з метою забезпечення необхідного рівня загальнонаціональної безпеки [9, с.10].

Закон про основи державної регіональної політики, проект якого поданий до Верховної Ради Міністерством регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України 7 грудня 2010 р., повинен уточнити обов'язки та функції урядових структур, а також сприяти розвитку механізмів координації всіх факторів, пов'язаних із регіональним розвитком. Приймати його потрібно одночасно з проведенням реформ місцевого самоврядування та децентралізації управління. Місцеве самоврядування повинно формуватись за принципом «знизу-догори», об'єднуючи місцеві громади у регіони, делегуючи регіональній владі повноваження на здійснення політичних функцій з представництва в центральних органах, яка зорієнтована на знання та інновації, домінує сьогодні не тільки у науковій, але також й у практичній сфері у дедалі зростаючому числі країн.

Тому Концепція державної регіональної політики повинна цілеспрямовуватись на формування якісно нової структури економіки, яка б забезпечувала ефективні методи мобілізації загальнодержавної інвестиційної політики. Це забезпечило б структурно-технологічну збалансованість виробництва, що



допоможе подолати диспропорції у розвитку міжгалузевих і міжрегіональних господарських комплексів та окремих галузей.

**Висновки.** Таким чином, при розробці концепції потрібно враховувати, що стратегічне планування соціально-економічного розвитку регіону не є методом, спрямованим на задоволення разових поточних кон'юктур. Стратегічне планування повинно стати системним процесом, який ініціюється і підтримується, насамперед, місцевою політичною владою і економічними товариствами. Стратегічне планування сьогодні виступає як функція стратегічного проектного менеджменту і стає одним з головних інструментів державного управління. Також стратегія розвитку регіону не повинна бути адміністративним регламентом, директивою, яка доводиться зверху. Вона повинна узгоджуватись між органами виконавчої влади, комерційними структурами і різними громадськими організаціями та являти собою багатовекторну домовленість на здійснення конкретних заходів щодо підвищення ефективності спільної діяльності у різних сферах соціально-економічного розвитку регіону. Зазначені у стратегії цілі і завдання повинні бути стратегічно важливими у більшій степені для населення регіону, ніж для органів влади.

### Література

1. Лендвел М. Інституційний механізм реалізації регіональної політики в країнах Центрально-Східної Європи // Регіональна політика в країнах Європи. Уроки для України. – К., 2000. – С. 62–98.
2. Панова В. Парадигма "нового регіоналізму" в Європейському Союзі [Електронний ресурс]/ В. Панова. – Режим доступу : <http://www.viche.info/journal/1022/>.
3. Кокошин А.А. О стратегическом планировании в политике / Кокошин А.А. – М. : КомКнига, 2007. – 224 с.
4. Раевский С.В. Концептуальные основы управления процессом стабилизации и развития экономики крупного региона / Раевский С.В. – М. : СОПС, 2004. – 112 с.
5. Фетисов Г.Г. Региональная экономика и управление : [учебник] / Г.Г. Фетисов, В.П. Орешин. – М. : Инфра-М., 2007. – 416 с.
6. Жаліло Я. А. Теорія та практика формування ефективної економічної стратегії держави : [монографія] / Я.А. Жаліло. – К. : НІСД, 2009. – 336 с.
7. Державна Стратегія регіонального розвитку на період до 2015 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1001-2006-%EF>.
8. Концепція державної регіональної політики. Проект від 04.02.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : – [http://ebentabe.ucoz.ua/news/konceptija\\_derzhavnoji\\_regionalnoji\\_politiki/2010-02-04-66](http://ebentabe.ucoz.ua/news/konceptija_derzhavnoji_regionalnoji_politiki/2010-02-04-66).
9. Василенко В.Н. Экономическое развитие регионов: сходство и различие : [монография] / В.Н. Василенко, В.Ю. Медведь, Т.М. Савельева ; науч. ред. В.Н. Василенко ; НАН Украины. Ин-т экономико-правовых исследований. – Донецк : Юго-Восток, 2010. – 219 с.

Надійшла 10.08.2011

УДК [005.585:005.591.4]:339.17

О. С. КРАВЧЕНКО, О. В. ГРИГОРАШ

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

## ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНА МОДЕЛЬ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*У статті запропоновано організаційно-методичну модель оцінки економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області, яка дозволяє враховувати не тільки внутрішні можливості підприємства, а й ринкову ситуацію, надає можливість виділяти головну проблему та системно встановлювати кількісні та якісні зв'язки між окремими елементами потенціалу.*

*The article presents organizational and methodological model for evaluating the economic potential of trade enterprises of Donetsk region, which takes into account not only domestic enterprise capabilities but also the market situation allows you to select the main problem and systematically set quantitative and qualitative relationships between various elements of potential.*

*Ключові слова: економічний потенціал, організаційно-економічна модель, квадрат потенціалу, діаграма Іскави, діаграма Парето, ABC-аналіз.*

**Актуальність теми.** Глобалізація економіки, сучасний темп економічних змін та процесів змушують господарюючих суб'єктів приділяти максимальну увагу рівню своєї конкурентоспроможності, бути максимально гнучкими та реагувати на зміни умов їх функціонування, концентруватися на досягненні максимального рівня конкурентних переваг на будь-якому ринку збуту своєї продукції. Однак, далеко не всі вітчизняні підприємства придатні до ведення ефективної конкурентної боротьби. Навіть наявність конкурентоспроможної продукції не дозволяє багатьом з них реалізувати ці переваги внаслідок відсутності практики використання всього комплексу заходів.

Метою дослідження є розробка організаційно-методичної моделі оцінки економічного потенціалу торговельних підприємств.

**Аналіз літературних джерел.** Дослідженню широкого кола питань оцінки управління економічним потенціалом підприємства на теоретичному та методологічному рівнях останнім часом приділяється значна увага в працях багатьох науковців, серед яких О.В. Ареф'єва, О.І. Шуманська, О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, Н.С. Краснокутська, В.Н. Гавва, Р.В. Марушков, І.П. Отенко, Є.В. Лапін, О.І. Олексюк, П. Друкер та ін. [1, 2, 4, 5].

**Постановка завдання.** Вивчення сучасної економічної літератури показало, що одночасно з багатою кількістю наукових розробок по даному напрямку дослідження, проблема оцінки ефективності управління економічним потенціалом підприємства не дістала належного розв'язання і, залишаючись недостатньо дослідженою та методично забезпеченою, а також потребує подальшого розвитку як в науково-теоретичному, так і в організаційно-практичних аспектах.

**Виклад основного матеріалу.** Існує велика кількість підходів щодо оцінки потенціалу підприємства. Проведений аналіз економічної літератури [1–5, с. 225–226] дозволив визначити основні існуючі підходи щодо оцінки потенціалу підприємства, обґрунтувати їх переваги та недоліки (табл. 1).

Таблиця 1

Підходи щодо оцінки потенціалу підприємства

Підхід	Методи оцінки	Переваги методів	Недоліки методів
Витратний	Балансовий метод	Аналіз варіантів найліпшого та найефективнішого використання земельної ділянки.	Використання «колишньої» господарської інформації потребує їх приведення до одного часового періоду, механізм розрахунків у цьому аспекті не можна назвати досконалим Ігнорування перспектив розвитку підприємства та ринкового середовища Повністю випадають із кола досліджень індивідуальні можливості ефективного використання об'єкта
	Метод регулювання балансу	Техніко-економічний аналіз можливостей нового будівництва та різного роду поліпшень.	
	Метод ліквідаційної вартості	Остаточне збалансування величини ринкової вартості підприємства з його можливостями за кожним зі структурних елементів.	
	Метод вартості заміщення	Оцінка об'єктів загальнодержавного чи унікального характеру.	
	Метод чистих активів	Оцінка потенціалу за умов малоактивного та нерозвинутого ринку капіталу, нерухомості землі тощо.	
Результатний	Метод прямої капіталізації доходів	Урахування перспектив діяльності та розвитку підприємства як цілісного земельно-майнового та соціально-організаційного комплексу, виходячи з колишнього досвіду, досягнутих результатів та сформованих ринкових умов Можливість урахування специфіки ринкових умов для певного об'єкта за допомогою правильного визначення рівня дисконту чи коефіцієнта капіталізації	В аналітичних розрахунках використовується прогнозна, а не фактична господарська інформація Аналітичні процедури формування ставок дисконтування та капіталізації мають надто суб'єктивний характер Неможливість досягнення абсолютно точних результатів через тривалість періоду оцінки та нестабільність реальних процесів припливу та відпливу капіталу
	Метод дисконтування грошового потоку		
	Метод економічного прибутку		
	Метод додаткових доходів		
Порівняльний	Метод мультиплікаторів	Орієнтація на поточні фактичні ціни та ринкові умови діяльності дає змогу уникнути розбіжності між розрахунковою величиною вартості та її ринковим еквівалентом Достовірна фактична інформація підвищує точність аналітичних розрахунків та відображення специфіки об'єкта оцінки, урахувавши фактично досягнуті фінансово-економічні результати Дає змогу врахувати не тільки внутрішні особливості об'єкта, а й ринкову ситуацію у цілому (співвідношення попиту та пропонування, ціни на супутні об'єкти тощо)	Потребує існування розвинутого, цивілізованого та прозорого ринку об'єктів оцінки Неможливість оцінки унікальних чи специфічних об'єктів за браком аналогів для порівняння Ігнорування перспектив розвитку підприємств у майбутньому Значні витрати часу та ресурсів на збирання та опрацювання великого масиву інформації як про об'єкт оцінки, так і його аналогів Необхідність використання складних розрахункових процедур для встановлення адекватних поправок проти аналога, що не завжди можливо (недостатній рівень аналітика)
	Метод галузевих співвідношень		
	Метод аналогових продаж чи ринку капіталу		

Наведена у табл. 1 класифікація найпоширеніших базових методів оцінки підприємства має багато модифікацій. Вибір того, чи іншого методу оцінки залежить від низки факторів: об'єкту оцінки, специфіки його діяльності, умов його функціонування, цілі аналізу, інформаційної бази у визначений проміжок часу. Слід зазначити, що наведені методи оцінки економічного потенціалу підприємства не дозволяють враховувати причинно-наслідкові зв'язки між факторами, що впливають на формування економічного потенціалу. До сучасного моменту не існує єдиної думки щодо визначення системи показників оцінки економічного потенціалу.

Сучасна економічна ситуація в Україні вимагає використання відносно нового підходу оцінки ефективності управління економічним потенціалом підприємств. Так, в якості авторського підходу до оцінки економічного потенціалу підприємства запропонований методичний інструментарій, який ґрунтується на сучасних методах оцінки економічного потенціалу, дозволяє враховувати не тільки внутрішні можливості підприємства, а й ринкову ситуацію, надає можливість виділяти головну проблему та системно встановлювати кількісні та якісні зв'язки між окремими елементами потенціалу.

Організаційна модель оцінки економічного потенціалу підприємства за запропонованою методикою, наведена на рисунку 1.

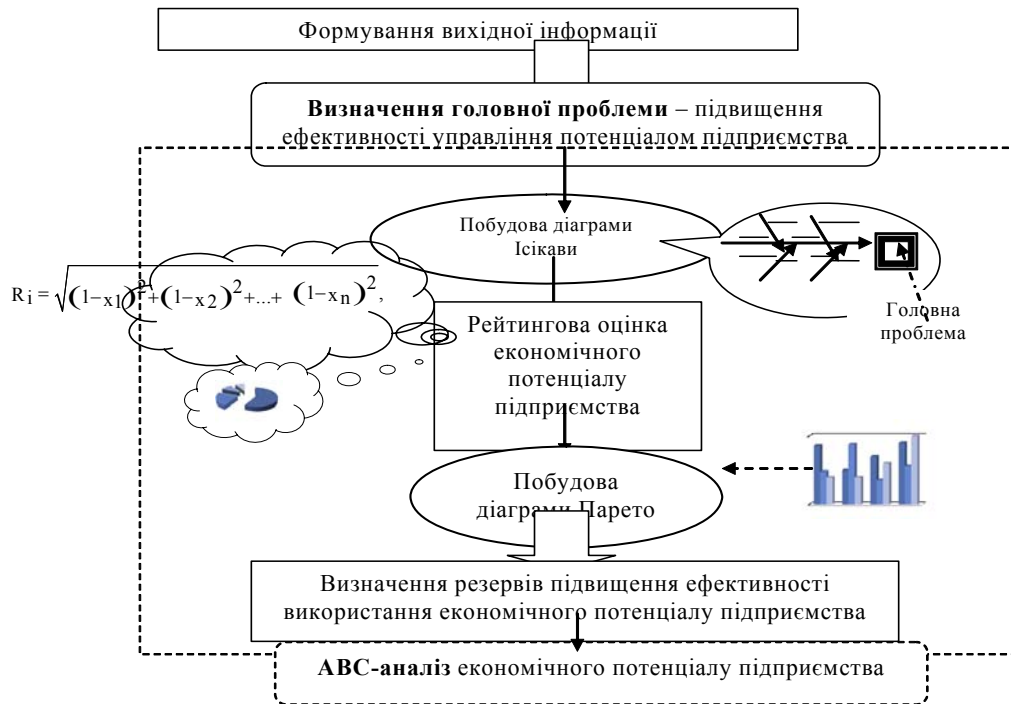


Рис.1. Організаційна модель оцінки економічного потенціалу підприємства

Для практичної апробації запропоновано методичний інструментарій та здійснено обґрунтування кожного етапу оцінки економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області.

Етап 1. Побудова діаграми Ісікави.

Діаграма Ісікави — графічний спосіб дослідження та визначення найбільш суттєвих причинно-наслідкових взаємозв'язків між чинниками (факторами) та наслідками у досліджуваній ситуації чи проблемі. Така діаграма надає можливість виявити ключові взаємозв'язки між різними факторами та більш достеменно зрозуміти досліджуваний процес. Діаграма сприяє визначенню головних чинників, які спричиняють найбільш значний внесок до проблеми, що розглядається, та попередженню або усуненню їх дії [7].

Діаграма Ісікави використовується як аналітичний інструмент для перегляду дії можливих факторів та виокремлення найбільш важливих причин, дія яких породжує конкретні наслідки та піддається управлінню.

Робота з діаграмою Ісікави проводиться в кілька етапів [8]:

1. Виявлення та збирання всіх факторів та причин, що будь-яким чином впливають на досліджуваний результат.

2. Групування факторів за смисловим та причинно-наслідковими блоками.

3. Ранжирування цих факторів всередині кожного блоку.

4. Аналіз отриманої картини.

5. «Відкидання» факторів, на які ми не можемо впливати.

6. Ігнорування малозначущих і непринципових чинників.

Дослідження політики управління та позиціонування торгових підприємств Донецької області свідчить, що ефективність діяльності підприємств області обумовлена рівнем використання їхнього економічного потенціалу. Це в свою чергу дозволило виділити головну проблему підприємств, яка полягає в підвищенні економічного потенціалу торгових підприємств. Використано діаграму Ісікави (рис 2) для виділення головної проблеми підприємств та деталізуючих чинників, які здійснюють вплив на цю проблему.

Зазначимо, що діаграма Ісікави – це унікальний інструмент, який не тільки дає можливість виділити головну проблему, а й сформулювати систему показників для оцінки економічного потенціалу підприємства.

Етап 2. Рейтингова оцінка економічного потенціалу підприємства.

На даному етапі дієвим інструментом оцінки управління економічним потенціалом підприємства виступає „квадрат потенціалу”. „Квадрат потенціалу” – це метод оцінки стану корпоративного управління, спрямований на визначення слабких місць у всій системі відносин, властивий корпоративному управлінню.

Даний інструмент дозволяє системно встановити кількісні та якісні зв'язки між окремими елементами потенціалу, рівень його розвитку та конкурентоспроможності і на основі цього своєчасно обґрунтувати та реалізувати управлінські рішення щодо підвищення ефективності функціонування підприємства. Він має декілька теоретичних аспектів, які необхідно враховувати при обґрунтуванні управлінських рішень [3;30].

Дослідження стану складових економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області проведено на основі даних Державного комітету статистики України та Донецької області [10,11].

Оцінка економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області за 2007-2009 р. здійснюється на основі використання інструменту «квадрат потенціалу». Для його побудови віділено функціональні блоки, які були віднесені до складу економічного потенціалу, а саме: фінансовий потенціал, торговий потенціал, маркетинговий, кадровий, управлінський та матеріально-технічний потенціали.

Результати проведеної загальної рейтингової оцінки економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Загальна рейтингова позиція економічного потенціалу Донецької області у 2007-2009 рр.

Економічний потенціал Донецької області	2 007 р.	2 008 р.	2 009 р.	Умовно кращий потенціал
Фінансовий потенціал	87,15	92,73	74,74	100,00
Торговий потенціал	88,24	82,77	63,18	100,00
Управлінський потенціал	87,89	92,05	53,48	100,00
Кадровий потенціал	56,09	84,03	73,37	100,00
Маркетинговий потенціал	79,90	83,14	92,70	100,00
Матеріально-технічний потенціал	80,89	86,19	99,41	100,00

Графічна інтерпретація рейтингової позиції економічного потенціалу Донецької області представлена шестикутником економічного потенціалу (рис. 2).

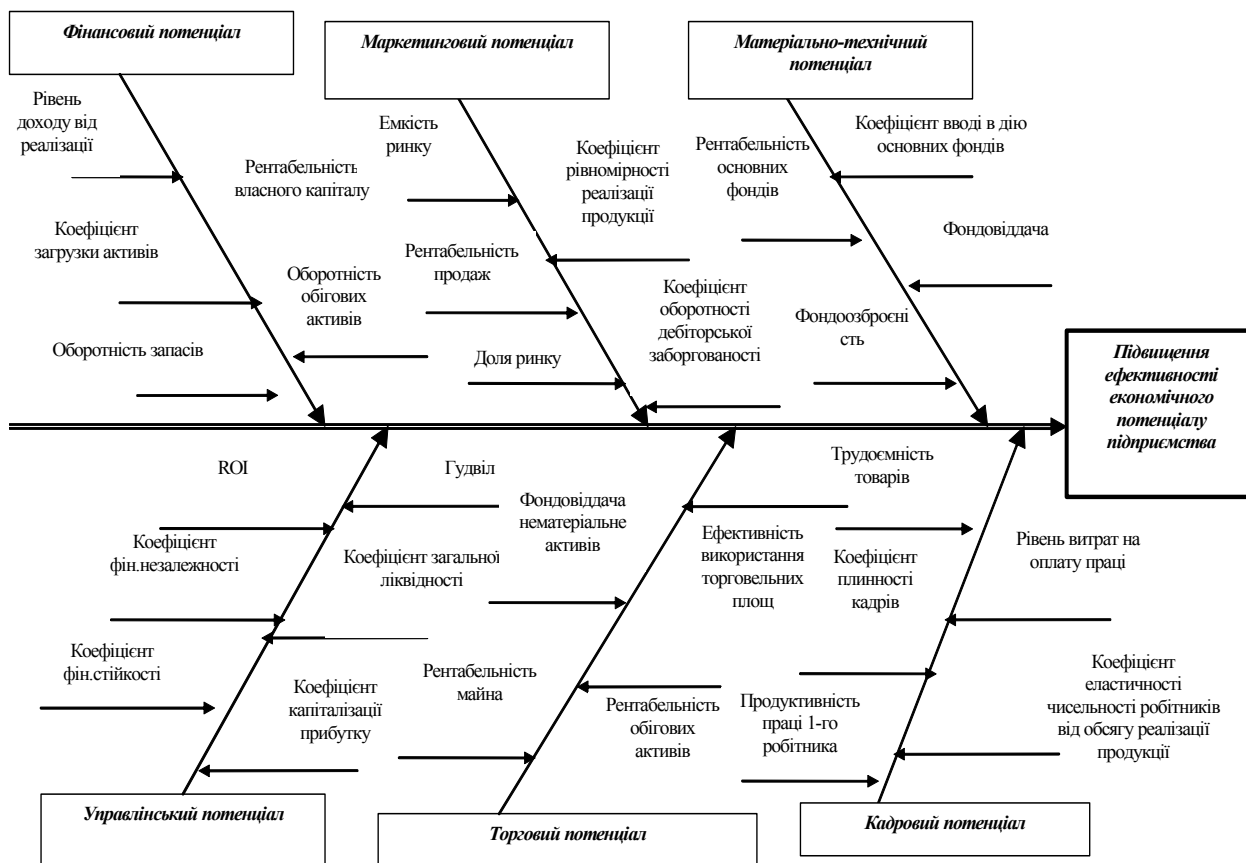


Рис. 2. Діаграма Іскави по підвищенню економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області

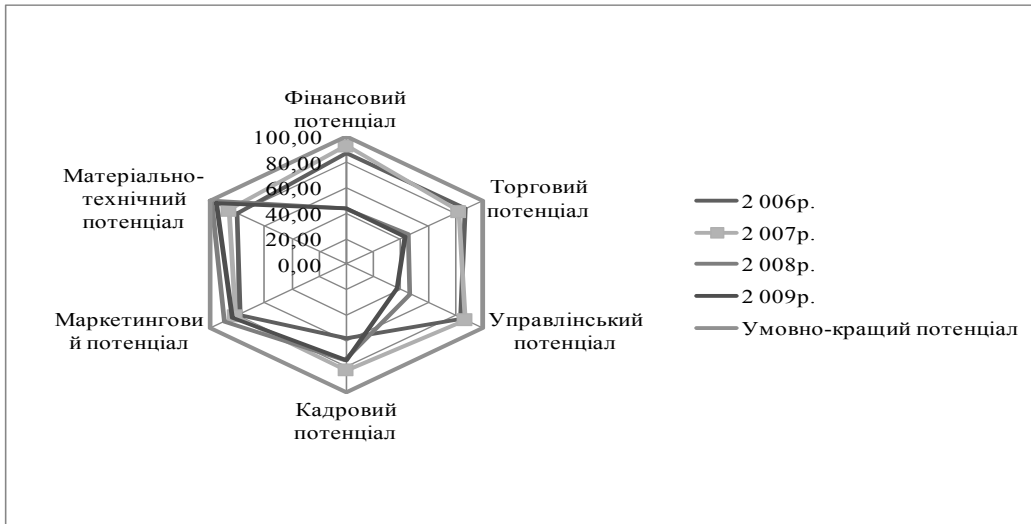


Рис. 2. Економічний потенціал торгових підприємств Донецької області

Аналіз рис. 2 дозволяє зробити висновок про те, що у 2007 р. економічний потенціал торгових підприємств Донецької області по-перше, був найкращим в порівнянні з 2006 та 2008 рр, по-друге, що більш важливе, він був збалансований – економічний потенціал 2007 р має правильну форму шестикутника, а це свідчить про збалансоване управління на підприємствах. Між тим також можна сказати, що економічний потенціал у 2006 р. майже був гармонійним, окрім блоку «кадровий потенціал». Стосовно стану економічного потенціалу в 2008 р. можна сказати, що підприємства покращили ефективність використання свого маркетингового та матеріально-технічного потенціалу, однак, з нашої точки зору, економічний потенціал 2008 р. недооцінений, тобто об'єктивно ми не можемо зробити висновки щодо ефективності використання економічного потенціалу торгових підприємств в силу фінансової кризи 2008 р. в Україні та Донецькій області.

Зазначимо, що перші 2 етапи характеризують поточний стан економічного потенціалу, тобто наведені вище економічні інструменти презентують загальну картину економічного потенціалу, відповідно вони не дають можливість ранжувати фактори за ступенем важливості (пріоритетності).

Етап 3. Побудова діаграми Парето.

У діяльності підприємства постійно виникають різні проблеми: труднощі з оборотом кредитних сум, освоєнням нових правил прийняття замовлень, появою браку; ростом трудомісткості; наявністю на складах нереалізованої продукції; надходження реклаमाцій, кількість яких не зменшується, незважаючи на старання підвищити якість.

Пошуки рішення цих проблем починають із їхньої класифікації по окремих факторах (операціям) з метою з'ясування основних, тобто тих, які зв'язані, наприклад, з найбільшими витратами. Щоб виявити основні фактори будують діаграми Парето і потім роблять їхній аналіз. Діаграма Парето дає змогу виділити «важливу меншість» в порівнянні з «неважливою більшістю». Таким чином, використання діаграми Парето дає змогу сучасним підприємствам виділити 20% факторів, які становлять 80% всього результату діяльності підприємств [9].

На основі даних діаграми Ісікави визначено систему показників, яка характеризує нашу головну проблему та розрахували темпи змін та згідно розробленої шкали оцінювання отриманих результатів динаміки змін факторів (табл. 3) здійснюється розподіл балів між показниками.

Таблиця 3

Шкала бальної оцінки динаміки показника

Шкала стимулятора (С), бали		Шкала дестимулятора (Д), бали	
0	<100	0	>150
1	100-110	1	133-150
2	111-121	2	132-122
3	122-132	3	121-111
4	133-150	4	110-100
5	>150	5	<100

В таблиці 4 наведені дані, що характеризують проблему підвищення ефективності використання економічного потенціалу торгових підприємств.

## Система показників, що характеризує проблему підвищення ефективності економічного потенціалу підприємства

Складові потенціалу	Показники, що характеризують складові ЕПП	од. вим.	2009 р.	2010 р.	Темп змін, %	Показник*	Бал фактора
Фінансовий потенціал	Оборотність запасів	раз	11,06	10,72	96,93	С	0
	Оборотність обігових активів	днів	0,25	0,29	112,07	С	2
	Коефіцієнт загрузки активів	коэф.	3,92	3,50	89,23	С	0
	Рентабельність власного капіталу	%	31,42	28,37	90,30	С	0
	Рівень доходу від реалізації	%	23,01	8,88	38,59	С	0
Торговий потенціал	Рентабельність майна	%	5,75	4,45	77,30	С	0
	Рентабельність обігових активів	%	6,80	0,06	0,82	С	0
	Фондовіддача нематеріальних активів	коэф.	10,50	11,67	111,13	С	2
	Ефективність використання торговельних площ	млн грн./м <sup>2</sup>	22,36	27,93	124,90	С	3
Управлінсь-кий потенціал	Коефіцієнт капіталізації прибутку	коэф.	0,47	0,36	77,30	С	0
	ROI	%	0,34	0,19	55,71	С	0
	Гудвіл	млн грн.	3809,24	438,30	11,51	С	0
	Коефіцієнт фін. незалежності	коэф.	0,18	0,16	85,60	С	0
	Коефіцієнт загальної ліквідності	коэф.	1,15	0,21	18,59	С	0
	Коефіцієнт фінансової стійкості	коэф.	0,25	0,19	74,38	С	0
Кадровий потенціал	Продуктивність праці 1-го рабiтника	млн грн.	0,30	0,42	140,29	С	4
	Коефіцієнт плинності кадрів	коэф.	0,01	0,02	237,13	Д	0
	Трудосмість товарів (робіт, послуг)	чол-годин	3,31	2,36	71,28	Д	0
	Рівень витрат на оплату праці	%	3,10	2,68	86,36	Д	0
	Коефіцієнт еластичності чисельності рабiтників від обсягу реалізації продукції	%	0,53	0,02	2,83	С	0
Маркетинго-вий потенціал	Доля ринку	%	12,10	13,20	109,09	С	1
	Рентабельність продаж	%	26,68	19,63	73,59	С	0
	Коефіцієнт рівномірності реалізації продукції	коэф.	0,95	0,91	95,37	С	0
	Емкість ринку	млн грн.	1 294624,00	2279335,00	176,06	С	5
	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	разів	0,40	0,59	148,76	С	4
Матеріально-технічний потенціал	Фондовіддача	коэф.	2,47	3,44	138,85	С	4
	Рентабельність основних фондів	%	66,02	67,46	102,18	С	1
	Фондоозброєність	коэф.	0,12	0,12	101,20	С	1
	Коефіцієнт ввода в дію основних фондів	коэф.	0,24	0,33	137,50	С	4

\*Ранжирування показників здійснюється відповідно до присвоєних балів.

На наступному етапі кумулятивним підсумком здійснюється розрахунок даних Парето (табл. 5).

## Дані для побудови діаграми Парето

№	Показники, характеризуючі складові ЕПП	Бал фактора	Доля фактора	Дані Парето
24	Емкість ринку	5,00	16,13	16,13
16	Продуктивність праці 1-го рабiтника	4,00	12,90	29,03
25	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	4,00	12,90	41,94
26	Фондовіддача	4,00	12,90	54,84
29	Коефіцієнт ввода в дію основних фондів	4,00	12,90	67,74
9	Ефективність використання торговельних площ	3,00	9,68	77,42
2	Оборотність обігових активів	2,00	6,45	83,87
8	Фондовіддача нематеріальних активів	2,00	6,45	90,32

№	Показники, характеризуючі складові ЕПП	Бал фактора	Доля фактора	Дані Парето
21	Доля ринку	1,00	3,23	93,55
27	Рентабельність основних фондів	1,00	3,23	96,77
28	Фондоозброєність	1,00	3,23	100,00
1	Оборотність запасів	0,00	0,00	100,00
3	Коефіцієнт загрузки активів	0,00	0,00	100,00
4	Рентабельність власного капіталу	0,00	0,00	100,00
5	Рівень доходу від реалізації	0,00	0,00	100,00
6	Рентабельність майна	0,00	0,00	100,00
7	Рентабельність обігових активів	0,00	0,00	100,00
10	Коефіцієнт капіталізації прибутку	0,00	0,00	100,00
11	ROI	0,00	0,00	100,00
12	Гудвіл	0,00	0,00	100,00
13	Коефіцієнт фін. незалежності	0,00	0,00	100,00
14	Коефіцієнт загальної ліквідності	0,00	0,00	100,00
15	Коефіцієнт фінансової стійкості	0,00	0,00	100,00
17	Коефіцієнт плинності кадрів	0,00	0,00	100,00
18	Трудоємність товарів (робіт, послуг)	0,00	0,00	100,00
19	Рівень витрат на оплату праці	0,00	0,00	100,00
20	Коефіцієнт еластичності чисельності робітників від обсягу реалізації продукції	0,00	0,00	100,00
22	Рентабельність продаж	0,00	0,00	100,00
23	Коефіцієнт рівномірності реалізації продукції	0,00	0,00	100,00

Згідно принципів, запропонованих Паретто будується графік: зліва від точки перетину розташовані фактори, які забезпечують 80% результату.

Отримані результати свідчать, що ефективність економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області у цілому визначається: ємкістю ринку, коефіцієнтом оборотності дебіторської заборгованості, фондовіддачею, ефективністю використання торговельних площ. У першу чергу, слід звернути увагу саме на ці фактори.

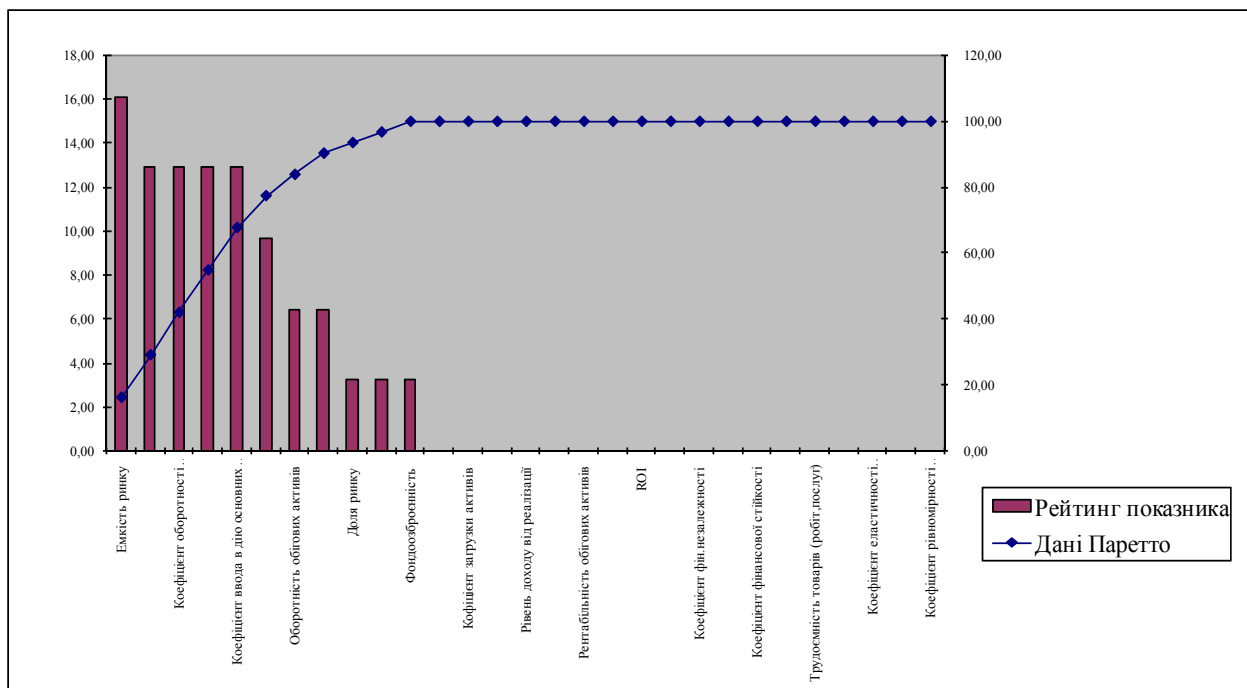


Рис. 2. Діаграма Парето ефективності економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області

#### Етап 4. АВС-аналіз.

Після виявлення проблеми шляхом побудови діаграми Парето по результатах важливо визначити причини її вирішення. Це необхідно для її вирішення. При використанні діаграми Парето для виявлення результатів діяльності та причин найбільш поширеним методом є АВС-аналіз.

Сутність АВС-аналізу полягає в визначенні трьох груп, котрі мають три рівні значимості[6]: група А – найважливіші проблеми, ліквідація причин групи А має найбільший авторитет, а пов'язані з цим заходи –

найвищу ефективність; група В – причини, які в сумі мають не більше 20%; група С – найбільш багаточисленні, але при цьому найменш значимі проблеми та причини.

АВС-аналіз в рамках діаграми Парето наведено на рис.3.

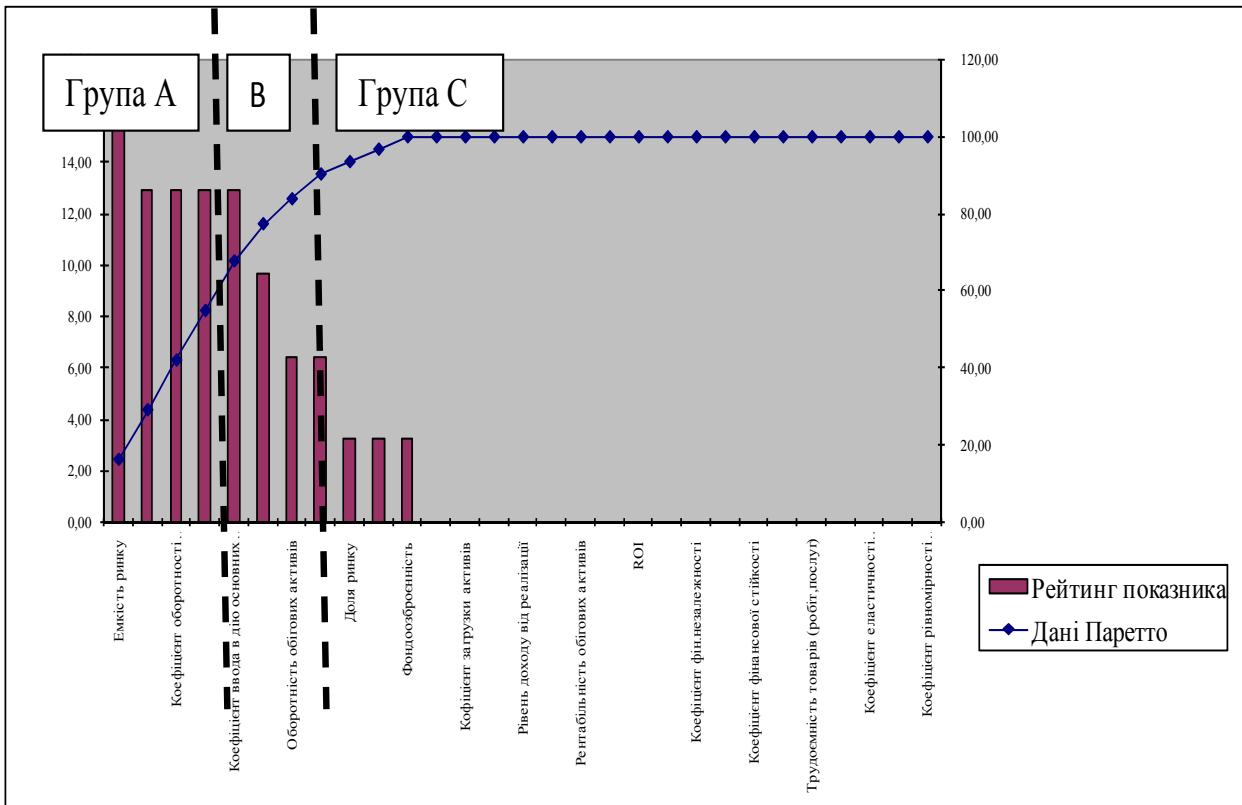


Рис. 3. АВС-аналіз діаграми Парето по ефективності економічного потенціалу торговельних підприємств

Результати АВС-аналізу наведено на рисунку 4.

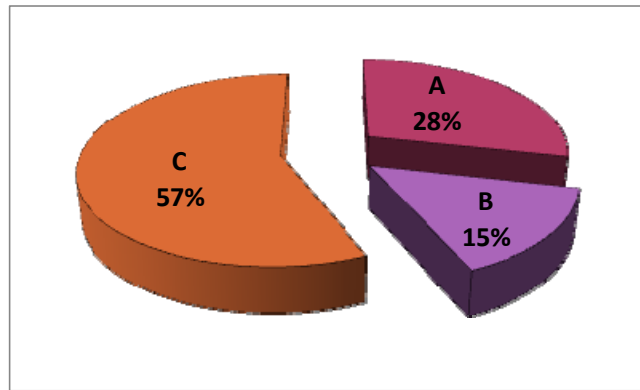


Рис. 4. Узагальнення результатів АВС-аналізу трогових підприємств Донецької області

Проведені розрахунки дають можливість стверджувати, що показники групи А складають 28,5%, управління якими здійснює найбільший вплив на стан економічного потенціалу підприємств області, а саме: емність ринку, продуктивність праці 1-го робітника, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, фондівдача, коефіцієнт вода в дію основних фондів, ефективність використання торговельних площ. В свою чергу 33,3% маркетингового та матеріально-технічного потенціалу визначають в цілому ефективність використання економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області у 2009 р.

**Висновки.** Запропонована організаційно-методична модель оцінки економічного потенціалу торговельних підприємств Донецької області дає можливість отримати достовірні результати для прийняття економічних рішень щодо ефективного управління на підприємствах торгівлі.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямку є формування механізму управління функціональними складовими економічного потенціалу підприємств торгівлі.



## Література

1. Ареф'єва О.В. Економічні засади формування потенціалу підприємства / О.В. Ареф'єва, Т.В. Харчук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 7(85). – С. 71–76.
2. Бачевський Б.С. Потенціал і розвиток підприємства: [навч. посібник] / Бачевський Б.С., Заблудська І.В., Решетняк О.О. – К. : центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
3. Григораш О.В. Управління потенціалом підприємства // Матеріали II Международной научно-практической конференции, 27 мая, Прага. «Научный прогресс на рубеже тысячелетий – 2010». – С. 29–32.
4. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посібник]. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
5. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посібник] / Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.І. – [2-е вид., без змін]. – К. : КНЕУ, 2006. – 316 с.
6. ABC-анализ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [ru.wikipedia.org/wiki/ABC-анализ](http://ru.wikipedia.org/wiki/ABC-анализ) 130.html
7. Діаграма Ісікави. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [uk.wikipedia.org/wiki/Діаграма\\_Ісікави](http://uk.wikipedia.org/wiki/Діаграма_Ісікави).
8. Метод «Діаграмма Исикавы». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.inventech.ru/pub/methods/metod-0019](http://www.inventech.ru/pub/methods/metod-0019).
9. Діаграмма Парето [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.management.com.ua/qm/qm](http://www.management.com.ua/qm/qm)
10. [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
11. [www.donetskstat.gov.ua](http://www.donetskstat.gov.ua)

Надійшла 10.08.2011

УДК 663/.664.8

В. В. АРЕСТЕНКО

Національний університет біоресурсів і природокористування України

## МАРКЕТИНГОВИЙ ЛОГІСТИЧНИЙ КООПЕРАТИВ ЯК ОСНОВА РЕГІОНАЛЬНОГО СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО КЛАСТЕРУ

*У статті висвітлені основні аспекти формування сільськогосподарського регіонального кластеру в основу якого закладено створення логістичного кооперативу сільськогосподарських товаровиробників, функціонуючого на маркетингових засадах. Запропоновано алгоритм його створення та основні напрями функціонування.*

*In the article described the main aspects of forming regional agricultural cluster, base of each are organization of logistic cooperation on marketing foundation. The main stages of algorithm of forming and main directions of business are described.*

*Ключові слова: маркетинговий логістичний кооператив, сільськогосподарський кластер, алгоритм створення.*

**Вступ.** Глобалізація світової економіки, збільшення міжнародної конкуренції призвели до зростання популярності нової виробничої інноваційної моделі, в рамках якої всі учасники виробництва прагнуть об'єднатися в кластери, щоб успішно конкурувати на світовому ринку. Глобальні зміни, які відбуваються в результаті стрімких темпів науково-технічного прогресу, активізації інноваційних процесів, вимагають нових підходів до соціально-економічного розвитку регіонів України. Особливо це актуально зараз, коли Україна і світ переживають світову фінансову та економічну кризу. Кластерний розвиток як фактор збільшення національної і регіональної конкурентоспроможності є характерною ознакою сучасної економіки, так як у важкі часи кризи формування кластерів зможе допомогти українському суспільству в значному ступені подолати труднощі, що виникають.

Метою даної статті є обґрунтування моделі регіонального сільськогосподарського кластеру на прикладі Запорізької області, ядром якого є логістичний кооператив, функціонуючий за засадах маркетингу.

**Огляд літературних джерел.** Різні вчені характеризують поняття кластер по-різному, звертаючи основну увагу на певні риси: територіальну, концентрацію виробництва, наявність зв'язків на основі спільних інтересів, конкуренцію, взаємодоповнюваність та інше. Основоположником цього поняття виступає М. Портер, за яким «кластер – це сконцентровані за географічними ознаками групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників послуг; фірм у відповідних галузях, а також пов'язаних з їхньою діяльністю організацій у певних галузях, що конкурують, але разом з тим ведуть спільну роботу» [1, 2]. В загальнотеоретичному визначенні встановлено, що кластер – це об'єднання однорідних елементів, що може розглядатись як самостійна одиниця, має певні властивості виконує суспільні функції з ефективністю більшою, ніж одиничний елемент, та який управляється як єдине ціле [3]. Також кластер розглядають як конкурентоспроможну організаційну форму територіально-ієрархічної моделі виробництва з різними рівнями локалізації, що дає максимальний господарсько-соціальний ефект за рахунок мінімізації витрат в порівнянні схожих галузях [4]. «Створення кластерів та запровадження кластерної моделі поведінки підприємства є способом відновлення довіри між урядом і бізнесом та трансформації ізольованих фірм у підприємницьку спільноту», – стверджує В. Прайс [5].

Завданням даної статті є розробка універсальної моделі маркетингового регіонального кластеру та алгоритму його побудови, визначення основних напрямів функціонування даного об'єднання.

**Виклад основного матеріалу.** В агропромисловому секторі економіки на сьогодні не існує програм підтримання сільського господарства. Підприємці скуповують агропромислові господарства та самостійно проводять ланцюги «постачання-виробництво-збут», що дуже схожі на сільський маркетинг та отримали назву інтуїтивної неформальної кластеризації. Кластеризація АПК – концентрація та спеціалізація агропромислового виробництва на певній території з виконанням послідовності дій: виробництво – зберігання – переробка – реалізація продукції сільського господарства, інтеграція у світовий простір, підвищення конкурентоспроможності та збільшення прибутків учасників кластерів. Як зазначає економіст Д. Кредисов: «Це може бути формування певних систем продуктивних ланцюгів молоко- та м'ясопереробних, сироварних заводів шляхом організації певної мережі заготівельних пунктів на селі та фірмових магазинів, реалізація продукції постійним оптовим покупцям для подальшого її проходження по мережі до торговельних точок, продаж продукції індивідуальним споживачам, постачання виробникам сільськогосподарської сировини певних сфер виробництва через дилерів» [6]. Тому в цьому випадку підприємці не мають за мету впливати на формування сировинної бази, а лише використовують по-максимуму те, що мають. Незакінченість таких кластерів в агропромисловому комплексі обумовлюється тим, що відсутні стратегії кластеризації в органах місцевого самоврядування, внаслідок чого неефективно використовується ресурсний потенціал, підвищується безробіття, зменшуються доходи та відрахування в місцевий бюджет та інше.

Таким чином, кластеризація сільськогосподарської діяльності в умовах незалежності України залишається на стадії зародження. Цей процес потребує більшої цілеспрямованості та організованості з боку владних структур різного рівня. Для подальшого ефективного функціонування кластерів необхідно здійснити ряд стимулюючих заходів. Необхідно розробити та дати подальший розвиток національній стратегії, програмам конкурентоспроможності регіонів та суб'єктів-учасників кластерів, створити національні та регіональні ради конкурентоспроможності, що будуть координувати розробку та виконання програм агропромислових кластерних об'єднань, сприяти розвитку міжнародного співробітництва кластерів на глобальному рівні.

Нині особливого значення набуває регіонально-галузевий підхід до управління сільськогосподарським виробництвом, який базується на врахуванні ролі чинників регіону: раціональне використання ресурсів; забезпечення населення продукцією сільського господарства; дотримання положень Закону України «Про стимулювання розвитку регіонів».

Необхідно враховувати методологічні засади формування регіонального агропромислового кластерного утворення, які полягають в тому, що:

- 1) визначаються напрями господарської діяльності, які найбільше характерні для даного регіону. Вони є основою для формування агропромислових регіональних кластерів;
- 2) потім здійснюється розробка виробничо-технічної структури кластерного утворення на основі завершених груп виробництв з одержання конкретного продукту;
- 3) на базі виробничо-технологічної структури кластера здійснюється формування структури кластерного утворення;
- 4) до складу кластерного утворення включаються і ті структури, з якими постійно співпрацюють його виробництва.

На першому етапі формується загальна схема агропромислових кластерів регіону. Дана схема включає самі кластери за напрямами господарювання по галузі рослинництва і тваринництва, а також управлінські органи координації, регулювання, аналізу їхньої діяльності. Алгоритм робочих процесів при створенні регіонального сільськогосподарського кластеру наведено на рисунку 1.

Для агропромислових профільних кластерів регіону виробничо-технологічна структура має 3 групи виробництв:

- 1) вирощування сільськогосподарської продукції;
- 2) переробка сільськогосподарської продукції;
- 3) харчові виробництва.

Формування галузевого сільськогосподарського кластеру на рівні регіону має реалізувати такі стратегічні пріоритети: реструктуризація підприємств галузі; впровадження ресурсозберігаючих технологій; комплексне перероблення сільськогосподарської сировини та збільшення обсягів виробництва продукції; підвищення конкурентоспроможності продукції на внутрішньому ринку і утримання та завоювання нових зовнішніх ринків збуту; забезпечення конкурентоспроможності всіх учасників галузевого кластеру.

Дослідження свідчать, що на багатьох сільськогосподарських підприємствах Запорізької області адміністративні та інші операційні витрати становлять від 1,5 до 8% собівартості реалізованої продукції і мають тенденцію до подальшого зростання. Аналіз структури витрат, які включаються до адміністративних та інших операційних витрат, свідчить про віднесення штрафів, неустойок, сумнівних боргів, дебіторської заборгованості, що сприяє пасивному управлінню витратами та дозволяє зняти відповідальність з керівництва підприємства за їх формування. Тому важливо запровадити наступні заходи: посилити

державний контроль за доходами та витратами підприємств, зокрема, за адміністративними витратами й іншими операційними витратами.

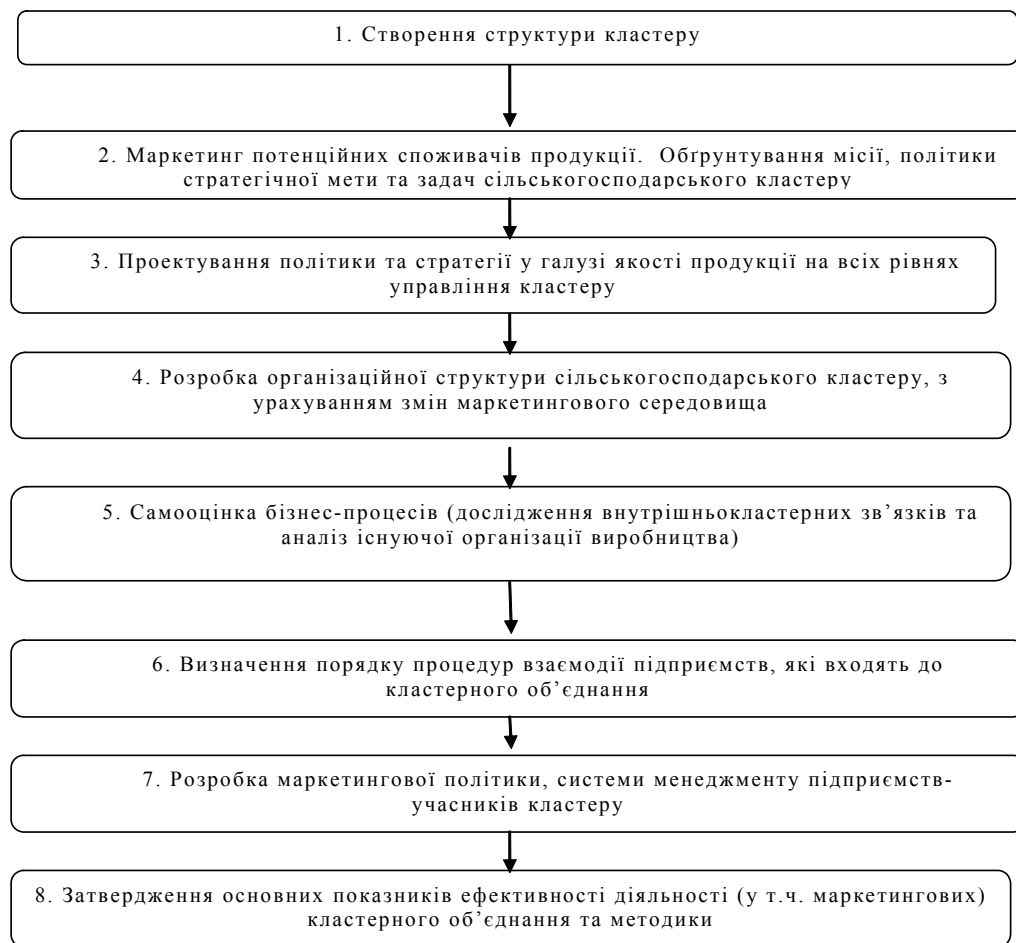


Рис. 1. Алгоритм робочих процесів при створенні регіонального сільськогосподарського кластеру

При формуванні галузевого кластеру на рівні регіону велика роль приділяється малим підприємствам (фермерським господарствам та приватним підприємствам), що потребують допомоги у процесі реалізації продукції, подолання логістичних проблем та зберігання продукції. Високий рівень збитковості малих підприємств, не сприяє забезпеченню їх конкурентоспроможності на ринку.

При обґрунтуванні напрямів ефективною кластеризації необхідно враховувати організаційно-економічні умови та особливості здійснюваного процесу. На відміну від звичайних форм господарювання малого, середнього і великого бізнесу кластерні системи характеризуються такими особливостями: стійкістю господарських зв'язків господарюючих суб'єктів-учасників кластерної системи, з домінуючим значенням цих зв'язків для більшості її учасників; довготривалою координацією взаємодій учасників системи в рамках її виробничих програм, інноваційних процесів, основних систем управління, контролю якості.

При формуванні кластерних утворень важливо враховують такі важливі ознаки: боротьбу за споживача веде кластер як територіальний комплекс; існує дострокова кооперація та взаємодоповнюваність; високий ступінь конкурентоспроможності кінцевої продукції; єдиний технологічний цикл.

Досвід засвідчує, що формування кластерів необхідно здійснювати на засадах: добровільності входження учасників кластерного утворення. Об'єднання в кластер проходить за ініціативою знизу, наявності значних інвестицій ресурсів. Взаємовідносини складаються таким чином, що прибуток отримують всі учасники кластеру, забезпечується рівні економічні умови господарювання. Кластерні утворення базуються на пристосуванні різних соціально-економічних структур до однакових умов існування. До складу кластерних структур того чи іншого напрямку господарювання доцільно включати заготівлю, переробку, зберігання, реалізацію, харчову сферу, організацій з реклами, тари – упакування, транспорту, наукові і навчальні заходи.

На нашу думку, формування і функціонування сільськогосподарського зонального кластеру має відбуватися на маркетингових засадах, в основі яких покладено вивчення ринку, дослідження споживачів, формування конкурентного середовища, застосування сучасних логістичних підходів.

Базою для побудови регіонального кластеру у Запорізькій мають стати великі сільськогосподарські та переробні підприємства області. Одним із таких сільськогосподарських підприємств, яке може стати базою для створення регіонального кластеру може вважатися приватне підприємство «Аскон» Якимівського району Запорізької області. Керівництво даного підприємства є засновником сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу «Казацька зернова компанія», який поєднує сільськогосподарські підприємства (в основному, фермерські господарства) Запорізької, Дніпропетровської, Донецької, Полтавської, Сумської, Харківської, та Херсонської областей. Метою функціонування даного об'єднання є вирішення проблем, які виникають із реалізацією сільськогосподарської продукції, та виступає як крупний товаровиробник, що дає йому можливість ефективно вести конкурентну боротьбу та формувати всі елементи комплексу маркетингу у тому ракурсі, який є найбільш вигідним для товаровиробників.

Структур регіонального кластеру на базі сільськогосподарського виробничого кооперативу «Казацька зернова компанія», яку ми вважаємо оптимальною, наведено на рисунку 2.

В основу функціонування кластеру ми вважаємо доцільним внести систему роботи кооперативу:

1. Виробництво продукції відбувається на базі кожного підприємства у кількості та структурі товарної продукції, яка визначається безпосередньо керівництвом підприємства з урахуванням наявних ресурсів.

2. За результатами жнив визначається загальна кількість зібраної продукції за всіма членами кооперативу.

3. Розробляється графік реалізації даної продукції з урахуванням побажань кожного із членів кооперативу.

4. Після узгодження кількості та строків продукції формуються кооперативні партії зерна. Важливим аспектом є те, що продукція не переходить до власності кооперативу, а його участь обмежується лише маркетинговою діяльністю: пошуку найбільш вигідних пропозицій щодо купівлі наявних партій, заключення прямих договорів купівлі-продажу, визначення умов політики кондицій.



Рис. 2. Організаційна структура маркетингового сільськогосподарського регіонального кластеру

Основною проблемою, з якою зіткнувся кооператив у своїй діяльності та яку ми можемо вирішити за допомогою кластеризації регіональної економіки сільського господарства, є логістична: зберігання та транспортування продукції. Проаналізувавши логістику заготівель, ми встановили, що сільськогосподарські підприємства скоротили користування послугами елеваторів через високу вартість оплати даної послуги. Зберігання зерна відбуваються на власних складах підприємства, які переобладнані з колишніх тваринницьких комплексів, що відповідно знижає його товарний вигляд та якість. З метою вирішення даної проблеми ми вважаємо доцільним побудову зональних елеваторів місткістю 30–60 тис. т.

Аналіз сучасних логістичних систем довів, що транспортування зерна до портів України автомобільним транспортом коштує приблизно 140 грн на тоні дорожче, аніж при використанні залізничного транспорту. В свою чергу використання водного транспорту виходить на 50% дешевше, ніж залізничного. НАК «Укragenrolізінг» у системі закупок пропонує приймально-відпускне обладнання та залізничні вагони. Вартість однієї одиниці такого обладнання коштує 4,5 млрд грн. Кожне приймально-відвантажувальне обладнання потенційно здатне обслуговувати 3–5 районів.

**Висновки:** Ми вважаємо доцільним побудову приймально-відпускних пунктів та елеваторів у одному місці, що дозволить: уникнути посередників у логістичній сфері; реалізовувати продукцію у зручний для себе час та строки, з урахуванням сезонності формування цін на сільськогосподарську продукцію; формувати великі конкурентоспроможні партії продукції; знизити витрати на транспортування продукції до портів, що знизить її собівартість та ціну для кінцевого споживача.

Позитивними моментами існування регіональних кластерів є:

- зміцнення власного конкурентного статусу через посилення конкуренції;
- активізація підприємницької діяльності;
- підвищення інвестиційної привабливості регіону;
- сприяння найбільш раціональному використанню ресурсів;
- покращення інноваційного середовища регіону;
- зростання експортного потенціалу;
- забезпечення сталого розвитку соціальних процесів.

### Література

1. Porter M. Competitive Advantage / M.E.Porter. – New York: The Free Press, 1985. – 384 p.
2. Печенюк А.В. До проблеми підвищення конкурентоспроможності бурякозасів господарств України / А.В. Печенюк // зб. наук. праць ПДАТУ. – Кам'янець-Подільський, 2007. – Вип. 15. – Том 2. – С. 80–82.
3. Саблук П.Т. Основні напрямки розвитку високоєфективного агропромислового виробництва в Україні / П.Т. Саблук // Економіка АПК. – 2008. – № 7. – С. 9–12.
4. Чебыкина М.В. Методические подходы в оценке эффективности использования маркетинговых факторов конкурентоспособности сельскохозяйственного предприятия / М.В. Чебыкина // Весник ОГУ. – 2007. – № 12. – С. 101–106.
5. Piercy N.F. Marketing management, market strategy and strategic management: domain realignment and redefinition / Piercy N.F., Harris L.C., Peters L.D. // Journal of Strategic Marketing. – 1997. – № 5. – P.10-15.
6. Кредисов А. Маркетинг: основні концепції 2-ї половини ХХ ст. та деякі тенденції розвитку на початку ХХІ ст. / А. Кредисов // Економіка України. – 2005. – № 11. – С.12–17.

Надійшла 11.08.2011

УДК 658. 29

К. В. ВОЛКОВА

Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова

## РОЛЬ АДАПТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР В ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ

*У статті здійснений аналіз недоліків та переваг існуючих адаптивних (органічних) організаційних структур з точки зору їх сприяння процесам створення, акумулювання та розповсюдження знань, визначається роль організаційної структури як важливої складової системи управління знаннями, що формує напрямки інформаційних потоків та регулює ступінь взаємодії між носіями знань. Пропонується новий підхід до розуміння функцій організаційної структури.*

*The paper analyzes advantages and disadvantages of the existing adaptive (organic) organizational structures in terms of their contribution to the processes of knowledge creation, accumulation and dissemination. The article determines the role of organizational structure as a relevant component of knowledge management system, forming the directions of information flow and regulating the interaction degree between knowledge workers. A new approach to understanding of the organizational structure functions is suggested.*

*Ключові слова: механістичні організаційні структури, адаптивні (органічні) організаційні структури, управління знаннями, фенотипічна модель «ієрархія–спільнота», автократія, бюрократія, матрична, проектна, мережева організаційна структура.*

### Вступ

Соціально-економічне середовище функціонування сучасних підприємств характеризується високою динамічністю та постійно зростаючим рівнем конкуренції. Відбувається поступове зміщення пріоритету матеріальних виробничих ресурсів на користь інформації та знань, як основних чинників виробництва, що забезпечують збільшення конкурентоспроможності та капіталізації компанії. У зв'язку з цим високої актуальності набуває організація управління знаннями на підприємстві. Зростаюча потреба у знаннях пред'являє нові вимоги до організаційної структури підприємств, як до важливого елементу системи управління знаннями, що сприяє їх створенню, накопиченню та обміну та формує корпоративну культуру, орієнтовану на розкриття інтелектуального потенціалу працівників. Окрім того, що організаційна структура фактично створює «архітектуру» компанії, вона також визначає напрямки основних інформаційних потоків та об'єднує співробітників-носіїв знань у функціональні групи, тим самими

контролюючи ступінь їх взаємодії.

Два основних типи організаційних структур, що сформувалися історично, – механістичні та адаптивні (органічні) – довгий час сприймалися як антагоністичні, проте сучасні реалії свідчать про подвійну природу підприємств, котрі як і раніше відчувають потребу у ієрархічному управлінні, проте водночас прагнуть до підвищення гнучкості та адаптивності. Виходячи з цього, оптимальним типом організаційної структури сучасної компанії з точки зору управління знаннями має стати гібридна структура, яка б поєднувала у собі позитивні властивості, притаманні ієрархії традиційних структур та гнучкість і інтерактивність органічних.

У зв'язку цим, виникає потреба у чіткому визначенні характеристик якісно нового типу організаційної структури – структури, насамперед орієнтованої на генерування знань.

#### **Постановка завдання**

Метою статті є аналіз переваг та недоліків існуючих типів організаційних структур, визначення їх впливу на організацію управління знаннями та формулювання основних характеристик нового типу організаційної структури, що оптимально відповідає вимогами сучасного бізнес-середовища.

#### **Аналіз останніх досліджень**

Формування організаційних структур розпочалося ще за часів племінних спільнот мисливців та збирачів, набуло активного розвитку у монархічних, військових та клерикальних структурах Середньовіччя та досягло розквіту в індустріальну та постіндустріальну епохи. Перші спроби аналізу структури суспільства та полісу, як його організаційної одиниці, були зроблені ще Аристотелем та Платоном.

Необхідно відмітити, що процес розвитку організаційних структур характеризувався зміною часто протилежних підходів до об'єкту дослідження. Так, наприклад, класики теорії організаційних структур Ф. Тейлор, А. Файоль та основоположник теорії раціональної бюрократії – М. Вебер апріорі розглядали організаційну структуру як даність, що визначає організаційну поведінку компанії. Проте організаційні теоретики ХХІ століття М. Лім, Г. Гріффітс, С. Самбрук дотримуються протилежної думки – організаційна поведінка компанії, відтворена в її стратегії має визначати організаційну структуру.

Т.Бернсом та Дж. Сталкером у 1961 році був запропонований розподіл існуючих структур на механістичні (традиційні) та адаптивні (органічні). Соціально-економічна еволюція, зумовлена стрімким технічним розвитком, потребувала від учасників ринку все більшої гнучкості та мобільності. У відповідь на це з'явилась теорія постбюрократичних організацій Ч. Хекшера та цілої низки адаптивних організаційних моделей, які прагнули спрощення організаційної структури та підвищення ступеню взаємодії між її функціональними одиницями.

У 2010 році М. Лімом, Г. Гріффітс і С. Самбруком була запропонована фенотипова модель організаційної структури «ієрархія – спільнота», побудована на аналогії з концепцією генетичних фенотипів. Автори припустили, що сучасна організація має подвійну сутність, так як у біології, де фенотип визначається парою алелів, індивідуальні риси організації визначаються співвідношенням ступеня показників «ієрархія – спільнота», що відображають формальну і неформальну залученість співробітника в справи компанії. Таким чином, кожна організація є унікальний тип структури, що характеризується індивідуальним поєднанням показників ієрархічності та спільності [1].

#### **Результати дослідження**

Процес еволюції організаційних структур може бути умовно поділений на три етапи: до бюрократичні (автократія), бюрократичні (теорія раціональної бюрократії) та постбюрократичні (адаптивні) структури.

На добюрократичному етапі питання управління знаннями взагалі не виникало, адже у той час пріоритетними були класичні чинники виробництва та потреби в акумулюванні знань, за умов авторитарного стилю управління, не було.

В рамках бюрократичних структур управління знаннями гальмується також великою кількістю адміністративних та організаційних бар'єрів, перешкоджаючих поширенню і обміну знаннями, та низькою мотивацією робітників через те, що створення корпоративних знань не може бути зафіксовано в якості їх посадових обов'язків, а є виключно особистою ініціативою.

Активний розвиток адаптивних структур припадає на пост бюрократичний етап, який характеризується поширенням теорії інтелектуального капіталу, усвідомленням багатопрофільності робітників, ефективності командної роботи та спробою використання організаційної структури у якості управлінського інструменту стимулювання процесів створення, накопичення та обміну знаннями.

До різновидів структур адаптивного типу можна віднести проектні, матричні, програмно-цільові, проблемно-цільові, структури, засновані на груповому підході (командні, проблемно-групові, бригадні), мережеві організаційні структури.

Адаптивним (гнучким, органічним) структурам управління притаманна відсутність бюрократичної регламентації діяльності органів управління, детального поділу праці за видами робіт, розмитість рівнів управління та їх невелика кількість, гнучкість структури управління, децентралізація прийняття рішень, індивідуальна відповідальність кожного робітника за спільні результати діяльності. Такі структури характеризуються наступними ознаками [2, с.15 ; 3, с.4]:

- Здатність відносно легко змінювати свою форму, пристосовуватися до нових умов.
- Орієнтація на прискорену реалізацію комплексних проектів та програм.
- Обмежений час існування, - формуванням на тимчасовій основі на період реалізації проекту, вирішення проблеми тощо.
- Створення тимчасових органів управління.
- Сплющення ієрархічних рівнів - відбувається перехід від вертикального прийняття рішень до горизонтального співробітництва.
- Децентралізація – стимулюється участь робітників в управлінні компанією, культивується корпоративна філософія довіри та відкритості.
- Високий рівень неформальності – практикується відхід від єдиного інформаційного потоку «зверху-вниз» та створення різноманітного комунікаційного середовища.
- Мінімізація адміністративних та технічних бар'єрів, що сприяє формуванню нових інформаційних потоків.

Наведені вище характеристики свідчать про те, що саме адаптивні структури здатні створити сприятливі умови для акумуляції знань на підприємстві. Але разом з тим існують й специфічні вимоги сучасного інформаційного середовища, які вимагають вдосконалення існуючих структур за наступними аспектами.

Індивідуальність організаційної структури кожного підприємства має стати запорукою унікальних конкурентних переваг. Організаційна структура має розглядатися як суто індивідуальний, а не універсальний інструмент управління.

Зміщення акценту з підвищення ефективності роботи підрозділів на співробітників як учасників процесу створення знання розкриває двоїсту природу сучасної організації, в якій співробітник виступає як учасник не лише формальних ієрархічних процесів, але і неформальних взаємодій в рамках корпоративного співтовариства. Саме ступінь активності співробітників є основним фактором, що формує організаційну структуру компанії.

Інтерактивність організаційної структури має виражатися у залученні великої кількості працівників до формальних та неформальних взаємодій, що є необхідною умовою процесу створення знань.

Урахування неформальних каналів спілкування робітників при побудові організаційної структури, здатне значно удосконалити процес управління знаннями, підвищуючи прозорість схем взаємодії та знижуючи адміністративні та особистісні бар'єри.

Отже, створення гібридної організаційної структури на базі адаптивного типу, за умов урахування наведених вище вимог має сприяти підвищенню ефективності управління знаннями на сучасних підприємствах.

#### Висновок

Сучасний етап соціально-економічного розвитку суспільства створив передумови для формування нового типу організаційної структури, орієнтованої на акумулювання знань, як ключового чинника виробництва. Функціональною базою для створення структури такого типу мають стати адаптивні (органічні) організаційні структури в силу того, що їм притаманна більша гнучкість та мобільність ніж механістичним структурам.

Характерними ознаками нового типу структури мають стати висока ступінь індивідуальності та урахування специфічних рис та потреб кожного підприємства. Окрім цього повинна відбутися переорієнтація з суто формальних ієрархічних процесів на залучення робітників до різноманітних видів взаємодій в межах корпоративного співтовариства, адже урахування неформальних каналів спілкування робітників здатне знизити адміністративні та особистісні бар'єри обміну знаннями.

#### Література

1. Lim, M., G. Griffiths, and S. Sambrook, 2010. Organizational structure for the twenty-first century. Presented at the annual meeting of The Institute for Operations Research and The Management Sciences, Austin. – Режим доступу : <http://www.communitiesofinnovation.com/L/Lim,%20M.,%20G.,%20Griffiths,%20S.,%20Sambrook,%202010.%20Organizational%20Structure%20for%20the%20Twenty-first%20Century.%20Presented%20at%20the%20INFORMS%20Annual%20Meeting,%20Texas.pdf>
2. Владимірова І.Г. Адаптивні структури управління компаніями / І. Г. Владимірова // Менеджмент в Росії і за рубежом. – 2000. – № 5.
3. Hosnavi R. and M. Ramezan 2011. Intellectual capital and organizational organic structure how are these concepts related. Trends Applied Scie. Res., 6: 256-268. – Режим доступу : <http://www.scialert.net/fulltext/?doi=tasr.2011.256.268&org=10>

Надійшла 21.08.2011

## УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*В статті надано огляд існуючих визначень поняття "маркетинг", запропоновано доповнене визначення «маркетинг». Також було розглянуто процес управління маркетингом на підприємстві та запропонована модель управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.*

*In the article the review of existent determinations of concept is given marketing, the complemented determination is offered «marketing». The process of management marketing was also considered on an enterprise and a case marketing activity frame is offered on an enterprise.*

*Ключові слова: маркетинг, управління підприємством, модель управління.*

### Вступ

Швидкий розвиток ринкових відносин, який супроводжувався розвитком науково-технічного та технологічного прогресу, спричинив нове уявлення про ринок. Це обумовило появу такої науки, як маркетинг. Зріст конкурентної боротьби, розширення міжнародного поділу праці, нові вимоги споживачів спонукають підприємства використовувати не тільки окремі інструменти маркетингу, а й повний комплекс маркетингової діяльності.

Раніше багато виробників будь-якої продукції чи послуг приділяли увагу переважно фінансам, виробництву, збуту тощо. Але в сучасних ринкових умовах, а тим більше сьогоднішній нестабільній ситуації, діяльність підприємств має бути гнучкішою і динамічнішою. Тому актуальною стає проблема ефективного управління підприємством, яке б було зорєнтовано виключно на потреби споживача зокрема та ринку в цілому. Основною концепцією управління в умовах ринку стає саме маркетинг.

Мета дослідження – проаналізувати існуючі визначення поняття маркетингу та запропонувати модель управління маркетингом на підприємстві на основі системного підходу.

### Аналіз літературних джерел

Питаннями маркетингу займалось багато вчених, серед яких вагомий внесок зробили Ф. Котлер, Т. Крамер, Д.Джоббер, М.Девіс. Серед вітчизняних вчених можна відзначити Т.І. Шкапова, А.В. Короткова та ін.

Постановка завдання: зробити аналіз визначень поняття «маркетинг» та представити доповнене визначення цього поняття. Запропонувати використання системно го підходу при управлінні маркетингом на підприємстві та представити модель управління маркетинговою діяльністю.

### Результати

При розгляданні питання управління маркетингом, насамперед, необхідно визначитись з поняттям «маркетинг». У таблиці 1 надані деякі відомі визначення цього поняття [1].

Як видно, сьогодні не існує загально визнаного визначення маркетингу, але, на наш погляд, саме Вінкельман П. та Багієв Г.Л розглядають поняття «маркетинг» ширше та всебічно. Отже, можна отримати визначення, яке б розкривало сутність маркетингу більш ширше : маркетинг – це філософія взаємодії та координування підприємницької діяльності, організаційна функція якої спрямована на розробку нових рішень та методів впливу на ринок і споживачів для забезпечення переваг у конкурентному середовищі. Таким чином, акцентується увага на основній функції управління серед інших – організація. Також вживання поняття «філософія підприємницької діяльності» говорить про те, що маркетингова діяльність повинна лежати в основі підприємницької діяльності, її місії діяльності. Розробка нових рішень та методів дуже важлива для підприємства, тому що не всі існуючі методи можуть підходити для конкретного підприємства або вже застаріли.

Для ефективного управління маркетингом на підприємстві необхідне наступне:

- надійна, достовірна та своєчасна інформація про ринок, структуру і динаміку попиту, вимоги клієнтів тощо;
- адекватна реакція управлінського персоналу на вхідну інформацію щодо змін на ринку;
- створення такого товару/асортименту, який би більш повно задовольнив би потреби ринку, ніж товари конкурентів;
- необхідний вплив на споживачів, їх попит, ринок.

Процес управління маркетингом – це розроблений послідовний комплекс маркетингових дій, спрямованих на реалізацію маркетингових функцій та принципів, у результаті яких мають бути виявлені і задоволені потреби споживачів, а фірма повинна отримати очікуваний прибуток [3].

Для удосконалення процесу управління маркетингом на підприємстві запропоновано використання системного підходу. Системний підхід – це, перш за все, розуміння того, що весь об'єкт, який розглядається, являє собою систему, складену з частин, кожна з яких має свої власні інтереси. Тому досягнення загальної мети можливе лише тоді, коли розглядати управління маркетинговою діяльністю як єдину систему, але яка, в свою чергу, складається окремих елементів, які взаємодіють один з одним. Згідно із системним підходом,



основними частинами системи є вхід, процес або операція й вихід. На вході в систему поступає інформація зовні, тобто із бізнес-середовища, з якою пов'язано підприємство. У другій частині системи – операції, процеси – бізнес-система, тобто підприємство, яке являє собою управляючу підсистему, аналізує інформацію, що надійшла зовні, формує на основі неї бізнес-плани та бізнес-стратегії, що направляються в маркетинг центр (маркетингова служба). В даному випадку маркетинг-центр – це координуюча підсистема, в якій отримані бізнес-цілі та бізнес-стратегії аналізуються та формуються в методи впливу. Таким чином, згідно з системним підходом, який стверджує, що на виході повинен бути результат діяльності, ми маємо на виході в якості результату діяльності методи впливу, направлені на споживачів – керовану підсистему. Після впливу на споживача ми маємо отримувати від керованої підсистеми бізнес-результат, який аналізується, робиться оцінка ефективності цих впливів та формулюються управлінські рішення. Слід зауважити, що дана система має циклічний характер. Цей процес є постійним та безперервним. Схематично це виглядає наступним чином (рис. 1). Однією з переваг цієї моделі є те, що вона універсальна. Тобто ця модель може бути використана у будь-якій галузі та на будь-якому підприємстві. Звичайно, важливою умовою є існування маркетингового підрозділу (маркетинг-центру або маркетингової служби). Сьогодні вже всі керівники підприємств, що існування такої служби є обов'язковою умовою конкурентоспроможного існування підприємства.

Таблиця 1

## Визначення маркетингу

Автор, назва джерела	Визначення
Котлер Ф. Основы маркетинга [2]	Вид людської діяльності, спрямований на задоволення потреб за допомогою обміну
Хершген Х. Маркетинг: основы профессионального успеха	Принцип управління підприємством. Засіб отримання конкурентних переваг. Метод пошуку рішень
Винкельман П. Маркетинг и сбыт	Підприємницький стиль мислення. Стратегія. Метод впливу на ринок і клієнтів. Організаційна функція
Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок	Комплекс агресивного інструментарію збуту для проникнення на наявні ринки. Комплекс інструментарію ринкового аналізу. Архітектор споживчого суспільства
Багиев Г.Л. Маркетинг : [учебник для ВУЗов]	Філософія взаємодії та координування підприємницької діяльності. Концепція управління. Засіб забезпечення переваг у конкурентному середовищі. Метод пошуку рішень
Маслов Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг	Вид діяльності з просування товарів від виробника до споживача. Система поглядів на суспільне виробництво. Наукова дисципліна. Концепція управління діяльністю підприємства. Розробка на рівні підприємства комплексних програм
Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг	Концептуальний підхід. Функціональний підхід. Товарний підхід. Системно-поведінковий підхід. Інституційний підхід. Національний підхід. управлінський підхід
Гаркавенко С.С. Маркетинг	Самостійний вид підприємницької діяльності. Функція управління. Сучасне бачення філософії бізнесу
Стрій Л.О. Маркетинг: основні тенденції та проблеми розвитку	Економічний процес. Система управління. Господарська функція. Концепція і філософія сучасного бізнесу

За умови ефективного управління маркетингом на підприємстві можна досягти наступних цілей:

- своєчасне визначення існуючих потреб ринку;
- вибір найпривабливіших сегментів ринку, розробка стратегії для них;
- розробка необхідних маркетингових програм, що включатимуть весь арсенал маркетингового інструментарію;
- підтримка балансу між попитом та пропозицією.

Як видно, усі вище перераховані цілі є дуже важливими для підприємства, для його ефективної роботи, а отже і отримання прибутку. З іншого боку, слід зазначити, що правильні дії в сфері маркетингу з боку підприємства позитивно впливають і на споживачів. Адже при правильному, коректному та професійному маркетингу споживачеві приємно бути клієнтом даного підприємства.

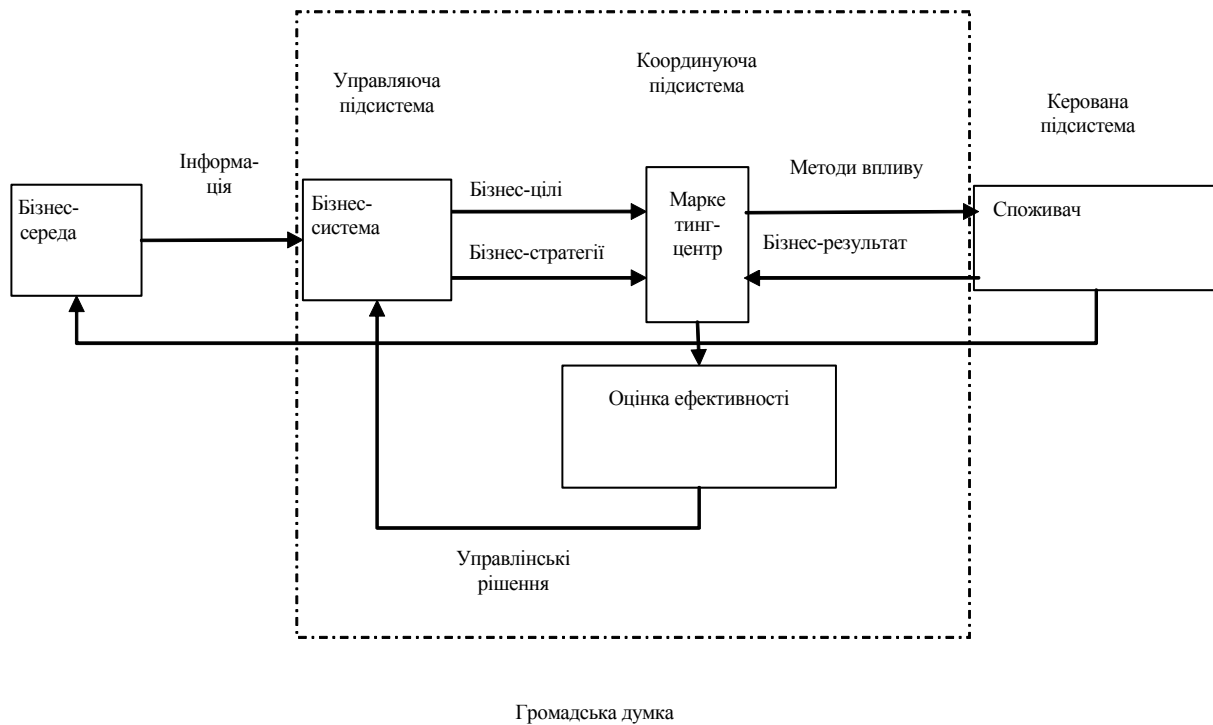


Рис. 1. Модель управління маркетинговою діяльністю

### Висновки

Таким чином, аналіз літератури за даною тематикою показав, що сьогодні питаннями маркетингу на підприємстві займається багато вчених. Але досить немає єдиного визначення цього поняття. Тому було запропоноване доповнене визначення маркетингу, яке б розкривало це питання більш ширше. Задля ефективного управління маркетингом керівництву підприємства слід дотримуватися певних вимог. Надана модель управління маркетингом розглядає цей процес з точки зору системного підходу, що дозволяє підприємству контролювати усю вхідну інформацію з ринку та вихідні бізнес-результати.

### Література

1. Лаберцева О. Дослідження історичної генези сучасної концепції маркетингу / О. Лаберцева // *Маркетинг в Україні*. – 2007. – № 6. – С. 57-61
2. Котлер Ф. *Основи маркетинга*; Котлер Ф. [пер. с англ. Е.М. Пеньковой]. – М. : Прогресс, 1990. – 736 с.
3. Гірченко Т.Д., Дубовик О.В. *Маркетинг : [навч. посібник]* / Гірченко Т.Д., Дубовик О.В. – К. : ІНКОС, 2007. – 255с.
4. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва : збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції : ч. 2.* – Харків : ХНАДУ, 2007. – 260 с.

Надійшла 21.08.2011

## МОДЕЛЬ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*В роботі наведені розміри сільськогосподарського підприємства з виробництва органічної продукції. Розраховані оптимальні параметри виробництва продукції у підприємстві. Автором проведена оцінка конкурентоспроможності пшениці за інтенсивною технологією та на основі органічного виробництва. Надані пропозиції щодо активізації органічного руху з боку виробників.*

*The paper presents the size of an agricultural enterprise for the production of organic products. The optimum parameters of the production at the plant are calculated. The author assessed the competitiveness of wheat by intensive technology, and based on organic production. Suggestions to enhance the organic movement by farmers are provided.*

*Ключові слова: органічне виробництво, сільськогосподарські підприємства, конкурентоспроможність виробництва.*

**Вступ.** Розвиток сталого виробництва в аграрному секторі в світі обумовив формування органічного руху на Україні. Органічне виробництво створено у 90-х роках на Європейському просторі й поширюється з кожним роком щодо обсягів споживання та збільшення асортименту органічних видів продукції. Адже існує попит на продукцію, необхідно задовольнити його пропозицією за всіма встановленими умовами. З цього приводу сільськогосподарські землі мають високий потенціал щодо їх переведення в землі для органічного призначення. Процес адаптування сільськогосподарських земель до органічного виробництва проходить поступово, враховуючи його особливості в Україні: відсутність достатньої кількості офіційно-зарєєстрованих сертифікаційних центрів, несформований внутрішній попит на продукцію, нерозвиненість ринкової інфраструктури, складність забезпечення всіх технологічних вимог вирощування продукції. Ситуація погіршується й тим, що висока ціна реалізації на органічну продукцію, порівняно із звичайною, стримує зростання попиту на неї. У дитячому харчуванні ціна на той же самий обсяг продукції, наприклад на яловичину, птицю, молоко, сири, кефір, соки та рис відповідно перевищують звичайну відповідно у 8,8; 5,28; 5,5; 5,2; 14,0; 2,6 та 4,7 рази.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Є. В. Мілованов при дослідженні питань формування органічного руху вказує на більшість соціальних прямих недоліків, які й впливають на затримання розвитку цього процесу: відсутність дотацій, невизнання продукції як органічної, труднощі при зберіганні та реалізації на оптові ринки [4, с. 37]. В той же час В.М. Сучкова визначає, що українська органічна продукція потенційно має вищу конкурентоспроможність, оскільки її мінімальна ціна, порогом якої є рівень собівартості, є нижчою за мінімальну ціну органічної продукції європейських країн [26, с. 110]. Проведені власні дослідження [1–3] та аналіз органічного виробництва у Європі, здійснений О. В. Ходеківською та С. Г. Корчинською [7], надав можливість розрахувати модель підприємства, що буде забезпечувати виробництво конкурентоспроможної органічної продукції.

**Мета дослідження.** Обґрунтувати розміри сільськогосподарського підприємства та встановити оптимальні параметри виробництва для забезпечення конкурентоспроможності продукції.

**Постановка завдання.** Згідно з поставленою метою були визначені наступні завдання: навести особливості господарювання у підприємстві, що займається виробництвом органічного виду продукції; обґрунтувати розміри підприємства; визначити оптимальні параметри використання ресурсів; розрахувати конкурентоспроможність продукції на прикладі пшениці.

Об'єктом дослідження є економічні умови та механізм формування органічного виробництва у сільськогосподарському підприємстві. Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних питань забезпечення конкурентного виробництва органічної продукції.

**Результати.** Задля врахування переваг органічного розвитку виробництво повинно бути спрямоване на застосування закритого типу виробничого процесу, а саме розвиток диверсифікаційних процесів та завоювання нового ринку. Така позиція дозволить господарствам зайняти своє місце на ринку, що тільки починає набирати оберти. Закритий тип виробництва надасть можливість зменшити виробничу собівартість за рахунок використання та контролювання власних матеріальних ресурсів, які відповідають всім принципам органічного руху: використання лише органічних добрив, відсутність стимуляторів та біодобавок у кормі тварин. Використання власної лабораторії якості більш удосконалив організацію процесу органічного виробництва. З одного боку недоліком закритої системи організації виробничого процесу являється низька товарність продукції, з іншого боку продукція, що спрямована на власні потреби господарства, знижує собівартість виробництва, тим самим підвищуючи показники конкурентоспроможності продукції.

Органічне виробництво, при великих витратах на сертифікацію продукції, надає можливість сільськогосподарським підприємствам відмовитись від кредитування у пікові періоди, а при закритому циклі виробництва забезпечуватиме процес вирощування продукції власними матеріальними фондами. Залишається питання щодо розмірів виробництва окремих видів продукції та структури товарної продукції.

Дані щодо розмірів виробництва розраховані для сільськогосподарських підприємств, спеціалізація яких є зерно-м'ясною, середній розмір сільськогосподарських угідь дорівнюватиме 5500 га.

Таблиця 1

**Модель розмірів сільськогосподарського підприємства з виробництва конкурентоспроможної органічної продукції**

Показники	Проект
Валова продукція у порівнянних цінах 2005 р; тис. грн.	11180,7
у т.ч. рослинництва	6222
тваринництва	4958,7
Товарна продукція, тис. грн.	78487,7
у т.ч. рослинництва	47921
тваринництва	30566,7
Прибуток від реалізації, тис. грн.	21326,1
Кількість робітників, чол.	160
Площа сільськогосподарських угідь, га	5504
у т.ч. рілля	5276
пасовища	56
сінокоси	172
Кількість тварин, ум. голів	1523
Виробництво продукції, ц	
пшениця	20154,3
жито	21420
молоко	11328
приросту ВРХ	3377,5
приросту свиней	1525

Умови органічного виробництва вимагають чіткого дотримання та контролю не лише технологій, але й використання органічної сировини. Тому, для підвищення конкурентоспроможності тваринництва, яка потенційно є затратною галуззю, балансова ув'язка виробництва визначається на основі потреб у кормах та плановій урожайності сільськогосподарської продукції. У структурі кормів враховані пшениця, ячмінь, кукурудза, горох, коренеплоди, сіно, сінаж, силос, солома, шрот соняшниковий, обрат, трав'яне борошно. Для забезпечення належного рівня урожайності та повного задоволення у кормах пропонується використовувати 10 польну сівозмину: пар, озима пшениця, коренеплоди, ячмінь, горох, озима пшениця, кукурудза на зерно, ячмінь, соняшник, ярові зернові. Ефективна діяльність органічного господарства базується на таких принципах: першочергове використання продукції на власну сировину, чітке дотримання сівозмін, а потім на реалізацію; плинний догляд за тваринами та постійний санітарний контроль за тваринами, дотримання принципів диверсифікації виробництва, використання лише органічних технологій, реалізація продукції лише як органічної за належною ціною згідно з необхідною документацією, забезпечення оптимального балансу між галузями та окремими видами продукції. Органічне виробництво має розвиватися у господарствах великого розміру, де вартість валової продукції у порівнянних цінах перевищує 10 млн грн., що надасть можливість покрити витрати на розвиток виробництва та сертифікацію. У даному випадку витрати на сертифікацію продукції та організацію власної лабораторії якості дорівнюватиме 150 тис грн щорічно. Розрахунки показують, що прибутковість досягається за умов залучення у виробництво понад 5000 га сільськогосподарських угідь.

З причини специфічних умов використання органічної продукції споживачами вартість товарної продукції буде значно перевищувати валову, навіть при тому, що товарність більшості видів продукції буде нижче 50%, а деякі культури не будуть спрямовані на реалізацію взагалі. Так по галузі рослинництва, товарна продукція перевищує валову у 7,7 разів. Незважаючи на «кормову» спрямованість рослинництва прибуток даного типу господарства буде досягати 21 млн грн, при рентабельності 34%.

Спеціалізація сільськогосподарських підприємств, що займаються виробництвом органічної продукції має зерно-м'ясний напрям. При цьому, для забезпечення прибутковості підприємства, основні види товарної продукції мають бути спрямовані лише на реалізацію, та не використовуватись як сировина у потребах господарства. Такими видами продукції виступають жито та яловичина, які є конкурентними на органічному ринку як внутрішньому так і зовнішньому. Їх виробництво дозволить одержати виручку з одиниці ресурсів відповідно 38,6 тис грн/га та 11,8 тис грн/гол. Взагалі вирощування жита характеризується конкурентною віддачею ресурсів: займаючи 11% посівних площ, виробництво жита надаватиме 26% виручки від реалізації взагалі по господарству. Майже 45% посівних площ відводиться під вирощування пшениці та ячменю з причини дотримання сівозмін та повного задоволення у потребах кормового раціону. Виручка з одиниці площі дорівнюватиме відповідно 2,0 та 12,8 тис. грн. Більша частина соняшнику вирощується для подальшого використання у власному виробництві. Пропонується реалізовувати лише 22% на органічну олію. Особливості ведення органічного сільського господарства потребують віддачі переваги виробництву телятини та молока ніж свинини, що вимагає збільшити структуру поголів'я ВРХ до 80%. Сьогодні телятина на м'ясному ринку враховується як дієтичний продукт, більш того виробництво дитячого

харчування вимагає плинного дотримання технологій, які передбачають використання якісної сировини. Отже необхідно, щоб виробництво було спрямовано на конкурентний ринок та підтримати його спроможність перш за все на рівні підприємства та регіонального ринку. З цього приводу, основним показником, який свідчить про конкурентоспроможність виступає різниця між виробничою та реалізаційною ціною продукції. Таким чином, зміни у виробництві повинні зосередитися на цих двох показниках. Так як органічний ринок України можна сьогодні назвати олігополістичним, що свідчить про неможливість конкретного виробника впливати на неї, то стратегічні цілі підприємства повинні зосередитися на зниженні собівартості одиниці продукції. Більш того підприємство має бути впевнено, що використовує органічну сировину. Вирощування кормових культур надає можливість зменшити собівартість продукції. Індекс якісної продуктивності даних культур низький, однак виступаючи в якості сировини, кормові культури постають рушійною силою конкурентоспроможності окремих галузей тваринництва. Крім того, даний вид продукції не приймається споживачем в якості органічної. Тому, товарність коренеплодів, кукурудзи, гороху та вівсу не перебільшує 5%, однак їх частку у структурі посівних площ сягає 22%.

Таблиця 2

**Оптимальні параметри органічного виробництва у сільськогосподарських підприємствах**

№	Види продукції	Показники					
		частка у товарній продукції, %	структура поголів'я, %	структура посівних площ, %	спрамування на власні потреби, %	ціна реалізації продукції, грн/ц	виручка у розрахунку на одиницю ресурсів, грн/га (гол)
1	Жито	25,9	-	11,1	-	950	38569,0
2	М'ясо ВРХ	20,4	53,2	-	-	4750	11874,9
3	Ячмінь	17,3	-	22,2	58,5	950	12837,9
4	Кукурудза	13,9	-	11,1	38,1	420	20627,4
5	Молоко	11,2	26,3	-	3,4	1800	21888,0
6	М'ясо свиней	7,3	20,5	-	-	4150	5311,7
7	Пшениця	2,7	-	22,2	87,3	820	1988,8
8	Соняшник	1,3	-	11,1	88,0	1250	1978,6
9	Горох	-	-	11,1	100,0	-	-
10	Коренеплоди	-	-	2,1	95,9	-	-
11	Кукурудза на силос	-	-	-	98,6	-	-
12	Овес	-	-	9,0	99,8	-	-
	Разом	100,0	100,0	100,0	*	*	*

Таблиця 3

**Конкурентоспроможність вирощування органічної пшениці**

Показники	Інтенсивна технологія	Органічне виробництво	Органічне виробництво порівняно з інтенсивною технологією, %
Площа, га	1180	1055,22	89,4
Виробничі витрати, тис. грн.	4130,4	1553,52	37,6
у т.ч. витрати на мінеральні добрива	1682,1	0,00	0,0
Витрати на засоби захисту рослин	67,3	0,00	0,0
Основні витрати, тис. грн.	1665,1	1291,3	77,6
Обігові витрати, грн./ц	62,8	102,5	163,2
Витрати на 1 га, грн.	3500,3	1472,2	42,1
Витрати на 1 ц, грн.	100,0	77,1	77,1
Затрати праці на 1 га, люд.-год.	21,1	20,4	96,7
Затрати праці на вирощування 1 ц продукції, люд.-год.	0,6	1,1	183,3
Урожайність, ц/га	35	19,1	54,6
Валовий збір, ц	41300	20154,7	48,8
Товарність, %	95	12,7	13,4
Обсяги реалізації, ц	39235	2559,3	6,5

Показники	Інтенсивна технологія	Органічне виробництво	Органічне виробництво порівняно з інтенсивною технологією, %
Ціна реалізації продукції, грн./ц	160	820	512,5
Виручка від реалізації, тис. грн.	6277,6	2098,6	33,4
Повна собівартість, тис. грн.	4133,4	347,3	8,4
Прибуток на 1 га, грн.	1817,1	1659,7	91,3
Прибуток на 1 ц реалізованої продукції, грн.	54,7	86,9	158,9
Рентабельність, %	51,9	404,3	779,3
Норма прибутку, %	6,7	44,7	667,2
Індекс якісної продуктивності	0,999	0,790	79,1

Навіть при вирощуванні пшениці 3-4 класу, господарство має можливість отримати прибуток у розмірі 87 грн у розрахунку на один центнер продукції. Дані свідчать, що при реалізації 12,7% продукції, рентабельність органічного виробництва дорівнюватиме 404,3%. В той же час, з причини низької товарності, показники конкурентоспроможності органічної продукції програють порівняно з показниками виробництва за інтенсивною технологією. Прибуток на гектар посівної площі відповідно менший на 157,4 грн, або на 9%. Використання пшениці як сировини знижує якісну продуктивність виробництва, тим самим зменшуючи його спроможність на внутрішньому ринку. Розрахунки спростовують той факт, що органічне виробництво високо витратне, та збиткове. Вже при виробництві лише 5000 центнерів прибуток від органічної технології дорівнюватиме 2,3 тис грн, в той час як при інтенсивній технології збитковість виробництва дорівнюватиме 1,2 тис. грн. Мінімальний обсяг беззбиткового органічного виробництва дорівнюватиме 180 тонн, виробництва за інтенсивної технологією – 1713 тонн.

Залишається питання визнання продукції як органічної. Безпосередньо основні шаги щодо активізації органічного руху повинна взяти на себе держава. В той же час, з боку окремо взятих виробників необхідно здійснити заходи щодо підтримки іміджу органічності та сталого розвитку через впровадження інноваційних технологій, забезпечення подальшого росту органічного виробництва за рахунок власної сировини, організацію збутових обслуговуючих кооперативів, дотримання вищевикладених принципів органічного виробництва, ведення контролю та обліку згідно з Європейськими стандартами.

**Висновки.** Оптимальний термін впровадження органічного виробництва та сертифікація органічної продукції у сільськогосподарському виробництві наближений до трьох років, що обумовлює подальше формування органічного руху. Органічне виробництво має розвиватися у господарствах великого розміру, де вартість валової продукції у порівняних цінах перевищує 10 млн грн, що надасть можливість покрити витрати на розвиток виробництва та сертифікацію. Виробництво повинно бути спрямоване на застосування закритого типу виробничого процесу, а саме розвиток диверсифікаційних процесів. Використання власної лабораторії якості більш удосконалить організацію процесу органічного виробництва спеціалізація яких є зерно-м'ясною, середній розмір сільськогосподарських угідь дорівнюватиме 5500 га. Для забезпечення належного рівня урожайності та повного задоволення у кормах пропонується використовувати 10-польну сівозміну: пар, озима пшениця, коренеплоди, ячмінь, горох, озима пшениця, кукурудза на зерно, ячмінь, соняшник, ярові зернові. Незважаючи на «кормову» спрямованість рослинництва прибуток даного типу господарства буде досягати 21 млн грн, при рентабельності 34%. Майже 45% посівних площ відводиться під вирощування пшениці та ячменю з причини дотримання сівозмін та повного задоволення у потребах кормового раціону. Перевагою органічного виробництва є прибутковість вирощування ВРХ, у той час як при звичайному виробництві в країні виробництво яловичини у 2009 та 2010 роках було збитковим. Основною культурою як товарною, так і кормовою виступає пшениця. Мінімальний обсяг беззбиткового органічного виробництва пшениці дорівнюватиме 180 тонн, виробництва за інтенсивної технологією – 1713 тонн.

### Література

1. Легеза Д. Г. Досвід органічного виробництва у сільськогосподарських підприємствах Пенсільванії / Д. Г. Легеза // Економічні науки : зб. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету. – 2010. – № 8. – С. 194-201.
2. Легеза Д. Г. Процес розвитку виробництва органічної продукції в Україні / Д. Г. Легеза // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» : Серія «Проблеми економіки та управління». – 2010. – № 683. – С. 99–104.
3. Легеза Д. Г. Світовий досвід органічного виробництва сільськогосподарської продукції / Д. Г. Легеза // Серія «Економічні науки» : зб. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету. – 2010. – № 3 (11). – С. 308–315.
4. Мілованов Є. В. Тенденції розвитку ринку української органічної продукції // Матеріали науково-практичного семінару «Сучасні тенденції виробництва та маркетингу органічної продукції» (Львів, 31 березня 2004 р.). – 2004. – С. 37–42.
5. Новиков Ю.Н. Организация производства в сельскохозяйственных предприятиях : практикум /

[под ред Ю. Н. Новикова, Н. М. Жуковского]. – К. : Вища школа, 1986. – 311 с.

6. Сучкова В.М. Методичні підходи до обґрунтування ціни пропозиції на органічну продукцію / В.М. Сучкова // Економіка АПК. – 2009. – № 5. – С. 110 – 115.

7. Ходаківська О. В. Світова практика державного регулювання та підтримки органічного виробництва / О. В. Ходаківська, С. Г. Корчинська // Вісник Харківського національного університету сільського господарства : Серія «Економічні науки». – 2011. – Вип. 113. – С. 418–423.

Надійшла 16.08.2011

УДК 65.016.7:621

І. В. БАБІЙ

Хмельницький національний університет

## ОЦІНКА КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В МЕХАНІЗМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ МАШИНОБУДІВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

*Досліджено існуючі складові потенціалу машинобудівних підприємств та можливість їх використання для успішного функціонування, запропоновано метод оцінки виробничого потенціалу промислових підприємств.*

*The existing components of potential of machine-building enterprise and possibility of their use for successful functioning of the enterprise have been investigated, the method of an estimation of industrial potential of the industrial enterprises has been offered.*

*Ключові слова: потенціал підприємства, антикризове управління підприємствами, стабілізація діяльності підприємства, структурні зміни на підприємстві.*

**Вступ.** Одним з основних чинників, що впливає на конкурентоспроможність, прибутковість та досягнення відповідного рівня в галузі управління підприємством є повнота використання можливостей даного підприємства, його потенціалу. Потенціал підприємства – це не тільки наявні для використання ресурси та можливості підприємства, це й здатність підприємства ефективно їх використовувати. Неповне та невміле застосування ресурсів підприємства може привести його до нульових прибутків та до банкрутства. Тому вірне використання та оцінка складу потенціалу підприємства є досить важливим для подальшого його ефективного функціонування.

Аналіз останніх наукових досліджень показав, що впродовж десятиліть поняття потенціал досить різноманітно трактувалось багатьма вченими, такими як Должанський І.З., Грещак М.Г., Гришко В.А., Іщук С., Краснокутська Н.С., Лапин Е.В., Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. та багатьма іншими.

**Основний розділ.** Спочатку термін «потенціал» використовувався в точних науках. На другому етапі поняття потенціал знаходить своє практичне застосування при дослідженні різних галузей виробництва. У цей час широко використовуються такі поняття, як «економічний потенціал країни», «народногосподарський потенціал». На третьому етапі використання терміну потенціал зміщується у бік дослідження потенціалу організації. З'являються такі терміни, як «виробничий потенціал підприємства» та «економічний потенціал підприємства». На сьогодні в період активізації четвертого етапу дослідження одержала подальший розвиток концепція потенціалу організації. У цей період науковці приділяють значну увагу дослідженню конкурентоспроможного потенціалу, стратегічного потенціалу, трудового потенціалу, інформаційного потенціалу тощо [1].

В економічній літературі й досі немає єдиної спільної думки про зміст даного поняття, відсутнє однозначне трактування суті потенціалу підприємства, який розглядається або як сукупність ресурсів, або як можливість господарської одиниці досягти мети виробництва, або як здатність персоналу виконувати поставлені перед підприємством завдання. Таким чином, практично всі визначення даної категорії тією чи іншою мірою спираються на ресурси підприємства, з одного боку, та досягнення з їхньою допомогою поставлених цілей, з іншого боку.

У внутрішній структурі підприємства виділяють такі функціональні області, як маркетинг, виробництво, працівників, менеджмент, фінанси, інформацію, які є складовими потенціалу підприємства. Досить розповсюдженим є умовний поділ потенціалу на об'єктні та суб'єктні складові (рис. 1) [5, 7].

Об'єктні складові – це сукупність ресурсів, які споживаються під час виробництва та відтворюються у процесі функціонування.

До об'єктних складових відноситься виробничий, інноваційний, інформаційний, інфраструктурний та фінансовий потенціал, а також потенціал відтворення.

Як бачимо, виробничий потенціал промислового підприємства – це складна, система, яка формується з множинних елементів, що перебувають у взаємозв'язку і взаємодії і виконують різні функції в процесі виготовлення продукції необхідної кількості та якості в терміни, визначені ринком. До виробничого потенціалу відносять основні виробничі фонди, промислово-виробничий персонал (робітників), сировину та матеріали [4].

Інноваційний потенціал може бути як стратегічного, так і поточного рівня. Поточний рівень

інноваційного потенціалу визначається наявними на підприємстві інноваційними ресурсами. Стратегічний рівень інноваційного потенціалу визначається перспективними можливостями підприємства стосовно розробки ним нового виду продукції [3].



Рис. 1. Складові конкурентного потенціалу підприємства

Фінансовий потенціал – можливість підприємства формувати власні та залучені фінансові ресурси підприємства.

Інвестиційний потенціал – здатність підприємства формувати власні і залучені інвестиційних ресурсів, які надаються для відновлення складових його потенціалу [6].

Потенціал відтворення – це процес постійного та безперервного оновлення складових потенціалу підприємства.

Інформаційний потенціал – це єдність організаційно-технічних та інформаційних можливостей, що ефективність прийняття управлінських рішень. Також інформаційний потенціал впливає на характер виробництва за допомогою збирання, нагромадження, обробки та поширення інформаційних ресурсів [7].

Інфраструктурний потенціал характеризує розташування підприємства з огляду на розвиток ринкової інфраструктури, наявність автомобільних шляхів, залізниць, морського транспорту, доступності енергоресурсів, сировини та інших факторів [5].

Суб'єктні складові є передумовою раціонального використання об'єктних складових. До суб'єктних складових належить управлінський потенціал, трудовий потенціал, маркетинговий потенціал, науково-технічний потенціал, потенціал організаційної структури управління.

Управлінський потенціал лежить у досягненні підприємством поставлених цілей при мінімальному використанні ресурсів та максимальному виробництві цільового продукту [1].

Важливою складовою, що має визначальний вплив на величину потенціалу, є кадрова з її головними компонентами: чисельністю та рівнем професіоналізму. Трудовий потенціал поділяється на потенціал робітників та працівників, які відносяться відповідно до об'єктивної та суб'єктивної складових підприємства.

Маркетинговий потенціал – це здатність підприємства систематизовано й планомірно спрямувати всі свої функції на задоволення потреб споживачів і використання потенційних ринків збуту [7].

Науково-технічний потенціал – здатність працівників підприємства здійснювати наукові дослідження та розробки, спрямовані на удосконалення виробничих і технологічних процесів, диференціацію видів продукції.

Організаційно-структурний потенціал – це загально корпоративний управлінський (формальний та неформальний) механізм функціонування підприємства, який втілює в собі рівень організації функціональних елементів системи та характер взаємозв'язків між ними [5].

Щоб оцінити потенціал підприємства потрібно проаналізувати його ринковий потенціал, виробничий потенціал та фінансовий потенціал на основі аналізу діяльності групи підприємств.

Суть ринкового потенціалу за Є.В. Поповим – це максимальна можливість використання підприємством всіх провідних напрацювань у сфері маркетингу. Ринковий потенціал підприємства також



містить потенціал матеріальних ресурсів, прибутковість та рівень фінансового результату підприємства.

Фінансовий потенціал підприємства містить потенціалу підприємства в частині фінансування витрат, потенціалу рентабельності інвестицій та рентабельності діяльності підприємства.

Виробничий потенціал містить такі основні показники як: обсяг основних фондів підприємства, чисельність персоналу та обсяг виробництва.

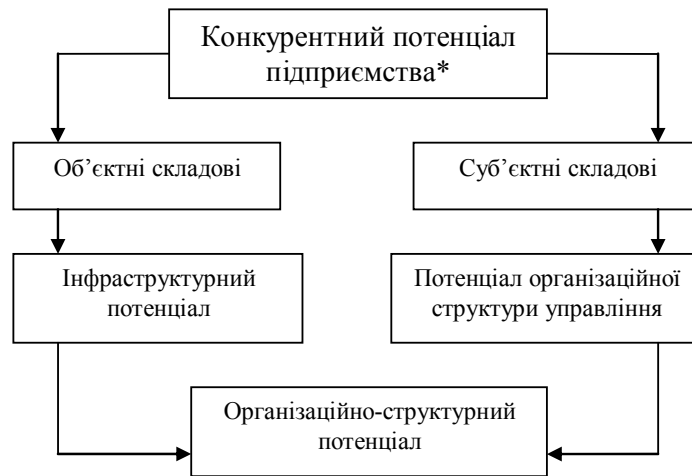


Рис. 2. Формування організаційно-структурного потенціалу промислових підприємств (\* запропоновано та складено автором на основі досліджень [1–7])

Оцінка потенціалу підприємства проводиться за допомогою аналізу його ринкового потенціалу, виробничого потенціалу та фінансового потенціалу.

Для оцінки виробничого потенціалу підприємства потрібно проаналізувати групу підприємств відповідної галузі. Даний аналіз відбувається у декілька етапів.

Перший етап – визначення рейтингу за обсягом ресурсів у групі підприємств.

$$P_q = \frac{Q_{о.ф.}}{\max Q_{о.ф.}} + \frac{Ч_{np}}{\max Ч_{np}}, \quad (1)$$

де  $Q_{о.ф.}$  – обсяг основних фондів підприємства,

$\max Q_{о.ф.}$  – максимальне значення основних фондів підприємства у групі підприємств,

$Ч_{np}$  – чисельність виробничого персоналу,

$\max Ч_{np}$  – максимальна чисельність персоналу підприємства у групі підприємств.

Другий етап – визначення рейтингу ресурсної складової даної групи за формулою:

$$P_{pc} = \frac{P_q}{\max P_q} \quad (2)$$

Третій етап – визначення рейтингу за результатом у своїй групі за формулою:

$$P_p = \frac{Q_s}{\max Q_s}, \quad (3)$$

де  $Q_s$  – обсяг виробництва,

$\max Q_s$  – максимальний обсяг виробництва підприємства у групі підприємств.

Четвертий етап – визначення відсотку використання виробничого потенціалу за формулою:

$$B_{en} = \frac{K_{ep}}{\max K_{ep}}, \quad (4)$$

де  $K_{ep}$  – коефіцієнт використання ресурсів.

Підрахунок відсотку використання виробничого потенціалу підприємства дає змогу визначити його місце у рейтингу даної групи підприємств.

**Висновки.** Формування та використання виробничого потенціалу в системі реструктуризації потребує насамперед оцінки даного потенціалу машинобудівного підприємства, яка дасть можливість для використання відповідних реструктуризаційних змін на підприємстві.

### Література

1. Ворсовський О.Л. Теоретико-методологічні основи потенціалу підприємства / О.Л. Ворсовський // Економіка та держава. – 2008. – № 8. – С. 42–44.
2. Управління потенціалом підприємства / [І.З. Должанський, Т.О. Загорна, О.О. Удалих, І.М. Герасименко, В.М. Ращупкіна]. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с.
3. Економіка підприємства / [М.Г. Грещак, В.М. Колот, А.П. Наливайко, С.Ф. Покропивний, В.М. Сай, С.М. Соболев, О.С. Федонін, Г.О. Швиданенко]. – К. : КНЕУ, 2005. – 528 с.
4. Гришко В.А. Формування та оцінювання інноваційного потенціалу машинобудівних підприємств / В.А. Гришко, О.Я. Колещук, Н.І. Крет // Вісник національного університету «Львівська політехніка». – 2009. – № 5 (640). – С. 47–55.
5. Іщук С. Концептуальні засади формування та розвитку виробничого потенціалу промислових підприємств / С. Іщук // Регіональна економіка. – 2005. – № 3. – С.48–56.
6. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / Краснокутська Н.С. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
7. Лапін Е.В. Оцінка економічного потенціала підприємства : [монографія] / Лапін Е.В. – Суми : ИТД «Університетська книга», 2004. – 360 с.
8. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. – К. : КНЕУ, 2004. – 316 с.

Надійшла 11.08.2011

УДК 650.18

Т. Т. НИЖНИК  
Хмельницький національний університет

## СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ ПОТЕНЦІАЛУ ВИРОБНИЧИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

*У статті розкрито значення потенціалу у функціонуванні виробничих економічних систем, визначено його складові елементи та роль потенціалу у підвищенні рівня їх конкурентоспроможності підприємств.*

*The importance of potential in the functioning of industrial economies has been determined. The elements and role of potential in increasing competitiveness of enterprises have been defined.*

*Ключові слова: конкурентоспроможність підприємств, потенціал, виробничі економічні системи.*

**Вступ.** Визначення складових потенціалу має велике значення у функціонуванні виробничих економічних систем, оскільки за допомогою об'єктивно встановленої оцінки потенціалу підприємства можливе визначення шляхів підвищення рівня його конкурентоспроможності підприємства.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Визначенням складових елементів потенціалу та його значущості у функціонуванні виробничих економічних систем займалась досить велика кількість вчених. Особливу увагу визначенню складових потенціалу приділяли вчені Ареф'єва О., Коренков О., Воронкова А., Генералова С., Лапін Є., Мартиненко М., Ігнат'єва І., Россоха В., Рябікіна Н. І., Федонін С., Репіна І. М., Чухрай Н., Патор Р.

Рябікіна Н. І., Федонін С. виділяли такі складові як виробничий, інноваційний, фінансовий, науково-технічний, управлінський, маркетинговий потенціали, потенціал відтворення та організаційної структури управління.

Генералова С. зазначала, що потенціал виробничих економічних систем включає в себе науково-технічний, трудовий, фінансово-економічний, організаційний, інформаційний, природно-ресурсний потенціали. Ареф'єва О., Коренков О. виділяли виробничий, фінансовий, кадровий, управлінський, маркетинговий.

Працюючи над проблемою визначення складових потенціалу Воронкова А. зазначала, що потенціал містить у собі наступні складові: виробничий, фінансовий, інноваційний, управлінський, маркетинговий, комунікаційний, мотиваційний, трудовий потенціали.

На думку Загорної Т. О. конкурентоспроможність потенціалу підприємства включає такі важливі елементи, як виробничий, фінансовий, управлінський та інші потенціали, конкурентоспроможність яких треба враховувати, визначаючи остаточний рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства

**Постановка завдання.** Формування й використання потенціалу виробничих економічних систем перебуває в прямій залежності від рівня його конкурентоспроможності на світовому ринку. Для ефективності його застосування необхідне визначення його складових елементів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Категорія «потенціал» походить від латинського слова *potencia* – сила, міцність та означає сукупність наявних засобів, можливостей у певній галузі. Ще починаючи з роботи С. Г. Струмліна, в науковій літературі досліджуються питання його сутності та складових елементів.

Потенціал вчені-економісти часто пов'язують з фінансовим, виробничим, економічним потенціалом. Виробничий потенціал, на думку Шершньової З. та Оборської С. – це система взаємопов'язаних ресурсів, відповідним чином організованих і спрямованих на досягнення поставлених цілей, які складають окремі виробничі та управлінські підсистеми підприємства [1].

Зведення окремих показників у синтетичні, інтегральні, а ще й коли вони якісно різномірні, або різноспрямовані може призвести до неадекватності такого показника. Таку точку зору відстоюють вчені Н.А.Хрущ, В. В. Лук'янова, А. К. Семенов, Г. М. Сорокін та багато інших.

На думку Ігнат'євої І.А. [2, с.88] «потенціал підприємства – це спроможність підприємства успішно функціонувати у зовнішньому середовищі», змінюючи свої показники з такою швидкістю та динамікою, як і зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі.

Лігоненко Л.О. у праці вказує, що виробничий потенціал представляє собою обсяг роботи у з'їстаних одиницях, який може бути виконаний впродовж певного періоду часу.

Складовими потенціалу підприємства на думку вчених Федоніна О. С., Репіної І. М. та інших, окрім капіталу, земельних ресурсів та природо-кліматичних умов є: управлінський потенціал (керівники, управлінський персонал, організаційна, маркетингова) та трудові ресурси (технологічний (робочий) персонал, управлінський допоміжний персонал). У такій класифікації, на наш погляд, допущені неточності щодо поділу персоналу на категорії, який не відповідає довіднику професій і категорій. Не зрозуміло яких фахівців відносити до управлінського допоміжного персоналу, адже віднесення має бути однозначним [3].

Багатомірність конкурентоспроможності підприємства може бути виправдана в результаті застосування двох підходів для оцінки її складових: ресурсного та функціонального. Тобто потенціал підприємства слід оцінювати за ресурсною і функціонально складовими. Відповідно до першого підходу стан підприємства можна оцінити виходячи з його ресурсних можливостей (ресурсів фінансових, майнових та складських; запасів сировинних ресурсів; транспортно-комунікаційних мереж; ресурсів соціальної інфраструктури – оздоровниці, медпункти, профілакторії, дитячі садки тощо), виробничо-технологічних (стан основних фондів, рівень їх зносу, наявність виробничих ліній, наявність обслуговуючих цехів – ремонтних, профілактичних, інструментальних) та продуктивно-трудова можливостей (наявність висококваліфікованої робочої сили; професійність, досвідченість кадрів).

Аналізуючи такі поняття як конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги слід зазначити, що рівень останніх визначається конкурентним потенціалом і без його належного рівня не може існувати. Не маючи певних конкурентних переваг, підприємство не може забезпечити собі певний рівень конкурентоспроможності. Конкурентні переваги можуть проявлятися у виробництві, фінансово-господарській діяльності, інноваційній, інвестиційній, кадровій, маркетинговій сферах підприємства. І оскільки виникають вони в різних сферах діяльності, а ці сфери мають вже попередньо створений потенціал, то його можна назвати інвестиційним, інноваційним, продуктивно-трудова, маркетинговим, товарним, виробничо-технологічним, експортним та ресурсно-вартісним потенціалом.

Таким чином, здійснюючи вплив на рівень формування того чи іншого потенціалу підприємство стає більш чи менш конкурентним, з більшою чи меншою конкурентоспроможністю. Тобто, дані поняття по-суті своїй комплексні, а значить керувати процесами підвищення рівня конкурентних переваг, конкурентоспроможності чи конкурентного потенціалу, це досить трудомісткий, відповідальний менеджмент, який в принципі має ґрунтуватись на системному аналізі та інноваційному менеджменті.

Конкурентний потенціал є передумовою збільшення рівня конкурентних переваг, а також конкурентного статусу. Ототожнення рівня конкурентоспроможності з рівнем маркетингової орієнтації недоцільно, оскільки маркетингоспроможність є лише однією із складових, і вона не враховує інші складові спроможності підприємства.

Конкурентоспроможний потенціал виробничих економічних систем на нашу думку має включати наступні складові: ресурсний потенціал, виробничий потенціал, трудовий потенціал, інвестиційний потенціал, маркетинговий потенціал, товарний потенціал, експортний потенціал.

На відміну від наукових підходів, викладених О. С. Федоніним, І. М. Репіною та О. І. Олексюком, які запропонували досить оригінальну класифікацію видів потенціалів, нами вони дещо змінені, як за класифікаційними ознаками, так і за групами та назвами потенціалів, а також показниками, що їх характеризують.

Конкурентний потенціал може характеризуватися за можливостями, за функціональними ознаками, за спектром врахованих можливостей, за мірою реалізації потенціалу.

Зокрема, за ресурсними можливостями потенціал поділяють на ресурсно-вартісний, виробничо-

технологічний. За функціональними ознаками його слід поділяти на: товарний, маркетинговий, інноваційний, інвестиційний, експортний. За спектром врахованих можливостей – зовнішньо системний, зовнішній (ринковий) потенціал. За мірою реалізації потенціалу він поділяється на фактичний(досягнутий, реалізований) потенціал та перспективний (вектор розвитку)[3].

Потенціал підприємства відображає поточний стан і майбутні можливості підприємства, і як агломерація відображає подальший його розвиток. Окремі дослідники в потенціал підприємства включають такі складові як: інноваційний, виробничий, фондový, нематеріальних активів, потенціал технологічного персоналу, фінансовий, інвестиційний потенціал.

Вчені часто виділяють суб'єктивні елементи потенціалу – науково-технічні, управлінські, організаційної структури управління, маркетинговий потенціал, логістичний потенціал. Існує поняття трудового потенціалу, як персоніфікованої робочої сили та інфраструктурний потенціал, як можливості структурних підрозділів досягати задоволення певних інтересів, а також інформаційний потенціал як єдність інформаційних можливостей у досягненні прибутковості підприємства.

У залежності від галузевої та ресурсної специфіки потенціал підприємства має певну структуру. У машинобудуванні найбільша частка у загальному потенціалі належить матеріально-технічним складовим та трудовим, менша частка належить маркетинговій складовій і ще менша частка належить організаційній складовій [4].

Формування потенціалу підприємства полягає у створенні та його структуризації, яка в найбільшій мірі дозволяє підприємству конкурувати в нинішніх умовах.

Модель формування потенціалу підприємства часто зведена в окремих випадках до включення таких складових як: маркетинговий, трудовий, фінансовий, інвестиційний, техніко-технологічний, потенціал нематеріальних активів та потенціал організаційної або управлінської складової. Звісно, що таке поєднання і розмежування окремих складових, на нашу думку, у деякій мірі є неприпустимим або малокоректним.

Виробничим економічним системам у більшій мірі притаманний виробничо-технологічний потенціал, а також продуктивно-трудова потенціал, оскільки вони створюють певну техніко-технологічну основу для більшості інших галузей національної економіки.

На нашу думку, конкурентний потенціал підприємства має характеризуватися сукупністю ресурсних можливостей, тобто: ресурсно-вартісного потенціалу, виробничо-технологічного потенціалу та продуктивно-трудова потенціалу, а також сукупністю функціональних ознак: товарного, маркетингового, інноваційного, інвестиційного та експортного видів потенціалів. Ресурсний потенціал включає групові показники як матеріальних, так і фінансових видів ресурсів. Товарний потенціал включає ціну, якість продукції, імідж марки товару тощо. Виробничо-технологічний включає потенціал основних виробничих фондів, технологічний потенціал. Інноваційний потенціал визначається з урахуванням ступеня оновлюваності продукції, технології, ступеня використання інформаційних технологій.

**Висновки.** Виходячи з аналізу існуючих підходів можемо визначити такі складові елементи потенціалу: за ресурсною складовою - ресурсно-вартісний, виробничо-технологічний, продуктивно-трудова; за функціональною складовою: товарний, маркетинговий, експортний, інноваційний, інвестиційний. Отже, рівень конкурентної переваги підприємства може визначатися його конкурентним потенціалом або конкурентоспроможністю, або конкурентним статусом. Головним або центральним все ж таки є, на нашу думку, конкурентний потенціал, який має об'єднувати складові: конкурентоспроможність, конкурентний статус та конкурентні переваги виробничих економічних систем.

### Література

1. Шершньова З. Стратегічне управління / З. Шершньова, С. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – 334 с.
2. Ігнат'єва І. А. Стратегічний менеджмент: теорія, методологія, практика : [монографія] / Ігнат'єва І. А. – К. : Знання України, 2005. – 250 с.
3. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / Федонін О. С., Рєпіна І. М., Олексюк О. І. – К. : КНЕУ, 2004. – 316 с.
4. Тєсл'юк Н. Стратегії підприємства по досягненню конкурентних переваг / Н. Тєсл'юк // Економіка. Фінанси. Право. – 2005. – № 11. – С. 17–20.

Надійшла 11.08.2011

## КОНЦЕПЦІЯ ІНТЕГРОВАНОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТОРГОВОЮ МАРКОЮ

*У статті досліджено сучасні методи позиціонування торгової марки та формування образу бренда. Розглядаються основні проблеми та стратегічні помилки, які виникають у процесі формування бренда. Для запобігання негативним наслідкам зазначених помилок запропоновано впровадження поняття інтегрованого позиціонування, яке є проміжним процесом між формуванням у свідомості споживачів позиції бренда і формуванням всього образу бренда.*

*In this article we investigate modern methods of brand mark positioning and brand image forming. We review the main problems and strategic mistakes which occur in the process of brand forming. To prevent negative consequences of foresaid mistakes we suggest to embed the meaning of integrated positioning which is an interim process between brand position forming in the minds of consumers and the forming of brand image in general.*

*Ключові слова: торгова марка; бренд; інтегроване позиціонування.*

**Вступ.** Сучасний рівень розвитку ринкових відносин в Україні передбачає, що запорукою успіху в конкурентній боротьбі стає стратегічно продумане просування торгової марки. Для українських підприємств у найближчі роки пріоритетною задачею стане створення і удосконалення власних торгових марок (брендів), що має на увазі широке практичне застосування концепції позиціонування торгової марки і теорії брендингу. Сьогодні наука і практика мають у своєму розпорядженні певні знання в цій області маркетингу, однак наявна сукупність знань вимагає належного осмислення і приведення в систему з метою створення методик розробки позиціонування торгової марки, які можна з успіхом реалізувати в практичній діяльності українських фірм.

Питанням управління стратегічним розвитком торгової марки присвячено багато наукових праць закордонних та вітчизняних фахівців. Акцент на важливості позиціонування торгових марок ставлять у своїх роботах такі відомі фахівці з маркетингу як Д. Аакер, Ф. Котлер, М. Портер, П. Дойль, Д. Джоббер, Г. Чармессон, Д. Майерс, П. Диксон та інші автори. Серед вітчизняних вчених дана проблема розглядається у працях В.Я. Кардаша, О.Ю. Єрмакова, О.Є. Кузьміна, О.Б. Наумова, О.О. Орлова, Р.Б. Тянь, Н.Г. Чумаченко, З.Є. Шершньової та інших авторів.

**Постановка завдання.** У закордонній маркетинговій літературі теорія позиціонування займає значне місце. Однак тема позиціонування в публікаціях, як правило, висвітлюється односторонньо: найчастіше позиціонування розглядається як обов'язковий елемент в успішному просуванні торгової марки. Разом з тим явно недостатньо робіт, що пропонують конкретні методики розробки позиціонування торгової марки, які можна застосувати в практичній роботі фахівців з маркетингу. Усе це визначило напрямок дослідження, за розумінням місця марочного позиціонування в структурі маркетингу, вивченням методів розробки позиціонування, вивченням трансляції позиціонування за допомогою комунікаційних каналів торгової марки з представниками цільової аудиторії, вивченням проблеми побудови системи образу бренда на основі сформованої у свідомості споживачів позиції торгової марки.

**Результати дослідження.** Аналізуючи підходи до опису можливих методів позиціонування торгової марки, можна зробити висновок, що сукупність усіх методів позиціонування торгової марки припускає можливість їх класифікації і систематизації. Можливості для позиціонування торгової марки можна шукати лише в трьох складових ринкових взаємин (виробник, товар і споживач), тому торгова марка може виступати в трьох якостях [2, 3, 5]:

- «торгова марка як виробник». У цьому випадку розуміється ситуація, коли споживачі міцно пов'язують торгову марку з підприємством, що виробляє відповідний товар;
- «торгова марка як товар». У цьому випадку розуміється ситуація, коли споживачі не знають виробника і пов'язують торгову марку тільки з відповідним товаром або послугою;
- «торгова марка для сегмента споживачів». У цьому випадку розуміється ситуація, коли частина споживачів вважає, що торгова марка розроблена спеціально для них на основі територіального проживання, способу життя, характерної риси сегмента споживачів, авторитетної думки в їхньому середовищі і так далі.

На основі проведеного дослідження методи позиціонування торгової марки можна класифікувати, розподіливши їх по сімох групах, у залежності від загальних ознак позиціонування [4]:

- по товарній категорії. У цій групі методи нерозривно пов'язані з поняттям «товарна категорія»;
- по положенню в товарній категорії. Методи цієї групи характеризуються положенням марки усередині товарної категорії;
- на основі ціни. У цій групі методи позиціонування торгової марки ґрунтуються на ціновій політиці підприємства, що виробляє товар, і ціновому позиціонування торгової марки;
- на основі структурної особливості. Група методів, що ґрунтуються на структурних характеристиках підприємства, на структурних характеристиках товару і на структурних характеристиках

сегмента споживачів;

– на основі функціональної особливості. Методи позиціонування цієї групи ґрунтуються на характеристиках діяльності підприємства, на функціональному використанні товару і на функціональних характеристиках сегмента споживачів;

– на основі емоційної особливості. У цій групі методи позиціонування ґрунтуються на емоційних характеристиках підприємства, на пов'язаних зі споживанням товару емоційних цінностях і вигодах самовираження та на емоційних характеристиках сегмента споживачів;

– на основі історичної особливості. Методи позиціонування цієї групи ґрунтуються на тому факті, що кожна торгова марка живе своїм життям, у кожній марці є своя історія, на основі якої можна робити твердження, що асоціативно викликають відчуття якості товару, емоційної причетності до історії або підтверджуючі раціональну вигоду споживання.

Розглянемо систему методів позиціонування «Виробник-Товар-Споживач» («В-Т-С») на прикладі групи «позиціонування торгової марки на основі структурної особливості» [4].

Коли процес розробки бажаної позиції торгової марки у свідомості споживачів є наслідком самої ідеї бізнесу, наслідком стратегічної поведінки хлібопекарського підприємства на ринку або наслідком унікальності конкурентної переваги товару, то, як правило, цей процес передбачає єдино можливий варіант позиціонування. Найбільш важким із практичної точки зору є пошук позиціонування торгової марки у випадку, коли товар уже запущений у виробництво, що особливо характерно для просування українських торгових марок. У цій ситуації можна скористатися трьома алгоритмами розробки марочного позиціонування.

«Системний алгоритм» ґрунтується на тому факті, що для багатьох товарів і послуг існує можливість застосування майже всіх методів позиціонування системи «В-Т-С». Перелічимо етапи розробки позиціонування торгової марки за допомогою цього алгоритму. На 1-у етапі розглядаються всі методи позиціонування системи «В-Т-С» і оцінюється можливість їхнього використання для визначення позиціонуваної ідеї просування торгової марки. На 2-у етапі на основі можливих для використання методів позиціонування формулюються варіанти позиціонування торгової марки. На 3-у етапі визначаються «вільні» марочні позиції на підставі попередньо проведеного конкурентного аналізу. На 4-у етапі відбувається оцінка обороноспроможності позицій торгових марок конкурентів і можливості зайняти позицію однієї з них. На 5-у етапі серед варіантів, що залишилися, визначаються ті, котрі входять у доказову базу більш «сильного» позиціонування. На 6-у етапі здійснюється перевірка варіантів позиціонування торгової марки на відповідність необхідним вимогам до розробки позиціонування. На 7-у (завершальному) етапі здійснюється остаточний вибір позиціонування торгової марки з декількох можливих варіантів, що відбувається з використанням комплексу критеріїв оцінки конкурентоспроможності позиціонування.

«Алгоритм напрямків» розробки позиціонування торгової марки ґрунтується на використанні структурності системи методів позиціонування «В-Т-С», що дозволяє розроблювачам позиціонування визначити точний напрямок пошуку позиціонуючих ідей. Етапи цього алгоритму розглянуті на прикладі використання методу позиціонування «володіння атрибутом». На 1-му етапі визначається сегмент ринку. На 2-у етапі визначаються атрибути «якісного товару». На 3-у етапі ранжуються виявлені атрибути «якісного товару». На 4-у етапі визначаються атрибути «якісного товару», що є характеристиками всієї товарної категорії, тобто атрибутів, за допомогою яких неможливо позиціонувати торгову марку. На 5-у етапі визначаються атрибути «якісного товару», що не використовують конкуренти для позиціонування своїх торгових марок. На 6-му етапі оцінюється обороноспроможність марочних позицій конкурентних торгових марок. На 7-у етапі серед атрибутів «якісного товару», що залишилися, визначаються характеристики, що входять у доказову базу більш «сильного» атрибута. На 8-у етапі на основі атрибутів «якісного товару», що залишилися, формулюються марочні позиції. На 9-у етапі варіантів бажаної позиції торгової марки перевіряються на відповідність необхідним вимогам до розробки позиціонування. На 10-у (завершальному) етапі відбувається остаточний вибір бажаної марочної позиції серед декількох можливих варіантів на основі комплексу критеріїв оцінки конкурентоспроможності позиціонування.

«Алгоритм стереотипів» припускає первісне визначення стереотипів обраного сегмента споживачів з наступною розробкою за допомогою цих стереотипів позиціонування торгової марки. Етапи розробки цього алгоритму відповідають етапам «системного алгоритму» за винятком першого етапу, на якому замість визначення можливості використання методів позиціонування системи «В-Т-С» відбувається пошук методів, за допомогою яких можна розробити марочне позиціонування, засноване на одному з виявлених стереотипів.

Процес просування торгової марки має на увазі визначений ланцюг подій (рис. 1).

1. Нова торгова марка виходить на ринок (точка «А»).
2. Споживачі запам'ятовують марку і розуміють перевагу її споживання, формується бажана марочна позиція (точка «Б»).
3. Починає складатися «вагома» група лояльних споживачів торгової марки (точка «В»).
4. У свідомості споживачів формується бажаний образ брэнда, торгова марка переходить у ранг брэнда (точка «Г»).

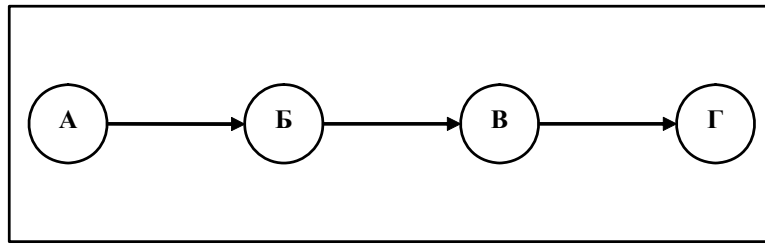


Рис. 1. Поетапний процес розвитку торгової марки

Д.А. Аакер, розглядаючи процес формування образу бренду, виділяє чотири стратегічні помилки [1]:

а) образ бренду замінюється його іміджем, що породжує неконтрольовану розроблювачем бренду поведінку споживачів;

б) підхід до розробки образу бренду тільки з зовнішньої його сторони, що веде до нерозуміння співробітниками організації бачення бренду;

в) фіксація на властивостях товару, що веде до помилкового припущення, що властивості товару є єдиною значимою основою для купівельних рішень і конкурентної динаміки;

г) пошук образу бренду стає пошуком його позиції, що веде до того, що інші значимі для споживачів марочні асоціації не розглядаються.

Крім описаних помилок нами виявлені стратегічні помилки, пов'язані з процесом наповнення образу бренду у свідомості споживачів. Система образу бренду складається з деякої кількості елементів, кожний з яких вимагає його повідомлення до споживачів бренду. Однак одночасна трансляція всіх елементів часто буває утруднена через поточну неприйнятність реалізації по трудовитратам і грошовим витратам, з чого випливає поетапна трансляція елементів системи образу бренду. Оскільки позиціонування є першим елементом, який необхідно донести до споживачів, то трансляція наступних елементів може привести до помилки в реальному образі бренду (одночасна трансляція декількох суперечних один одному вигід використання товару, у результаті чого у споживачів створюється плутане представлення про торгову марку). Наступна помилка – неправильна черговість трансляції елементів системи образу бренду. Для полегшення формування образу бренду у свідомості споживачів необхідно, щоб кожен наступний трансляований елемент системи образу бренду легко пов'язувався у свідомості споживачів із уже наявними елементами. А у випадку трансляції наступних за позиціонуванням елементів можливі ситуації «сумнівного позиціонування» (заява про переваги, у які споживачі ніколи не повірять) або «непорядного позиціонування» (створення у споживачів занадто перебільшеного представлення про переваги торгової марки). Третя помилка – відсутність цілісності образу бренду на визначеному етапі його формування. На кожному етапі наповнення система образу бренду повинна мати цілісність з погляду потенційних лояльних споживачів. Однак з цілісності усієї формованої системи образу бренду не випливає цілісність проміжного набору елементів системи образу бренду.

Щоб уникнути описаних стратегічних помилок, необхідно в процесі наповнення образу бренду марочними асоціаціями виділити проміжний процес між формуванням у свідомості споживачів позиції бренду і формуванням всього образу бренду. Для цього вводиться нове поняття «інтегроване позиціонування», а під проміжним процесом розуміється формування інтегрованого позиціонування торгової марки (перехід від точки «Б» до точки «В») (рис. 2).

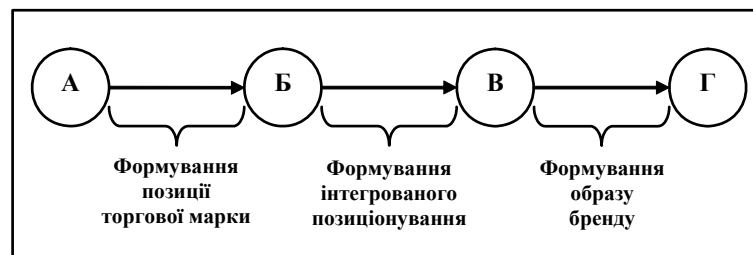


Рис. 2. Три етапи процесу розвитку торгової марки

Інтегроване позиціонування – це всеосяжна реалізація позиціонування з метою створення у свідомості споживачів цілісного комплексу марочних асоціацій, що підтверджують бажану позицію торгової марки. Цьому комплексу відповідає система інтегрованого позиціонування, елементами якої є прямі докази позиції і марочних асоціацій, що підтверджують позицію торгової марки. Марочні асоціації, що є елементами системи інтегрованого позиціонування, забезпечують створення багатомірної системи інтегрованого позиціонування і додають цій системі структурну закінченість.

Реалізація інтегрованого позиціонування має ряд важливих переваг. Основні переваги:

- у свідомості споживачів складається велика доказова база позиціонування, що підсилює вплив на них марочної позиції і сприяє створенню «вагомої» групи лояльних споживачів;
- споживачам легше сприймати наступні трансльовані елементи системи образу брэнда;
- дозволяє уникнути більшої частини раніше відомих і всіх знову визначених стратегічних помилок формування образу брэнда.

**Висновки.** Процес формування образу брэнда є багаторівневим та досить складним, що призводить під час його реалізації до стратегічних помилок, які у довгостроковій перспективі можуть мати суттєві негативні наслідки для торгової марки та її власників. Для того, щоб уникнути зазначених помилок вводиться поняття інтегрованого позиціонування. Система інтегрованого позиціонування є перехідною стадією від одномірної структури позиціонування торгової марки до багатомірної структури системи образу брэнда. Якщо марочна позиція є основою для формування інтегрованого позиціонування торгової марки, то інтегроване позиціонування є фундаментом і «стратегічним каркасом» формування образу брэнда.

### Література

1. Барта Р. Рекламный менеджмент / Барта Р., Майерс Д., Аакер Д. ; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 2000. – 784 с.
2. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика / Дойль П. – СПб. : Изд. «Питер», 1999. – 560 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Котлер Ф. ; [пер. с англ. В. Б. Боброва]. – М. : Изд-во "Прогресс", 1991. – 657 с.
4. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран / Портер М. ; [пер. с англ. И. В. Квасюка и др.]. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
5. Чармессон Г. Торговая марка: как создать имя, которое принесет миллионы / Чармессон Г. – СПб. : Питер, 1999. – 224 с.

Надійшла 16.08.2011

УДК 65.014.018:330.341.1

А. А. ГУРІНА, М. О. МАКСИМЕНКО, Н. М. КРАУС  
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

## УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА МІКРОРІВНІ З ВРАХУВАННЯМ ІННОВАЦІЙ

*У статті розглянуто проблему управління нововведеннями на промислових підприємствах. Аналіз факторів, що впливають на ефективність розробки і впровадження нововведень, дозволив визначити концептуальні основи підвищення якості й оперативності науково-технічних розробок. Розглянутий механізм управління якістю продукції/послуг.*

*In the article the problem of management innovations at the industrial enterprises is considered. The analysis of the factors which influence on efficiency of development and innovations introduction allowed to define conceptual bases of upgrading and operationability of scientific and technical developments. The mechanism of quality of goods/services management is considered.*

*Ключові слова: інновації, управління, якість, управління якістю, інноваційна діяльність, нововведення, промислові підприємства.*

**Вступ.** В умовах переходу до ринку успіх кожного конкретного товаровиробника оцінюється за рівнем ефективності виробництва, обумовленої, в першу чергу, ступенем задоволення потреб суспільства з найменшими витратами. При цьому в даний час визначальною характеристикою, яка формує суспільні потреби, стає якість продукції. Це пов'язано з тим, що якість продукції в умовах конкуренції є головним стимулом придбання продукції, одним з факторів її конкурентоспроможності.

Стан справ в області управління якістю для підприємств України не можна визначити як задовільний. Розвиток експортних відносин показав, що продукція вітчизняних підприємств є неконкурентоспроможною на світовому ринку саме за якістю. У цьому зв'язку набуває особливого значення проблема розробки та впровадження дійових методів управління забезпечення якості продукції.

Універсальність проблеми якості загально визнана економічною наукою. Дана проблема набуває нової, особливої актуальності в Україні із поглибленням ринкових відносин і загостренням конкуренції. Саме тому існує необхідність постійного вдосконалення методів забезпечення та управління якістю як універсальної економіко-організаційної категорії, як відомо з [1. с. 1].

До фундаментальних праць в галузі економіки і управління якістю належать роботи таких вчених, як Й.Шумпетер, П.Дракер, А.Маршал, А.Чендлер, А.Пенроуз та інших. Загально визнаними для формування загальної моделі менеджменту якості стали праці таких зарубіжних вчених, як М.Бест, Е.Демінг, Д.Джуран, Ф.Кросбі, О.Уільямсон, А. Робертсон, А.Фейгенбаум, І. Каору, М.Мінору, І.Муто, Г.Тагучі, Ш.Шінгу та



інших. Значний внесок в розвиток теорії управління якістю належить вітчизняним вченим, таким як А. Глічев, В. Панов, Г. Азгальдов, В. Версан, Ю. Адлер, Р. Бичківський, П. Каліта, М. Шаповал, Ю. Адлер, Ю. Койфман, О. Орлов, Н. Тарнавська, М. Шаповал, О. Поляков, С. Решміділова, М. Чередниченко, М. Чумаченко та ін.

Однак цілий ряд проблемних питань й досі або практично не розглядаються в науковій літературі, або ж визнані як загальні без їх остаточного наукового розв'язання.

На сьогоднішній день практично відсутні наукові дослідження нових організаційних та ринкових інститутів управління якістю на постприватизаційному етапі розвитку вітчизняних підприємств, моделі організаційно-економічної ефективності забезпечення якості, що дозволило б удосконалити процеси управління якістю в плані досягнення максималізації конкурентоспроможності підприємництва. В економічній теорії і практиці менеджменту залишаються недостатньо повно вирішеними питання впливу якості на ефективність підприємств передусім з позицій їх функціонування як організаційних структур. Актуальність обумовлена тим, що на практиці управління здійснювалося в наукових дослідженнях лише на поодиноких підприємствах і досі не отримав істотного практичного поширення. Звідси сучасна теорія якості не дає вичерпної відповіді на низку достатньо важливих питань, необхідних для економічного оцінювання ефективності даного управлінського процесу.

**Постанова завдання.** Використовуючи теоретичні положення і практичні рекомендації дослідників, метою статті є розробка теоретичних положень і практичних рекомендацій, спрямованих на удосконалення процесу управління та забезпечення якості на промислових підприємствах України. З'ясувати сучасні проблеми управління якістю на промислових підприємствах та аналіз факторів, що впливають на ефективність розробки і впровадження нововведень. При дослідженні проблеми ставиться завдання виокремлення основних підходів щодо управління якістю та з'ясування її суті з врахуванням власних поглядів та застосуванням нововведень.

**Результати.** Поняття якості у широкому розумінні є універсальною філософською категорією, яка охоплює як явища зовнішнього світу, так свідомість людини. Вважається, що першим проаналізував категорію якості давньогрецький філософ і вчений Арістотель (384-322 до р. х.). Він визначив її як «видову відмінність» однієї сутності від іншої, що належить до того ж виду. Арістотель вказує на мінливість якості як зміну стану речей, їх здатність перетворюватись у свою протилежність (справне-пошкоджене, корисне-шкідливе). Для відповіді на питання "Що таке якість" звернемося до думки найбільших фахівців в області якості, які внесли у ХХ столітті найбільший внесок у розвиток менеджменту якості, що розглянуто у [2, с. 238].

Ф. Кросбі вважав, що слово "якість" застосовують, щоб показати відносну значимість речей. Усе це причина для визначення якості як відповідності вимогам, якщо ми хочемо керувати ним ...".

Е. Демінг вважає, що "проблема з визначенням якості полягає в перекладі властивостей, необхідних споживачу, у вимірювані характеристики, щоб продукція могла бути спроектована, вироблена і надана споживачеві за таку ціну, яку він готовий заплатити. Тому якість може бути визначене тільки в термінах конкретної особи".

На думку А. Фейгенбаума: "Якість визначає споживач, а не інженери, служба маркетингу або вище керівництво. Якість продукції та послуги можна визначити так: це загальна сукупність характеристик продукції та послуги, що відносяться до маркетингу, розробки, виробництва і технічного обслуговування, за допомогою яких продукція і послуга при своєму використанні задовольнить очікування споживача".

Згідно з сучасною термінологією, регламентованою міжнародними стандартами в галузі менеджменту якості, якість - це сукупність характеристик об'єкта, які дозволяють задовольняти існуючі і можливі потреби споживача.

На основі аналізу розвитку теорії економіки якості виявлено існування різних підходів та принципів щодо розв'язання проблем забезпечення і підтримання якості, що значною мірою обумовлено культурними особливостями та досвідом управління в різних країнах. Все це підкреслює необхідність наукових пошуків у напрямку виявлення основних функціональних факторів ефективності систем управління якістю на вітчизняних промислових підприємствах, адаптації світового досвіду, розроблення перспективних моделей управління якістю в Україні, як відомо з [1, с. 5].

Зараз весь світ працює над проблемою забезпечення якості. Методичною її основою є так звана "петля якості", яка показана на рис. 1.

Забезпечення якості продукції складається із процедур забезпечення якості на кожній стадії життєвого циклу продукції. Забезпечення якості маркетингу ґрунтується на тому, що маркетинг повинен:

1. Створити систему пошуку, обробки і аналізу інформації про вимоги, пропонованих зовнішнім середовищем (споживачами, суспільством) до продукції і організації. Основними показниками якості маркетингової інформації при цьому повинні виступати її повнота, вірогідність і актуальність.

2. Установити наявність поточної або перспективної потреби, засобом якого може стати конкретний товар (послуга), і сформулювати вимоги споживачів.

Основою для виконання наступного етапу життєвого циклу продукції може служити загальний опис продукції, що включає наступні аспекти: параметри експлуатації (умови використання, надійність і т.д.);

споживчі переваги відносно дизайну і органолептичних характеристик продукції; вимоги до впакування; процедури забезпечення якості продукції в процесі експлуатації; існуючі законодавчі обмеження і стандарти.

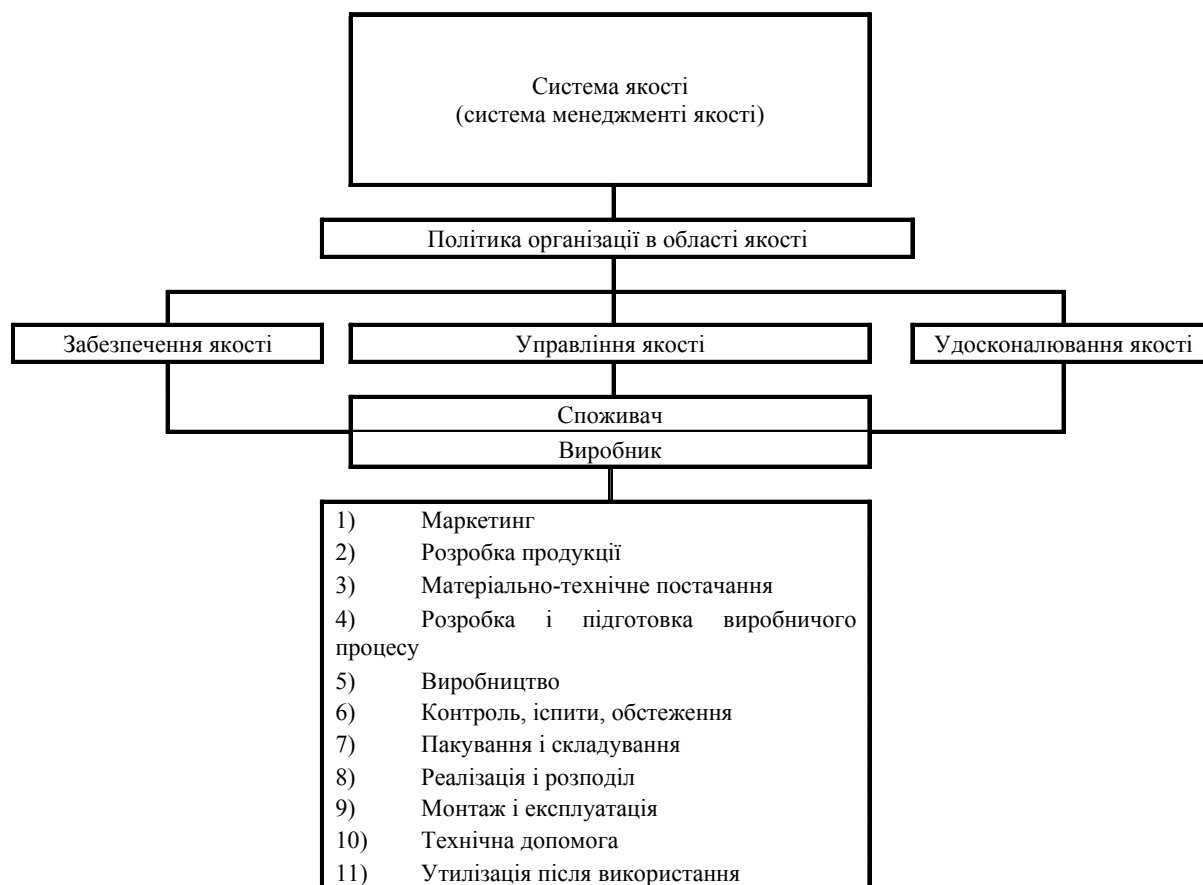


Рис. 1. "Петля якості" у системі менеджменту якості

Рівень якості робіт забезпечується за допомогою: розробки системи документованих процедур по зборі, обробці і аналізу даних; планування робіт з періодичним переглядом планів і їхнім коректуванням (якщо буде потреба); доручення виконання робіт кваліфікованому персоналу, що має у своєму розпорядженні необхідні засоби.

Якість проектування забезпечується шляхом: розробки і реалізації програми проектування, що включає контрольні крапки оцінки проекту на кожному етапі програми. Результати оцінки і аналізу підлягають реєстрації і відбиттю в технічних умовах і кресленнях; залучення до аналізу проекту представників різних підрозділів організації.

Якість постачання забезпечується наступними заходами:

1. Розробкою і реалізацією програми поставок.
2. Процедурами врегулювання спірних питань, що ставляться до якості поставок.
3. Організацією робіт із прийому, зберігання, видачі, а також із забезпечення схоронності матеріалів.

Якість виробництва забезпечується наступними заходами:

- плануванням виробничих операцій, докладно описаних у робочих інструкціях;
- технічним контролем виробничих процесів;
- створенням умов, що виключають можливість ушкодження матеріалів, напівфабрикатів і продукції в ході виробництва;
- перевіркою, калібруванням і випробуваннями встаткування, інструментів і оснащення.

Посилення конкуренції у вітчизняній сфері послуг вимагає від підприємств, які працюють у ній, впровадження сучасних методів і прийомів, що дозволяють забезпечити адекватне задоволення потреб людини, соціальних груп і суспільства в цілому з урахуванням раціонального використання наявних ресурсів, що розглянуто у [3, с. 163]. Слід розуміти, що для досягнення успіху підприємство повинно задовольняти споживача, а для цього необхідно постійно розвиватися та вдосконалюватися, тобто реалізувати на практиці основні ідеї сучасної концепції менеджменту якості. Сучасні методи менеджменту якості відрізняються соціальною спрямованістю у широкому розумінні. Вони були сформульовані на базі

розглянутих традиційних методів, але відрізняє їх, в першу чергу те, що усі вони повинні застосовуватись у комплексі з існуючими управлінськими, технічними, організаційними методами, на відміну від застосування послідовного набору спеціальних класичних методів.

Нині більшість українських підприємств усвідомила, що необхідні інноваційні, принципово нові методи управління персоналом та організацією в цілому, впровадження інноваційних проектів у виробництво. Це обумовлено головним чином розумінням позитивної ролі інновацій для виходу України зі складної економічної ситуації, як відомо з [4, с. 55].

Виходячи із пріоритету стійкого функціонування промислового виробництва в нестабільному ринковому середовищі, необхідно створити відповідний ринковий механізм забезпечення на підприємстві інноваційних процесів, що розглянуто у [5, с. 83]. Інновації необхідні в організаційній, виробничій, фінансовій, науковій сферах, оскільки саме в комплексі вони приносять найефективніший результат. На сучасному етапі загострюється конкуренція і підвищуються вимоги споживачів, тому постійні нововведення можуть стати одним із факторів отримання конкурентних переваг. Як переконує світова та українська практика, вміле використання всього потенціалу підприємства, раціональна організація та управління ним мають вирішальну роль, особливо в кризових умовах. Пошук ефективних організаційних форм управління нововведеннями, створення механізму інтеграції та координації діяльності в процесі розробки й впровадження нововведень вимагають підвищення уваги до інноваційного менеджменту як сукупності організаційно-економічних методів та форм управління у різних ланках і насамперед на рівні первинної ланки – підприємства, відомо з [6, с. 163].

Для ефективного функціонування організація (підприємство) повинна визначити й управляти численними пов'язаними видами діяльності. Діяльність, яка використовує ресурси і управляється з метою перетворення вхідних даних у вихідні дані, може розглядатися як процес. Застосування системи процесів у рамках організації (підприємства) спільно з визначенням і взаємодією цих процесів і керування ними можуть бути визначені як "процесний підхід". Перевагою процесного підходу полягає в оперативному управлінні, а також їх комбінуванні та взаємодії необхідної для збільшення задоволеності споживача шляхом виконання його вимог при розробці, впровадженні та вдосконаленні ефективності систем менеджменту якості, відомо з [7, с. 220]. Тому, система управління якістю, перш за все, передбачає сукупність елементів в що взаємопов'язані, взаємообумовлені і взаємодіють між собою та визначають цілісність, єдність, кожна з її складових не може існувати та функціонувати окремо, розглянуто у [8, с.51].

Певна кількість продукції кращої якості (вищого технічного рівня) здатна повніше задовольнити суспільні потреби, ніж та ж або навіть більша кількість гіршого гатунку. Це означає, що підвищення якості (технічного рівня) продукції у кінцевому підсумку еквівалентне збільшенню її виробництва з меншими загальними витратами суспільної праці. Неухильне зростання ефективності виробництва на кожному підприємстві за рахунок якісних чинників передбачає чітке визначення і комплексне використання усіх можливих шляхів поліпшення якості виробів. Останні за своїм змістом та цілеспрямованістю можна об'єднати у три взаємопов'язані групи: технічні, організаційні і соціально-економічні, які показані на рисунку 2.

Серед технічних шляхів (заходів) підвищення якості продукції визначальне місце належить постійному удосконаленню проектування, техніко-технологічної бази підприємства. Це зумовлюється тим, що належне підґрунтя технічного рівня і якості виробів формується у процесі їх проектування. Саме у цьому циклі здійснюється комплекс лабораторно-дослідних і конструкторських робіт, спрямованих на забезпечення необхідних (бажаних) техніко-економічних параметрів зразків продукції. Про вирішальне значення стадії проектування для досягнення рівня якості у відповідності з вимогами ринку свідчить хоча б той факт, що понад 50% відмов технічних пристроїв спричинюється дефектами, допущеними при проектуванні виробів. Досягнення запроєктованого рівня якості будь-якої продукції можливе лише за умови високої технічної оснащеності виробництва, застосування найновішої технології, суворого дотримання технологічної дисципліни.

До важливих і ефективних шляхів цілеспрямованого підвищення якості продукції, її конкурентоспроможності на світовому і національному ринках небезпідставно відносять поліпшення стандартизації як головного інструменту фіксації і забезпечення заданого рівня якості. Адже саме стандарти і технічні умови відображають сучасні вимоги споживачів щодо технічного рівня та інших якісних характеристик виробів, тенденції розвитку науки і техніки.

Ринкові умови господарювання передбачають активне і широке використання організаційних чинників підвищення якості продукції на усіх підприємствах. До таких чинників відносяться: запровадження сучасних форм і методів організації виробництва та управління ним, які уможливають ефективне застосування високоточної техніки і прогресивної (бездефектної) технології; удосконалення методів технічного контролю і розвиток масового самоконтролю на усіх стадіях виготовлення продукції; розширення прямих господарських зв'язків між продуцентами і споживачами продукції; вивчення і запровадження позитивного досвіду, накопиченого зарубіжними і вітчизняними підприємствами у галузі проектування і виготовлення високоякісних виробів тощо.

Нагальною потребою є розробка і використання різноманітних форм і методів дійового соціально-

економічного впливу на всю низку процесів формування і забезпечення виробництва високоякісної і конкурентоспроможної продукції. Формами і методами економічного впливу на ці процеси є перш за все узгоджена система прогнозування і планування якості продукції, встановлення прийнятних для продуцентів і споживачів цін на окремі види товарів, достатньо потужна мотивація праці усіх категорій працівників підприємства, а соціального – всебічна активізація людського чинника, проведення правильної кадрової політики, створення належних умов праці та життєдіяльності.

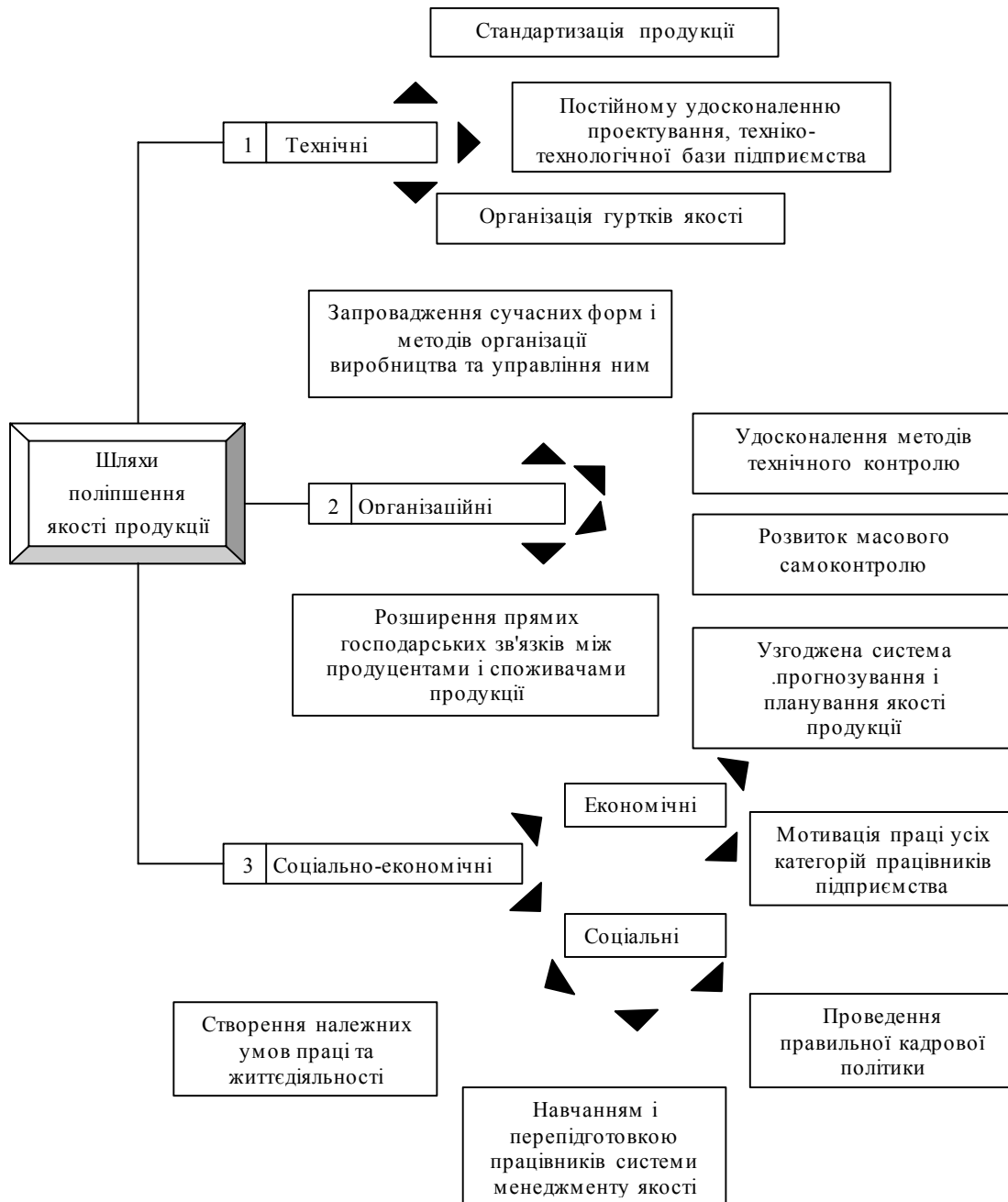


Рис.2. Шляхи поліпшення якості продукції

**Висновок.** Результатом ефективності системи якості є зниження витрат на якість, а визначені переваги впровадження концепції якості на підприємствах можуть бути використані в дослідженнях, що виконуються з метою діагностики якості послуг. Отже, очевидно, що запропоновані напрями розвитку системи управління якістю забезпечать переваги перед конкурентами в питаннях якості. Вважають, що впровадження запропонованих дій дозволить промисловим підприємствам бути дійсно ефективними та успішними, адже згідно з принципами якості успішними вважаються не ті підприємства, які просто виробляють продукцію відповідно до стандартів або вимог споживачів, а ті, які забезпечують високий рівень задоволеності споживачів, власного персоналу, взаємодії з постачальниками, допомагають у розв'язанні проблем суспільства і досягають при цьому високих фінансових результатів.

## Література

1. Ткачук Л. М. Економіко-організаційні фактори забезпечення якості на промислових підприємствах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Л. М.Ткачук. – Хмельницький, 2010. – 17 с.
2. Управление качеством : учебное пособие / [Д. П. Лойко, О. В. Вотчениковой, А. П. Удовиченко, М. А. Котляр]. – 2-е изд. – Л. : Магнолия, 2010. – С. 237–240.
3. Горюнова К. А. Особливості впровадження концепції управління якістю на підприємствах сфери послуг / К. А. Горюнова // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2011. – № 2. – С. 163–167.
4. Сільченко І. А. Методи управління нововведеннями на промислових підприємствах / І. А. Сільченко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2011. – № 1(5). – С. 54–57.
5. Писаренко Б. А. Управління інноваційним розвитком підприємств / Б. А. Писаренко, Н. Б. Проценко // Вісник економічної науки України. – Житомир, 2010. – № 1. – С. 81–85.
6. Пожуєва Т. О. Інноваційна стратегія підприємства в сучасних умовах / Т. О. Пожуєва // Вісник економічної науки України. – Запоріжжя, 2010. – № 1. – С. 163–167.
7. Аكوпова В. Г. Системний підхід як методологічна основа організаційно-економічного механізму управління якістю послуг/продукції / В. Г. Аكوпова // Вісник ЖДТУ. – 2010. – № 3 (53). – С. 220–222.
8. Пархоменко В. М. Підходи до організації системи управління якістю: обліковий вимір / В. М. Пархоменко // Вісник ЖДТУ. – 2010. – № 2 (52). – С. 51–56.

Надійшла 17.08.2011

УДК 338.4

О. Ю. ШУМЕЙКО

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

## ОБҐРУНТУВАННЯ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

*У статті на базі статистичних даних досліджено процеси розвитку зерновиробництва в Полтавській обл. Прослідковано зв'язок витрат на 1 га з урожайністю зернових культур. Визначені основні напрямки інтенсифікації виробництва зернових культур у Полтавській області.*

*In article on the basis of the statistical data developments grain production in Poltava region are investigated. Communication of expenses for 1 hectare with productivity of grain crops is tracked. Certain basic directions of an intensification grain crops production in Poltava region.*

*Ключові слова: розвиток аграрних підприємств, ефективність виробництва зернових культур, інтенсифікація зерновиробництва.*

**Вступ.** Зерновиробництво – одна із стратегічних галузей агропромислового комплексу України, оскільки зерно і продукти його переробки – життєво необхідні види продукції, від яких в значній мірі залежить добробут громадян, економічний, соціальний та політичний клімат суспільства, внутрішнє й зовнішнє становище держави, ступень її участі в міжнародному співробітництві. Полтавська область завжди займала лідируючі позиції щодо валового збору зерна та зернобобових у країні, однак дослідження ефективності діяльності окремих зерновиробників та галузі в цілому свідчить про значне відставання від західноєвропейського рівня. У сучасних умовах серед багатьох проблем аграрної економіки як на національному так і на регіональному рівні перше місце посідає проблема розвитку підприємств на основі всебічної інтенсифікації виробництва і тому є актуальною для дослідження. Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що у вітчизняній науці і практиці цей напрям розглядається багатьма науковцями, зокрема, В.Г. Андрійчуком, О.А. Бугуцьким, М.Ю. Коденською, В.О. Компанієм, Ї.Г. Кушніром, П.М. Макаренком, І.Г. Миколенко, С.В. Мочерним, О.П. Шевченко, А.Т. Опредо, І.В. Поповича, П.Т. Саблука, А.М. Стельмашука, О.М. Шпичака, Г.В. Черевка, О.П. Червінської та ін. Однак багато аспектів означеного питання ще являються недостатньо дослідженими і не знайшли свого практичного вирішення.

**Постановка завдання.** Підвищення рівня інтенсифікації виробництва зерна є важливішим завданням, від вирішення якого на державному та на регіональному рівні залежить забезпечення успішного розвитку агропромислового комплексу та подолання кризового стану в країні. Метою цієї статті є дослідження тенденції у процесах нарощування обсягів зерновиробництва у Полтавському регіоні та визначення шляхів підвищення його ефективності.

**Результати дослідження.** Економічне зростання та інтенсифікація зерновиробництва як невід'ємні складові сучасної економіки сільського господарства, тісно пов'язані між собою. Змістом економічного зростання є забезпечення стабільності і нарощування обсягів виробництва високоякісної продукції з одночасним підвищенням його ефективності. Збільшення кінцевого продукту і доходу можна одержати шляхом або залучення більшого обсягу виробничих ресурсів, або продуктивнішого їх використання. Якщо

приріст продукції підприємство одержує завдяки підвищенню ефективності використання авансованого капіталу, то в ньому сформувався інтенсивний тип розвитку. Екстенсивний тип розвитку має місце, якщо приріст продукції отримують лише за рахунок додаткових вкладень і виправданий тоді, коли підприємству необхідно в короткі строки збільшити обсяги виробництва. При змішаному типі інтенсифікації спостерігається переплетення екстенсивного і інтенсивного шляхів розвитку виробництва.

Головний напрямок економічного зростання – інтенсифікація виробництва являє собою комплексний, багатофакторний процес застосування ефективних і екологічно безпечних засобів та технологій, заснованих на досягненнях науково-технічного прогресу, використанні більш досконалих форм організації і оплати праці, управління та ефективних ринкових відносин. Приріст виробництва, таким чином, забезпечується за рахунок застосування більш досконалих факторів виробництва та підвищення їхньої продуктивності. Сформований у підприємствах тип відтворення впливає на результати виробництва і найважливіші характеристики відтворювального процесу, отже, і на можливості подальшого прискорення темпів економічного зростання.

Дослідження розробок провідних економістів, що вивчають проблеми інтенсифікації аграрного виробництва, дозволяє висновувати, що, інтенсивність включає в себе дві складові: матеріально-речову і результативну [1, 2]. При вивченні процесів інтенсифікації зерновиробництва використовуються показники матеріально-речової складової інтенсивності (вартість авансованого капіталу на 1 га посівних площ, витрати виробництва на 1 га посівних площ, інтегральний показник інтенсивності використання землі, питома вага інтенсивних культур у структурі посівних площ, витрати виробництва на 1 га посіву культури тощо), показники результативної складової інтенсивності (коефіцієнт віддачі авансованого капіталу за валовим збором зернових культур, окупність виробничих витрат продукцією зерновиробництва, ефективність додаткових вкладень у спожиті виробничі ресурси і т.п.) та інтегральний показник інтенсивності.

Для характеристики типу розвитку аграрного виробництва можна використовувати комплексний показник інтенсивності, запропонований В.Г. Андрійчуком,

$$I_k = \sqrt[4]{ВП_1^2 : ВП_0^2} \quad (1)$$

де  $I_k$  – комплексний показник інтенсивності;  $ВП_1$  – обсяг виробництва валової продукції у звітному періоді;  $ВП_0$  – обсяг виробництва валової продукції у базовому періоді.

Економічне трактування інтегрального показника інтенсивності наступне: за умови, коли  $I_k > 1$ , інтенсивність виробництва зростає, за  $I_k < 1$  — зменшується, і, відповідно, являється негативним явищем [1]. Оцінювання даних наведених органами державної статистики України свідчить про відставання показників ефективності виробництва зернових культур від середньоєвропейських. За даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН Україна посідає друге місце після Російської Федерації за валовим збором пшениці у Європі, однак значно відстає від розвинутих країн за рівнем урожайності цієї культури. Дослідження І.В. Кушніра доводять про можливість отримання врожаю пшениці на рівні європейських значень – 70–80 ц/га [3].

Вивчення розвитку виробництва зернових культур у Полтавській області свідчить, що регіон у 1995-2010 рр. виробляв від 5,9 до 9,8 % від загального валового збору зерна в Україні (табл. 1).

Таблиця 1

**Основні показники розвитку виробництва зернових культур в Україні та Полтавській області**

Роки	Україна				Полтавська область				Співвідношення урожайності	Співвідношення інтенсивності розвитку	Частка області, %	
	Посівна площа, тис. га	Урожайність, ц/га	Валовий збір, тис. т	Комплексний показник інтенсивності розвитку	Посівна площа, тис. га	Урожайність, ц/га	Валовий збір, тис. т	Комплексний показник інтенсивності розвитку			у площі посіву	у валовому виробництві
1995	14152	24,3	33930	-	794	24,6	2016	-	1,01	-	5,6	5,9
2000	13646	19,4	24459	0,85	801	18,9	1408	0,84	0,97	0,98	5,9	5,8
2001	15586	27,1	39706	1,27	916	27,0	23024	1,28	0,99	1,01	5,9	5,8
2002	15448	27,3	38804	0,99	936	30,9	2762	1,1	1,13	1,10	6,1	7,1
2003	12495	18,2	20234	0,72	761	21,9	1529	0,74	1,20	1,03	6,1	7,6
2004	15433	28,3	41809	1,44	993	30,9	3008	1,40	1,09	0,98	6,4	7,2
2005	15005	26,0	38016	0,95	920	31,3	2851	0,97	1,20	1,02	6,1	7,5
2006	14515	24,1	34258	0,95	905	27,3	2447	0,93	1,13	0,98	6,2	7,1
2007	15115	21,8	29295	0,93	998	29,1	2866	1,08	1,33	1,17	6,6	9,8
2008	15636	34,6	53290	1,36	1049	43,7	4531	1,26	1,26	0,93	6,7	8,5
2009	15837	29,8	46028	0,93	1020	37,9	3830	0,92	1,27	0,99	6,4	8,3
2010	15090	26,9	39271	0,92	936,2	30,8	2854	0,86	1,14	0,93	6,2	7,3

Динаміка показників, що характеризують розвиток зерновиробництва на Полтавщині демонструє наявність негативних тенденцій (рис. 1). Серед них: відносне скорочення посівних площ зернових культур, нестабільність валових зборів, значна варіація урожайності, відставання показника інтенсивності розвитку від середньо українського; велика амплітуда коливань співвідношення урожайності зернових по Полтавському регіону щодо галузі в цілому.

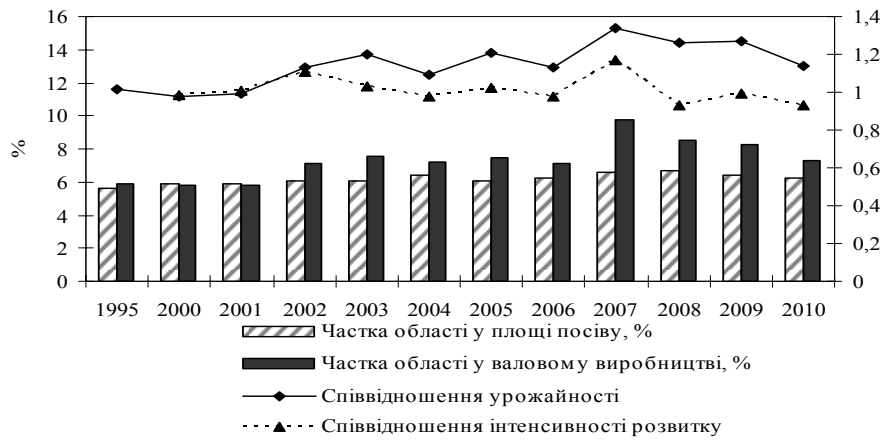


Рис.1. Динаміка основних показників розвитку виробництва зернових культур Полтавської області щодо аналогічних показників по Україні

Ще більші розбіжності у показниках, що характеризують розвиток зерновиробництва проявляються в розрізі окремих сільськогосподарських підприємств Машівського, Новосанжарського, Решетилівського районів (табл. 2).

Таблиця 2

**Амплітуда коливань найважливіших показників ефективності виробництва зерна та зернобобових культур в підприємствах Полтавської області за 2010 рік**

Показники	Амплітуда коливань		Співвідношення показників
	мінімум	максимум	
Урожайність, ц/га	29,1	77,8	2,67
Виробничі витрати на 1 га, грн	1685,4	4591,5	2,72
Виробнича собівартість 1 ц зерна, грн	41,1	61,38	1,49
Прямі матеріальні витрати, грн :			
на 1 га	948,7	2741,7	2,89
на 1 ц	23,2	35,2	1,52
Витрати на мінеральні добрива, грн..			
на 1 га	6,9	821,8	119,10
на 1 ц	0,2	10,6	53,00
Витрати на насіння та посадковий матеріал, грн.:			
на 1 га	166,0	715,8	4,31
на 1 ц	4,9	9,2	1,88
Оплатомісткість продукції, грн /ц	1,9	6,3	3,32
Окупність виробничих витрат (спожитих ресурсів) валовою продукцією, ц /тис. грн..	16,3	24,3	1,49

Як видно з таблиці по окремих господарствах суттєві коливання по урожайності, по виробничій собівартості 1 ц зерна, по витратній складовій виробництва. Дані розрахунки підтверджують результати досліджень І.В. Кушніра та І.Г. Миколенко про залежність високого рівня урожайності зернових культур від високого рівня витрат на їх виробництво [3, 4]. Очевидно, що низько інтенсивне землеробство в регіоні є наслідком низьких врожаїв. Слід зазначити, що окремі господарства зазначених районів Полтавської області використовують сучасні агротехнології та мають високі результати своєї діяльності: при високому рівні виробничих витрат у розрахунку на 1 га посівної площі собівартість 1 ц зерна – найнижча. Дослідження у сфері вивчення коливань найважливіших показників ефективності виробництва зернових культур по окремих господарствах свідчать про потенційну можливість досягати високої їх врожайності шляхом інтенсифікації виробництва.

На формування інтенсивного типу розвитку аграрних підприємств, масштаби й ефективність виробництва істотний вплив справляють застосування засобів захисту рослин, витрати на районоване елітне насіння, на внесення мінеральних та органічних добрив, інноваційні енергоощадливі способи обробітку ґрунту, вчасне сортооновлення та сортозаміна. Аграріям потрібно впроваджувати посадковий матеріал з високим генетичним потенціалом продуктивності, покращеною стійкістю до екстремальних умов зовнішнього середовища та високою якістю зерна. У повній мірі цим вимогам відповідають сорти зернових

культур Миронівської селекції, урожайність яких сягає 100 ц/га. Застосування інтенсивних технологій дозволить прискорити господарствам швидкість обороту виробничих ресурсів і тим самим збільшити обсяги самофінансування.

Суттєвим фактором впливу на інтенсифікацію зерновиробництва полтавськими аграріями являється наявність додаткових джерел фінансування. Ефективними регіональним інструментом у підвищенні ефективності вирощування зерна та зернобобових культур має стати формування спеціальних банківських установ та інститутів регіональної підтримки системи кредитування сільськогосподарській підприємств.

**Висновки.** В результаті дослідження можна стверджувати, що на сучасному етапі розвитку зерновиробництва у Полтавській області існує багато проблем і регіон втрачає лідируючі позиції щодо цієї галузі. Доведено, що господарства області мають значний потенціал розвитку. Для того, щоб сектор зерновиробництва зайняв в економіці країни належне місце, потрібно забезпечити економічне зростання агропідприємств на основі інтенсифікації виробництва. Перспектива подальших досліджень полягає у пошуку шляхів прискорення швидкості обороту виробничих ресурсів при виробництві зерна.

### Література

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств : [підручник] / В. Г. Андрійчук. – [2-е вид., доп. і перероблене]. – К. : КНЕУ, 2002. – 615 с.
2. Левченко О. П. Теоретичні аспекти економічної ефективності виробництва зерна / О. П. Левченко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2006. – № 2. – С. 144–149.
3. Кушнір І. В. Обґрунтування інтенсифікації виробництва пшениці / І. В. Кушнір // Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету. – Кам'янець-Подільський : ПДАТУ, 2008. – Вип. 16. – Т. 3. – С. 99–102.
4. Миколенко І. Г. Умови функціонування зернопродуктового підкомплексу в ринкових умовах / І. Г. Миколенко // Економіка і підприємництво: організаційно-методологічні аспекти обліку, фінансів, аудиту та аналізу : збірник наукових праць за результатами наукової конференції молодих вчених. – Полтава : ПДАА, 2008. – Вип. 6. – Т. 2. – С. 48–51.
5. Статистичний щорічник України за 2009 рік України / [за ред. О. Г. Осауленка] / Державний комітет статистики. – К. : Консультант, 2010. – 567 с.
6. Рослинництво України : статистичний збірник / [за ред. Ю. М. Остапчука] / Державний комітет статистики України. – К. : Консультант, 2011. – 99 с.

Надійшла 17.08.2011

УДК 658:330.341

М. Є. АДАМІВ

Національний університет «Львівська політехніка»

## ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМ АНТИСИПАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ

*Обґрунтовано важливість врахування факторів внутрішнього та зовнішнього середовища у процесі формування та використання систем антисипативного управління на підприємствах. На основі вивчення літературних джерел розмежовано внутрішні та зовнішні фактори впливу на системи антисипативного управління підприємств. Розкрито сутність та відображено прикладні особливості впливу ключових факторів на системи антисипативного управління підприємств.*

*It is grounded the importance of considering of factors of internal and external environments during the forming and using the systems of anticipatory management at the enterprises. Internal and external factors influencing on the systems of anticipatory management of the enterprises are distinguished on the base of study of literature sources. The essence of key factors is opened and practical features of its influence on the systems of anticipatory management of the enterprises are viewed.*

*Ключові слова: фактори, вплив, внутрішнє і зовнішнє середовище, системи антисипативного управління.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Система антисипативного управління покликана забезпечувати максимальний рівень підготовки організації до будь-яких неочікуваних подій внутрішнього та зовнішнього середовища. Значущість формування та використання такої системи на підприємстві інтенсифікується в умовах гіпердинамічності та крайньої непередбачуваності середовища функціонування, адже здійснення лише прогнозування як процесу в межах конкретного виду управління за таких обставин є недостатнім. Означена ситуація вимагає від підприємства впровадження системи антисипативного управління, що базується на реалізації повного управлінського процесу з метою формування превентивних рішень, спрямованих на ефективне випередження змін умов функціонування.

Система антисипативного управління характеризується не лише внутрішнім середовищем, що визначає специфічні особливості її структурних елементів, але й за принципом безумовної відкритості активно взаємодіє із зовнішнім середовищем, фактори якого також здійснюють вплив на формування і



функціонування систем антисипативного управління підприємств. Взаємовідносини системи антисипативного управління із середовищем функціонування носять подвійний характер: по-перше, основне завдання цієї системи полягає у перманентному дослідженні внутрішнього та зовнішнього середовища з метою пошуку раних інформаційних сигналів виникнення того чи іншого явища, по-друге, вона й сама перебуває під впливом різноманітних факторів, які визначають особливості її побудови та функціонування. З огляду на вищезазначене перед суб'єктами антисипативного управління постає важливе завдання адекватного визначення та обґрунтованого врахування впливу усіх пріоритетних факторів у процесі формування та використання систем антисипативного управління на підприємствах.

**Аналіз останніх джерел і публікацій.** У літературних джерелах [1–7], які присвячені різноманітним проблемам менеджменту, спостерігається однаковість думок авторів щодо визнання факту впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на діяльність організацій і, зокрема, їхні системи менеджменту. Однак, підходи науковців до встановлення переліку та сутності цих факторів не завжди збігаються, що свідчить про складність і масштабність сучасного середовища функціонування. Що стосується систем антисипативного управління, то на сьогодні особливостям впливу факторів на їхнє формування та використання на теоретичному і прикладному рівні приділено недостатньо уваги, що вимагає подальшого дослідження.

**Формулювання цілей статті.** З огляду на означену проблему ключовою ціллю дослідження є виокремлення та ґрунтовна характеристика внутрішніх та зовнішніх факторів впливу на системи антисипативного управління підприємств, що надаватиме доступне і розмежоване бачення цих факторів у процесі розпізнавання та врахування їхнього впливу на системи антисипативного управління підприємств.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Важливість врахування факторів впливу на системи антисипативного управління полягає в тому, що вони визначають специфічні особливості формування та функціонування цих систем для кожного окремого підприємства у конкретних умовах. Мова йде про те, що суб'єкти антисипативного управління повинні використовувати типову систему антисипативного управління лише як вихідний взірець, а неодмінним завданням є врахування впливу усіх пріоритетних факторів на згадану систему. Динамічність середовища функціонування вказує на необхідність постійного відстеження змін умов функціонування та адекватного врахування їхнього впливу на системи антисипативного управління підприємств. Крім того, напрям впливу факторів підштовхує суб'єктів антисипативного управління до максимального використання позитивних та мінімізації впливу негативних рушійних сил з метою забезпечення ефективного функціонування систем антисипативного управління.

Результати вивчення та аналізування літературних джерел [1–9] дають змогу виокремити перелік факторів внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування, що визначають особливості формування та функціонування систем антисипативного управління підприємств, та розкрити сутність їхнього впливу.

Серед факторів внутрішнього середовища, що впливають на системи антисипативного управління підприємств, доцільно виділяти:

1. Цілі системи антисипативного управління. Базовою ціллю системи антисипативного управління організації є забезпечення максимально можливого рівня підготовки підприємства до будь-яких неочікуваних подій на основі розроблених управлінських рішень щодо ефективного випередження потенційних явищ середовища функціонування. Керівники кожної окремої організації встановлюють також конкретні цілі для системи антисипативного управління, базуючись на засадах загальних цілей та прив'язуючи їх до тотальних цілей організації. Цілі системи антисипативного управління визначають спрямованість функціонування усіх елементів системи антисипативного управління на досягнення кінцевого результату. Наприклад, якщо підприємство прагне оволодіти більшою часткою ринку, то діяльність системи антисипативного управління має бути спрямована на дослідження середовища функціонування з метою встановлення перспективної можливості збільшення частки ринку підприємства та випередження її настання на основі реалізації розробленого управлінського рішення. Мова йде також про те, що усі елементи системи антисипативного управління повинні бути адекватно підібрані та функціонувати таким чином, щоб забезпечити реалізацію зазначеної цілі.

2. Завдання системи антисипативного управління. В системі антисипативного управління види завдань визначаються відповідно до цілей та делегуються для виконання визначеним працівникам. Виконання завдань супроводжують усі процеси, що реалізуються у системі антисипативного управління. Зміст, обсяг, термін реалізації та першочерговість завдань обумовлюють специфічні особливості формування та функціонування елементів системи антисипативного управління: технології, методів, управлінських рішень тощо. Наприклад, у конкретній ситуації завданням системи антисипативного управління є дослідження середовища функціонування з метою пошуку слабких сигналів виникнення перспективних можливостей щодо впровадження нової технологічної лінії виробництва товарів на підприємстві. Виконання означеного завдання потребує конкретних вмінь та навичок кваліфікованих працівників щодо цілеспрямованого збору та оброблення інформації, спеціалізованого програмно-технічного забезпечення тощо. Крім того, у зазначеному завданні міститься вказівка на те, що слід особливу увагу зосередити на науково-технічній сфері у процесі дослідження середовища функціонування. Якщо це

завдання є значним за обсягом та нагальним для підприємства, то необхідно залучати більшу кількість працівників для його виконання, використовувати новітнє програмно-технічне забезпечення тощо.

3. Ресурсне забезпечення. Характеризує можливість залучення необхідних технічних та програмних продуктів, достатніх фінансових ресурсів, добір кваліфікованих кадрів, а також визначає рівень інформаційного забезпечення тощо.

3.1. Кадрове забезпечення. Ефективне функціонування системи антисипативного управління потребує достатнього рівня кваліфікації, вмінь та навичок управлінського, математичного, аналітичного спрямування у працівників тощо. Тому, така система може бути сформована із власних трудових ресурсів, які характеризуються необхідними якостями. Якщо підприємство не володіє такими кадрами, то слід залучати нових працівників або проводити спеціальні навчання, тренінги з метою формування відповідних навичок щодо здійснення антисипативного управління на підприємстві.

3.2. Програмно-технічне забезпечення. Наявність та використання спеціалізованого програмного і новітнього технічного забезпечення під час здійснення антисипативного управління значно спрощує процедуру ідентифікації, оброблення та аналізування інформаційних сигналів виникнення потенційних можливостей та загроз, зменшуючи при цьому навантаження на працівників. Крім того, використання спеціалізованих програмних продуктів (SPSS, Statistica, Forecast Expert, Matlab, Gretl, E-views тощо) дає можливість здійснювати різноманітні методики випередження настання потенційних явищ, підвищуючи їхню ефективність. Варто зауважити, що оптимальна система антисипативного управління не може бути повністю автоматизованою, оскільки виконання окремих завдань, в тому числі й пов'язаних із використанням програм, потребує вмінь та навичок кваліфікованого персоналу.

3.3. Фінансове забезпечення. Високий рівень фінансового забезпечення надає можливість для придбання дорого вартісних програмних та технічних продуктів, необхідних для виконання визначених завдань антисипативного управління, оплати послуг спеціалізованих навчальних центрів для підготовки кваліфікованих працівників у сфері антисипативного управління тощо, що в кінцевому підсумку підвищує ефективність функціонування систем антисипативного управління підприємств.

3.4. Інформаційне забезпечення. Ефективність функціонування системи антисипативного управління значною мірою залежить від точності та повноти інформаційного забезпечення на кожному етапі управлінського процесу. Однак, крім вищезазначеного, рівень інформаційного забезпечення цієї системи також визначається такими характеристиками: можливістю ідентифікації, ступенем опису та рівнем оброблення слабких сигналів виникнення потенційних явищ, що прямо впливає на ефективність формування сценарію розвитку можливих подій, а в кінцевому результаті – на розроблення управлінського рішення. Варто також зазначити, що система антисипативного управління повинна володіти інформаційними даними про реальний стан справ та проблеми підприємства, які визначатимуть напрями її діяльності. Таку інформацію на підприємстві надає полікритеріальна діагностика діяльності організації.

4. Працівники. Вплив фактора визначається кваліфікацією, фаховістю, вміннями, поведінкою, позицією, досвідом, знаннями, поглядами тощо. Виконання конкретних завдань у системі антисипативного управління вимагає необхідного рівня кваліфікації, вмінь, навичок працівників. Тому, залежність "якості" персоналу та ефективності функціонування системи антисипативного управління полягає у такому: чим більш кваліфіковані та здібні працівники, тим складніші завдання вони здатні виконувати – наприклад, формувати точніші прогнози на основі адекватно підібраної, належним чином впорядкованої та проаналізованої інформації про виникнення потенційних змін у середовищі функціонування, що позитивно впливатиме на діяльність системи антисипативного управління. Варто також зауважити, якщо у працівників підприємства переважають консервативні погляди щодо використання традиційних механізмів управління, то систему антисипативного управління слід впроваджувати поступово, супроводжуючи необхідними роз'ясненнями, оскільки існує ймовірність виникнення опору щодо побудови такої системи управління на підприємстві з боку працівників.

5. Тип та особливості організаційної структури управління. До впровадження системи антисипативного управління підприємство вже володіє певним типом організаційної структури управління, яка характеризується конкретною чисельністю і професійно-кваліфікаційним складом працівників, визначеним ступенем централізації/децентралізації функцій, розподіленими обов'язками, повноваженнями і відповідальністю між працівниками, конкретними відділами тощо. Тому, у процесі побудови системи антисипативного управління слід встановити, чи можуть наявні посадові особи виконувати завдання антисипативного управління, які конкретні працівники займатимуться його здійсненням тощо. Якщо на підприємстві відсутні такі працівники, то слід визначити, у якому із існуючих відділів доцільно розмістити новий персонал. Крім того, тип організаційної структури визначає напрям діяльності працівників, задіяних у процес антисипативного управління. Наприклад, підприємства із територіальною організаційною структурою управління здійснюють свою діяльність у різних регіонах своєї держави та світу, а також тяжіють до розширення існуючої території функціонування. Тому, завдання системи антисипативного управління повинні зміщуватися на дослідження перспективних можливостей і загроз тих регіональних зон, на яких підприємство вже функціонує, а також нових територій для встановлення перспектив розширення діяльності.

6. Тип технології. Тип технології виробництва (великосерійна або масова, безперервна, дрібносерійна та одинична технології – згідно поділу Джоан Вудворд), який підприємство використовує для виготовлення продукції, обумовлює особливості функціонування системи антисипативного управління. Наприклад, для технології безперервного виробництва характерне використання автоматизованого обладнання, яке працює цілодобово для безперервного виготовлення однакового товару у великій кількості. У цьому випадку система антисипативного управління повинна бути зорієнтована на завчасне встановлення будь-яких загроз, пов'язаних із розладом функціонування такого устаткування, або перспективних можливостей його заміни на ефективніше обладнання.

7. Розмір підприємства. Визначає рівень складності побудови системи антисипативного управління на підприємстві. Великим організаціям доцільно формувати комплексні системи антисипативного управління, які характеризуються такими параметрами: достатньою кількістю кваліфікованих працівників для дослідження усіх сфер функціонування підприємства, потужним програмно-технічним забезпеченням для виконання великої кількості завдань, складною технологією для забезпечення комплексного визначення та випередження усіх можливостей та загроз тощо. На відміну від крупних організацій, на малих підприємствах слід формувати спрощену систему антисипативного управління.

8. Етап життєвого циклу підприємства. Конкретний етап життєвого циклу підприємства (зародження, зростання, пік діяльності, спадання) визначає спрямування діяльності системи антисипативного управління. Наприклад, на етапі зародження система антисипативного управління повинна бути зорієнтована на завчасне визначення потенційних можливостей щодо проникнення на ринок, додаткового інвестування у виробничо-господарську діяльність підприємства та загроз, що перешкоджатимуть започаткуванню діяльності. На етапі зростання раціональним буде спрямування зусиль на ідентифікацію можливостей щодо збільшення частки ринку, розширення цільової аудиторії споживачів, регіональної диверсифікації та загроз зниження існуючих показників діяльності. Пік діяльності в основному орієнтує систему антисипативного управління на завчасне визначення загроз щодо втрати існуючих позицій підприємства. На етапі спадання доцільно визначати можливості щодо потенційних напрямів переорієнтації діяльності підприємства тощо. Варто наголосити, що оскільки система антисипативного управління спрямована на раннє визначення можливостей і загроз середовища функціонування, то на кожному окремому етапі слід виконувати завдання цього етапу та частково орієнтуватися на завдання наступного етапу.

9. Вид діяльності підприємства. Оскільки основним завданням системи антисипативного управління є дослідження середовища функціонування з метою визначення інформаційних сигналів потенційного виникнення можливостей або загроз, то сфера діяльності підприємства є, власне, і основною територією функціонування цієї системи. Система антисипативного управління повинна здійснювати дослідження споживачів, конкурентів, постачальників і т.д., які безпосередньо стосуються того виду діяльності, що здійснює підприємство.

До факторів зовнішнього середовища, що впливають на системи антисипативного управління підприємств, доцільно відносити такі, як:

1. Науково-технічний прогрес. Впровадження новітніх технічних досягнень та наукових здобутків у галузі управління, прогнозування забезпечує систему антисипативного управління прогресивним інструментарієм, що вдосконалює процес її функціонування. Використання сучасних спеціалізованих програмних і технічних продуктів, а також ефективних методик прогнозування, обґрунтованих процедур прийняття рішень тощо позитивно впливає на діяльність систем антисипативного управління. Разом з тим, система антисипативного управління повинна бути зорієнтована на постійний моніторинг науково-технічної сфери з метою завчасного визначення та використання усіх можливостей щодо виникнення нових наукових й технічних досягнень в країні та світі для покращення власного функціонування та діяльності підприємства загалом. Якщо науково-технічний прогрес характеризується високими темпами розвитку науки і техніки, то у системі антисипативного управління повинен бути налагоджений інтенсивний механізм виконання завдань таким чином, щоб забезпечити усі потреби підприємства у технічних продуктах та використанні наукових досягнень.

2. Особливості економічного розвитку. Загальний рівень розвитку економіки країни (високорозвинена, перехідна, слаборозвинена економіка, економіка, що розвивається,) вид економічного циклу (пік, спад, піднесення ділової активності), система економічних відносин у державі (ринкова, адміністративно-командна, трансформаційна) обумовлюють особливості формування та функціонування систем антисипативного управління підприємств. Наприклад, в умовах адміністративно-командної економіки завдання систем антисипативного управління підприємств визначалися місцевими та державними органами влади. Тоді як, ринкова економіка з високим рівнем розвитку характеризується гострою конкуренцією між підприємствами. Тому, діяльність системи антисипативного управління підприємства, яке функціонує у таких умовах, в основному повинна бути спрямована на завчасне визначення та здобуття права першого використання нових можливостей у тих сферах функціонування організації, де можна одержати вагому конкурентну перевагу, а також ідентифікацію різноманітних загроз діяльності підприємства з метою збереження існуючих позицій на ринку. Наприклад, спад ділової активності

економіки найпомітніше впливає на галузі, що випускають засоби виробництва і споживчі товари тривалого користування, а також будівельну промисловість. Тому, діяльність систем антисипативного управління підприємств, які належать до цих галузей повинна бути зміщена на визначення ранніх сигналів виникнення потенційних можливостей підтримання діяльності та загроз різкого зменшення обсягів виробництва або припинення функціонування організації тощо.

3. Рівень техніки та технології. Найважчий стан техніки та технології повинен відповідати усім сучасним вимогам (безпеки, продуктивності, ресурсоекономності тощо) для забезпечення ефективної та безперебійної діяльності підприємства. Тому, система антисипативного управління зобов'язана ідентифікувати усі слабкі сигнали, що передбачають будь-яку потенційну невідповідність стану техніки та технології сучасним вимогам, з метою недопущення фактичного прояву такої невідповідності. Якщо підприємство вже характеризується низьким рівнем відповідності стану техніки та технології сучасним вимогам, то система антисипативного управління повинна бути зорієнтована на пошук ранніх сигналів виникнення можливостей заміни існуючого обладнання на більш ефективне для покращення функціонування підприємства. У випадку абсолютної адекватності стану техніки та технології сучасним вимогам завдання системи антисипативного управління зміщуються на завчасне визначення усіх потенційних можливостей появи більш новітнього устаткування, інформаційних та комп'ютерних систем тощо.

4. Рівень конкуренції. Високий рівень конкуренції вимагає від підприємства здобуття такої переваги, яка дозволить йому ефективно функціонувати та зберігати свої позиції на ринку. В таких умовах особливого значення набуває система антисипативного управління, яка повинна бути спрямована на ідентифікацію усіх слабких сигналів виникнення потенційних можливостей у різноманітних сферах функціонування підприємства з метою одержання права першого та максимального використання таких шансів умов функціонування. Чим вищий рівень конкуренції, тим інтенсивніше повинні реалізовуватися процеси у системі антисипативного управління з глибшим охопленням сфер діяльності організації та її конкурентів.

5. Постачальники. Рівень надійності постачальників визначає напрям діяльності системи антисипативного управління. Наприклад, у випадку довготривалих відносин підприємства із постачальниками система антисипативного управління повинна здійснювати постійний моніторинг їхньої діяльності з метою завчасного визначення та подолання ймовірних загроз втрати таких постачальників. Тоді як, в умовах відсутності надійних постачальників або необґрунтованого невиконання обов'язків існуючими партнерами завдання цієї системи зміщуються на пошук та завчасне визначення альтернативних можливостей щодо встановлення відносин із новими постачальниками.

6. Споживачі. Будь-яке підприємство у своїй діяльності орієнтується на споживачів і спрямовує усі зусилля на задоволення їхніх потреб. Тому, система антисипативного управління постійно зобов'язана відслідковувати та ідентифікувати усі слабкі сигнали потенційних змін у потребах споживачів з метою використання цих змін як позитивних можливостей для покращення діяльності підприємства на засадах швидкого пристосування до нових вподобань споживачів, а також недопущення ігнорування будь-якими змінами у їхніх смаках з метою подолання несприятливих загроз щодо втрати цільової групи споживачів. Мова йде про те, часовий лаг між ранніми проявами зміни у потребах споживачів та крайнім виявом їхньої незадоволеності повинен бути зведений до мінімального за допомогою прийнятого управлінського рішення. Частота зміни і різноманітність потреб споживачів визначають рівень інтенсивності функціонування системи антисипативного управління на підприємстві, зумовлюючи підбір і використання адекватного інструментарію.

7. Нормативно-правове та методологічне забезпечення. Оскільки в основі антисипативного управління закладено процес випередження настання будь-яких впливових явищ середовища функціонування, тому доцільно звернути увагу на ті документи, які відображають прогностичні показники макроекономічного та мікроекономічного розвитку держави. У Законі України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України» № 1602-III від 23.03.2000 р. визначено перелік документів, які відображають прогнози розвитку держави, її територіальних зон, галузей економіки. Сутність звернення системи антисипативного управління до цих документів полягає в тому, що значення прогностичних показників, які стосуються діяльності окремого підприємства, визначають напрям функціонування його системи антисипативного управління. Наприклад, якщо в наступному році прогнозується значне зростання обсягу експорту підприємствами, то система антисипативного управління суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності може спрямувати свої зусилля на завчасне визначення потенційних можливостей розширення експортної діяльності, оскільки саме у цій сфері найбільш ймовірно виникнення сприятливих можливостей. Крім того, використання таких можливостей забезпечить досягнення встановлених прогнозованих державою показників. На мікрорівні кожне окреме підприємство може використовувати різноманітні методичні положення щодо використання систем антисипативного управління, які відображені у наукових джерелах та носять рекомендаційний характер.

8. Державні та місцеві органи влади. На державному та місцевому рівні функціонують відповідні органи влади, зокрема Центр експертних оцінок, аналізу та прогнозування Кабінету Міністрів України,

різноманітні відділи аналізу та прогнозів соціально-економічного розвитку областей, районів, міст тощо, які розробляють та затверджують документи щодо прогнозування розвитку окремих регіональних територій держави та контролюють дотримання встановлених вимог. Керівники, що здійснюють антисипативне управління на підприємстві, повинні орієнтуватися на тенденції, прогнози розвитку відповідної територіальної зони і галузі та зобов'язані дотримуватися усіх необхідних вимог.

9. Інфраструктура. Ступінь розвиненості інфраструктури впливає на рівень ефективності функціонування систем антисипативного управління підприємств. Наприклад, наявність зручного транспортного сполучення та безперебійного зв'язку (Інтернет, телефон, факс тощо) створює сприятливі умови для дослідження середовища функціонування та оперативного одержання інформаційних даних щодо виникнення потенційних можливостей і загроз, що в кінцевому підсумку позитивно впливає на результати діяльності системи антисипативного управління підприємства.

10. Міжнародні події. Система антисипативного управління повинна відстежувати усі слабкі сигнали виникнення будь-яких подій у міжнародному середовищі. Адже, усі потенційні зміни на міжнародному рівні можуть бути як перспективними можливостями, так і загрозами для діяльності підприємства. Особливу увагу слід звернути на те, чи зачіпатиме ця подія країну, галузь, в якій функціонує організація або діяльність самого підприємства.

11. Особливості міжнародних економічних відносин. Система антисипативного управління повинна відслідковувати усі потенційні зміни в особливостях міжнародних економічних відносин на засадах слабких сигналів їхнього виникнення з метою встановлення економічної доцільності здійснення зовнішньоекономічної діяльності у країнах, де можуть виникнути визначені зміни.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Важливим завданням суб'єктів антисипативного управління під час формування та використання систем антисипативного управління на підприємствах є адекватне визначення та врахування специфічних особливостей впливу факторів внутрішнього і зовнішнього середовища. Розмежування переліку внутрішніх та зовнішніх факторів сприяє відповідно ефективному внутрішньому наповненню системи антисипативного управління та забезпечує можливість адекватного врахування ситуативного впливу факторів зовнішнього середовища. Визначена змістова характеристика цих факторів полегшує теоретичне розуміння суб'єктами антисипативного управління їхньої сутності і врахування особливостей прикладного впливу внутрішніх і зовнішніх факторів на системи антисипативного управління підприємств. Оскільки теоретичні та прикладні засади формування та використання систем антисипативного управління недостатньо розвинені у вітчизняному просторі, тому подальші дослідження слід спрямувати на вивчення зарубіжного досвіду у цьому питанні.

## Література

1. Гершун А. М. Анализ внешней среды бизнеса [Електронний ресурс] // Технології корпоративного управління. – Режим доступу : [http://www.iteam.ru/publications/marketing/section\\_23/article\\_3634/](http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_23/article_3634/)
2. Кузьмін О. Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту : [навч. посібник] / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – [2-е вид. доп. і перероб.]. – Львів : Національний університет "Львівська політехніка" [Інформаційно-видавничий центр "ІНТЕЛЕКТ +" Інституту післядипломної освіти], "Інтелект-Захід", 2003. – 352 с.
3. Мельник О. Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій : [монографія] / О. Г. Мельник. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 344 с.
4. Мескон М. Основы менеджмента / Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. ; [пер. с англ.]. – М. : "Дело ЛТД", 1994. – 702 с.
5. Савченко О. Р. Спрощена модель структури факторів впливу на системи менеджменту організацій / О. Р. Савченко // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: економічні науки. – 2010. – № 3 (53). – С. 90–93.
6. Jones, Gareth R. Essentials of contemporary management / Gareth R. Jones, Jennifer M. George. – 2nd ed. – Published by McGraw-Hill/Irwin, 2007. – 594 p.
7. Potocan V. Business systems: sustainable development and anticipatory system [Електронний ресурс] / Potocan V. Management. – 2002. – Vol. 7, No. 1. – P. 67–79. – Режим доступу : [www.efst.hr/management/Vol7No1-2002/5-potocan.doc](http://www.efst.hr/management/Vol7No1-2002/5-potocan.doc)
8. Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України : закон України № 1602-III від 23.03.2000 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1602-14>
9. Світова економіка : підручник / [А. С. Філіпенко, В. С. Будкін, О. І. Рогач та ін.]. – К. : Либідь, 2007. – 640 с.

Надійшла 19.08.2011

## ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЇЇ ОЦІНКИ

*В статті окреслено основні характеристики конкурентоспроможності підприємства та обґрунтовано напрями її оцінки, що будуються на взаємопов'язаній системі поглядів, які комплексно оцінюють показники фінансової звітності.*

*Basic descriptions of enterprise's competitiveness have been determined and directions of its estimation that are built on the mutually constrained system of looks that estimate the indexes of the financial reporting have been grounded in the article.*

*Ключові слова: конкурентна боротьба, рівень конкурентоспроможності підприємства, балансова напруга суб'єкту господарювання, пропорції успішності діяльності підприємства, операційна безпека підприємства, ефективність функціонування.*

**Постановка проблеми.** За умов функціонування підприємств у конкурентному середовищі все більше уваги приділяється рівню їх конкурентоспроможності, оскільки саме він, обумовлює якість та ефективність діяльності суб'єктів господарювання за умов нестабільної економіки. Конкурентоспроможність підприємства представляє собою стан підприємства, що характеризує наслідки конкурентної боротьби та результати її впливу, що відображаються у динаміці показників фінансової звітності підприємств. Саме конкурентна боротьба є механізмом, що з одного боку стимулює і сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності, а з іншого гальмує і відповідно має негативний вплив на її рівень.

Постійні трансформаційні процеси в економіці, мінливість ринкового середовища, вимагають подальшого розвитку та удосконалення наукових підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства, відповідно до вимог сьогодення. Теорія та практика оцінки і регулювання конкурентоспроможності підприємства знаходиться у стадії свого становлення. Різним аспектам оцінки конкурентоспроможності підприємства приділяється значна увага, але у економічній теорії до теперішнього часу відсутній єдиний комплексний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємства, не розроблені вагомі характеристики її оцінки, не представлені показники, які б комплексно характеризували тенденції зміни показників фінансової звітності, що є індикаторами впливу мінливого конкурентного середовища на рівень конкурентоспроможності промислового підприємства.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питанням оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання приділяється значна увага зарубіжних та вітчизняних науковців, таких як Азоев Г.І., Ансофф І. Г., Войнаренко М.П., Кіт А.Ф., Косянчук Т.Ф., Лук'янова В.В., Мочерний С.В., Портер М., Пастернак-Таранушенко Г., Покропивний С.Ф., Петрович Й.М., Фатхутдінов Р.А., Щепіцен О.А., Швид В.В. та ін. Ринкові перетворення активізували інтерес окремих науковців до питань оцінки рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

На сьогодні нами виділено чотири наукові підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства, а саме: дослідження конкурентоспроможності продукції, оцінка конкурентних переваг, оцінка ефективності функціонування та багатоаспектний підхід, що об'єднує у собі три попередні і представляє більш розширені підходи до питань оцінки конкурентоспроможності. Вимоги часу потребують подальших досліджень та конкретизації їх окремих аспектів у даному напрямку, з урахуванням змін в економіці, трансформації умов господарювання та мінливого ринкового середовища.

У попередніх дослідженнях нами було розглянуто існуючі концептуальні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства та визначено їх переваги і недоліки [1, с.112-116]; досліджено показники оцінки конкурентоспроможності за напрямками оцінки та визначено перспективи їх використання у майбутньому [2, с.77-80]; розглянуто перспективи дослідження конкурентоспроможності підприємства в контексті його економічної безпеки, що характеризує безпечність його функціонування серед інших підприємств галузі [3, с.67-77].

**Постановка завдання.** Метою даної статті є визначення характеристик оцінки конкурентоспроможності підприємства, окреслення блоків її дослідження та обґрунтування їх взаємодії. Мета статті досягається шляхом виконання наступних завдань: встановити характеристики рівня конкурентоспроможності підприємства; окреслити умови їх оцінки та визнання; обґрунтувати відповідність рівнів балансової напруги та операційної безпеки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Проведені дослідження щодо стану конкурентоспроможності підприємства, як результату наслідків прояву впливу конкурентної боротьби, дали змогу обґрунтувати основні ознаки концепції оцінки її наслідків на рівень КП. Концепція оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, як концепція оцінки наслідків конкурентної боротьби (КОНКБ), на рівні суб'єкту господарювання, представлена нами відповідно до зазначених напрямів досліджень та запропонованих характеристик оцінки рівня КП. Наша концепція ґрунтується на певній системі взаємопов'язаних поглядів, що сформовані нами, з урахуванням відповідних недоліків та невирішених

питань, які визначенні шляхом вивчення та опрацювання існуючих теоретико-концептуальних підходів до розуміння поняття конкурентоспроможності підприємства, а саме: результат прояву наслідків конкурентної боротьби, що досліджується в динаміці; комплексне поняття, що базується на показниках фінансової звітності і має певні характеристики; системно характеризує взаємозв'язок темпів зростання показників активів, джерел їх формування, доходів, витрат та фінансових результатів; є результатом та запорукою рівня економічної безпеки підприємства.

Формування концепції засновано на діалектичному методі пізнання, використання якого, дало змогу довести, що конкурентоспроможність підприємства є наслідком та результатом конкурентної боротьби, що є неминучою за умов ринкових перетворень. Шляхом узагальнення, систематизації, аналізу та синтезу існуючих теоретичних напрацювань, обґрунтованій системі взаємопов'язаних поглядів на конкурентоспроможність підприємства, що обумовлені КОНКБ, розробленій нами, структурно-логічній схемі оцінки її рівня нами представлено відповідне визначення, а саме: конкурентоспроможність підприємства – це його спроможність підтримувати оптимальні пропорції успішності, що забезпечують певний рівень балансової напруги, який формує відповідний ступінь операційної безпеки, що сприяє оптимальному процесу формування показників доходів, витрат та фінансових результатів і гарантує (підтримує) відповідну ефективність функціонування.

Запропонована нами структурно-логічна схема оцінки конкурентоспроможності підприємства, відповідно до КОНКБ, що враховує зазначені вище проблемні питання та існуючі недоліки, передбачає певні складові та характеристики КП, що обумовлюють відповідні напрями досліджень. Нами виділено два блоки, які на нашу думку, відображають вагомі характеристики оцінки КП та, відповідно, обумовлюють напрями досліджень за КОНКБ, а саме: оцінка балансової напруги, що підтримується та забезпечується певним станом активів підприємства та джерелами їх формування; оцінка операційної безпеки, що гарантує процес формування показників доходів, витрат та фінансових результатів і підтримує ефективність функціонування підприємства.

Виходячи із запропонованого нами визначення конкурентоспроможності підприємства, що відповідає меті та завданням дослідження, доцільно виділити ключові терміни, які є вагомими складовими авторської концепції (КОНКБ). Важливо зауважити, що запропоновані нами ключові слова та терміни, є окремими дефініціями, що відповідають відзначеному об'єкту та предмету дослідження і можуть бути використані для оцінки, аналізу та регулювання рівня конкурентоспроможності підприємства. Враховуючи відзначені напрями та складові оцінки КП наголосимо на таких ключових словах та визначеннях, а саме: пропорції успішності, балансова напруга, операційна безпека, ефективність функціонування. Важливо зазначити, що запропоновані нами визначення є такими, що відповідають предмету та об'єкту дослідження і у комплексі відображають наслідки конкурентної боротьби на рівні суб'єкту господарювання.

Балансова напруга та пропорції успішності представляють собою відповідно основну та допоміжну характеристики рівня конкурентоспроможності підприємства за першим блоком її оцінки, операційна безпека та ефективність функціонування є відповідно основною та допоміжною характеристиками рівня конкурентоспроможності за другим блоком її оцінки.

Балансова напруга – характеристика рівня конкурентоспроможності, котра відображає такий стан активів та джерел їх формування, якому властивий відповідний взаємозв'язок та взаємозалежність темпів зростання показників активів, власного та запозиченого капіталу, що формує належний фінансовий стан і створює певні умови безпечного функціонування у конкурентному середовищі. Пропорції успішності – представляють, таке співвідношення окремих статей активів та пасивів підприємства між собою та до валюти балансу, які забезпечують характерний рівень його конкурентоспроможності.

Операційна безпека – характеристика рівня конкурентоспроможності підприємства, що гарантує (підтримує) відповідну результативність функціонування суб'єкта господарювання, яка обумовлює безпеку функціонування підприємств на рівні галузі, сприяє оптимальному процесу формування показників активів, витрат, доходів, та фінансових результатів. Ефективність функціонування – це є якісна оцінка діяльності суб'єкта господарювання, яка отримана шляхом співвідношення показників доходів, витрат та фінансових результатів з показниками, які спричинили їх отримання (активи, власний капітал, запозичений капітал).

Відповідно до запропонованої КОНКБ, та згідно з зазначеними блоками оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, нами висунуто основні характеристики його рівня, що представлено на рис. 1. Балансова напруга, що формує та підтримує відповідні пропорції успішності підприємства та операційна безпека, що обумовлює відповідну ефективність функціонування, яка гарантує оптимальний процес формування показників доходів, витрат та фінансових результатів.

Запропоновані поняття, що є складовими авторської концепції, відповідно до методики розрахунку та їх економічного змісту, тісно пов'язані між собою, а саме певному рівню балансової напруги відповідає належний стан операційної безпеки. А саме низький рівень балансової напруги формує високий рівень операційної безпеки (позитивна тенденція рівня конкурентоспроможності), і навпаки – низький рівень операційної безпеки сприяє високому рівню балансової напруги підприємства, що є негативною характеристикою для рівня його конкурентоспроможності. Доцільно наголосити, що відповідно до методики розрахунку показників, що відповідають зазначеними характеристикам конкурентоспроможності

підприємства основними джерелами оцінки та аналізу її рівня є форми фінансової звітності, а саме: Баланс підприємства Ф1 Звіт про фінансові результати Ф2.

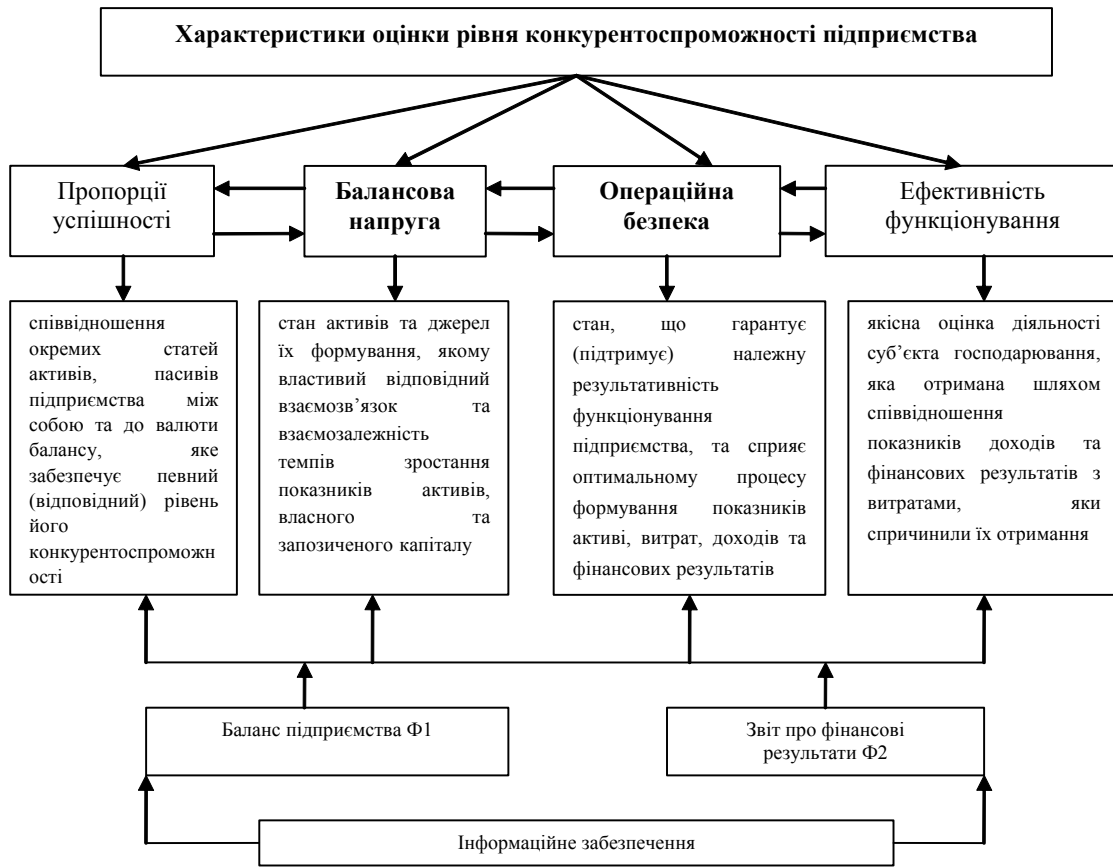


Рис. 1. Інформаційне забезпечення діагностики характеристик оцінки конкурентоспроможності підприємства

Доцільно зауважити, що саме балансова напруга відображає наслідки конкурентної боротьби, через взаємозв'язок та взаємозалежність інтенсивності динаміки показників активів підприємства та джерел їх формування, а саме: відображає взаємозалежність та взаємозв'язок темпів зростання активів підприємства (А<sub>тз</sub>), власного (ВК<sub>тз</sub>) та запозиченого капіталу (ЗК<sub>тз</sub>).

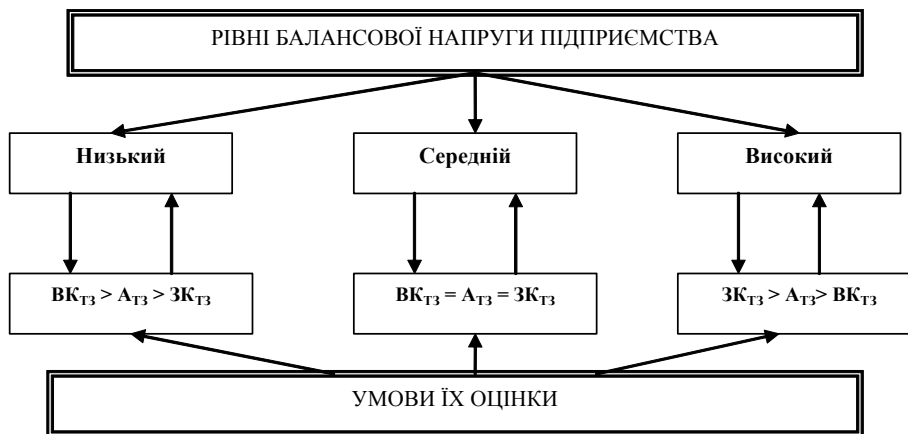


Рис. 2. Рівні балансової напруги та умови їх оцінки

Відповідно до мети та завдань дослідження доцільно виділити такі основні етапи оцінки конкурентоспроможності підприємства за напрямками дослідження блоку 1, відповідно до розробленої нами КОНКБ, яка є концепцією оцінки рівня КП (див. рис. 2) а саме: оцінка темпів зростання (оцінка інтенсивності динаміки) активів підприємства, власного капіталу, запозиченого капіталу; оцінка взаємозв'язку та взаємозалежності темпів зростання активів підприємства та джерел їх формування; дослідження пропорцій успішності (показників структури) за даними активу та пасиву балансу.



За концепцією, ключові моменти якої обумовлені наслідками прояву конкурентної боротьби на стан суб'єкта господарювання, дали змогу визначити умови їх визнання, а саме (взаємозв'язок та взаємозалежність темпів зростання показників повної собівартості ( $C_{тз}$ ), активів ( $A_{тз}$ ), доходу (виручки) від реалізації ( $D(B)_{тз}$ ), показників прибутку від реалізації ( $ПР_{тз}$ ) і чистого прибутку ( $П_{тз}$ )), певному рівню операційної безпеки (найбільш вагомими показниками є повна собівартість, дохід (виручка) від реалізації, чистий прибуток) (див. рис. 3): низький рівень, коли не дотримується встановлена залежність зазначених показників; середній рівень, коли дотримується взаємозв'язок у частині собівартості, активів, доходу (виручки) від реалізації, прибутку від реалізації; високий рівень, коли дотримується встановлена взаємозалежність та взаємозв'язок виділених показників.

Важливо зауважити, що є доцільним аналізувати рівень конкурентоспроможності не тільки на основі показників балансу підприємства, а і на основі показників звіту про фінансові результати. Системне дослідження показників фінансової звітності є вагомою складовою оцінки показників операційної безпеки, що є складовою характеристикою рівня конкурентоспроможності підприємства, відповідно до запропонованої нами концепції.

Значущим у дослідженні операційної безпеки є не тільки оцінка та порівняння темпів зростання показників витрат, доходів і фінансових результатів, а і встановлення зв'язку їх із потенціалом підприємства. Розглянемо основні етапи оцінки операційної безпеки в контексті оцінки конкурентоспроможності підприємства, що відповідають напрямкам другого блоку оцінки конкурентоспроможності відповідно до концепції.

Відповідно до напрямів прояву наслідків конкурентної боротьби, етапів оцінки операційної безпеки, відповідно до запропонованої концепції, нами встановлено ключові її рівні, а саме: високий, середній, низький та два проміжні рівні - умовно високий та умовно середній. Доцільно наголосити, що нами зазначено умови визнання певних рівнів операційної безпеки, що відображають стан суб'єкту господарювання та формують певний рівень його конкурентоспроможності.

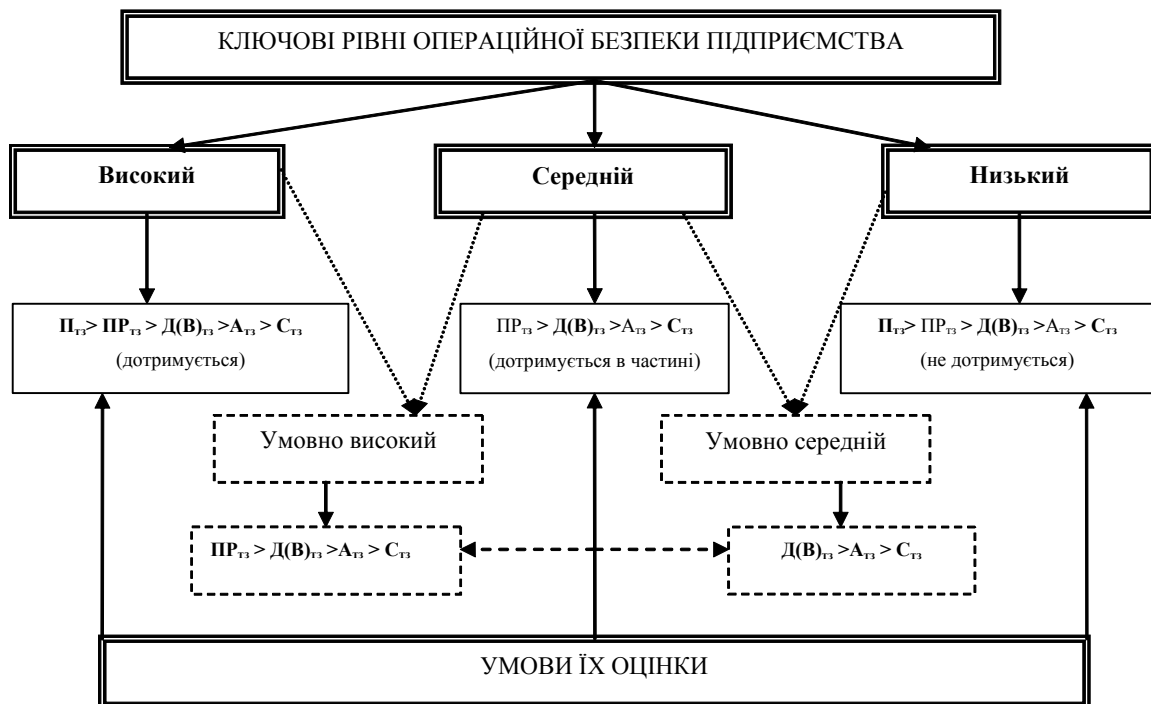


Рис. 3. Рівні операційної безпеки та умови їх оцінки

Нестабільність ринкової ситуації, що ускладнюється загостренням конкурентної боротьби, викликає часті зміни умов функціонування, що створює об'єктивну необхідність, в окремих випадках, розглядати проміжні рівні операційної безпеки, а саме: умовно-високий ( $ПР_{тз} > D(B)_{тз} > A_{тз} > C_{тз}$ ) та умовно-середній ( $D(B)_{тз} > A_{тз} > C_{тз}$ ).

Враховуючи вищесказане, нам представляється можливим, розробити принципову модель відповідності рівня балансової напруги та стану операційної безпеки щодо оцінки КП, що розрахована на довгострокову перспективу. З урахуванням відповідних рівнів балансової напруги та операційної безпеки модель зв'язку та відповідності може бути представлена у вигляді графіку (див. рис. 4).

Запропонована нами принципова модель відповідності була розроблена на основі моделі фінансової рівноваги підприємства, що вперше була використана на практиці французькими дослідниками Ж. Фаншоном і І. Романе (з урахуванням обсягу генерування та витрат фінансових ресурсів).



Рис. 4. Принципова модель відповідності рівня балансової напруги та стану операційної безпеки

За інформацією рис. 4 доцільно відзначити, що лінія ідеальної динаміки рівня КП проходить через поля КП 1; КП 5; КП 9. Зазначені поля є полями позитивної (зростаючої) динаміки рівня КП (абсолютний рівень, бажаний), так як в них відзначається позитивна динаміка рівня балансової напруги (зменшення) відповідає рівню ефективної динаміки операційної безпеки (зростання). Важливо зауважити, що саме для підприємств, що знаходяться у квадраті КП 9, характерні пропорції успішності, що відповідають рекомендованим, або кращі за них; властиві показники ефективності, що зростають; притаманне дотримання взаємозалежності та взаємозв'язку темпів зростання показників фінансової звітності ( $ВК > А > ЗК$ ).

За умов нестабільної економіки значна частина підприємств знаходиться у полях КП 2; КП 3; КП 6 (найбільш позитивна динаміка рівня КП спостерігається у полі КП 6) (допустимий, допустимо критичний рівень КП). Доцільно відзначити, що саме для підприємств, що знаходяться в цих полях характерні пропорції успішності, не повною мірою відповідають рекомендованим (спостерігається тенденція прямування до нижньої межі); властиві показники ефективності, що мають нестійку тенденцію (спостерігається тенденція до погіршення ефективності використання); притаманне дотримання взаємозалежності та взаємозв'язку темпів зростання показників фінансової звітності, що відповідає середньому рівню балансової напруги ( $ВК = А = ЗК$ ).

Підприємства, що за ознаками перебувають у полях КП 4; КП 7; КП 8 (найкраща динаміка) відповідно мають допустимо критичний, або критичний рівень конкурентоспроможності і їм характерна негативна динаміка рівня КП, ( $ЗК > А > ВК$ ). Для підприємств характерно недотримання пропорцій успішності рекомендованим значенням; показники ефективності мають негативну тенденцію; відзначається недотримання взаємозалежності та взаємозв'язку темпів зростання показників фінансової звітності.

Доцільно наголосити, що частота, періодичність аналізу та бази порівняння щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства визначаються відповідно до встановлених завдань та мети. Оцінка конкурентоспроможності може бути проведена на початок та кінець звітного періоду, а також в динаміці за ряд років. Базами порівняння можуть бути показники підприємства, що досліджується за минулі роки, прогнозовані показники, середні показники за підприємствами машинобудівної галузі; найкращі (високі) показники підприємств галузі; показники підприємств-конкурентів; показники підприємств-учасників узгоджених дій; підприємств-монополістів; аналогічні показники рівня конкурентоспроможності промислових підприємств в інших галузях тощо.

**Висновки.** Обґрунтування характеристик та напрямів дослідження конкурентоспроможності через рівень їх балансової напруги та операційної безпеки за окресленими критеріями дасть змогу:

- здійснити комплексний аналіз показників фінансової звітності в контексті їх конкурентоспроможності відповідно до мети і встановлених завдань;
- оцінити пропорції успішності, що характеризують певний стан активів підприємства та джерел їх формування;
- проаналізувати ефективність функціонування підприємства за умов конкурентного середовища;
- встановити відповідність рівнів балансової напруги та операційної безпеки за умов загострення конкурентної боротьби.

Використання запропонованих характеристик оцінки конкурентоспроможності підприємства дасть змогу здійснювати постійний контроль, аналіз та діагностику рівнів конкурентоспроможності підприємства за показниками фінансової звітності з метою регулювання рівнів конкурентоспроможності суб'єктів господарювання шляхом розробки оперативних управлінських рішень.

### Література

1. Рзасв Г.І. Конкурентоспроможність підприємств: концептуальні підходи та напрямки досліджень / Г.І. Рзасв // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009. – № 2. – С. 112–116.

2. Рзаєв Г.І. Показники оцінки конкурентоспроможності підприємств, їх переваги та недоліки / Г.І. Рзаєв // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009. – №2. – Т. 1. – С. 77–80.

3. Рзаєв Г.І. Оцінка конкурентоспроможності підприємства в контексті його економічної безпеки / Г.І. Рзаєв // Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент». – 2010. – Вип. 7 (26). Ч. 3. – С. 67–77.

Надійшла 11.08.2011

УДК 330.341.1:334.723

О. В. ГРИГОР'ЄВА

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

## ЧИННИКИ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

*Розглянуто сутність та складові виробничого потенціалу підприємства. Визначено чинники ефективного використання виробничого потенціалу підприємства.*

*Essence and constituents of productive potential of enterprise are considered. The factors of the effective use of productive potential of enterprise are certain.*

*Ключові слова: виробничий потенціал підприємства, ефективне використання виробничого потенціалу підприємства.*

Все частіше проблеми ефективного функціонування підприємства пов'язують з використанням його потенціалу. Особливо актуальним завданням в умовах сьогодення є оцінка потенціалу підприємств України. Стан національної економіки та окремих підприємств, що супроводжується недовикористанням виробничих потужностей, нагромадженням понаднормативних запасів і готової продукції, скороченням чисельності працівників, зниженням їхнього кваліфікаційного рівня й продуктивності праці та іншими негативними явищами, закономірно призводить до втрати потенціалу підприємств.

Для ефективного функціонування і забезпечення конкурентоспроможності підприємства необхідно якісно розвивати матеріально-технічні, структурно-функціональні, соціально-трудові та інші елементи економічного потенціалу. Тобто потенціал підприємства має перебувати у динамічній рівновазі з зовнішнім середовищем, яке постійно змінюється.

Реалізація цього завдання вимагає відповідних змін потенціалу підприємства. На певному етапі свого розвитку підприємство потребує заміни застарілих основних фондів і переходу до використання нових технологій; зміни виробничих потужностей, якісних характеристик персоналу; модернізації інформаційної системи та інших чинників ефективної адаптації підприємства до вимог зовнішнього оточення. Підприємству необхідно набути такого рівня розвитку, яке дасть можливість досягти максимальної економічної ефективності у сформованих умовах зовнішнього середовища. Тому оцінка чинників, що впливають на ефективність використання потенціалу підприємства, його виробничої частини, є актуальною в сучасних умовах господарювання.

Питанням формування та ефективного використання потенціалу підприємства у різні періоди приділяли увагу такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Струмлінін С.Г., Немчинов В.С., Анчишкін А.І., Абалкін Л.І. та інші, які вивчали питання формування та використання підприємств в умовах планової соціалістичної економіки; Єчина Ю.С., Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.І., які досліджували потенціал підприємства, його сутність, формування та оцінку в сучасних економічних умовах; Андрощук Д.В., Ішук С.О., Чичкало-Кондрацька І.Б. та інші, які приділяють увагу економічним зв'язкам потенціалу підприємства з різними факторами його розвитку та зростання. Проте багатосторонність питання формування та використання виробничого потенціалу підприємства залишає простір для подальших досліджень питань ефективності використання виробничого потенціалу підприємства.

Метою статті є визначення сутності та основних складових виробничого потенціалу підприємства та чинників, що характеризують ефективність його використання. Для досягнення поставленої мети необхідно дослідити механізм формування виробничого потенціалу та його місце у загальній системі економічного потенціалу підприємства, розглянути основні чинники, що сприяють ефективному використанню виробничого потенціалу підприємства.

В розвитку сучасних уявлень про потенціал можливо виділити три основних напрямки. Представники першого стверджують, що потенціал - це сукупність необхідних для функціонування або розвитку системи різних видів ресурсів. Цей підхід підтримано й думками академіка Л.І. Абалкіна, який говорив про те, що поняття "потенціал" і "ресурси" не слід протиставляти. Потенціал (економічний, підприємницький, виробничий) представляє собою "узагальнену, збірну характеристику ресурсів", прив'язану до місця та часу [7]. У літературі трактування поняття "потенціал" як певної сукупності ресурсів, головним чином, економічних, безпосередньо пов'язані з функціонуванням виробництва та прискоренням

науково-технічного прогресу, знаходить все більше однодумців. Так, наприклад, В.Н. Архангельський під потенціалом розуміє засоби, запаси джерела, які є в наявності і можуть бути мобілізовані для досягнення певної мети або рішення певної задачі, тобто як сукупність визначених накопичених ресурсів [7]. До складових частин потенціалу в цьому розумінні відносяться ресурси, які залучаються в сферу удосконалення виробництва. Сюди ж включається і сукупність ресурсів, яка забезпечує необхідний рівень організації виробництва та управління, ресурси сфери освіти і перепідготовки кадрів. "Ресурсне" розуміння потенціалу має важливе значення для планування та управління виробничою діяльністю, але не висчерпує найістотніші його характеристики.

Друга група авторів представляє потенціал як систему матеріальних та трудових факторів (умов, складових), які забезпечують досягнення мети виробництва. Основою для такого підходу є ще вислови К.Маркса про те, що засоби праці, предмет праці та робоча сила як фактори виробництва та елементи утворення нового продукту виступають як можливості, чим самим підкреслюється їх потенційний характер.

Вчені третього напрямку розглядають потенціал як здатність комплексу ресурсів економічної системи вирішувати поставлені перед нею задачі. Потенціал, на їх думку, – це цілісне уявлення щодо єдності структури і функції об'єкту, прояв їх взаємозв'язку, вираз сукупної можливості колективу для виконання яких-небудь задач [7].

Враховуючи наведені підходи до визначення потенціалу підприємства та відокремлюючи його виробничу складову, можна зазначити, що виробничий потенціал – це наявні та приховані можливості підприємства щодо залучення та використання факторів виробництва для випуску максимально можливого обсягу продукції (виконання робіт, надання послуг). Його також можна сприймати як сукупність функціонуючих ресурсів, які здатні виробляти певні обсяги продукції або як спроможність суб'єкта господарювання випускати якісну продукцію, що відповідає вимогам ринку, в необхідній кількості, при мінімальних витратах, використовуючи наявне устаткування і технології, сучасні форми організації виробництва, праці та управління.

Більшість дослідників [2, 4, 7] до складу виробничого потенціалу включають: потенціал землі та природнокліматичні умови (тобто можливості підприємства використовувати сукупні природні багатства у господарській діяльності); потенціал основних фондів (наявні та приховані можливості основних фондів, які формують техніко-технологічний базис виробничої потужності підприємства); потенціал оборотних активів (певна сукупність предметів праці: сировини, конструкційних матеріалів, палива, енергії та різних допоміжних матеріалів, – які перебувають у виробничих запасах, незавершеному виробництві, напівфабрикатах власного виготовлення і витратах майбутніх періодів); потенціал нематеріальних активів (сукупність можливостей підприємства використовувати права на нові чи наявні продукти інтелектуальної праці в господарському процесі з метою реалізації корпоративних інтересів на засаді задоволення суспільних потреб); потенціал технологічного персоналу (здатність робітників виробляти різні продукти, надавати послуги чи виконувати роботи).

Виробничий потенціал підприємства володіє такими характеристиками, як динамічність; системність та складність структури. Його динамічність пов'язана зі зміною його величини у часі. Виробничий потенціал за своєю будовою є складною системою, і, відповідно, володіє рисами, притаманними будь-якій системі. Складність структури зумовлена різноманітністю і складністю виробничих зв'язків.

Можливість оцінити (кількісно і якісно) наявні ресурси і отримані результати, визначити реальні можливості економічного суб'єкта є головною характеристикою виробничого потенціалу. Проблема визначення його величини як у теоретичному, так і у практичному аспектах є досить важливою, оскільки уявлення про величину виробничого потенціалу підприємства та його складових елементів є необхідною умовою для здійснення ефективного управління ним. Вчені займають різні позиції щодо оцінки величини виробничого потенціалу, однак можна говорити, що в цьому плані чітко виділяють такі підходи:

– вартісна оцінка всіх ресурсів-складових потенціалу, яка стикається з проблемою визначення вартості деяких ресурсів (наприклад інформаційних);

– оцінка величини виробничого потенціалу через переведення всіх ресурсів у трудовий еквівалент;

– визначення виробничої потужності підприємства як показника, що характеризує величину виробничого потенціалу;

– оцінка величини виробничого потенціалу шляхом комплексної оцінки та/або виведення узагальнених показників.

Перші два підходи характерні для представників ресурсного підходу, третій є реалізацією результатного, четвертий можна віднести і до першого і до другого підходів. Як правило, оцінка здійснюється за певний проміжок часу, наприклад, рік або період тривалості виробничого циклу.

Слід зазначити, що вчені-економісти наголошують на тому, що виробничий потенціал економічного суб'єкту неможливо визначити шляхом оцінки якогось окремого ресурсу, а лише за їх сукупністю у взаємозв'язку і пропорціях, що забезпечують здійснення виробничого процесу [5].

Наприклад, В.Н. Авдєєнко і В.А. Котлов взагалі ставлять під сумнів можливість визначити вклад певного елементу виробництва і зазначають, що ресурсний підхід не лише вказує на те, що виробничий

потенціал "представляє собою сукупність виробничих ресурсів цільового призначення, але й робить очевидною методичку оцінки його величини як суми фізичних значень складових елементів". Тому вони вказують на те, що "найбільш уніфікованим і універсальним виміром елементів виробничого потенціалу є їх ціна чи вартість" [1]. Виходячи з таких позицій, автори пропонують визначати величину виробничого потенціалу так:

$$\Pi = V_{\text{оф}} + V_{\text{тр}} + V_{\text{ер}} + V_{\text{т}} + V_{\text{і}}, \quad (1)$$

де  $\Pi$  – величина виробничого потенціалу підприємства;

$V_{\text{оф}}$  – середньорічна балансова вартість основних промислово-виробничих фондів підприємства, з урахуванням витрати на їх модернізацію;

$V_{\text{тр}}$  – вартість трудових ресурсів, який включає фонд заробітної плати промислово-виробничого потенціалу, фонди матеріального заохочення, витрати на навчання, перепідготовку та підвищення кваліфікації промислово-виробничого персоналу;

$V_{\text{ер}}$  – вартість енергетичних ресурсів, яке підприємство отримує зі сторони;

$V_{\text{т}}$  – вартість технології;

$V_{\text{і}}$  – вартість інформації.

Андрощук Д.В. пропонує дещо інший підхід до оцінки виробничого потенціалу підприємства, який можна представити наступною залежністю [2]:

$$W_o = L \times K_1 + P \times \beta \times F \times K_w, \quad (2)$$

де  $W_o$  – сукупна споживча вартість виробничих ресурсів;

$L$  – чисельність промислово-виробничого персоналу;

$K_1$  – коефіцієнт оцінки складу та якості трудових ресурсів;

$P$  – коефіцієнт заміщення (еквівалентності) основних виробничих фондів чисельністю промислово-виробничого персоналу;

$V$  – питома вага активної частини основних виробничих фондів;

$F$  – вартість основних виробничих фондів у незмінних цінах;

$K_w$  – коефіцієнт оцінки складу та якості основних виробничих фондів.

Отже, враховуючи сучасні підходи до визначення величини виробничого потенціалу підприємства та переходячи до оцінки ефективності його використання, треба зазначити, що особливістю як економічного потенціалу підприємства, так і його складової – виробничого потенціалу є те, що всі його елементи функціонують одночасно і в сукупності, а це, в свою чергу, вимагає інтегрального підходу до визначення ефективності використання виробничого потенціалу. Такий підхід в оцінці чинників ефективності використання виробничого потенціалу підприємств обумовлений впливом інновацій, нестабільністю зовнішніх чинників господарювання, кон'юнктурними умовами виробництва. Внаслідок впливу цих факторів постійно відбуваються певні структурні зрушення всередині виробничого потенціалу, а також якісні та кількісні зміни техніко-економічних показників, що його характеризують. У загальному вигляді ефективність функціонування виробничого потенціалу визначає ступінь досягнення деякого потенційного результату діяльності підприємства за визначений період часу. Допустимі і недопустимі відхилення від потенційного результату виробничо-господарської діяльності підприємства, перевищення якого є в принципі неможливим внаслідок дії тих чи інших технологічних або економічних причин, відображають поняття "низька" і "висока" ефективність. А, отже, ефективність виробничого потенціалу, на думку Ішук С.О., можна розглядати принаймні у двох вимірах: технологічному та економічному, використовуючи метод оцінювання стохастичних меж виробництва і собівартості продукції. Даний метод дозволяє відобразити ефективність використання виробничого потенціалу підприємства у вигляді багатомірної величини і значно точніше ідентифікувати взаємозв'язки між його елементами. Визначення відхилень від рівня використання виробничого потенціалу за допомогою стохастичних методів дає можливість порівнювати (у тому числі й статистично) ступінь ефективності функціонування підприємства з чинниками, які його обумовлюють, що відкриває нові можливості для вирішення проблеми управління ефективністю на рівні підприємства [5].

На нашу думку, формування рівня ефективності виробничого потенціалу підприємства здійснюється за рахунок критеріїв ефективності його складових, які в свою чергу, оцінюються через систему показників ефективності їх використання. Ефективність використання фондової складової виробничого потенціалу оцінюється через показники фондоддачі, коефіцієнта оновлення, коефіцієнта придатності основних фондів, коефіцієнта використання потужностей, рентабельністю основних фондів – для основних фондів підприємства; показником оборотності запасів, коефіцієнтом матеріалоддачі, рентабельністю оборотних фондів – відповідно для оборотних фондів підприємства. Кадрова складова оцінюється через показники фондоозброєності персоналу або окремих категорій працівників підприємства, сталості персоналу, зарплатовіддачі, коефіцієнт підвищення кваліфікації працівників, темпи зміни продуктивності

праці, темп зростання рівня заробітної плати в порівнянні з темпом зміни продуктивності праці. Ефективність фінансової складової виробничого потенціалу характеризується рядом коефіцієнтів: автономії, фінансового левориджу, капіталізації прибутку, фінансовим забезпеченням запасів та рентабельністю активів підприємства. Управлінська складова буде ефективною при досягненні оптимальних значень показників оборотності залишків готової продукції, рентабельності витрат на управління, темпів оновлення технології.

Синтез нормативних і стохастичних методів оцінки ефективності може здійснюватися шляхом введення в нормативну модель виробництва ймовірнісних характеристик. Це особливо актуально для побудови технологічних матриць і проведення різноманітних оцінок виробничих запасів. А отже, застосування запропонованих методичних підходів дозволяє отримувати значно достовірніші результати вимірювання ефективності функціонування виробничого потенціалу, які можуть бути використані для вдосконалення управління діяльністю підприємств.

Таким чином, виробничий потенціал – це наявні та приховані можливості підприємства щодо залучення та використання факторів виробництва для випуску максимально можливого обсягу продукції (послуг). Його треба також сприймати як сукупність функціонуючих ресурсів, які здатні виробляти певний обсяг продукції. Ефективність використання виробничого потенціалу підприємства характеризується ефективністю використання його складових та може бути оціненою через систему визначених критеріїв.

### Література

1. Авдеенко В. Н. Производственный потенциал промышленного предприятия / В. Н. Авдеенко, В. А. Котлов. – М. : Экономика, 1989. – 240 с.
2. Андрощук Д. В. Теоретичні питання визначення та оцінки виробничого потенціалу підприємства / Д. В. Андрощук // Університетські наукові записки – 2005. – № 1–2 (13–14). – С. 374–380.
3. Воронкова А. Е. Потенціал підприємства як основа його довгострокового розвитку / А. Е. Воронкова, Ю. С. Погорєлов // Актуальні проблеми економіки – 2009. – № 4 (94). – С. 77–84.
4. Єчина Ю. С. Суть економічного потенціалу виробничого підприємства / Ю. С. Єчина // Вісник КНУТД. – 2006. – № 6. – С. 142–146.
5. Іщук С. О. Концептуальні засади формування та розвитку виробничого потенціалу промислових підприємств / С. О. Іщук // Регіональна економіка. – 2005. – №3. – С. 48–56.
6. Прохорова В. В. Ресурсний потенціал економічного зростання / В. В. Прохорова // Вісник економічної науки України. – 2005. – № 2. – С. 77–80.
7. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2004 – 316 с.
8. Чичкало-Кондрацька І. Б. Новий підхід до оцінки резервів відновлення та розвитку виробничого потенціалу промислових підприємств / І. Б. Чичкало-Кондрацька // Регіональні перспективи. – 2000. – № 1. – С. 19–23.
9. Яковлева Н. Оцінка інноваційного потенціалу підприємств та ефективності його використання / Н. Яковлева // Вісник КНТЕУ. – 2005. – № 1. – С. 45–52.

Надійшла 11.08.2011

УДК 65

А. ВАСИЛЮК

Тернопільський національний технічний університет

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Узагальнено проблемні аспекти формування та управління потенціалом машинобудівних підприємств. Досліджено процес трансформації ресурсних чинників у потенціал підприємства і капітал та механізми їх ефективного управління.*

*Problem aspects of machine building enterprises potential formation and management were generalized. The process of transformation of resource factors into an enterprises both potential and capital as well as. The mechanisms of perspective management were investigated.*

*Ключові слова: активи, ресурси, потенціал, капітал, інновації, диверсифікація, інвестиції, управління.*

**Постановка проблеми.** Формування та раціональне і ефективне використання економічних ресурсів підприємства визначає його функціонування та результативну діяльність. Негативний вплив стагнації та рецесії глобального економічного середовища суттєвим чином можна покращити правильно сформованим процесом структуризації елементів потенціалу та механізмом управління, що забезпечують зворотній зв'язок між рішеннями та отриманими результатами. Розвиток ринкових відносин на Україні потребує нової концепції управління підприємством з ефективним використанням всіх чинників

внутрішнього потенціалу та залучення зовнішніх інвестицій-інновацій. Розроблення науково обгрунтованої стратегії диверсифікації підприємств дасть змогу ефективніше реалізувати інвестиційно-інноваційну стратегію його розвитку, що є актуальним і потребує подальших досліджень. Аналіз стану діяльності підприємства дозволить у подальшому визначити можливі шляхи його розвитку та вибрати оптимальний варіант управління на сучасному етапі. Управління потенціалом підприємства слід розглядати як систему взаємозалежних базових чинників, що забезпечують поточний, оперативний та стратегічний характер його ефективного функціонування.

Аналіз останніх джерел і публікацій засвідчує, що дослідженню проблеми ефективного управління підприємствами через стратегію диверсифікації та інвестиційно-інноваційну присвячені праці Дж. Кейнса, О. Кузьміна, Б. Данилишина, Н. Абікаєва, А. Пересади, Н. Петришина, М. Литвина, І.О. Бланка, В.В. Вітлінського, А.Ф. Гойка, І.Д. Фаріона та інших. Вирішенню проблеми управління диверсифікації та реалізації інвестиційно-інноваційних проектів носить класичний підхід та має розрізнений характер. Актуальним залишається вдосконалення організаційно-економічного потенціалу підприємства.

Метою статті є аналіз формування та управління потенціалом машинобудівних підприємств, що забезпечує його ефективне функціонування за наявності дестабілізуючих чинників.

**Викладення основного матеріалу.** Машинобудівний комплекс, що займає перше місце з випуску валової продукції, споживає 1/3 прокату, майже 2/3 сталевого литва, 40% чавуну. Серцевиною машинобудування є верстатобудування. Сучасні верстати з числовим програмним керуванням (ЧПК) є гнучкі універсальні автомати, що дозволяють випускати номенклатуру різної конфігурації деталей машин. На даний час на Київському заводі "ВЕРКОН" випускаються верстати сучасного покоління з магазинами змінних інструментів, замовниками яких є підприємства Росії та Білорусії. На інших 14 заводах завантаження не перевищує і половини їх потужності. На розміщення підприємств машинобудування значний вплив має ряд економічних чинників: сировина, концентрація виробництва, його спеціалізація, кооперація, трудомісткість окремих видів продукції, зручність транспортно-економічних зв'язків. Продукція машинобудівної галузі найскладніша, бо складається з багатьох десятків деталей вузлів та агрегатів. Для випуску готової продукції десятки, а іноді й сотні підприємств встановлюють між собою коопераційні зв'язки (поставки деталей, комплектуючих виробів, матеріалів тощо). Для виготовлення окремих вузлів, деталей залучають як механічні, так ливарні цехи. Їх діяльність пов'язана з екологічними проблемами [1]. Тому вагранки перенесені за межі промислових міст та обласних центрів. Ресурсне забезпечення підприємства – це сукупність можливостей щодо придбання необхідних матеріалів, комплектуючих, напівфабрикатів, фінансові ресурси і кваліфіковані кадри. З латини потенціал тлумачиться як потужність, сила, що мають різні одиниці вимірювання. За енциклопедичною термінологією потенціал визначають, як потенційні можливості наявних ресурсів та вміння раціонально їх використовувати для досягнення поставленої мети [2]. Електричний потенціал можливий за наявності іншого потенціалу. В такому розумінні їхня різниця викликає (породжує) потік зарядів. Потенціал – це спроможність взаємопов'язаної сукупності ресурсів, засобів, предметів, робочої сили забезпечити стратегію підприємства. Розрізняють природний потенціал, як сукупність природних умов і ресурсів, відновлюваний і такий що не відновлюється, як газ, паливо. Таким чином, шляхом трансформації ресурси матеріальні і нематеріальні переходять у потенціал. Зреалізований потенціал стає капіталом, що приносить дохід. Так, у металургійній промисловості з руди (ресурс) шляхом вилучення пустої породи отримують залізну руду збагачену залізом (потенціал), яка служить сировиною для отримання чавуну(капітал). Базовий потенціал включає виробничо-технологічний, інвестиційно-інноваційний, фінансово-економічний, господарсько-фінансовий. Виробничо-технологічний, фінансово-економічний та господарсько-економічні потенціали, у кожному з яких наявний інтелектуальний потенціал, складають організаційно-економічний потенціал. Кількісне, якісне, структурне вдосконалення потенціалу підприємства забезпечує його інтенсивний розвиток. Потенціал характеризує розвиток виробничих сил та виробничих чи невиробничих відносин.

Результативно використаний потенціал трансформується в капітал. Капітал – це сума благ, якими володіє підприємство у формі природних ресурсів та послуг, людських інтелектуальних та трудових здібностей, економічних благ у формі грошових засобів та матеріальних товарів, що задіяні у господарській діяльності підприємства з метою отримання прибутку [3]. Природний капітал – це запас природних матеріальних ресурсів і послуг, якими володіє підприємство і які можуть використовуватися у виробничих цілях.

Трудовий потенціал. Людина як фізична істота є носієм певних природних індивідуальних здібностей і талантів, а як соціальна істота набуває в процесі суспільної життєдіяльності і витрачає для цього певні фізичні, матеріальні та фінансові ресурси [4]. Природна здатність до праці уособлює природний ресурс людини, а набуті суспільні якості за своєю економічною суттю збагачують ресурс і трансформують його у потенціал. У своєму первісному стані людина, подібна до природних ресурсів і не приносить ніякого економічного результату. Але після здійснення певних затрат і підготовки, через систему відносин трудові ресурси збагачуються, трансформуються у трудовий (людський) потенціал, який реалізується у матеріальних чи нематеріальних відносинах у інтелектуальний капітал, тобто має місце перехід кількості в якість за пірамідальним принципом. Якщо незначні зміни природних ресурсів (надра) можна пов'язати з їх

глибиною залягання, то рівень трудових ресурсів змінюються в часі суттєвіше. Таким чином, первісний ресурс через століття на генетичному рівні трансформується в значній мірі у потенціал. Разом з тим з часом підвищуються вимоги як до рівня ресурсів так і до рівня потенціалу. Генетично закладений, набутий життям сукупні можливості та здібності особистості людський потенціал залежить від умов його формування, розвитку та відтворення. Таке формування протікає через систему вищих навчальних закладів, кращі студенти яких поповнюють наукові та інженерні ресурси. Інші через тестову систему та конкурсний відбір формують трудовий потенціал, який постійно удосконалюється в ринкових умовах. Структура трудового (людського) потенціалу охоплює творчі, духовні, інформаційні, соціальні здібності. Науково-дослідний потенціал, як основа інтелектуального потенціалу, через генерацію нових знань, ідей, новацій створює можливості їхнього використання у виробництві нової продукції. Природні та штучні (машинні) людські ресурси через трансформацію в потенціал та інтелектуальний капітал здатні приносити дохід. Якщо за інтелектом нації, що включає також винаходи, патенти, новизну Україна посідає перші місця в світі, то за їх впровадженням відноситься до відсталих. За даними ЮНЕСКО у 20 країнах, де працює 95% вчених дохід на душу населення щорічно зростає на 200 дол., де 5% – тільки на 10 дол. Інтелектуальні ресурси характеризують здатність індивіда до творчої праці. Основу інтелектуального потенціалу складають особливо творчі, наукові, культурні, соціальні чинники трудового потенціалу підприємства. Людський капітал – сукупність втілених потенційних можливостей, яка включає природні здібності й таланти, а також набуті – освіту, професійні знання, кваліфікацію та навички через участь в процесі виробництва, здатний приносити дохід. Здатність створювати нову вартість і зберігати стару, втілену в матеріальних елементах капіталу. Трудовий капітал підвищує можливість виробляти нові товари і послуги, а мотивація персоналу прискорює реалізацію управлінських рішень. Трудовий капітал – рівень освіти, здатність, задатки, інтуїція, компетентність, комунікабельність, запас здоров'я, знань, навичок, можливі мотивації, що підвищують продукт праці і ефективність виробництва і приносять доходи. Особливістю машинобудівного комплексу, як наукомісткого є тривале формування потенціалу і, особливо перетворення його в капітал. Якщо в інтелектуальнім капіталі загалом (ІК) можуть переважати (НМА) нематеріальні активи (право на користування надрами землі, сертифікати, патенти, винаходи), то інтелектуальний капітал підприємства (ІКП) підприємства включає як матеріальні так і нематеріальні активи. ІКП розглядається як інтегральна величина взаємодії людського капіталу зі структурним, технологічним та ринковим капіталом. Структурний включає програмне забезпечення, патенти, технологічний капітал- власні об'єкти, сертифікати, інтелектуальні технології (базу даних, комунікації, методи управління, технічні засоби, ). В умовах тіньової економіки, тобто з прихованими показниками, доцільним є оцінення діяльності підприємств за відносним методом розрахунку, а саме за людським капіталом [4]. Для розрахунку рівня інвестиційної привабливості підприємства зручно перейти до відносних показників: як відношення доходу до чисельності управлінців та інженерів. відношення прибутку до загальної кількості працівників, кількість спеціалістів до загальної кількості працівників, кількість працівників, які безпосередньо виробляють продукцію.

Виробничо-технологічний потенціал. Матеріальні ресурси-предмети праці, задіяні у виробничому процесі: сировина, основні та допоміжні матеріали, паливо, комплектуючі, напівфабрикати, запчастини трансформуються у потенціал через покращення їх якості, як використання нових матеріалів, збагачення руди, глибша їх переробка, автоматизація основних фондів, перехід на екологічно чисті джерела енергії. Трудові ресурси, природні ресурси, матеріальні ресурси, основні виробничі фонди, засоби виробництва, інформації служать базою формування виробничого потенціалу, що характеризує здатність до використання їх потенційних можливостей. Основні виробничі фонди служать вартісним виразом засобів праці і визначають виробничий потенціал, який в свою чергу визначає інвестиційну привабливість підприємства. Матеріальні – це і енергетичні ресурси, як вуглеводні, уранові руди, водні басейни, енергія сонця, вітру. Нафтові ресурси переробляють на відповідні нафтопродукти, як бензин, дизельне паливо, мазут, що формують енергетичний потенціал. Енергію сонця, вітру, води використовують для будівництва відповідних електростанцій, що є енергетичним потенціалом екологічно чистих джерел енергії. Машинобудування активно переходить на екологічні чисті джерела енергії. Вилучається використання коксу, мазуту, газу в ливарних цехах з переходом на електричні (індукційні) технології. Виробничий потенціал суттєво зростає в умовах кооперування підприємств, що характерно для машинобудівної галузі. Технологічний потенціал – здатність оперативно переорієнтувати виробничі потужності і налагодити економічно ефективно виробництво нових продуктів, які відповідають ринковим потребам. Інформація-як елемент виробництва є товаром, що заміщує матеріальні, енергетичні та людські ресурси, основні фонди. Неefективна діяльність підприємств породжує низьку якість продукції, сировинну залежність, знос, частку повернутої продукції, старіння персоналу. Такі явища, в свою чергу, призводять до кризових процесів, руйнування виробничого потенціалу, прихованої кризи – збитки з'їдають власний капітал, кризи процесу праці (декваліфікація, невиплата зарплати), потенційної кризи-неплатоспроможного підприємства, кризи предметів праці (втрата сировини, ресурсів), кризи засобів праці (знос) [5]. Криза – повторюваний, обмежений у часі стан підприємства, який характеризується сильними коливаннями його параметрів за межами коридору допустимих значень.

Інвестиційно-інноваційний потенціал. Еволюційний характер соціально-політичного розвитку України зумовлений менталітетом його народу. Такий же еволюційний характер має і економічний



розвиток. Такий характер розвитку не передбачає швидких і великих інвестицій, а значить стрімкого зростання економіки. Членство України в СОТ та створення умов безвізового режиму не дають змоги впроваджувати новітні технології. Військово-промисловий комплекс України, що умовно відноситься до середнього машинобудування, через конверсію має сприяти впровадженню відносно нових технологій. Новація, як ресурсна категорія, включає: відкриття, винаходи фундаментальні та прикладні дослідження, розробки [6]. Використання новацій в технологіях призводить до створення нової чи поліпшеної інноваційної продукції. Інновація – поліпшення існуючого обладнання, створення нових видів товарів, транспортних та виробничих засобів, які виступають потенційним ресурсом. Ресурсі використання його продуктивних сил є необхідною і достатньою умовою для створення потенціалу [6]. Економічний потенціал не просто сукупність ресурсів і можливостей. В процесі обробки, переробки ресурси змінюють свої властивості.

Інноваційний потенціал розглядається як система взаємопов'язаних ринкових і новаційних чинників. Інновація служить засобом реалізації наукового відкриття, новації, винаходу. Інновації-якісні зміни у виробництві відносяться як до техніки, технології, організації виробництва. Інноваційний потенціал як здатність, спроможність пошуку, розробляти і впроваджувати у виробництво інноваційний продукт. Загалом інноваційний шлях включає генерування, відбір ідей, бізнес-аналіз, модель, розробку, створення, випробування дослідного зразка, запуск виробництва й впровадження продукції з метою отримання економічного ефекту. Особливістю інноваційного процесу в машинобудуванні є його багатостадійність: технічні пропозиції, завдання, ескіз проекту, технічний проект, робочий проект, документація, зразок, випробування виправлення помилок, недоробок (корекція). Кінцевий продукт інноваційної діяльності є відновлення основних фондів і технологій, удосконалення управління. Інноваційна діяльність має інвестиційне забезпечення.

Прямі інвестиційно-інноваційні (ПІІ) вкладання у фінансовий сектор (банки, фонди, ринки, опціони) значно більше ніж у виробництво, що можна тлумачити як переливання і швидкий обіг капіталу та отримання доходів. Разом з тим до кризи 40% капіталу банків належали іноземним інвесторам, що найбільше пострадали. Україна за оцінкою ЮНЕСКО займає 63 з 139 країн за інноваційним потенціалом. Висока ресурсоємність ВВП (глибина переробки, експорт сировини) потребує максимальних інновацій. Інвестор вкладає максимально у основні фонди, але не їх оновлення. Венчурний бізнес посередник між інвестором і підприємством. Венчурний фонд купує пакет акцій до 40%, а потім кредитує.

Іноземні інвестори переважно вкладають у фінансовий сектор та нерухомість, що мало стимулює економіку. При цьому використовують національні ресурси без подальшого відновлення земельного фонду, як культивування рапсових культур. Крім того використовують трудові ресурси за нижчими цінами, не зацікавлюють страхові компанії в іноземних ризиках, впливають на політику.

Для перехідної і кризової економіки, що характеризується значним монополізмом, диспаритету цін, зростанням витрат виробництва, зниження попиту населення, необхідним заходом є диверсифікація виробництва. Диверсифікація ряду малих та середніх підприємств, як спосіб виживання в нашому регіоні, зумовлена зупинкою в першу чергу комбайнового заводу.

У сучасних умовах результативна діяльність середнього і великого бізнесу здійснюється на макро і мезорівнях. Проблема розвитку виробничого комплексу пов'язана з нестачею фінансових ресурсів, а тому і використання інноваційних технологій, наукових розробок. Так як машинобудування характеризується наукомісткістю, то в умовах переважно внутрішнього інвестування доцільним є створення молодіжних регіональних наукових парків, технопарків з традиційним їх спрямуванням. Малим та середнім підприємствам залучати інтелектуальних інженерних працівників для проведення мозгових штурмів з метою вироблення інноваційної політики. Виявлення інвестиційно-інноваційних можливостей доцільно здійснювати на основі оцінки співвідношення НДР до загального обсягу НДДКР. Інформаційні технології розглядаються як невід'ємний чинник інноваційних процесів.

Обмеження внутрішніх інвестицій та інновацій спричинює ефективне короткотермінове функціонування підприємства, що призведе в перспективі до значних капіталовкладень.

Для розширення мережі інноваційних структур, що відповідає євроінтеграційній стратегії України, перспективним є функціонування технопарків, наукових парків [7]. Технологічні парки – єдина в Україні діюча інноваційна структура, яка впроваджує наукоємні розробки, високі технології та забезпечує промисловий випуск конкурентоспроможної на світовому ринку продукції. Усього за час дії спеціального режиму інноваційної та інвестиційної діяльності до бюджетів та державних цільових фондів технопарками перераховано понад 252 млн грн. Технопарками залучено інвестицій для виконання проектів на суму майже 450 млн грн. Із 14 зареєстрованих інноваційних та інвестиційних проектів на сьогоднішній день впроваджується десять. ВАТ "Каховський завод електрозварювального устаткування" впроваджує інноваційний проект "Створення нових технологій контактного зварювання, розробка і організація випуску гами сучасних машин для контактного зварювання, в тому числі для зварювання високоміцних залізничних рейок і хрестовин".

Підприємством ВАТ "Краматорський завод важкого верстатобудування" впроваджує інноваційний проект "Розробка та організація виробництва ряду безцентровотокарних верстатів під заготівку 6–360 мм

високоміцних сталей та сплавів". В технологічному парку "Напівпровідникові технології і матеріали, оптоелектроніка та сенсорна техніка" налічується 10 учасників, дочірніх та спільних підприємств, 4 з яких є виконавцями трьох інноваційних та інвестиційних проектів, найбільшим з яких є інвестиційний проект "Створення автомобілебудівного комплексу з використанням сенсорних систем контролю технологічних процесів збірки та пофарбування, комп'ютерної і оптичної діагностики", виконавцем якого є ТОВ "Торговий дім "Кримські автомобілі" [8].

Технопарки сприяють забезпеченню потреб внутрішнього ринку, зменшують залежність від імпорту, високими темпами нарощують обсяги постачання на експорт високотехнологічної конкурентноздатної на світовому ринку продукції, створюють нові робочі місця і надають можливості для реалізації вченими і висококваліфікованими спеціалістами України свого інтелектуального потенціалу. На зміну холдинговим компаніям, що не мають інноваційної складової, прийшли кластери. Кластери з фізичної точки зору розглядаються як новоутворення, зародки з високою концентрацією основного компоненту і спільною структурою з базовим складом та потенційною можливістю утворювати самостійну структуру. Тобто кластери можна розглядати як підсистеми галузі. Інноваційні кластери об'єднують промислові підприємства, науково-дослідні інститути, фонди, венчурні фонди, біржу праці, страхові компанії. Кластерні об'єднання зменшують витрати, так як мають спільні цілі, ринок, звіт, ризики, використання техніки, раціональне використання потенціалу взаємне збагачення, гнучкість, спільні дії на рівні влади. Інвестиційна привабливість України-великий внутрішній ринок, географія, історичні зв'язки, транспортна мережа, сировинний і виробничий потенціал, освітній рівень, підприємливість.

Потенціал фінансово-економічної стабільності (ПФЕС). Якщо оборотні та необоротні активи, пасиви виступають фінансовими ресурсами, то співвідношення їх окремих чинників характеризує фінансовий потенціал, а певне значення коефіцієнтів відповідає фінансовому капіталу. Структура фінансових ресурсів визначається видом продукції та технологією її отримання, витратами на виробництво, матеріальними цінностями, операційним та виробничим циклом підприємства. Ефективність використання фінансових ресурсів оцінюється коефіцієнтом участі необоротних активів, коефіцієнт маневреності оборотних активів та показником оборотності, які представляють фінансовий потенціал підприємства. Оборотні та інші активи, що підлягають однорічному балансовому циклу – виробничі запаси, грошові кошти та їх еквіваленти не обмежені у використанні і призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу. Оборотні активи-виробничі запаси, дебіторська заборгованість, власні кошти, нерозподілений прибуток, цільове фінансування, довгострокові зобов'язання, кредиторська заборгованість, дохід, податки. Зростання оборотності призводить до швидшого використання оборотних активів, зменшення запасів, швидкій реалізації продукції і відповідно більшим доходам.

Термін експлуатації необоротних активів, як природних ресурсів, бібліографічних фондів, тимчасових споруд, основних засобів, перевищує один рік.

Фінансування оборотних активів здійснюється переважно за рахунок позикових коштів, тоді як формування необоротних активів-через використання власних коштів. Зростання відношення власних коштів до позикових підвищує фінансову стабільність підприємства, а для промислових підприємств частка власних коштів має перевищувати 60%. Для вітчизняної економіки важливим відношення коштів довгострокових зобов'язань до позикових коштів, що носить назву коефіцієнтом структури позикових коштів і не перевищує 0,4. Визначальними вважають два коефіцієнти: коефіцієнт фінансової незалежності та співвідношення позикових до власних коштів. Співвідношення, починаючи із значень коефіцієнта маневреності власних коштів більше 0,1, коефіцієнта забезпечення оборотних активів власними коштами також більше 0,1, коефіцієнта структури довготермінових вкладень менше 0,3, коефіцієнта інвестування більше 0,6, відображають фінансовий капітал підприємства. Фінансово стійке підприємство за рахунок власних коштів покриває кошти, вкладені в основні засоби, нематеріальні активи, оборотні кошти [9].

Управління та моделі розвитку підприємством. Управління, як функція організаційної системи, спрямоване на ефективне виконання програми і запезпечує стійкість функціонування підприємства. Сутність стратегічного управління в максимальній ефективності виходу інноваційного продукту за мінімального використання сукупних ресурсів. Управління включає загальний, процесний суб'єктно-об'єктний, функціональний підходи. Суб'єктно-об'єктний підхід визначається впливом суб'єкта на об'єкт. Функціональний підхід передбачає виконання загальних функцій планування (концепція, прогноз, програма), організацію (процес, система, структура), технології, ресурси, метод, комунікації, інформація), мотивацію (потреба, інтереси влада, очікування) й контроль (норми, правила, інструкції). Функції управління підлягають логічному алгоритму як сукупності логічно пов'язаних дій для перетворення ресурсів на вході в продукцію на виході. Модель потенціалу підприємства визначається освітнім, кваліфікаційним та мотиваційним потенціалом керівника та персоналу управління оптимально використовувати ресурси, можливості трансформувати ресурси для створення конкурентноспроможної продукції [10]. Управління потенціалом розглядається як процес підприємницьких заходів направлених на поточний, оперативний та стратегічний розвиток підприємства (рис.1). Виходячи з можливостей розробляється правила, технологія, алгоритм, механізм формування потенціалом підприємства, що включають динамічний характер потенційних можливостей, збалансованості, зміни структурних елементів. Схема управління (рис.1)

побудована за принципом росту дерева, піраміди, тобто знизу вгору, починаючи із сировини, резервів, їх трансформацію у потенціал, як перетворення кількості в якість. Особливістю такої трансформації для машинобудівного комплексу є тривалість нарощування трудового потенціалу через досвід, стажування, додаткову обробку і переробку сировини, ускладнення технологічних операцій, їх автоматизація. Система управління, що розвивається на принципах упереджувальної дії, забезпечує конкурентоспроможність, стратегічну цільову спрямованість виробництва. Ефективне функціонування всіх складових потенціалу підприємств визначається інформаційним забезпеченням, що заміщує матеріально-енергетичні та трудові ресурси, виробничий потенціал, основні фонди тощо (рис.1). Трудовий потенціал не виділений окремим чинником (блоком), так як присутній у всіх чинниках як управлінський і такий, що безпосередньо задіяний у процесі виробництва матеріальних благ. Вищою формою розвитку трудового потенціалу виступає інтелектуальний потенціал, що задіяний як в системі управління, так і, зокрема, в технологічно-конструкторському бюро. Модель управління також передбачає кризові явища (блок 5). Виробничий (блок 1), фінансово-економічний (блок 2) та господарсько-фінансовий (блок 3) потенціали відповідальні за кризові явища. Якщо виробничий сектор породжує кризу предметів та засобів праці, то фінансова криза породжена іпотечними процесами, нехваткою коштів. Нестача оборотного капіталу призводить до невилплати заробітної плати, погіршення якості сировини і таким чином, до кризи процесів та предметів праці, що підтверджує їх взаємозалежність. Рушійною силою усунення кризових явищ та нарощування виробництва виступає інвестиційно-інноваційний потенціал (блок 4). Результатом ефективної роботи такого потенціалу є створення інноваційної, диверсифікаційної продукції, що має додану вартість (капітал).

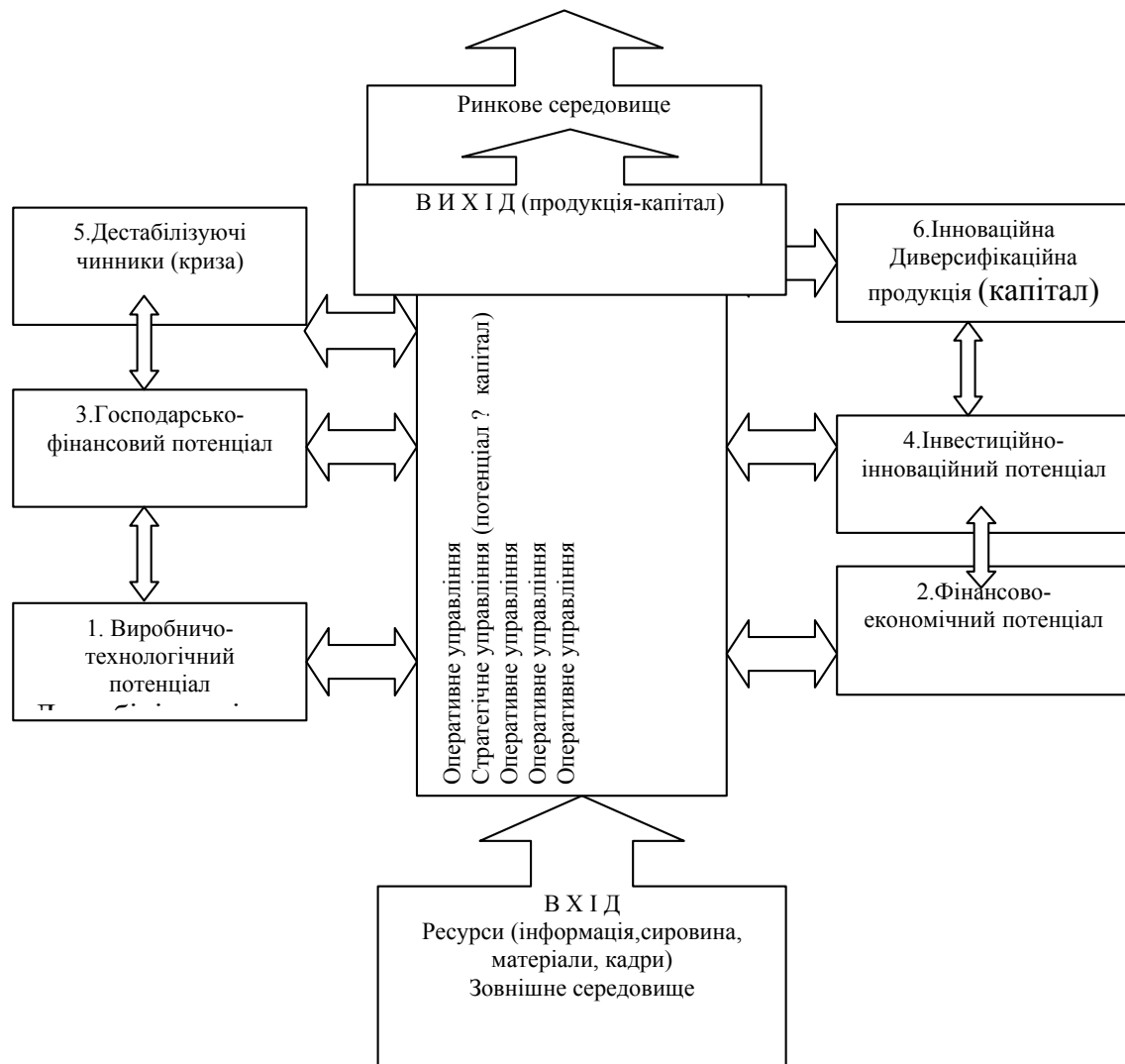


Рис. 1. Схема алгоритму процесу управління економічною стійкістю підприємства (авторська розробка)

### Висновки

1. Особливістю формування машинобудівного комплексу є трансформація ресурсу в потенціал і капітал за тривалий час. Управління підприємством полягає в організації максимального і швидкого переходу потенціалу підприємств в його капітал.

2. Трудовий потенціал, що проходить кілька стадій свого формування, є визначальним і присутній у всіх чинниках потенціалу підприємства.

3. За наявності дестабілізуючих чинників і за умов нарощування ефективної діяльності підприємства визначальним є інвестиційно-інноваційний потенціал підприємства з точки зору отримання інноваційного та диверсифікаційного продукту.

4. Незважаючи на граничний знос основних фондів та сучасний рівень вітчизняних технологій, що уступають зарубіжним, ефективна діяльність підприємства досягається за рахунок внутрішніх інвестицій, інновацій та диверсифікації виробництва.

### Література

1. Кузь Е. Стратегічний розвиток машинобудування в Україні / Е. Кузь // Галицький економічний вісник. – 2011. – № 1. – С. 35–42.

2. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посібник] / Краснокутська Н. С. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.

3. Капитал (от простого к сложному) / В. А. Каменецкий, В. П. Патрикеев. – М. : ЗАО Издательство "Экономика". – 2006. – 583 с.

4. Журавльова І. В. Управління людським капіталом підприємства. Наукове видання / І. В. Журавльова, А. В. Кудлай. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2004. – 284 с.

5. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством : [навч. посібник для студ. вищих навч. закл.] / Василенко В. О. – К. : ЦУЛ, 2003. – 503 с.

6. Медынский В. Г. Инновационный менеджмент : [учебник] / Медынский В. Г. – М. : Инфра-М, 2002. – 654 с.

7. Закон України "Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків".

8. Гуржій А. М. Перспективи розвитку системи технологічних парків України / Гуржій А. М., Гусев В. О., Гончаренко М. Ф. // Вісник НАДУ. – 2003. – № 4. – С. 139–149.

9. Іванов В. Л. Управління економічною стійкістю промислових підприємств (на прикладі підприємств машинобудівного комплексу) / Іванов В. Л. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2005. – 268 с.

10. Управління потенціалом підприємства : навч. посібник / [Должанський І. З., Загорна Т. О., Удалик О. О., Герасименко І. М.]. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с.

Надійшла 19.08.2011

**ЕКОНОМІКА ПРАЦІ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ,  
РОЗВИТОК ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ**

УДК 331.101.3:334.716

М. О. МАКСИМЕНКО, А. А. ГУРІНА, Н. М. КРАУС  
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

**УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ  
ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*У статті розглянуто сучасний стан та проблеми системи мотивації персоналу на підприємствах промислової галузі. Основна мета статті полягає у розкритті значення мотивації персоналу та обґрунтуванні рекомендацій з удосконалення системи мотивації персоналу на промислових підприємствах.*

*This article examines the modern state and problems of the personnel motivation system at the industrial enterprises. The key purpose of the article is to discover the value of the personnel motivation and to form recommendations concerning the improvement of the motivation system of personnel on the industrial enterprises.*

*Ключові слова: мотивація персоналу, управління мотивацією праці, кадрова служба, матеріальна винагорода, стимулювання активності персоналу, умови праці.*

**Вступ.** Глибокі зміни в політичній, економічній, соціальній сферах, що відбуваються в Україні, спрямовано на становлення нової економічної системи, заснованої на ринкових відносинах. За умов функціонування ринкової системи господарювання підприємства стоять перед необхідністю діяти в конкурентному середовищі, знаходити й розширювати свою "нішу" на ринку товарів та послуг, оволодівати новим типом економічної поведінки, постійно підтверджувати свою конкурентоспроможність. У зв'язку з цим має зростати внесок кожного працівника в досягнення цілей підприємства, а одним з головних завдань кожного суб'єкта господарювання стає пошук ефективних способів управління працею, що забезпечують активізацію людського фактора. Наявність у працівників належної професійної підготовки, навичок, досвіду не гарантує високої ефективності праці. "Локомотивом" їхньої активної трудової діяльності є мотивація.

Вивчення проблем мотивації трудової діяльності має як теоретичне, так і пряме практичне значення. Від того, як розуміє та чи інша людина свою трудову діяльність і якими мотивами вона керується, залежить її ставлення до роботи. Управління людьми та мотивація їх діяльності має важливе значення для всіх організацій – великих і малих, комерційних і некомерційних, промислових і діючих у сфері послуг. Без людей немає організації. Без потрібних людей жодна організація не зможе досягти своїх цілей і вижити. Мотивація тісно пов'язана з проблемою керування персоналом. Нові економічні відношення пред'являють нові вимоги до персоналу. Це не лише відбір, навчання і розміщення кадрів, але і формування нової свідомості, менталітету, а отже, і методів мотивації [1, с. 69–72].

Основною метою управління мотивації праці є забезпечення зростання доходів персоналу і диференціації їх виплат відповідно до трудового внеску окремих працівників в загальні результати діяльності будь-якого підприємства.

Використання ефективної мотиваційної моделі на підприємстві свідчить про уважне і дбайливе ставлення керівництва до власних працівників, а отже, і про піклування про їх матеріальне і соціальне становище. Імідж будь-якого підприємства чи організації визначається на самперед належним відношенням до всіх членів трудового колективу, а успіх підприємству гарантовано, якщо є зацікавленість його працівників у підвищенні продуктивності праці та в повній реалізації свого творчого потенціалу. Ринкові форми господарювання відкривають широкі можливості для практичного використання різних методів мотивації і не лише матеріальне стимулювання.

**Постановка завдання.** В сучасній науковій літературі дуже багато уваги приділяється вивченню питання мотивації персоналу. Справедливо наголошується на тому, що рівень її дієвості є низьким. Це певним чином пояснюється тим, що існуючий сьогодні мотиваційний механізм є застарілим та малоефективним, його важелі є практично не адаптованими до умов ринкового середовища, не спрацьовують на формування довготривалої мотивації, орієнтованої на інтенсивні трудові зусилля, прояв творчості у праці, розробку та запровадження інновацій, постійне професійне зростання та саморозвиток. Тому метою статті є визначення сучасних проблем та розробка рекомендацій щодо удосконалення системи мотивації персоналу на промислових підприємствах.

**Результати.** У всі часи праця була джерелом матеріальних і духовних цінностей, тому проблема спонукування людей до праці ніколи не втрачала своєї актуальності. Спроби пояснити поведінку людей і сприяти підвищенню мотивації трудової діяльності робилися вже на етапах зародження суспільного виробництва. Згодом під різними назвами і з різних позицій науковці і практики почали досліджувати те, що сьогодні називається проблемою мотивації, тобто різноманітні аспекти активізації, заохочення, стимулювання.

У розвинутих закордонних країнах вже давно і постійно культивують мотиваційну ідеологію в процесі виробництва, розробили теорію мотивації і методичні підходи її управління. Значний внесок у

розвиток теорії і практики мотивації трудової діяльності зробили Ф. Тейлор, Ф. Гілбрет і Л. Гілбрет, Г. Емерсон, М. Фоллет, а також О. Шелдон, А. Файоль, Е. Мейо. Відомими авторами сучасних теорій мотивації на Заході стали А. Маслоу, Ф. Герцберг, Л. Портер, Е. Лоулер, Д. Мак-Грегор, Д. Мак-Клелланд, В. Врум та інші. Суттєвий внесок у створення та розвиток теорій мотивації зробили українські вчені такі, як М. Вольський, Г. Цехановецький, М. Туган-Барановський [2, с. 15–19].

У теорії управління мотивацію розглядають як процес спонукування, стимулювання себе чи інших (окремої людини або групи людей) до цілеспрямованої поведінки або виконання певних дій, спрямованих на досягнення власної мети або мети організації. Мотивація – це готовність людей докласти максимальних зусиль з метою досягнення організаційних цілей, що зумовлена здатністю цих зусиль задовольняти певну індивідуальну потребу.

Управління мотивації праці на промислових підприємствах охоплює ряд послідовно виконуваних етапів робіт:

1. Вибором форм і систем заробітної плати є початковий етап організації мотивації праці персоналу. На кожному підприємстві може існувати як одна, так і декілька систем оплати праці. Найпоширенішими формами оплати праці підприємств промислової галузі вважаються погодинна, погодинно-преміальна, відрядно-преміальна, непряма відрядна.

Заробітна плата при погодинній формі залежить від відпрацьованого часу або від часу, протягом якого працівник готовий надавати трудові послуги організації [3, с. 136–143, 4, с. 169–174]. При погодинно-преміальній системі оплати праці, крім заробітку, обчисленого за тарифними погодинними ставками за фактично відпрацьований час, працівникам додатково нараховується премія за досягнення певних кількісних та якісних показників. Визначаючи ці показники, за якими здійснюється преміальне стимулювання, необхідно враховувати специфічні особливості виробництва і характер роботи, яку виконують окремі категорії працівників [5, с. 269–277]. При відрядно-преміальній системі оплати праці загальний заробіток робітника складається з заробітної плати, нарахованої за фактично виконану роботу чи вироблену продукцію за прямими (необмеженими) відрядними розцінками, і премій за виконання та перевиконання установлених планових (нормативних) кількісних і якісних показників [3, с. 136–143]. Непряма відрядна застосовується для оплати праці допоміжних робітників, заробітна плата яких залежить від результатів праці основних робітників, що обслуговуються ними. Питома вага робітників, які отримують заробіток по цій системі, порівняно невелика [6, с. 116–122].

2. Побудова на підприємстві тарифної системи заробітної плати, яка являє собою систему державних нормативів, що встановлюють вихідні розміри оплати праці.

3. Побудова системи додаткової мотивації окремих аспектів трудової активності працівників. Ця система використовує різні форми – преміювання за поточні результати господарської діяльності, доплати і надбавки, різні одноразові заохочення за результати праці, преміальні виплати за підсумками роботи за рік та інші.

Оцінка системи мотивації персоналу дає можливість привести фактори підприємства, які є незадовільними для більшості промислових підприємств України:

- санітарно-технічні умови праці;
- незадоволення працею підлеглих, колег;
- можливість самореалізації (з боку робітників виробничої діяльності);
- заробітна плата (з боку робітників виробничої діяльності);

Вищенаведені проблеми системи мотивації персоналу та видимі потреби персоналу спонукають до визначення та знаходження різних інструментів для вдосконалення рівня системи мотивації персоналу промислових підприємств.

Заходи по розвитку системи мотивації і стимулювання персоналу на промислових підприємствах неминує вимагати удосконалення застосування соціально-психологічних методів і системи матеріального винагородження (рис. 1). Ряд недоліків в мотивації персоналу, можна виправити, якщо мотивація співробітників здійснюватиметься в рамках організаційної стратегії по персоналу на рівні вищого керівництва і керівниками середньої ланки.

Розглянемо вищенаведені пропозиції детальніше. З розвитком і ускладненням виробництва, прискоренням науково-технічного прогресу змінюються вимоги до кадрів. Підвищуються вимоги до загальноосвітньої, економічної, технічної, технологічної підготовки робітників та службовців, до рівня їхньої кваліфікації. Виникають питання раціонального використання трудових ресурсів, оптимальної оцінки діяльності кадрів. А оскільки зазначені напрямки управлінської діяльності відносяться до сфери кадрової роботи, одночасно розширюються функції кадрових служб підприємств.

Значну частину кадрової роботи на підприємстві ведуть безпосередньо керівники. Саме керівник зобов'язаний організувати роботу кадрових служб по підборі і розміщенню кадрів так, щоб забезпечити виконання задач, що стоять перед підприємством [7].

Підвищити ефективність атестації працівників управління, а також забезпечити об'єктивність її оцінок і висновків можна шляхом застосування експертних оцінок фахівців і особливо керівників, здійснюваних з урахуванням думок експертів одного рівня з оцінюваним і підлеглими.

Важливою проблемою підприємств є уміле використання резерву. Необхідно вчасно визначити момент, коли резервіст повинний бути висунутий на ту посаду, на якій він принесе найбільшу користь. Мова йде про зміцнення відстаючих ділянок виробництва здатними ініціативними керівниками.



Рис. 1. Шляхи вдосконалення системи мотивації персоналу промислових підприємств

Висування кандидатів у резерв повинне бути публічним з метою досягнення великої об'єктивності в оцінці кандидатів, що включаються в списки резерву. Інформація, використовувана при доборі кандидатів у резерв – це різноманітні і за можливістю найбільш повні зведення, якими керуються відділи кадрів, адміністрація підприємства. Доцільно висування кандидатів у резерв кадрів обговорювати на зборах колективу, що скорочує помилки при формуванні резерву і сам резерв стає більш надійним, тому що суспільна думка – найважливіше і найнадійніше джерело інформації про особистість.

У ході здійснюваної радикальної реформи економічних відносин виникла необхідність привести у відповідність сучасними вимогами організацію підвищення кваліфікації і перепідготовки робітників і фахівців господарства, що має свої особливості. Навчальний процес у системі підвищення кваліфікації повинний сполучити проблемні лекції з акцентуванням уваги на проблемах, висунутих економічною реформою, з навчанням практичним прийомом дії керівника і фахівця в умовах ринкової економіки. Це дасть можливість виробити нові методи, нові підходи до практичної діяльності. Для цієї мети повинні використовуватись активні методи навчання: ділові ігри, аналіз конкретних ситуацій, виїзні заняття на передові підприємства галузі, обговорення проектів, дискусії.

В даний час від кожного робітника потрібна компетентність не тільки в здійсненні виробничих обов'язків на своєму робочому місці, але й у питаннях ефективного господарювання на рівні цеху, ділянки, усього підприємства в цілому. Вирішити цю задачу багато в чому покликане виробничо-економічне навчання кадрів.

Виробничо-економічне навчання кадрів – складова частина всієї роботи з кадрами і вестися вона на підприємстві повинна планомірно і цілеспрямовано. Перебудова системи економічного навчання покликана підсилити взаємозв'язок зміни кваліфікаційних розрядів, посадових переміщень і оплати праці працівників з рівнем їхньої професійної підготовки, ефективність практичного застосування економічних знань. Навчання працівників у різних постійно діючих формах безупинного виробничо-економічного навчання органічно доповнює підвищення кваліфікації і періодичну перепідготовку робочих і інженерних кадрів. Навчання необхідно направити на те, щоб підвищувалася продуктивність праці, строго дотримувався порядок і дисципліна на виробництві. Відмінною рисою занять повинні бути активні методи навчання: аналіз конкретних ситуацій, практичні завдання, ділові ігри, семінари-практикуми, виїзні заняття, конференції, колективний пошук резервів [7].

Вдосконалення системи матеріальної винагороди вбачаємо у введенні кафетерійної форми винагородження персоналу (кафетерій). Вона є інноваційною за своєю суттю і малопоширеною в Україні. Особливість її полягає в залежності складників винагородження від економічної ситуації в організації та результатів старань працівників. Крім того, працівник має змогу вибрати з переліку пропонованих складників (меню) ті винагородження (послуги), які вважає найдоцільнішими. Ними можуть бути виплати

готівкою, страхування життя, вільний від роботи час як альтернатива грошовому винагородженню, медичні і юридичні послуги за рахунок працедавця, безвідсоткові позички, оплата житла, фінансування навчання і підвищення кваліфікації, купівля продукції організації за пільговими цінами, використання її матеріально-технічної бази в особистих цілях. Вибір складників винагородження із запропонованого організацією переліку відбувається індивідуально відповідно до філософії менеджменту на підприємстві і норм чинного трудового законодавства.

Кафетерій може бути складником постійної і змінної частин винагородження. У постійній частині він містить складники, які гарантують працівникам мінімальне забезпечення у критичних ситуаціях (хвороба, нещасний випадок, звільнення з роботи, вихід на пенсію тощо). У змінній частині можуть бути складники, які використовують для підвищення стандарту обов'язкових послуг, а також додаткові блага (додаткові страхування працівників і (або) членів родини, пенсійне забезпечення, медична і стоматологічна допомога, відпустка, виплати готівки). Склад змінної частини кафетерійної програми може визначатися щорічно, а також може змінюватися її частка в загальному винагородженні.

Ця форма задовольняє не всі потреби працівників, однак вона має значні можливості щодо ефективної реалізації мотиваційної функції винагороджень. Адже працівник обирає конкретні винагородження відповідно до своїх інтересів і потреб. Такі винагородження мають для нього непересічну цінність, що позитивно впливає на мотивацію до праці, заохочує до поведінки, яка відповідає інтересам організації.

Кафетерійна форма сприяє оптимізації витратної функції винагороджень, оскільки відкриває перед керівництвом підприємства більше можливостей для оптимізації витрат на оплату праці. Її розроблення і впровадження вимагає певних організаційних зусиль, передусім налагодження комунікаційних каналів в організації, досліджень потреб працівників, забезпечення функціонування системи адміністрування винагородження [8, с. 251–281].

Загалом на сьогодні підприємства виділяють до 20% винагороджень на кафетерій. Його величина відображається в колективних договорах, положеннях про винагородження і часто є похідною від співвідношення між премією і постійною часткою винагородження або від рівня цього винагородження. Під час проектування кафетерійної форми спочатку необхідно визначити групи працівників, яким воно буде запропоноване, потім – перелік послуг, з яких складатиметься меню. На третьому етапі необхідно визначити грошовий еквівалент пропонованих послуг (отримуваних ззовні і за рахунок коштів підприємства), передбачають засади вибору послуг працівниками.

Перевагами кафетерійної форми є індивідуалізація послуг, можливість вибирати їх, що підвищує задоволеність працівників; еластичність витрат на утримання персоналу; вища ефективність мотивування. Серед її недоліків – методичні проблеми, пов'язані з розробленням і запровадженням кафетерію, висока вартість обслуговування (адміністрування), обмежена група користувачів. До неї найчастіше вдаються підприємства, які застосовують стратегію винагородження, спрямовану на компетенції, а не на вимоги робочих місць; у штаті яких є багато працівників із високим потенціалом і різноманітними потребами; у загальних витратах яких досить висока частка витрат на персонал.

Утримання працівників на підприємстві і стимулювання його активності є наступною пропозицією щодо вдосконалення системи мотивації персоналу промислових підприємств. Гроші, безумовно, є потужним стимулом до праці. Проте слід мати на увазі, що люди сильно різняться по своєму відношенню до грошей, по своїй сприйнятливості до цього вигляду мотивації. Крім того, найбільшою проблемою відносно матеріальних заохочень є те, що матеріальна мотивація за своєю природою є "ненасичуваною", і людина швидко звикає до нового, вищого рівня оплати. Той рівень оплати, котрий ще вчора мотивував його на високу робочу віддачу, дуже скоро стає звичним і втрачає свою мотивуючу силу. Тому зараз багато організацій відчули необхідність повернутися до добре знайомих, але забутих методів морального стимулювання, розуміючи, що, з одного боку, не все вимірюється грошима, а з іншого – не має достатніх фінансових можливостей для підтримки високого рівня трудової мотивації персоналу лише на основі матеріальної мотивації. Засоби ж моральної мотивації обходяться організаціям в невеликі суми. Програма "Яскраві зірки", направлена на різке підвищення якості продукції, що випускається, в американській компанії "Henry Lee" і є хорошим прикладом широкого використання саме "нематеріальних" засобів заохочення працівників. Програма "Яскраві зірки" "Henry Lee" – це націленість на зміни на краще. Заохочуються ті співробітники, які вносять свій вклад до цих змін і, які роблять більш того, що прописане в їх посадових обов'язках. Співробітники отримують заохочення за пропозиції по підвищенню якості, перемогу в конкурсі пропозицій з підвищення якості, участь у всіляких командах якості, практичну реалізацію рекомендацій (лише для команд), вдячності від клієнтів і колег, перемогу в конкурсі на кращого працівника місяця, перемогу в конкурсі на кращого секретаря команди якості, перемогу в конкурсі на кращого лідера команди якості.

Дана програма направлена на задоволення як персоналу, так і на зростання прибутковості підприємства за рахунок підвищення якості продукції. Можливість самореалізації працівників, яка має незадовільний рівень, за допомогою даної програми надасть працівникам можливість більше реалізувати свої професійні здібності та вміння.



Так як на більшості промислових підприємствах порушені виробничі та санітарно-технічні умови праці. Працівники, зайняті в умовах, що не відповідають санітарно-гігієнічним нормам, необхідно вживати заходів з удосконалення умов праці. Рекомендації несуть наступний характер:

- встановлення в цехах системи кондиціонування приміщень; це полегшить роботу працівників і дозволить їм працювати краще, оскільки в прохолодних умовах працювати легше, ніж в жарких;
- видача спецодягу та спецвзуття в достатній кількості;
- встановлення додаткових освітлювальних приладів в цехах та на виробничих ділянках та встановлення шумовідвідників;
- регулювання вологості повітря;
- вдосконалення технологічних процесів, герметизації обладнання і апаратури, ізоляції ділянок та процесів з інтенсивним утворенням пилу.

Отже, створення сприятливих умов праці забезпечує збереження високої працездатності і здоров'я працівників, сприяє розвитку творчої ініціативи та підвищенню ефективності праці.

**Висновок.** Таким чином була виконана мета статті – розробка заходів щодо удосконалення системи мотивації персоналу на промислових підприємствах. Створити мотиваційне середовище на підприємстві, насамперед, через забезпечення залежності винагородження працівника від досягнутих їм результатів і кваліфікації, максимально зацікавити людей у реалізації свого фізичного або інтелектуального потенціалу – головне завдання керівників. Сьогодні потрібні нові механізми й інструменти, що створюють могутні стимули для продуктивної праці і максимальної реалізації здібностей людини.

Отже, запропоновані напрями удосконалення системи мотивації персоналу забезпечать як і працівникам підприємств, так і самим підприємствам позитивний розвиток діяльності. Впровадження запропонованих рекомендацій дозволить підприємствам збільшити доходи підприємства та бути успішним за допомогою раціонально побудованої системи мотивації персоналу.

### Література

1. Попрозман О. І. Мотивація персоналу на підприємствах / О. І. Попрозман // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 9. – С. 69–72.
2. Колот А. М. Мотивація, стимулювання і оцінка персоналу : [навч. посібник] / Колот А. М. – К. : КНЕУ, 2002. – 224 с. – С. 15–19.
3. Вігуржинська С. Ю. Економіка підприємства / Вігуржинська С. Ю. – Одеса, 2009. – 256 с.
4. Гущина И. А. Трудовая мотивация как фактор повышения эффективности труда / И. А. Гущина // Общество и экономика. – 2010. – № 1. – С. 169–174.
5. Гетьман О. О. Економіка підприємства : [навч. посібник для студентів вищих навч. закладів] / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 488 с.
6. Потьомкін Л. Засоби підвищення мотивації праці за допомогою заробітної плати у промисловості / Л. Потьомкін // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 10. – С. 116–122.
7. Арзамасова О. В. Кадрова політика промислового підприємства в ринкових умовах [Електронний ресурс] / Арзамасова О. В. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/>
8. Хміль Ф. І. Управління персоналом : [підручник для студентів вищих навчальних закладів] / Ф. І. Хміль. – К. : Академвидав, 2006. – С. 251–281.

Надійшла 22.08.2011

УДК 005.93:005.95

А. С. КРИВОРУЧКО

Харківський національний економічний університет

## КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПЕРСОНАЛ

*Запропоновано комплексну оцінку управління витратами на персонал, що забезпечує деталізований аналіз у контексті підсистем управління персоналом.*

*The complex assessment of the management of costs personnel is proposed, which ensures the detailed analysis in the context of subsystems of personnel management.*

*Ключові слова: управління витратами на персонал, комплексна оцінка, інтегральний показник розвитку, метод таксономії.*

**Вступ.** Стрімкі процеси в сучасному висококонкурентному бізнес-середовищі обумовлюють появу нових об'єктів управління, серед яких значне місце займають витрати на персонал. Це призводить до більш деталізованого аналізу витрат, як головного обмежувача максимізації прибутку на підприємствах. У той же час залишаються невирішеними питання розподілу витрат на персонал серед окремих сфер управління. Тому одним із найважливіших завдань ефективного управління витратами на персонал стає його оцінка, яка

дозволяє відстежувати та вносити необхідні корективи у діяльність окремих підрозділів та підприємства в цілому.

Дослідженню проблем управління витратами на персонал присвячено праці вітчизняних та зарубіжних вчених, а саме С. Вігуржинської [1], Н. Гавкалової [2], А. Колота [3], Дж. Мілковича [4], Дж. Ньюмана [4], Я. Фитц-енца [5], С. Шекшні [6] тощо. Водночас вивчення наукових доробок дозволяє стверджувати про невирішеність деяких аспектів щодо питань управління витратами на персонал підприємства, одним з яких є відсутність єдиної методики оцінки управління витратами на персонал.

**Постановка завдання.** Тому метою даної статті є розробка комплексної оцінки управління витратами на персонал, яка охоплює їх деталізований аналіз у контексті підсистем управління персоналом. Об'єкт – процеси управління витратами на персонал.

**Результати дослідження.** Прийняття ефективних рішень щодо управління витратами на персонал має ґрунтуватися на результатах адекватної оцінки, яка є обов'язковою складовою процесу управління [1]. Одним з підходів до визначення рівня управління витратами на персонал є визначення інтегрального показника розвитку кожної підсистеми методом таксономії. Саме таксономічні процедури найчастіше застосовуються для зіставлення об'єктів, які характеризуються великою кількістю ознак. Таксономічний показник рівня розвитку, запропонований Хельвігом, є одним з методів дослідження багатомірних об'єктів і представляє собою синтетичну величину, яка сформована з усіх ознак, що характеризують об'єкти [7]. Таксономічний аналіз дозволяє лінійно впорядкувати елементи досліджуваної сукупності та побудувати узагальнюючу оцінку складного об'єкту чи процесу [8, с. 75].

Побудова таксономічного показника рівня розвитку починається з формування матриці спостережень, де вихідними даними для оцінки управління витратами на персонал на 12 машинобудівних підприємствах є показники аналізу витрат на персонал у контексті підсистем управління персоналом за три роки [9, с. 120].

Диференціація ознак матриці спостережень є одним з найважливіших етапів розрахунку таксономічного показника, адже вибір стимуляторів та дестимуляторів повинен бути чітко формалізованим та коректно обґрунтованим. Підставою поділу ознак на дві групи слугить характер впливу кожного з них на рівень розвитку досліджуваних об'єктів. Ознаки, що стимулюють, позитивно впливають на ефективність об'єктів, відносять до класу стимуляторів, а ознаки, що гальмують зростання рівня розвитку – до класу дестимуляторів [7]. Подібний поділ здійснюється з метою забезпечення інформаційної односпрямованості показників.

Однак, необхідно зазначити, що оцінювати ефективність витрат на персонал за допомогою таксономічного показника дуже складно, адже є тонка грань між рівнем витрат на персонал та ефективністю діяльності підприємства. Це пояснюється тим, що витрати на персонал можуть впливати на результативність роботи підприємства як позитивно, так і негативно.

Тому вибір стимуляторів та дестимуляторів у кожному конкретному випадку (для кожного досліджуваного підприємства) ускладнюється невизначеністю показників аналізу витрат на персонал (вони можуть змінювати напрямок свого впливу на ефективність в залежності від свого числового значення), отже вони можуть легко переходити з класу стимуляторів до класу дестимуляторів, і навпаки.

Таким чином, для того, щоб правильно та точно визначити стимулятори та дестимулятори на кожному підприємстві, пропонуємо використовувати кластерний аналіз, який дозволить згрупувати досліджувані підприємства за показниками, що характеризують ефективність діяльності підприємства, його фінансову стійкість та результативність використання персоналу. Отже, для процедури кластерного аналізу будемо використовувати такі показники, як коефіцієнт ефективності, який є головним результуючим фінансовим показником, який ілюструє віддачу від чистого прибутку від вкладених на його отримання витрат за певний проміжок часу [2, с. 163]; коефіцієнт автономії, який показує залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, тому чим вище значення цього коефіцієнта, тим фінансово стійкіше та стабільніше і менш залежне від кредиторів підприємство [10]; рентабельність персоналу, що характеризує ефективність використання персоналу на підприємстві [1].

Окрім цього, необхідно зазначити, що аналіз саме цих показників дозволить визначити доцільність витрат підприємства стосовно персоналу, адже головною складовою їх розрахунку є розмір чистого прибутку. У свою чергу, формування рівня витрат на персонал є одним з напрямків використання чистого прибутку підприємства, тому його наявність та розмір є ключовим фактором у групуванні підприємств [10].

Слід акцентувати увагу на тому, що кластерний аналіз проводився за допомогою ієрархічного та неієрархічного методів [11]. Ієрархічний метод кластеризації (для оцінки відстаней між кластерами було використано метод «Ворда»), дозволив визначити природний розподіл підприємств у кластери, а власне розбиття підприємств проводилося за допомогою неієрархічного (методу k-середніх). Таким чином, у результаті проведення процедури кластеризації було отримано два кластери (табл. 1).

До першого кластеру потрапили підприємства, у яких найбільше значення коефіцієнту ефективності підприємства, коефіцієнту покриття та рентабельності персоналу: ВАТ «ФЕД», ЗАТ «Південкабель», ВАТ «Турбоатом», ВАТ «З-д ім. Фрунзе» та ВАТ «Світло шахтаря».

До другого кластеру ввійшли усі інші підприємства (значення даних показників значно нижчі): ВАТ

«Автрамат», ВАТ «Електромашина», ВАТ «Комунар», ВАТ «Укрелектромаш», ВАТ «Харківський підшипниковий завод», ДП «Завод транспортного устаткування» та ДП «Харківське конструкторське бюро з двигунобудування»

Таблиця 1

**Аналіз фінансової стабільності та ефективності діяльності на досліджуваних підприємствах за результатами кластерного аналізу**

Підприємство	Показники			Кластер	Характеристика кластера
	Ке	Ка	Рп		
ВАТ «Турбоатом»	0,138	0,71	38,23	1	Характеризується високим рівнем фінансової стабільності, високим значенням рентабельності персоналу та середнім значенням коефіцієнту ефективності.
ВАТ «Світло шахтаря»	0,048	0,91	11,71		
ВАТ «ФЕД»	0,065	0,36	49,86		
ВАТ «Завод ім. Фрунзе»	0,044	0,69	32,96		
ЗАТ «Південкабель»	0,066	0,65	55,59		
ВАТ «Автрамат»	-0,002	0,64	-0,46		
ВАТ «Електромашина»	0,036	0,22	11,40	2	Характеризується середнім та низьким рівнем фінансової стійкості, окрім цього, коефіцієнт ефективності та рентабельність персоналу мають від'ємні значення.
ВАТ «Комунар»	0,013	0,22	1,24		
ВАТ «Укрелектромаш»	-0,083	0,00	-17,97		
ВАТ «Харківський підшипниковий завод»	0,016	0,20	4,67		
ДП «Харківський завод транспортного устаткування»	-0,027	0,39	-3,95		
ДП «Харківське конструкторське бюро з двигунобудування»	0,002	0,40	0,07		

Враховуючи характер впливу ознак на рівень ефективності витрат на персонал залежно від групування підприємств у кластери, наступним кроком є розрахунок інтегральних показників у кожній підсистемі на досліджуваних підприємствах (табл. 2).

Аналіз даних табл. 2 дозволяє визначити у кожному році підприємство-еталон, значення якого можна використовувати для виявлення невикористаного потенціалу стосовно формування і використання витрат на персонал кожного підприємства.

Аналізуючи підсистеми управління персоналом з позиції витрат відзначимо, що найбільший рівень розвитку в 2008 р. має підсистема оплати праці та соціальних заходів і підсистема стимулювання персоналу. У 2009 р. ситуація різко змінилася – лідером стала підсистема планування і маркетингу персоналу, стосовно 2010 р. – знов найбільшого розвитку набуває підсистема оплати праці та соціальних заходів.

Позитивні тенденції щодо розвитку підсистеми оплати праці та соціальних заходів протягом 2008–2010 рр. спостерігаються на ВАТ «З-д ім. Фрунзе» та ВАТ «Турбоатом», що вказує на раціональне використання грошових коштів на оплату праці. Стосовно підсистеми планування та маркетингу персоналу – найвищі значення інтегрального показника на ВАТ «Світло шахтаря» (у 2008 р.), на ВАТ «Турбоатом» (у 2009 р.) та на ВАТ «ФЕД» (у 2010 р.). Така динаміка частково пояснюється обґрунтованим визначенням необхідної кількості працівників на підприємствах та його структури. У свою чергу, найнижчий коефіцієнт розвитку підсистеми планування і маркетингу персоналу протягом аналізованих років зафіксовано на ВАТ «Укрелектромаш».

ВАТ «Електромашина» у 2008 р., ВАТ «Завод ім. Фрунзе» у 2009 р. та ВАТ «ФЕД» у 2010 р. серед усіх досліджуваних підприємств мають найбільший рівень розвитку підсистеми оцінки та обліку персоналу, це говорить про те, що керівництво достатньо уваги приділяє якості робочої сили завдяки постійному контролю його знань, вмінь та навичок. Протилежна ситуація склалася на ЗАТ «Південкабель» та ВАТ «Харківський підшипниковий завод».

Необхідно зазначити, що інтегральні коефіцієнти підсистеми розвитку персоналу серед усіх аналізованих підсистем найнижчі. Це пов'язано зі значним зменшенням коштів досліджуваних підприємств на розвиток персоналу. Висока інтегральна оцінка рівня розвитку підсистеми стимулювання персоналу пояснюється як оптимальним співвідношенням між темпами зростання фонду оплати праці та прибутку підприємств, так і значною часткою витрат на культурно-побутове обслуговування. Це стосується ДП «Харківський завод транспортного устаткування» у 2008–2009 рр. та ЗАТ «Південкабель» у 2010 р.

Відносно рівня розвитку підсистеми соціального партнерства, який на ВАТ «ФЕД» протягом 2008–2010 рр. серед усіх досліджуваних підприємств є найвищим, слід акцентувати увагу на тому, що він вказує на розвинену систему соціальних пільг та виплат. Що стосується таких підприємств, як ДП «Харківське конструкторське бюро з двигунобудування» (у 2008–2009 рр.) та ВАТ «Електромашина і ВАТ «Комунар» (у

2010 р.), то інтегральний коефіцієнт підсистеми соціального партнерства дуже низький, що може призвести до таких процесів на підприємствах, як депрофесіоналізація, декваліфікація та погіршення здоров'я персоналу.

Найбільший рівень розвитку підсистеми організації умов праці протягом 2008–2010 рр. на ВАТ «ФЕД», це вказує на підвищення рівня автоматизації виробництва та, відповідно, продуктивності праці за рахунок зростання вкладень інноваційного характеру у нематеріальні активи підприємства.

Слід акцентувати увагу на тому, що на ВАТ «Автрамат» та ВАТ «Укрелектромаш» – найнижчі інтегральні коефіцієнти за всіма підсистемами управління персоналом.

Таблиця 2

**Інтегральна оцінка рівня розвитку кожної підсистеми управління персоналом з позиції витрат на машинобудівних підприємств у 2008 – 2010 рр.**

Машинобудівні підприємства	Підсистема							
	оплати праці та соціальних заходів	планування і маркетингу персоналу	підбору та найм у персоналу	оцінки та обліку персоналу	розвитку персоналу	стимулювання персоналу	соціального партнерства	організації умов праці
2008								
ВАТ «Автрамат»	0,002	0,401	0,197	0,222	0,244	0,335	0,188	0,217
ВАТ «Електромашина»	0,127	0,364	0,248	0,485	0,257	0,246	0,269	0,195
ВАТ «З-д ім. Фрунзе»	0,952	0,535	0,321	0,345	0,206	0,138	0,250	0,183
ВАТ «Комунар»	0,219	0,381	0,268	0,481	0,339	0,322	0,376	0,367
ВАТ «Світло шахтаря»	0,547	0,900	0,271	0,118	0,074	0,331	0,419	0,271
ВАТ «Турбоатом»	0,768	0,116	0,378	0,291	0,167	0,408	0,297	0,236
ВАТ «Укрелектромаш»	0,189	0,053	0,026	0,325	0,256	0,411	0,225	0,213
ВАТ «ФЕД»	0,319	0,703	0,195	0,256	0,200	0,315	0,717	0,532
ВАТ «Харківський підшипниковий завод»	0,200	0,118	0,331	0,167	0,325	0,416	0,404	0,150
ДП «Харківське конструкторське бюро з двигунобудування»	0,176	0,299	0,336	0,179	0,020	0,460	0,031	0,063
ДП «Харківський завод транспортного устаткування»	0,133	0,278	0,334	0,161	0,286	0,922	0,246	0,158
ЗАТ «Південкабель»	0,286	0,745	0,595	0,093	0,057	0,644	0,264	0,274
Підприємство-еталон	0,952	0,900	0,595	0,485	0,339	0,922	0,717	0,532
2009								
ВАТ «Автрамат»	0,087	0,639	0,362	0,088	0,202	0,181	0,171	0,207
ВАТ «Електромашина»	0,149	0,582	0,008	0,350	0,139	0,209	0,319	0,170
ВАТ «З-д ім. Фрунзе»	0,144	0,204	0,366	0,620	0,346	0,323	0,216	0,160
ВАТ «Комунар»	0,320	0,652	0,585	0,334	0,312	0,287	0,418	0,375
ВАТ «Світло шахтаря»	0,255	0,444	0,434	0,351	0,103	0,360	0,335	0,298
ВАТ «Турбоатом»	0,392	0,773	0,451	0,571	0,231	0,124	0,222	0,206
ВАТ «Укрелектромаш»	0,495	0,207	0,276	0,298	0,272	0,306	0,286	0,386
ВАТ «ФЕД»	0,391	0,485	0,374	0,322	0,390	0,221	0,514	0,418
ВАТ «Харківський підшипниковий завод»	0,367	0,067	0,097	0,082	0,103	0,528	0,418	0,285
ДП «Харківське конструкторське бюро з двигунобудування»	0,366	0,518	0,207	0,425	0,085	0,278	0,026	0,011
ДП «Харківський завод транспортного устаткування»	0,537	0,500	0,489	0,261	0,120	0,652	0,326	0,119
ЗАТ «Південкабель»	0,119	0,286	0,424	0,130	0,107	0,542	0,149	0,236
Підприємство-еталон	0,537	0,773	0,585	0,620	0,390	0,652	0,514	0,418
2010								
ВАТ «Автрамат»	0,248	0,116	0,094	0,372	0,142	0,215	0,301	0,271
ВАТ «Електромашина»	0,391	0,349	0,155	0,437	0,147	0,141	0,093	0,211
ВАТ «З-д ім. Фрунзе»	0,866	0,490	0,230	0,432	0,325	0,255	0,157	0,218
ВАТ «Комунар»	0,211	0,105	0,420	0,333	0,269	0,212	0,072	0,457
ВАТ «Світло шахтаря»	0,693	0,413	0,167	0,477	0,003	0,412	0,212	0,286

Машинобудівні підприємства	Підсистема							
	оплати праці та соціальних заходів	планування і маркетингу персоналу	підбору та найм у персоналу	оцінки та обліку персоналу	розвитку персоналу	стимулювання персоналу	соціального партнерства	організації умов праці
ВАТ «Турбоатом»	0,863	0,056	0,210	0,679	0,199	0,285	0,201	0,219
ВАТ «Укрелектромаш»	0,299	0,304	0,210	0,180	0,305	0,150	0,118	0,206
ВАТ «ФЕД»	0,214	0,516	0,334	0,822	0,351	0,169	0,396	0,492
ВАТ «Харківський підшипниковий завод»	0,304	0,161	0,267	0,146	0,326	0,015	0,129	0,360
ДП «Харківське конструкторське бюро з двигунобудування»	0,432	0,166	0,060	0,148	0,062	0,166	0,185	0,003
ДП «Харківський завод транспортного устаткування»	0,775	0,364	0,130	0,537	0,146	0,289	0,193	0,148
ЗАТ «Південкабель»	0,355	0,372	0,155	0,150	0,062	0,617	0,113	0,298
Підприємство-еталон	0,866	0,516	0,420	0,822	0,351	0,617	0,396	0,492

**Висновок.** Таким чином, запропонований підхід щодо оцінки управління витратами на персонал, який на відміну від існуючих базується на визначенні інтегрального показника розвитку кожної підсистеми методом таксономії, охоплює найбільш важливі аспекти діяльності підприємства стосовно персоналу та дозволяє ефективно і швидко отримати інформацію щодо положення конкретного підприємства на ринку.

#### Література

1. Вігуржинська С. Ю. Економіка підприємства / Вігуржинська С. Ю. – К. : Вид-во «Освіта», 2003. – 234 с.
2. Гавкалова Н. Л. Соціально-економічний механізм ефективності менеджменту персоналу: методологія та концепція формування : [наукове видання] / Гавкалова Н. Л. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2007. – 400 с.
3. Колот А. М. Мотивація персоналу : [підручник] / Колот А. М. – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с.
4. Milkovich Dzh. Remuneration system and methods of Stimulating Personnel / Dzh. Milkovich, Dzh. Niyuman. – М. : Тор, 2003. – Р. 52.
5. Як Фитц-енц. Рентабельность инвестиций в персонал / Як Фитц-енц. – М. : Вершина, 2006. – 320 с.
6. Шекшня С. В. Управление персоналом современной организации / Шекшня С. В. – М. : «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1997. – 352 с.
7. Плюта В. В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях / Иванова В. В. ; [пер. с польск.]. – М. : Финансы и статистика, 1989. – 175 с.
8. Крушевский А. В. Справочник по экономико-математическим методам и моделям / Крушевский А. В. – М. : Экономика, 2003. – 196 с.
9. Криворучко А. С. Обґрунтування показників аналізу витрат на персонал / А. С. Криворучко // Управління розвитком. – 2011. – № 8(105). – С. 119–120.
10. Савицкая Г. В. Экономический анализ : [учеб.] / Савицкая Г. В. – М. : Новое знание, 2005. – 651 с.
11. Мхитарян В. С. Эконометрика : [учебно-методический комплекс] / Мхитарян В. С., Архипова М. Ю., Сиротин В. П. – М. : ИЦ «ЕАОИ», 2008. – 144 с.

Надійшла 17.08.2011

**ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТРЕНІНГІВ В ЯКОСТІ ЧИННИКУ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ КАДРІВ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

*У статті проаналізовано особливості застосування тренінгів як перспективної технології навчання і підвищення кваліфікації працівників.*

*The paper explores the features of training as a promising technology training and professional development of employees.*

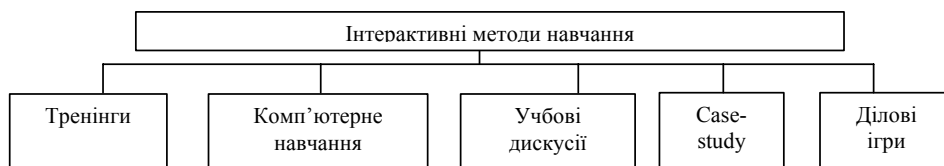
*Ключові слова: підвищення кваліфікації, тренінг, тренінг-цілі, навички, інтерактивні методи навчання.*

**Вступ.** Запорука успіху будь-якого сучасного підприємства – постійне вдосконалення та розвиток навичок персоналу, тому питання підвищення кваліфікації працівників є одним з провідних на промислових підприємствах. Якість підготовки фахівця значною мірою пов'язана з використанням ефективних технологій навчання, серед яких особливе місце посідають тренінги, з огляду на їх методичну універсальність, практичну спрямованість і доступність. Тренінги стають невід'ємною частиною особистісного і професійного вдосконалення людини. Інтенсивне інтерактивне навчання під час тренінгу дозволяє за короткий термін опанувати великий обсяг інформації і закріпити отримані знання та уміння на практиці. Навички відпрацьовуються за допомогою певних прийомів і вправ, ділових і рольових ігор, групових дискусій, моделювання ситуацій, занять із записом на відеокамеру тощо.

В зарубіжних країнах починаючи з 90-х років XX століття, пріоритетними методами навчання в системі підготовки керівних кадрів є інтерактивні методи, де головна увага приділяється практичному відпрацюванню набутих знань, умінь і навичок. Всезростаючий потік інформації в даний час вимагає впровадження таких методів навчання, які дозволяють за достатньо короткий термін передавати досить великий обсяг знань, забезпечити високий рівень оволодіння слухачами матеріалу, що вивчається, і закріплення його на практиці. Питання сучасної ефективної підготовки керівних кадрів є предметом дослідження західних науковців, зокрема: М. Армстронга [1], Г. Десслер, С. Стаута [7], П. Друкера, М. Рейнольдс, К. Фопеля [8] та інших. У вітчизняній економічній науці даній проблемі присвячені праці економістів Л.І. Бондаревої, Т.І. Балановської, В.П. Галушко, В. Лефтерова, В.І. Барко [2–6]. Проте слід зазначити, що проблема підготовки висококваліфікованих працівників на основі інтерактивних методів навчання в Україні ще недостатньо досліджена, тому існує необхідність більш детального дослідження даного питання.

Мета статті полягає в дослідженні особливостей застосування тренінгу в якості чиннику підвищення кваліфікації працівників на промислових підприємствах.

**Основний розділ.** У сучасній практиці підготовки керівних кадрів в Україні та закордоном найбільш поширеними є інтерактивні методи навчання (рис. 1) [3].



**Рис. 1. Інтерактивні методи навчання**

В тренінговому навчанні основна увага приділяється практичному аспекту, коли в процесі моделювання спеціально заданих ситуацій слухачі мають можливість розвинути і закріпити необхідні знання і навички, змінити своє відношення до власного досвіду і застосованих підходів.

У 70–80-і роки XX століття в Європейських країнах широкого поширення набули тренінги навиків ділового спілкування для керівників різних рівнів, у яких успіх у виконанні посадових обов'язків визначається високим рівнем сформованих навиків міжособової взаємодії з іншими людьми [4]. Тренінг ділового спілкування направлений на слухачів не тільки ефективних навиків міжособової взаємодії, але і на підвищення загального рівня їх компетентності в цій області.

На початку 90-х років XX століття, коли українські освітні заклади підготовки кадрів тільки починали ознайомлюватися із західними методами навчання, великою популярністю серед керівників користувалися наступні види тренінгів: тренінг навиків ведення переговорів, тренінг навиків проведення презентацій [5]. Ці види тренінгу в наш час актуальні при навчанні керівників, зокрема, основам ділового спілкування на іноземній мові.

В даний час в Україні та закордоном в навчальних установах все більшого поширення набувають тренінги лідерських навиків керівників, в ході яких вони освоюють різні аспекти управління, такі як,

мотивація підлеглих, ухвалення рішень на основі СППР, організація роботи в командах тощо. В результаті такого тренінгового навчання керівники не тільки аналізують сам процес управлінської діяльності, але і засвоюють знання і алгоритми вирішення управлінських завдань, працюють над розвитком свого лідерського потенціалу [2].

Слід відзначити, що саме поняття «тренінг» трактується в літературі по-різному [6]. Особливість та практична цінність тренінгів обґрунтовується їх професійною спрямованістю, так як їх принципова характеристика виявляється, насамперед, у передачі і засвоєнні нових знань, умінь і навичок професійно зорієнтованих, джерелом яких є коучер, партнери по бізнесу і тренінгові ситуації.

На думку вчених [1–3], тренінг – це запланований процес модифікації ставлення, знання чи поведінкових навичок слухача, через набуття навчального досвіду, щоб досягти ефективного виконання в одному виді діяльності або в певній галузі. Перевагою даної форми навчання в якості чинника підвищення кваліфікації є:

- 1) ефективні методичні прийоми мотивації;
- 2) інтерактивна подача інформації;
- 3) ігрове закріплення професійних навичок.

Від інших засобів навчання тренінги відрізняються:

- 1) граничністю цілей;
- 2) поведінковою спрямованістю;
- 3) прикладним характером.

У робочій ситуації, яка є характерною для промислового підприємства, тренінг спрямовано на розвиток здібностей працівника й задоволення поточних і майбутніх потреб підприємства. Тренінг-цілі можуть формулюватися на основі потреб і прагнень майбутнього фахівця, орієнтованих кваліфікацій, розвитку його самодовіри, гнучкості, базових навичок. Крім того, що тренінг має суспільне й організаційне значення, він може задовольняти й особистісні потреби особистості. Часто персонал, відчуваючи увагу до себе, під час підвищення кваліфікації вкладає більше ентузіазму в своє навчання. Проблема полягає в тому, що працівники часто не усвідомлюють своїх власних потреб. Тому допомога у визначенні напрямків та цілей навчання є однією з цілей тренінгу.

Як свідчить практика, існують значні відмінності в розробці та викладанні тренінгових програм для навчання працівників різних рівнів кваліфікації. Відмінність між навчанням спеціалістів й некваліфікованих працівників, які працюють на промислових підприємствах збільшується за рахунок використання гнучких виробничих комплексів. У таких випадках на навчання і розвиток останніх витрачається менше часу та грошей. Важливим завданням тренінгу є виявлення потреби розвитку працівника, щоб у перспективі сприяти його кар'єрі, а також передбачити можливість реалізації особистісних очікувань і розв'язання організаційних проблем, які є типовими в робочій ситуації. Такі програми свого часу було запроваджено British Airways, Reed Employment, WH Smith, Scandinavian Airlin SAS.

З урахуванням особистісних потреб працівників і специфіки виробничого процесу на промисловому підприємстві здійснюється планування тренінгу та розвитку людських ресурсів з використанням елементів системного підходу, який передбачає:

- 1) Визначення кінцевих цілей тренінгу з урахуванням цілей промислового підприємства.
- 2) Аналіз якостей і тренінг-потреб працівників.
- 3) Складання плану тренінг-навчання, яке повинно ліквідувати розбіжності між цілями підприємства та наявними знаннями і навичками працівників.
- 4) Визначення методів тренінгу.
- 5) Моніторинг тренінг-процесу.
- 6) Керування проведенням тренінгу відповідно до результатів моніторингу.

Різноманітні тренінгові програми мають різноаспектний зміст і призначення, серед яких тренінг для адаптації на ринку праці, саморозвиток, тренінг на робочому місці, розвиток колективної відповідальності та індивідуальної ініціативи, підготовка до роботи, удосконалення технічних навичок та комунікабельності співробітників, створення робочих команд та ін.

В основу методики проведення тренінгів покладені наступні етапи [5]:

I етап – це аналіз потреб. На цьому етапі: визначається мета-розвиток рівня компетентності працівників; формуються цілі-підвищення мотивації; з'ясовуються методичні прийоми тренування працівників, які допомагають їм сконцентрувати індивідуальну увагу на аналізі й виборі стратегії і тактики дій при розв'язанні економіко-управлінських задач.

II етап – планування і моделювання всіх аспектів тренінгу. До цього етапу входять такі елементи, як визначення строків впровадження програми і організація діяльності програми, вибір місця проведення тренінгу, обладнання, підбір необхідних навчальних посібників, аналіз навчальної групи. Крім того, слід забезпечити учасників тренінгу всіма матеріалами і засобами, необхідними для роботи. Для кращого подання навчального матеріалу учасникам тренінгу рекомендується планувати тренінги заняття у формі проекту (зміст, передумови його проведення, навчальна мета, опис навчальних процедур, оцінювання результатів тренування, планування наступних дій для закріплення ефекту тренінгу).

III етап – практична реалізація. На цьому етапі учасники тренінгу проводять аналіз індивідуальної позиції під час розгляду економіко-управлінської ситуації чи проблеми, формують вміннями чітко пояснювати, готувати введення в тренінг і змістовне резюме в кінці тренінгу, виявляти особисту підприємливість, працездатність.

IV етап – контроль результатів тренінгу. Передбачає коротку дискусію, аналіз пропозицій учасників і анкетний зворотний зв'язок коуча з слухачами. Під час аналізу усних чи письмових відповідей на завдання тренінгу враховується рівень підготовленості до тренінгу працівників їх особливості і активність у роботі [5].

Тренінгові форми роботи можуть базуватися на використанні або одного основного методу – ситуації, або кількох різних – міні-лекція, дискусія, кейс-метод, управлінська гра. Вибір методів залежить від складності тренінгових завдань та тривалості занять (від кількох годин до кількох днів).

**Висновок.** Отже, тренінг є важелем, який допомагає працівникам підвищувати кваліфікацію та розвивати професійні навички. Система тренінгу дозволяє максимально зменшити кількість майбутніх помилок, тому що дозволяє оцінити переваги та недоліки тих чи інших варіантів поведінки в умовах тренінгу. Основною перевагою тренінгу як чиннику підвищення кваліфікації кадрів на промислових підприємствах є те, що учасники тренінгу працюють не лише з теоретичними моделями, а з концентрованим досвідом і набувають під час тренінгу конкретних необхідних навичок з попередження та вирішення конфліктних ситуацій, як у виробничому процесі, так і в середині колективу.

### Література

1. Армстронг М. Практика управління людськими ресурсами / Армстронг М. – Питер, 2004. – 530 с.
2. Бондарева Л. І. Навчальний тренінг як засіб професійної підготовки майбутніх менеджерів організацій в економічних університетах : автореф. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец 13.00.04 „Теорія і методика професійної освіти” / Л. І. Бондарева. – К., 2006. – 23 с.
3. Балановська Т. І. Управління кадровим потенціалом промислових підприємств / Т. І. Балановська // Науковий вісник НАУ. – 2003. – № 7–8. – С. 50–52.
4. Галушко В. П. Сучасні методи навчання в системі підготовки керівних кадрів / В. П. Галушко, І. А. Міщенко // Міжнародний збірник наукових праць. – 2007. – № 1 (13). – С. 6–12.
5. Лефтеров В. Ефективність тренінгу з професійно-психологічної підготовки / В. Лефтеров // Соціальна психологія. – 2008. – № 3. – С. 144–150.
6. Барко В. І. Методика проведення тренінгів управлінського спрямування / В. І. Барко // Практична психологія та соціальна робота. – 2004. – № 4. – С. 70–76.
7. Стаут С. Управленческий тренинг / С. Стаут ; [пер. с англ. А. Ракитина]. – СПб. : Питер, 2002. – 250 с.
8. Фопель К. Технология ведения тренинга (теория и практика) / К. Фопель ; [пер. с нем. М. Полякова]. – М. : Генезис, 2007. – 267 с.

Надійшла 11.08.2011

УДК:331.108:658(477)

Л. О. ГРИЗОВСЬКА  
Хмельницький національний університет

### АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*В статті розглянуто проблему управління розвитком персоналу на вітчизняних підприємствах та запропоновано основні шляхи її вирішення.*

*The paper considers the problem of the management of personnel at domestic enterprises and provides the main solutions.*

*Ключові слова: управління, підприємство, персонал, розвиток.*

**Вступ.** Управління підприємством в умовах глобалізації економіки зумовлює розвиток нових підходів до управління результатами діяльності підприємства. Оскільки ключовим показником і фактором успіху діяльності підприємства є величина витрат, питання управління ними набуває особливої актуальності. Отже, потреба вибору найкращого варіанту управління витратами в системі розвитку персоналу підприємства зумовлює необхідність подальшого проведення досліджень у даній галузі.

На сьогодні найбільш цінний капітал, яким володіє підприємство, розглядають саме персонал.

Управління персоналом — це цілеспрямована діяльність керівного складу організації на розробку концепції, стратегії кадрової політики і методів управління людськими ресурсами.



**Аналіз наукових досліджень.** Теоретичні аспекти управління розвитком персоналу досліджували ряд зарубіжних і вітчизняних вчених, зокрема: Бісвас П.Ч., Євтушевський В.А., Крушельницька О.В., Мельничук Д.П., Савченко В.А. та ін. Однак внаслідок складності й багатоаспектності цієї проблеми в сучасних умовах існують питання, розроблені не цілком.

Метою статті є теоретичне дослідження проблеми управління розвитком персоналу на вітчизняних підприємствах.

**Вклад основного матеріалу.** В сучасних умовах ринкової економіки серед різноманітності проблем, зв'язаних із забезпеченням нормального та ефективного розвитку підприємств та організацій, однією із головних є проблема управління персоналом. В найближчому майбутньому найкращого розвитку досягнуть ті підприємства, які роблять головну ставку на людські ресурси та управління ними.

Розвиток персоналу – одна з найважливіших складових загального підвищення ефективного виробництва. В економічно нестабільні періоди проблемі розвитку персоналу надавали недостатньо уваги, але саме в період кризи розвиток персоналу є однією з умов економічного зростання. Досягти високих результатів можна тільки тоді, коли люди володіють знаннями, уміннями і цілеспрямованістю. Освіта і навчання персоналу повинна бути безперервною і забезпечувати необхідний професійний розвиток. За сучасних умов проблема розвитку персоналу набуває все більшої актуальності.

Система розвитку персоналу – це системно-організований процес безперервного професійного навчання працівників для підготовки їх до виконання нових виробничих функцій, професійно-кваліфікаційного просування, формування резерву керівників та вдосконалення соціальної структури персоналу. Розвиток персоналу забезпечується заходами з оцінювання кадрів з метою здійснення виробничої адаптації і атестації персоналу, планування трудової кар'єри робітників і фахівців, стимулювання розвитку персоналу тощо.

Персонал є головною ланкою виробничого процесу на підприємстві. Якими б не були новітні технології, інноваційні ідеї, вони ніколи не будуть ефективними, приносити максимальну користь без високоефективної роботи, належної підготовки і кваліфікації людських ресурсів. Управління персоналом є достатньо складним процесом, адже люди наділені інтелектом, здатністю мислити. Вони постійно розвивають між собою взаємовідносини, які часто впливають на продуктивність праці, виробництво, внутрішній клімат підприємства.

Сьогодні основними проблемами, з якими стикаються при управлінні персоналом – це підбір, формування кадрів з сучасним економічним мисленням, забезпечення ефективності праці працівників, збереження сприятливого клімату у колективі та багато інших.

Слід зазначити, що управління людськими ресурсами має відповідати методам розвитку підприємства, захищати права і обов'язки працівників, забезпечувати дотримання правил при формуванні, стабілізації і використанні людських ресурсів. Першим кроком до досягнення поставлених цілей є підбір персоналу. Існує декілька підходів до підбору кадрів на підприємстві. Серед них найбільш розповсюдженими є самостійне наймання персоналу та звернення до агентств і служб зайнятості. Звичайно, кожна організація застосовує різні методи прийняття на роботу. Зокрема, анкетування, систему психологічних тестів, інтерв'ю [1, с.36-39].

Завдання керівника полягає в тому, щоб створити якомога сприятливіші відносини між підлеглим персоналом, знайти саме такі методи та підходи, які сприятимуть більш ефективній роботі. Персонал потрібно заохотити, створити такі умови, за яких у кожного працівника буде бажання працювати плідно і з натхненням. При цьому досить важливу роль відіграє трудоздатність працівників, їх кваліфікованість. Використання таких форм заохочень як безкоштовні обіди, надання медичних послуг, організація відпочинку за рахунок підприємства (путівки) дозволять підвищити мотивацію працівників.

Основу концепції управління персоналом підприємства в даний час складає зростаюча роль особистості працівника, знання його мотиваційних установок, вміння їх формувати і направляти у відповідності із завданнями, що стоять перед підприємством.

Система управління персоналом, яка склалась на провідних вітчизняних підприємствах під впливом запровадження прогресивних зарубіжних технологій управління персоналом та набуття власного досвіду, включає підсистеми (рис.1).

Аналіз та планування персоналу. До цієї підсистеми належать розробка кадрової політики, розробка стратегії управління персоналом, аналіз кадрового потенціалу та ринку праці, кадрове планування, прогнозування потреб у персоналі, організація реклами та встановлення взаємодії із зовнішніми організаціями, що забезпечують підприємство кадрами.

Підбір та наймання персоналу: проведення співбесід, тестів, анкетування для вияву інтелектуального рівня, професіоналізму та інших необхідних якостей.

Оцінювання персоналу: персональна оцінка рівня знань, умінь, майстерності та особистісної відповідальності; оцінка виконуваної роботи та її результатів.

Організація навчання та підвищення кваліфікації персоналу: навчання персоналу, перепідготовка та підвищення кваліфікації, введення в посаду, організація кадрового зростання, реалізація службово-професійного просування та кар'єри співробітників.

Атестація і ротація кадрів: проведення заходів, спрямованих на вияв відповідності результатів діяльності, якостей і потенціалу особистості працівника вимогам, що висуваються до виконуваної роботи.

Мотивація персоналу: розробка систем мотивації, вироблення систем оплати праці, участі персоналу в прибутках і капіталі підприємства, розробка форм морального стимулювання персоналу.

Облік співробітників підприємства: облік прийому, переміщення, винагород співробітників та стягнень з них, звільнення персоналу, організація ефективного використання персоналу, управління зайнятістю персоналу, кадрове діловодство.

Мотивація персоналу: розробка систем мотивації, вироблення систем оплати праці, участі персоналу в прибутках і капіталі підприємства, розробка форм морального стимулювання персоналу.

Облік співробітників підприємства: облік прийому, переміщення, винагород співробітників та стягнень з них, звільнення персоналу, організація ефективного використання персоналу, управління зайнятістю персоналу, кадрове діловодство.

<b>УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ</b>
<i>Аналіз та планування персоналу</i>
<i>Підбір та наймання персоналу</i>
<i>Оцінювання персоналу</i>
<i>Організація навчання та підвищення кваліфікації персоналу</i>
<i>Атестація і ротація кадрів</i>
<i>Мотивація персоналу</i>
<i>Облік співробітників підприємства</i>
<i>Організація трудових відносин на підприємстві</i>
<i>Створення умов праці</i>
<i>Соціальний розвиток та соціальне партнерство</i>
<i>Правове та інформаційне забезпечення процесу управління персоналом</i>

**Рис. 1. Підсистеми управління персоналом**

Організація трудових відносин на підприємстві: оцінювання виконання персоналом своїх функціональних обов'язків, формування у співробітників почуття відповідальності, аналіз та регулювання групових і міжособистісних відносин, управління виробничими конфліктами та стресами, соціально-психологічна діагностика, встановлення нормокорпоративної культури, робота зі скаргами на трудові відносини.

Створення умов праці: створення безпечних умов для праці співробітників, дотримання норм психофізіології праці, ергономіки, технічної естетики, кадрова безпека.

Соціальний розвиток та соціальне партнерство: організація харчування, медичного і побутового обслуговування, відпочинку та культурно-оздоровчих заходів, управління конфліктами та стресами, організація соціального страхування.

Правове та інформаційне забезпечення процесу управління персоналом: вирішення правових питань трудових відносин, підготовка нормативних документів, що їх регулюють, забезпечення необхідною інформацією всіх підрозділів управління персоналом.

На сучасних конкурентних ринках головним є якість продукції, тобто система управління якістю, функціонування якої залежить від найманих працівників, їх кваліфікації, здатності постійно навчатися і вдосконалювати свої знання і вміння. Низький кваліфікаційний рівень найманих працівників є однією з головних причин слабкої конкурентоспроможності підприємства, що впливає на прибутки підприємства і обмежує фінансові можливості для підвищення кваліфікації і розвитку персоналу. Що обумовлює необхідність приділення особливої уваги стратегії розвитку персоналу підприємства на ґрунті формування відповідної організаційної культури.

На сьогодні питання професійної освіти закріплені в наступних законодавчих актах України: Закон України "Про освіту", Закон України "Про професійно-технічну освіту", Закон України "Про вищу освіту".

Сьогодні все більше управлінців визнають, що конкурентну перевагу підприємства визначає передусім перевага персоналу даного підприємства у порівнянні з іншими. Через те, що нова техніка, обладнання, сировина будь-якої якості однаково доступні всім конкурентам на існуючому ринку. Саме особливості роботи персоналу, їх знання, рівень підготовки і кваліфікації, постійний розвиток, своєрідна

організація роботи і стимулювання найманих працівників можуть стати перевагою, недосяжною для конкурентів.

Отже, необхідно реформувати систему підготовки і розвитку найманих працівників на підприємстві, що передусім має отримати державне, а, саме, законодавче підкріплення з реформуванням існуючої податкової, фінансової, соціальної політики. Вказані зміни повинні спиратися на існуючий вітчизняний та закордонний розвиток управління людськими ресурсами.

На сучасному етапі розвитку ринку і суспільства якість людського капіталу – головна цінність і перевага в конкурентній боротьбі. Підприємство повинно сприяти розвитку найманих працівників, через те, що розвиток персоналу забезпечує розвиток підприємства. Здатність підприємства навчатися і розвиватися швидше за своїх конкурентів є джерелом його соціальних, стратегічних і економічних переваг.

Управління персоналом як вид діяльності - це управління живою працею, людьми, найбільш складним і перспективним, потенційно невичерпним ресурсом підприємства, у вирішальному ступені визначальна ефективність діяльності, конкурентноздатність і вживаність організації.

Тому управління персоналом повинне здійснюватися через узгодження цілей між співробітниками і керівником. Однозначні і ясні цілі, які по можливості повинні обговорюватися і узгоджуватися зі співробітниками при складанні планів їхньої діяльності, пояснень зв'язку між цілями працівника, цілями підрозділів.

Також, потрібно провести в життя ряд заходів у соціальній сфері, а саме: більш послідовно вводити в життя систему пільг для сімейних працівників, працівників з дітьми, учнів для закріплення тенденції стабілізації кадрового складу.

З метою підвищення кваліфікаційного рівня працівників підприємства необхідно скласти конкретний довгостроковий план навчання персоналу з урахуванням потреб підприємства. Доцільним буде впровадження в практику підприємства принципу полівалентності персоналу, тобто всередині підприємства організувати роботу з вивчення основ суміжних спеціальностей.

Потрібно приділити більшу увагу нематеріальній мотивації на підприємстві. Варто, також, розробити і на рівні підприємства оформити нормативну систему заохочення працівників за висування нових робочих ідей.

Роль і цілі управління перебувають у тісному зв'язку між собою. Роль керівника, що займає певну посаду, представляє набір певних поведінкових правил, міру його впливу і ступінь участі в цілеспрямованій діяльності.

Отже, управління персоналом ефективно настільки, наскільки успішно співробітники організації використовують свій потенціал для реалізації поставлених перед нею цілей; тобто наскільки ці цілі є досягнутими. Затвердження цього положення як непорушний постулат є найбільш важливою умовою створення ефективної системи управління .

**Висновки.** Розвиток персоналу є необхідною умовою функціонування будь-якого підприємства, особливо в умовах сучасних змін у вимогах до професійних знань на тлі науково-технічного прогресу. Розвиток персоналу повинен бути безперервним, включаючи в себе професійне навчання і підвищення кваліфікації.

Одним з основних напрямів розвитку персоналу підприємств є організація взаємопов'язаних процесів розвитку конкурентоспроможних і особистісних здібностей найманого працівника. Розвиток персоналу сприяє зростанню умінь, навичок, знань працівника, підвищує його інтелектуальний, духовний, професійний рівень, все це в свою чергу підвищує конкурентоспроможність найманого працівника на ринку праці.

Однією з причин недостатнього приділення уваги розвитку персоналу є те, що підготовка кадрів в межах підприємства потребує власних засобів, яких не вистачає у підприємства.

Ще однією причиною недостатнього розвитку підготовки кадрів на підприємстві є небажання управлінців витрачати кошти на навчання персоналу, через можливу зміну роботи останніми, власне побоювання втратити витрачені кошти.

Також залишаються недостатньо розробленими питання щодо оптимізації витрат в управлінні розвитком персоналом в контексті дослідження механізму обґрунтування та структури витрат на інноваційну діяльність підприємств, що поєднує їх функціональні сфери, зокрема маркетинг, виробництво, організаційну структуру.

Таким чином, проблема необхідності вирішення комплексних проблем, пов'язаних із удосконаленням системи управління витратами підприємства в системі розвитку персоналу на сьогоднішній день є актуальною.

## Література

1. Давидович І. Є. Управління витратами / Давидович І. Є. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 320 с.

2. Євтушевський В. А. Основи корпоративного управління / Євтушевський В.А. – К. : Знання-Прес, 2002. – 317 с.
3. Крушельницька О. В. Управління персоналом / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук – К. : «Кондор», 2003. – 296 с.
4. Бісвас П. Ч. Управління персоналом на іноземних підприємства в Україні / П. Ч. Бісвас // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 3. – С. 36–39.
5. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу / Савченко В. А. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с.

Надійшла 11.08.2011

УДК 331.2

М. М. СТАВНИЧА, О. В. ТЕСЛЯ

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

## ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*У статті проаналізовано роль оплати праці на підприємстві, що змінюється під час економічної кризи, удосконалено діючу модель аналітичного обліку. Внесено пропозиції щодо запровадження такої категорії оплати праці, як "гарантована заробітна плата" та обґрунтовані пропозиції. В статті також наведений та обґрунтований такий термін, як "єдиний соціальний рівень".*

*The article analyzes the role of wages in the enterprise, which changed during the economic crisis, improved working model of analytical accounting. Contains proposals to introduce a category of wages as "guaranteed wage" and reasonable proposals. The article also presented and justified such term as "the only social level".*

*Ключові слова: оплата праці, заробітна плата, єдиний соціальний рівень, аналітичний облік.*

**Вступ.** Сьогоднішню ситуацію у сфері оплати праці можна охарактеризувати як таку, що має певну невизначеність, невідрегульованість, неконтрольованість.

Організація оплати праці – це одна з найболючіших проблем трудових відносин. Від її оптимального розв'язання багато в чому залежить не лише рівень оплати праці працівників, але й результати господарської діяльності підприємства загалом.

Заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовій формі, яку відповідно до трудового договору власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу. Розмір заробітної плати залежить від ступеня складності й умов виконуваної роботи, професійно-ділових рис працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства. На всіх етапах розвитку економіки заробітна плата була одним з головних чинників, що забезпечують ефективну систему матеріального стимулювання працівників і що формують мотиваційний механізм трудової активності, від її успішного рішення багато в чому залежать як підвищення ефективності виробництва, так і зростання добробуту людей, сприятливий соціально-психологічний клімат в суспільстві. Але на сьогоднішній день для більшості населення заробітна плата втратила свою відтворювальну та стимулюючу функції і фактично перетворилася на різновид соціальних виплат, не пов'язаних з кількістю, якістю та кінцевими трудовими результатами. При цьому, її рівень у нашій країні значно нижчий порівняно з розвиненими державами світу.

**Постановка завдання:** удосконалити діючу модель аналітичного обліку; обґрунтувати чи доцільно вводити поняття "єдиного соціального рівня"; розглянути питання щодо правильності введення терміну "гарантована заробітна плата".

**Виклад основного матеріалу.** Розрахунок заробітної плати є дуже відповідальною й трудомісткою роботою, яку треба виконати за короткий термін між наданням інформації та виплатою працівнику. Тому заздалегідь підготовлений порядок обліку допоможе зекономити час. Таким чином, запровадження запропонованої моделі аналітичного обліку є складовою налагодженого порядку обліку. Ця модель надасть необхідну інформацію для поліпшення організації праці та її оплати. Організація оплати праці справляє великий вплив на ефективність діяльності підприємства. До основних факторів, що впливають на ефективність праці, можна віднести мотиваційний механізм, який необхідно розглядати як систему методів, форм і засобів цілеспрямованої дії на економічні інтереси людей. Важливу роль мотивації відіграє соціальний пакет. Що стосується ефективності праці, то це співвідношення між результативністю праці та величиною витрат, що виражається в досягненні максимального ефекту за мінімальних витрат. Отже, збалансування цих чинників і є результатом ефективної організації оплати праці. Перехід до ринкових відносин змінив економічну суть оплати праці, тому важливе значення має чітка організація обліково-аналітичної роботи розрахунків з оплати праці на підприємстві, оскільки вона є найбільш відповідальною і трудомісткою.

Крім того, на деяких підприємствах наявні неофіційні позаоблікові нарахування й виплати заробітної плати працівникам без сплати встановлених законодавством податків і платежів, так звана заробітна плата "у конвертах". На це слід звернути увагу, і цей момент також потребує вдосконалення існуючих підходів бухгалтерського обліку. На сьогодні в сучасній літературі не сформовано єдиного

підходу до обліку витрат на оплату праці. Питання вдосконалення обліку праці є одним з найголовніших. Розрахунки з оплати праці завжди були одним з найважливіших об'єктів бухгалтерського обліку, це пояснюється соціальною значущістю заробітної плати, складністю законодавчого механізму регулювання оплати праці в країні, комплексною перебудовою організації заробітної плати в сучасних умовах господарювання. Реалізація завдань реформування системи бухгалтерського обліку та сучасні ринкові зміни діючої системи організації оплати праці потребують докорінних змін методології обліку розрахунків з оплати праці на підприємстві. Одним з важливих питань реформування бухгалтерського обліку заробітної плати є вдосконалення діючої моделі аналітичного обліку.

Дані аналітичного обліку відіграють важливу роль, характеризуючи розміщення та склад персоналу за місцями його використання, відпрацьований і невідпрацьований час, обсяг продукції, виконання норм продажів, фонд заробітної плати і його структуру, динаміку заробітної плати за категоріями персоналу, місцями виникнення витрат. Аналітичний облік незамінний при визначенні розміру оплати праці та відрахувань з неї за кожною особою окремо та при віднесенні витрат на рахунки, субрахунки. Головним управлінням Державного казначейства України було розроблено новий План рахунків бухгалтерського обліку. Наказом Міністерства фінансів України його затверджено 30.11.1999 р. А 21.12.1999 р. він був зареєстрований у Міністерстві юстиції України. І з 01.01.2000 р. новий План рахунків набув чинності. Відповідно до Плану рахунків, для обліку розрахунків оплати праці призначено рахунок 66 "Розрахунки за виплатами працівникам".

На нашу думку, діючу модель аналітичного обліку оплати праці слід розширити і доопрацювати, тобто більш точно визначити розрахунки за тими чи іншими виплатами і нарахуваннями. Також проаналізувавши таких вчених, як Васильченко В.С., Гриненко А.М., Грішнова О.А., Керб Л.П., Райцин В.Я., Брегеда А.Ю., Малинова І.П., Федорова М.Ю., ми пропонуємо нормативно ввести поняття "соціального рівня" що визначає такий набір благ, при якому забезпечується підтримка гідного рівня життя людини: задоволення її матеріальних і духовних потреб та можливість самореалізації. Тобто він повинен бути незалежним від державного бюджету.

В моральному плані всі пропозиції ґрунтуються на тому, що, виплата зарплати, на яку неможливо прожити, – явище аморальне, антисоціальне, також постійна затримка з її виплатою. Такі рівні зарплати потрібно не тільки морально засуджувати, але і карати за них, перш за все матеріально. Якщо ці зарплати відповідають дійсності, то виплата їх – це приховане фінансування безгосподарності та бездарності окремих підприємців за рахунок держави. В усіх інших випадках це прикриття, ухилення від оподаткування. На сьогоднішній день цій проблемі приділено значну увагу, реалізація урядової політики має забезпечити перехід від використання дешевої праці до висококваліфікованої з належною оплатою.

Визначити таке базове значення досить просто, ґрунтуючись на припущеннях, що підтверджуються як нормативними актами, так і даними статистики:

- це значення повинно забезпечувати доход не нижчий, ніж прожитковий мінімум, який за даними Державної статистики України з 1 квітня 2011 року становить 911 гривень;

- кожен працюючий має на утриманні від 1 до 3 чол. (в середньому – 1,24) [www.news.liga.net].

Отже, якщо провести не складні арифметичні дії то бачимо, що соціальний рівень заробітної плати повинен складати від 2 до 5 розмірів прожиткових мінімумів. Тобто, приймаючи для спрощення розрахунків розмір прожиткового мінімуму в сумі 911 грн, соціальна заробітна плата становитиме від 1822 грн до 4555 грн. Достатньо порівняти зміст оголошень про вакансії, де мінімальна пропозиція становить 1500 грн, а діапазон – від 2000 грн. до 4800 грн., і звітність цих же роботодавців хоча б за формою 1-ДФ (Податковий розрахунок сум доходу, нарахованого (сплаченого) на користь платників податку, і сум отриманого з них податку) в якій масово декларується зарплата 540–1000 грн (news.lsga.net).

Слід також зазначити, що важливе соціальне значення саме такого розміру заробітної плати можна обґрунтувати так:

- саме такий розмір доходів (зарплати) вважається прийнятним та достатнім для забезпечення життя;

- саме такий діапазон доходів (зарплати) визначає співвідношення попиту та пропозиції на ринку кваліфікованої праці;

- саме такий діапазон доходів (зарплати) дозволяє забезпечити достатній рівень зацікавленості в роботі і знизити плінність кадрів;

- саме такий розмір зарплати масово сплачується "в конверті" за "сірою" схемою.

Отже, нагальною потребою є створення умов для легалізації зарплати, перш за все зарплати середнього розміру, до 2000 грн. Легалізація саме вказаного рівня доходів призведе до таких наслідків:

- значно, в 3–5 разів скоротиться кількість осіб, які отримують державні дотації та субсидії;

- значно зростуть надходження податку на доходи фізичних осіб;

- приблизно в 2 рази скоротиться офіційна кількість малозабезпечених осіб;

- зростуть обсяги побутового кредитування населення, перш за все житла та товарів тривалого використання (автомобілів, побутової техніки та ін.)

- скоротяться обсяги неплатежів за побутові (комунальні) послуги;

- зросте попит на якісні товари та послуги;
- стане можливим поетапний перехід до світових стандартів пенсійного та соціального страхування. Умови для такої легалізації повинні відповідати наступним вимогам:
- отримання легальної заробітної плати повинне бути прийнятним та привабливим для працівника;
- такий рівень заробітної плати повинен забезпечувати умови для скорочення заборгованості із сплати податків, зборів та заробітної плати;
- виплата такого рівня заробітної плати повинна бути обумовлена повною зайнятістю.

Ще одним не менш важливим питанням щодо оплати праці є введення такого поняття, яке ще не мало місця в економіці України – це “гарантована заробітна плата”. При введенні гарантованої заробітної плати робітників підприємств потрібно розділити на 7 категорій:

- звичайний робітник (мінімальна заробітна плата);
- малокваліфіковані робітники;
- кваліфіковані робітники;
- висококваліфіковані робітники;
- технічні спеціалісти;
- спеціалісти;
- керівники підприємств.

Гарантована заробітна плата для кожної категорії буде розраховуватися згідно раціонально визначеного коефіцієнта на який буде множитися мінімальна заробітна плата. З цими нововведеннями “білих” заробітних плат стане більше, і відрахувань в Пенсійний фонд також побільша. По неофіційним даним близько 2 млн Українців сплачують внески в соціальні фонди з мінімальної заробітної плати.

**Висновки.** На основі вищезазначеного можна зробити висновок, що для застосування всіх цих пропозицій: удосконалення діючої моделі аналітичного обліку, введення поняття “єдиний соціальний рівень”, введення терміну “гарантована заробітна плата”, в умовах економічної трансформації набувають питання зміни типу економічної системи; максимально можливого скорочення масштабів тіньової економіки; розвитку ринкових відносин і створення здорового конкурентного середовища; оптимізації витрат виробництва; послаблення податкового тиску; зростання продуктивності праці та капіталу. В організації праці підприємства завжди стоятиме питання, яким чином зацікавити людей, як спонукати їх працювати ефективно, своєчасно і якісно, тому введення поняття “єдиного соціального рівня” стане початковою ланкою до їх стимулювання.

Також реформування оплати праці має органічно поєднуватись з загальним процесом ринкової трансформації, передусім у податковій, грошово-кредитній, фінансовій системах, сфері соціального захисту, з подальшою стабілізацією національної грошової одиниці, проведенням адміністративної реформи.

Тому, вибір оплати праці на підприємстві в сучасних ринкових умовах для ефективної мотивації та організації заробітної плати на підприємствах набуває особливого значення, а також правильно обрати форми та системи заробітної плати, які враховують особливості трудового процесу, завдання, що стоять перед конкретним робочим місцем, професією і кваліфікацією робітника, його особисті інтереси, що є ефективним організаційним засобом і значним мотивуючим фактором.

### Література

1. Покатаєва О. В. Шляхи вдосконалення системи оплати праці на підприємстві / О. В. Покатаєва, Г. О. Кошулинська // Економіка та підприємництво 2010. – № 3. – С. 139–141.
2. Андрусенко Н. Узгоджена мінімальна заробітна платня: реалізація та перспективи / Н. Андрусенко // Праця і зарплатня. – 2006. – № 48. – С. 3.
3. Косянчук І. Чому не заповнюються робочі місця? / І. Косянчук // Урядовий кур’єр. – 2004. – № 62. – С. 10.
4. Сахань І. Рівень оплати праці – показник добробуту суспільства / І. Сахань // Праця та зарплатня. – 2005. – № 43. – С. 4–5.
5. Семенов Г. А. Економіка підприємництва : [посібник] / М. О.Панкова, А. Г. Семенов ; Вид. 2-е. – К. : центр учбової літератури, 2005. – 328 с.
6. Колот А. М. Мотивація персоналу / Колот А. М. – К. : КНЕУ, 2004. – 337с. – Розділ II – С. 112–124.

Надійшла 13.08.2011

## СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КЕРОВАНості ПІДПРИЄМСТВА

*У статті розкрито сутність понять соціального капіталу та соціального потенціалу підприємства як взаємозалежних категорій. Розглянуто формуючі складові соціального капіталу. Надано визначення соціального потенціалу підприємства з позицій забезпечення його керованості.*

*The article deals with the essence of the concepts of social capital and social potential of enterprises as interdependent categories. Considered formoutvoryuyuchi components of social capital. Provided the definition of social enterprise with the potential position of its manageability.*

*Ключові слова: потенціал, соціальний потенціал, соціальний капітал, соціальні зв'язки, керованість, управління.*

**Вступ.** В сучасних умовах динамічних перетворень, посилення рівня конкуренції, а разом з тим підвищення економічних ризиків підприємства, обов'язковою умовою забезпечення ефективності керованості є формування соціального потенціалу того чи іншого підприємства, який дозволить досягати поставлених цілей з мінімальними витратами. З огляду на це керівництво підприємства має прийняти ряд заходів задля підвищення ефективності керованості шляхом зміни пріоритетів соціальної політики на підприємстві, формування злагодженої системи взаємодії у колективі, створюючи при цьому нові моделі і типи управління.

**Постановка завдання.** Метою статті є уточнення сутності соціального потенціалу у забезпеченні керованості підприємства.

**Результати дослідження.** Поняття керованості слід відрізнити від поняття керування (управління). Якщо звернутись до контекстного вживання поняття керування у рамках класичної теорії управління, то можна отримати досить різні смислові навантаження даної категорії. Так, М. Мескон, М. Альберт та Ф. Хедоурі під управлінням розуміють «процес планування, організації, мотивації і контролю, необхідний для того, щоб сформулювати і досягти цілей організації» [1, с. 25].

Натомість, П. Друкер розглядає управління як «особливий вид діяльності, що перетворює організований натовп в ефективну цілеспрямовану і продуктивну групу» [2, с. 14]. Саме Друкер виділив соціальну складову в процесі керування, який визначив стимулюючим елементом і прикладом значних соціальних змін. В залежності від системи, в якій має здійснюватись процес управління, дана категорія набуває нового сутнісного відтінку, але, з позицій такої економічної системи як підприємство, управління в сучасних умовах слід розглядати як механізм здійснення влади шляхом комунікативних навиків керівництва задля досягнення поставлених цілей.

У даному ракурсі поняття керованості є похідним від поняття керування. В теорії управління під керованістю розуміють можливість перевести систему з одного стану в інший. Оскільки, керованість підприємства ми розглядаємо також з позицій його соціальної складової, то, слід зазначити, що в соціології управління дане поняття розглядають як якісну характеристику соціального середовища, яке дозволяє соціалізованим суб'єктам встановлювати та досягати певних цілей у взаємодії один з одним [3].

Складність керованості організації полягає в її обмеженому характері, оскільки система керування завжди менша за масштабами від системи підпорядкування (виконання), має більш просту організаційну структуру та при цьому характеризується вищим рівнем інформаційного забезпечення та динамічною реакцією на зміну станів внутрішнього та зовнішнього середовища організації. Керованість – відносна категорія, оскільки рівень і логіка сприйняття управлінських завдань системою підпорядкування різняться від первинних уявлень системи керування. Тому ефект від реалізації поставлених цілей не завжди виправдовує очікування, виключаючи таким чином абсолютний характер категорії керованості.

Не зважаючи на значну концентрованість використання терміну «керованість» у науковому світі, його теоретичне обґрунтування носить поверхневий характер і тлумачиться в залежності від галузі використання та об'єкта дослідження. Якщо мова йде про машини та механізми, то керованість слід розглядати як здатність підлягати керуванню або реагувати машинному механізму на дію керма. З позицій суднобудівної галузі керованість – це здатність судна рухатись за заданою траєкторією [4].

Розглядаючи керованість у синонімічному аспекті, варто зазначити, що дане поняття асоціюють з координованістю, контрольованістю, регульованістю та підконтрольністю [5]. На наш погляд, перелічені терміни є ознаками категорії керованості, але ні в якому разі не являються її синонімами.

Як зазначалось, керованість виникає у процесі відносин системи керуванні і підпорядкування і характеризує здатність об'єкта підлягати керуванню суб'єкта дії. У свою чергу, координованість – це лише узгодженість між діями відносно автономних ієрархічних ланок апарату управління і підпорядкування за поставленими цілями і в часі. Координованість є свідомою постійної взаємопов'язаності і взаємодоповнюваності цих двох систем.

Регульованість, навпаки, не являється постійною чи систематичною складовою процесу управління,

а, скоріше, носить періодичний характер. Вона представляється здатністю об'єкта підлягати коректуванню зі сторони апарату управління у випадку виникнення відхилень від заданих параметрів даного об'єкта, які перешкоджають досягненню поставлених цілей.

Контрольованість і підконтрольність – елементи однієї понятійної системи. Під контрольованістю необхідно розуміти ступінь впливу апарату управління на результативність виконуваних цілей шляхом використання ревізійного механізму і рівень здатності системи підпорядкування реагувати на даний вплив. Натомість, підконтрольність – це засіб забезпечення контрольованості апарату управління, який передбачає несення відповідальності системою підпорядкування за якість здійснених заходів, спрямованих на досягнення поставлених цілей.

Виходячи з вищезазначеного, можна зробити висновок, що керованість підприємства – це рівень еластичності самоорганізованої системи управління підприємства до зміни поставлених цілей розвитку, що має на меті досягнення оптимального результату діяльності за рахунок узгодженості взаємодії елементів систем керування та підпорядкування на підприємстві. Тобто, керованість не передбачає пасивного підпорядкування, оскільки виражає активні дії усіх сторін у процесі вирішення поставленої задачі.

Трансформаційні процеси в українській економіці створюють умови для становлення і формування конкурентного середовища, прояви якого повсякчас набувають агресивнішого характеру та створюють дестабілізуючі моменти життєвих циклів організації. Досвід іноземних країн свідчить про потребу реалізації ефективності керованості організації шляхом використання потенційних можливостей її соціального капіталу. Тому основну увагу слід приділити питанням розвитку вітчизняного підприємства та процесам формування і реалізації поставлених завдань, розробляючи уніфікований підхід управління соціальним потенціалом.

Визначення категорії «соціальний потенціал» доцільно розпочинати з вивчення підходів сутнісно-змістового обґрунтування поняття потенціалу підприємства у науковій літературі.

В етимологічному значенні термін «потенціал» походить від латинського слова «*potentia*», що в перекладі означає «приховані можливості», «міць», «сила». Іншими словами, потенціал – це джерела, можливості, засоби, запаси, які можуть бути використані для вирішення будь-якої задачі, досягнення певної мети [6].

На сьогодні у вітчизняній і зарубіжній економічній думці існує багато досліджень і розробок проблематики управління потенційними можливостями підприємства. Зокрема, до цих питань долучились такі науковці, як Абалкін Л.І., Ареф'єва О.В., Архангельський В.М., Белоусов Р.А., Бланк І.О., Божко Е.А., Гавва В.Н., Гарбуз С.В., Герасимчук З.В., Должанський І.З., Євдокімов Ф.І., Загорна Т.О., Клейнер Г.Б., Ковальська Л.Л., Краснокутська Н.С., Лапін Є.В., Лисяков В.П., Мізіна О.В., Мочерний С.В., Одінцева Г.С., Олексюк О.І., Ращупкіна В.М., Ревуцький А.Д., Репіна І.М., Селезньова Г.А., Старовойтов М.К., Удалих О.О., Федонін О.С., Фомин П.А., Харчук Т.В. та інші.

Аналізуючи трактування поняття потенціалу підприємства, можна дійти висновку, що досі немає єдиного цілісного уявлення щодо сутності, змісту, складових характеристик та функціональних ознак категорії потенціалу як такої. Причиною цього є те, що кожен автор дає визначення з точки зору окремого критерію, через призму якого й розглядається потенціал підприємства.

Узагальнення найпоширеніших підходів визначення змісту поняття «потенціал підприємства» представлено в таблиці 1.

Розглянувши основні підходи визначення терміну «потенціал» в економічній літературі, можна виокремити такі основні підходи:

- 1) визначення потенціалу як ресурсної складової як основного елементу реалізації можливостей підприємства;
- 2) потенціал є результативним фактором і направлений на досягнення конкретної мети підприємства;
- 3) потенціал направлений на здійснення виробничої діяльності і досить часто трансформується у виробничу складову діяльності підприємства;
- 4) потенціал визначається як системно-трансформаційна категорія;
- 5) потенціал є елементом управління підприємством та характеризується вмінням використовувати усі менеджеріальні стратегії для здійснення ефективної діяльності.

На наш погляд, в умовах підвищення ролі управління у всіх ланках економічної діяльності, потенціал варто розглядати як граничні можливості підприємства в обраний проміжок часу, направлені на досягнення оптимального результату за рахунок його ресурсної бази та вірно обраної управлінської стратегії.

З точки зору підприємства потенціал розглядається як певний трансформаційний інструмент процесу адаптації до зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, тобто потенціал є динамічною характеристикою діяльності підприємства, яка в повній мірі відображає результати його розвитку та ефективності апарату управління.

У найбільш загальному значенні потенціал підприємства чи організації характеризується чотирма основними рисами [17, с. 12]:



1. Потенціал підприємства визначається його реальними можливостями в тій чи іншій сфері соціально-економічної діяльності, причому не тільки реалізованими, а й нереалізованими з будь-яких причин.

2. Можливості будь-якого підприємства здебільшого залежать від наявності ресурсів і резервів (економічних, соціальних), не залучених у виробництво. Тому потенціал підприємства характеризується також і певним обсягом ресурсів, як залучених у виробництво, так і ні, але підготовлених для використання.

3. Потенціал підприємства визначається не тільки і не стільки наявними можливостями, але ще й навичками різних категорій персоналу до його використання з метою виробництва товарів, здійснення послуг (робіт), отримання максимального доходу (прибутку) і забезпечення ефективного функціонування та сталого розвитку виробничо-комерційної системи.

4. Рівень і результати реалізації потенціалу підприємства (обсяги виробленої продукції або отриманого доходу (прибутку)) визначаються також формою підприємництва та адекватною їй організаційною структурою.

Таблиця 1

## Зміст поняття «потенціал підприємства» в економічній науковій думці

№ п/п	Автор	Зміст поняття
1.	Абалкін Л.І. [7, с. 25]	узагальнена збірна характеристика ресурсів, прив'язана до місця і часу
2.	Белоусов Р.А. [8, с. 3]	спроможність господарської системи освоювати, переробляти народне багатство для задоволення суспільних потреб
3.	Герасимчук З.В., Ковальська Л.Л. [9, с. 28]	максимальні можливості об'єкта функціонування з урахуванням чинників впливу шляхом раціонального використання всіх видів ресурсів для досягнення поставлених цілей
4.	Євдокімов Ф.І., Мізіна О.В. [10, с. 58]	сукупна здатність здійснювати виробничу діяльність, спрямовану на досягнення максимально можливого фінансового результату за умови забезпечення високого ступеня фінансової стійкості і платоспроможності
5.	Клейнер Г.Б. [11]	сукупність ресурсів і можливостей підприємства, визначаючих перспективи його діяльності за тих чи інших сценарних варіантів зовнішніх умов
6.	Краснокутська Н.С. [12, с. 7]	можливості системи ресурсів і компетенцій підприємства створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів
7.	Лапін Є.В. [13, с.4]	максимально можливий обсяг виробництва матеріальних благ і послуг при найбільш ефективному використанні за часом і продуктивністю наявних економічних ресурсів
8.	Мочерний С.В. [14, с.13]	наявність у економічного суб'єкта ресурсів, їх оптимальна структура та вміння раціонально використовувати їх для досягнення поставленої мети
9.	Одінцова Г.С., Селезньова Г.А. [15, с. 74]	система взаємопов'язаних елементів, які виконують визначені функції у процесі забезпечення виробництва продукції та досягнення підприємством своєї мети
10.	Старовойтов М.К., Фомін П.А. [16, с. 175]	відносини, які виникають на мікрорівні між працівниками самого підприємства з приводу отримання максимально можливого виробничого результату, який може бути отриманий при найбільш ефективному використанні виробничих ресурсів, при наявному рівні техніки і технологій, передових формах організації виробництва і не залежно від стану зовнішнього середовища
11.	Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. [17, с. 11]	інтегральне відображення (оцінка) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи в такий спосіб корпоративні та суспільні інтереси

Знаючи, що ціль будь-якого підприємства – отримання прибутку з оптимальними витратами, можна зробити висновок, що процес формування його потенціалу полягатиме у створенні і організації системи ресурсів і ключових компетенцій, які у взаємодії мали б можливість досягти оптимального результату діяльності підприємства.

Фундаментальні засади управління потенціалом можна вважати доцільними за умови, якщо «процес формування та мобілізації ресурсів починається з того, що механізм використання ресурсного потенціалу організації узгоджується з наявною стратегією» [18, с. 110]. Саме з цього тлумачення випливає, що поняття «ресурс» і «потенціал» різняться мірою залежності від ефективності їх використання. Тобто, наявні ресурси підприємства існують не залежно від міри їх використання, натомість потенціал є невіддільним елементом процесу ефективного управління.

Оскільки, нас цікавить окремий вид потенціалу організації – соціальний потенціал як критерій ефективності керуваності, розглянемо першочергову структурну форму цього поняття – соціальний капітал.

При розгляді особливостей управління організацією в умовах впливу на процеси керуваності інтелектуальної і креативної складової індивіда сучасного світу, слід визнати, що він увійшов у стадію безпосереднього соціального розвитку, яка, в свою чергу, вимагає відповідних методів керування. Сучасні погляди з приводу розвитку організації зосереджені на створенні клімату взаємодовіри і співробітництва не тільки у виробничій діяльності, але й у рішення соціальних проблем колективу, тому реалізація соціального потенціалу є ресурсом розвитку будь-якої організації.

Основоположниками теорії соціального капіталу вважаються П. Бурдьє, Дж. Коулман, Р. Патнем, Ф. Фукуяма. У розкритті принципів формування і використання поняття соціального капіталу як елементу

соціального потенціалу організації внесли суттєвий вклад такі видатні зарубіжні вчені як М. Вулкок, Е. Гідденс, П. Друкер, Дж. Джейкобс, Г. Лоурі, Д. Нараян, А. Портес, Л.Д. Хеніфен, Дж.С. Хоманс, М. Шіфф, Р.Б. Шо, Дж. Якобс, а також українські науковці О.А. Грішнова, Г.А. Дмитренко, Г.В. Назарова, Л.Г. Панченко та ін. Проте наукові дослідження за даною тематикою на даний момент не набули систематичного характеру і вимагають подальших розробок.

Вперше поняття «соціальний капітал» з'явилося в працях Л.Д. Хеніфен (1920 р.) [19, с. 20]. У дискусіях з приводу суспільних центрів у сільських школах «соціальний капітал» використовувався для визначення «субстанцій, важливих у повсякденному житті людей». Такими «субстанціями», згідно Хеніфен, були солідарність і соціальні зв'язки між тими, хто утворює соціальну групу [20, с. 2].

Надалі наукове обґрунтування соціального капіталу здійснила Дж. Джейкобс, яка вивчала соціальні відносини в урбанізованому середовищі. Зазначений термін вона використовувала у своїй роботі «Життя та смерть великих американських міст», де стверджувала, що міцна мережа соціальних зв'язків, існуюча в більш старих кварталах змішаного міського типу, утворювала форму соціального капіталу, яка сприяла суспільній безпеці [21, с. 138].

Перший сучасний систематичний аналіз соціального капіталу провів П'єр Бурдьє, який визначав даний вид капіталу як «сукупність актуальних і потенційних ресурсів, пов'язаних з наявністю міцних мереж зв'язку, більш-менш інституціолізованих відносин взаємного знайомства і визнання» [22, с. 66]. Згідно П. Бурдьє, специфіка соціального капіталу полягає у взаємному обміні очікуваннями.

Найбільш широкий розголос поняття «соціальний капітал» отримало після розширеного трактування Джеймсом Коулменом у своїй фундаментальній роботі (1990 р.). На думку автора, соціальний капітал – це потенціал взаємної довіри і взаємодопомоги, який цілеспрямовано формується в міжособистісних відносинах: зобов'язання та очікування, інформаційні канали і соціальні норми. Як і інші форми капіталу, соціальний капітал є продуктивним, проте, на відміну від них, він має місце у структурі відносин між людьми і серед людей. Соціальний капітал визначається Дж. Коулменом як ресурси соціальних відносин і мереж зв'язків, полегшуючих дії індивідуумів за рахунок формування довіри, визначення обов'язків і очікувань, формулювання норм, створення асоціацій. Тому цінність соціального капіталу полягає у ресурсах, які можна використовувати для досягнення своїх цілей [23, с. 123].

Роберт Патнем визначає соціальний капітал як ресурс, який відноситься до зв'язків між людьми: соціальним мережам і нормам взаємності і довіри, виникаючим на основі зв'язків [24, с. 38]. Дослідження Р. Патнема зосередили акцент на природі соціального капіталу як суспільного блага, а не на його економічній функції, як було раніше. Даний підхід, який отримав подальший розвиток у роботах А. Портеса, Ф. Фукуями та інших науковців, багато в чому визначає сучасний стан наукових дискусій у заданій галузі.

У фундаментальній роботі Р. Патнема, Р. Леонарді та Р. Нанетті. Науковці дослідили негативні явища в економічній сфері Італії, які виникли через недовіру і нездатність співпрацювати заради досягнення спільного блага. Необхідність дотримання угод у суспільстві, де панує цілковита недовіра, вимагає залучення третьої сторони (мафії), що спричинює більші витрати порівняно з добровільним співробітництвом, механізмом якого виступає соціальний капітал. Завдяки останньому забезпечується ефективність розвитку суспільства, полегшується координованість дій, стимулюється розвиток спонтанної кооперації [25, с. 204].

У 2000 році була опублікована легендарна книга Роберта Патнема «Боулінг поодинці», в якій автор аналізує різницю між двома видами соціального капіталу: зв'язку капіталу і подолання капіталу. Поєднання цих двох понять відбувається під час соціалізації з людьми, схожими один з одним, наприклад, за показниками віку, релігії, смаків і т.п. Проте, для створення належних і ефективних умов співпраці, необхідно мати інший вид капіталу – подолання [24, с. 76]. Подолання полягає у становленні та зміцненні стосунків між людьми, погляди і цінності яких можуть суттєво відрізнятись. На думку вченого, при поєднанні цих двох видів капіталу, їх сумарний ефект впливу збільшується у рази, що підвищує економічні результати такої взаємодії, оскільки люди ефективно і цілеспрямовано працюють на досягнення спільної мети.

У своїй роботі Р. Патнем доводить, що у другій половині ХХ століття багато аспектів соціального життя знизились до загрозливого рівня. Назва книги виникла із того факту, що у 1980–93 рр. командна гра у боулінг у США скоротилась на 40%, в той час як поодинокий боулінг зріс на 10%. В країні спостерігається тенденція все пасивнішої участі громадян в громадських об'єднаннях, зменшується активність виборців, а також відвідування церкви та членство у профспілках, знижується інтерес до діяльності на добровільних засадах. У ситуації, що склалася, вчений вбачає занепад соціального капіталу, дефіцит якого полягає у чотирьох основних факторах:

- по-перше, збільшення тривалості робочого дня та зростаючий брак часу і грошей призводять до зниження кількості соціальних контактів;
- по-друге, безупинне зростання передмість змушує людей оселятись далеко від рідних та друзів, що ускладнює контакти;
- по-третє, телебачення та мережеві ЗМІ поглинають дозвілля, залишаючи все менше часу на активні заняття і добровільчу діяльність;

- по-четверте, це «генераційні зрушення» від цивільної свідомості старшого покоління до егоїзму наступних поколінь.

У концепції соціального капіталу Патнема знайшовся ряд критиків. Найактивніший з них – Річард Флорида – емпіричним шляхом довів всю абсурдність основних положень наукових розробок Р. Патнема. Р. Флорида стверджує, що індивіди сучасного суспільства не потребують стислих контактів з сусідами, рідними та близькими, а, навпаки, віддають перевагу слабким зв'язкам. Типи співтовариств, які гарантують економічне зростання, на сьогодні зазнали значних трансформацій. Необхідні досі соціальні структури, навпаки, перешкоджають успіху. Традиційні уявлення про згуртоване товариство мають тенденцію до придушення економічного зросту та інновацій, і ті суспільні структури, які забезпечували підтримку в минулому, нині стають джерелом обмежень. Суспільству нового типу характерні більш різноманітні дружні контакти, індивідуалізація занять і послаблення зв'язків всередині співтовариств. Статистика підтверджує дані спостереження [26, с. 107]. Таким чином, методи, які використовувались суспільством для забезпечення економічного зростання, пережили трансформацію і на сьогодні є недовірними.

Різноманітність зовнішніх соціальних зв'язків спричинила їх слабкість, оскільки індивід мав все менше часу на підтримку тісних контактів, зосереджуючи основну увагу на власній інноваційній і креативній діяльності. Вважається, що найбільш технологічно розвинуті регіони з високим рівнем економічного зростання мають, навпаки, низький рівень соціального капіталу.

Доводячи у такий спосіб відсутність залежності між соціальним капіталом і економічним ростом, противники теорії соціального капіталу потрапили у власну пастку. Соціальні структури, які акумулюють соціальний капітал, дійсно втратили свою першочергову актуальність. Але втратили її лише у зовнішньому середовищі підприємства. З розвитком попиту на технологічні інновації соціальний капітал суспільства трансформувалася з громадянської сфери у робочу. Саме тому контакти з рідними, друзями, сусідами носять поверхневий характер. Натомість, соціальні зв'язки стали менш тісними та більш диверсифікованими у трудовому колективі, де необхідний швидкий обмін досвідом і інформацією на довірчій основі задля досягнення спільної мети робітників підприємства.

У перекладі на ситуацію у цілому суспільстві це означає, що стратегічно виграють ті спільноти, де є високий рівень взаємодовіри й відповідальності, тобто – значний соціальний капітал. І навпаки – програють ті спільноти, де соціальний капітал низький: ніхто нікому не довіряє, контракти не виконуються, банки банкрутують або ж перетворюються на шахрайські піраміди, інституції неефективні й безвідповідальні, за кожну послугу доводиться платити хабар [27].

Основна ідея роботи Френсіса Фукуями, який продовжував аналіз соціального капіталу у масштабах суспільства, полягала у тому, що переважання довіри у суспільстві породжує соціальний капітал, який відрізняється від інших форм людського капіталу тим, що створюється і передається за допомогою таких культурних механізмів, як релігія, традиція чи історична звичка [28, с. 203]. Соціальний капітал – це здатність людей утворювати колектив і працювати у ньому заради загальної мети. Тобто, це сукупність норм, соціальних відносин, які й дозволяють спільно працювати, підпорядковуючи свої інтереси інтересам колективу.

Окремо необхідно виділити дослідження Алехандро Портеса, у ході яких були виявлені множинні джерела формування соціального капіталу. Автор дає наступне визначення: «Соціальний капітал – це здатність індивідів розпоряджатися обмеженими ресурсами на підставі свого членства у певній соціальній мережі чи у більш широкій соціальній структурі...» [29, с. 3].

Підсумовуючи вищезазначене, можна стверджувати, що у межах існуючої парадигми соціального капіталу можна виділити теорії індивідуального та колективного соціального капіталу. Теорія колективного соціального капіталу представлена дослідниками Дж. Коулменом, Р. Патнемом та ін. В ній соціальний капітал розглядається як надбання, яке створюється спільнотою та приносить їй прибутки. Теорію індивідуального соціального капіталу розробляли такі автори як: П. Бурд'є, Н. Лін, Р. Барт та інші. У межах даної теорії соціальний капітал сприймається у якості феномена мікрорівня – він створюється та приносить прибутки індивідуальним акторам.

Представник напрямку мережевого аналізу Ролан Барт у своїй праці «Соціальний капітал структурних отворів» визначив індивідуальний соціальний капітал як «приятельські контакти між колегами по службі та більш широкі контакти, через які ви маєте змогу використовувати свій фінансовий і людський капітал» [30, с. 149]. В протипагу, Нан Лін трактує соціальний капітал як ресурси, що містяться у соціальних мережах і обраховує об'єм соціального капіталу, сумуючи цінні ресурси (багатство, влада, авторитет) приналежні акторам з якими фокальний (центральный) актор має прями чи опосередковані зв'язки [31, с. 19].

Ми зазначили лише основні, на нашу думку, підходи до визначення сутності соціального капіталу. Більш ширшу класифікацію підходів в залежності від виду класифікаційної ознаки можна зобразити наступним чином (табл. 2), [32, с.86].

Досить часто тлумачення поняття соціального капіталу ототожнюють з такими поняттями як трудовий, людський, інтелектуальний, культурний чи кадровий капітал. У зв'язку з цим спеціалісти не можуть дійти до одноголосного рішення з приводу структурних складових соціального капіталу. Тому розглянемо докладніше кожну вказану категорію капіталу.

**Класифікація підходів до визначення сутності соціального капіталу**

Класифікаційна ознака	Оціночні підходи	Представники підходу
Метод дослідження	- економічний - соціально-психологічний - статистичний	Ф. Фукуяма, Р. Патнем, Д. Нараян, М. Вуллок
Предмет дослідження	Визначення соціального капіталу як: - нематеріального активу - системи відносин	М. Вуллок, Р. Патнем, М. Скиф, Р. Берт, П. Бурд'є, Дж. Коулмен
Об'єкт дослідження	- общинний - мережевий - інституціональний - синергетичний	А. Портес, Т. Скокпол, С. Нек, П. Еванс, Д. Нараян
Рівень розуміння та оцінки	- макрорівневий - мезорівневий - мікрорівневий	С.П. Боргатті, К. Джонс, М.Г. Еверет, Н. Лин, Ф. Фукуяма
Тип факторів впливу	На основі оцінки: - екзогенних факторів - ендогенних факторів	Д. Нараян, М. Вуллок, О. Демків

Трудовий капітал – категорія ресурсна, тобто це можливість використання трудових ресурсів організації (наприклад, фізичних, інтелектуальних, творчих здібностей людини до праці).

Людський капітал вважається похідною характеристикою категорії «трудовий капітал» і являє собою сукупність якостей, особистісних рис і мотивацій індивіда, які визначають продуктивність праці (освіта, інтелект, здоров'я, знання, природні здібності та ін.). Людський капітал – індивідуальне благо. Це суттєво відрізняє його від соціального капіталу, який формується, відтворюється і реалізується лише у взаємодії індивідів.

Категорія «капітал» набула свого широкого використання після виходу у світ книги Г. Беккера «Людський капітал» (1964 р.). У своїй роботі Гері Беккер провів розрахунок економічної ефективності освіти і визначив людський капітал підприємства як сукупність навичок, знань та вмінь людини, витрати на отримання яких (шляхом освіти, корпоративного навчання та ін.) можуть з часом приносити значний прибуток як співробітників, так і керівників. Але, крім високого рівня освіти, людський потенціал складають такі характеристики, як уміння працювати в команді, довіра, емоційна стійкість, толерантність, адекватний рівень самооцінки кожного співробітника, оптимізм, відповідальність, здатність до співпраці та готовність оперативного реагування на зміни [33, с. 118]. Саме ця соціальна спрямованість на досягнення суспільного ефекту від сумісної діяльності людського потенціалу дістала назву соціального капіталу.

Деякі фахівці вважають, що людський капітал є елементом інтелектуального капіталу підприємства. Фінансовий аналітик Олексій Симулін, наприклад, виділяє три структурні елементи інтелектуального капіталу [34]:

1. Людський капітал, який включає в себе ноу-хау, кваліфікацію, досвід і навички співробітників. Простіше кажучи, людський капітал – це все, що стосується людей: не тільки їх інтелект, знання й досвід, але також і інші якості, такі як лояльність, мотивація та вміння працювати у команді.

2. Внутрішній структурний капітал (або організаційний капітал), який включає в себе системи, політику, культуру компанії, внутрішні бізнес-процеси та інші її можливості, які відрізняють дану організацію від інших, збільшуючи її вартість.

3. Зовнішній структурний капітал (або капітал зв'язку). Цей капітал складається із відносин (зв'язків), які мають люди поза межами організації по відношенню до самої організації, наприклад, лояльність клієнтів до послуг компанії. Частиною такого капіталу є також бренди, торгові марки та ін.

З даної класифікації бачимо, що людський капітал є елементом інтелектуального, але, в той же час, інтелект, як окрема категорія, є структурною компонентою людського капіталу.

Інтелектуальний капітал – це інтелектуальне багатство організації, що визначає її творчі можливості по створенню й реалізації інноваційної продукції [35, с. 23].

Створення інноваційної продукції і додаткової вартості підприємства неможливе без відповідної мотивації персоналу, професіоналізму, знань і відповідних інтелектуальних здібностей. Всі ці елементи характеризують людський капітал. Тому, ми безапеляційно стверджуємо, що людський капітал реалізується шляхом інтелектуального капіталу, однак ні в якому разі не є його структурним елементом. З іншого боку, інтелектуальні ресурси можуть породжувати людський капітал, трансформуючи за рахунок інтелекту отриману інформацію у знання, однак, і в цьому випадку, мова не йде про підпорядкування елементів однієї категорії в іншу.

Культурний капітал являє собою мовну і культурну компетенцію людини, багатство у формі знань, ідей, які легітимують статуси і владу, підтримують встановлений соціальний порядок, існуючу в суспільстві ієрархію. Його накопичення пов'язане з навичками соціалізації в певному суспільному середовищі – засвоєнням і частковою інтеріоризацією інституціональних обмежень, що дозволяють діяти за правилами, прийняти у рамках того або іншого господарчого порядку [36].

Мет Відал у своїй статті «Капітал, влада і клас» проаналізував погляди П'єра Бурдьє на категорію культурного капіталу через призму порівняння з соціальним капіталом у сучасних умовах. На думку автора, соціальний капітал складається з таких ресурсів, які виникають з відносин між людьми, а саме: соціальні мережі, групова приналежність і знайомства зі впливовими у суспільстві людьми. Культурний капітал, натомість, представляє собою більш складне явище, що включає у себе соціальне положення, звички, а також способи пізнання, розуміння і дії. Культурний капітал безпосередньо пов'язаний з володінням інформацією про те, як поводитись у конкретній ситуації чи як споживати, оцінювати і використовувати конкретні речі, чи то об'єкт мистецтва, чи комп'ютерна техніка [37].

Достатньо поширеним у літературі є ототожнення кадрового капіталу з трудовим капіталом підприємства. Якщо розглянути ці два поняття з точки зору потенційних можливостей підприємства, то кадровий потенціал підприємства є меншим трудового потенціалу на величину потенційних можливостей некваліфікованих і малокваліфікованих робітників, нештатних робітників і сумісників, оскільки, як відомо, кадри підприємства – це сукупність його постійних працівників, а трудовий колектив – сукупність усіх осіб, які беруть участь у трудовій діяльності підприємства. В цьому і полягає відмінність цих двох понять.

Підсумовуючи вищезазначене, можна зробити наступні висновки:

- 1) кадровий капітал підприємства у поєднанні з капіталом некваліфікованих і малокваліфікованих робітників, нештатних робітників і сумісників формують трудовий капітал;
- 2) трудовий капітал, у свою чергу, поєднуючись з капіталом якостей і особистісних рис індивіда, його мотивацій, утворює категорію людського капіталу підприємства;
- 3) людський капітал знаходиться у постійній взаємозалежній взаємодії з інтелектуальним і культурним капіталом, в результаті чого і виникає соціальний капітал підприємства.

Схематично отримані висновки пропонуємо відобразити за допомогою структурно-логічної моделі формування соціального капіталу підприємства (рис. 1).

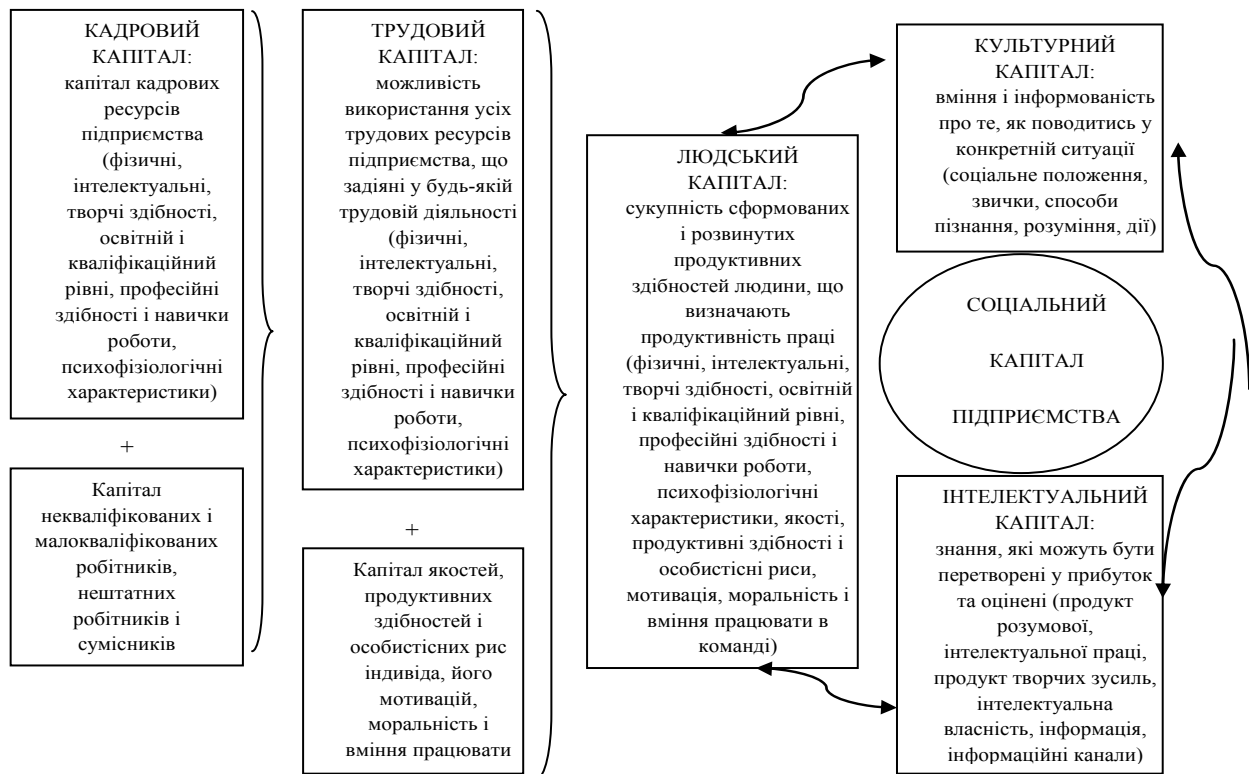


Рис. 1. Структурно-логічна модель формування соціального капіталу підприємства

Таким чином, соціальний капітал представляє собою обмін інформаційними, професійними, інтелектуальними ресурсами, досвідом, знаннями, навичками через канали і технології комунікації або за допомогою безпосередніх соціальних зв'язків і спільних колективних дій на основі взаємної довіри і допомоги, у результаті чого формується культура праці і особлива корпоративна культура колективу підприємства.

Важливою особливістю соціального капіталу є те, що він пов'язує усі існуючі ресурси підприємства, підвищуючи у разі їх потенціал і дозволяючи використовувати їх у взаємозв'язку значно ефективніше, ніж кожний ресурс окремо. З цієї позиції призначенням соціального капіталу є посередництво між суб'єктами соціальних відносин (акторами), ресурсами та капіталами, що пов'язують їх у єдину соціальну мережу.

З нашої точки зору, соціальний капітал є фактором виробництва підприємства, що виникає у результаті довірчих неформальних соціальних зв'язків та проявляється шляхом взаємодопомоги у колективі, формуючи таким чином потужні інформаційні канали та соціальні мережі для досягнення вартісної характеристики майбутнього економічного ефекту.

**Висновок.** Категорії «соціальний капітал» і «соціальний потенціал» є двоєдиними, тобто взаємозалежними та взаємообумовленими. Якщо соціальний капітал – це, перш за все, кількісна характеристика економічних наслідків неформальних соціальних зв'язків між працівниками на підприємстві, то соціальний потенціал – незалежна інтегральна оцінка кількісних та якісних параметрів здатності збільшувати (або зменшувати) економічний ефект результатів діяльності за допомогою нарощування соціальних зв'язків.

Таким чином, узагальнюючи перераховані аспекти сутнісної характеристики категорій «соціальний капітал», «потенціал» та основних характеристик поняття керованості підприємства, можна дати наступне визначення соціального потенціалу (з позицій забезпечення керованості): соціальний потенціал підприємства – це граничні можливості підприємства шляхом взаємного обміну ресурсами у системі неформальних соціальних зв'язків і колективних комунікацій, які існують на довірчій основі, забезпечувати еластичність самоорганізованої системи управління підприємства до реалізації нових цілей і поставлених завдань задля досягнення оптимального результату у найкоротші терміни.

Дане визначення соціального потенціалу є більш ширшим за усі існуючі, оскільки враховує не лише результативну концепцію потенціалу, але й концепцію керованості підприємства в цілому. Тобто, обрана стратегія керованості визначає той чи інший результат діяльності підприємства, але, у свою чергу, будь-який результат є визначальним для обрання тієї чи іншої управлінської стратегії.

### Література

1. Мескон М. Основы менеджмента / Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. – [3-е изд.]. – М. : Дело. – 2002. – 720 с.
2. Друкер П. Эффективное управление / Питер Друкер ; [пер. с англ. М. Котельниковой]. – М. : Астрель, 2004. – 284 с.
3. Свободная энциклопедия «Википедия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%8F%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C>
4. Энциклопедия социологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dic.academic.ru/contents.nsf/socio/>
5. Словарь синонимов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://dic.academic.ru/contents.nsf/dic\\_synonims/](http://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_synonims/)
6. Современная энциклопедия. 2000 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/38418>.
7. Абалкин Л. И. Диалектика социалистической экономики : [монография] / Абалкин Л. И. – М. : Наука, 1981. – 352 с.
8. Белоусов Р. А. Рост экономического потенциала : [монография] / Белоусов Р. А. – М. : Наука, 1981. – 218 с.
9. Герасимчук З. В. Виробничий потенціал регіону: методика оцінки та механізм його нарощування : [монография] / З. В. Герасимчук, Л. Л. Ковальська. – Луцьк : ЛДТУ, 2003. – 242 с.
10. Дослідження категорії «економічний потенціал промислового підприємства» [Електронний ресурс] / Ф. І. Євдокімов, О. В. Мізіна // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. – Донецьк : ДонНТУ, 2004. – № 75. – С. 54–59. – Режим доступа : [http://www.library.dgtu.donetsk.ua/fem/vip75/75\\_09.pdf](http://www.library.dgtu.donetsk.ua/fem/vip75/75_09.pdf)
11. Словарь основных понятий стратегического планирования [Электронный ресурс] / [под общ. ред. Клейнера Г. Б.]. – М. : КОНСЭКО, 2002. – 502 с. – Режим доступа : <http://vocabulary.ru/dictionary/89>
12. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посібник] / Краснокутська Н. С. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
13. Лапін С. В. Економічний потенціал підприємств промисловості: формування, оцінка, управління : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : спец. 08.07.01 «Економіка промисловості» / С. В. Лапін. – Харків, 2006. – 35 с.
14. Економічна енциклопедія : у 3 т. / [редкол. : Мочерний С.В. (відп. ред.) та ін.] – К. : Видавничий центр «Академія», 2002. – Т. 3. – 952 с.
15. Одинцова Г. С. Некоторые аспекты структуризации потенциала предприятия / Г. С. Одинцова, Г. А. Селезнева // Экономика развития. – 2005. – № 2. – С. 74–75.
16. Старовойтов М. К. Практический инструментарий организации управления промышленным предприятием : [монография] / М. К. Старовойтов, П. А. Фомин. – М. : Высшая школа, 2002. – 256 с.
17. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посібник] / Федонін О. С., Рєпіна І. М., Олексюк О. І. – К. : КНЕУ, 2004. – 316 с.

18. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : [навч. посібник] / Г. В. Савицька. – [2-е вид.]. – К. : Знання, 2005. – 662 с.
19. Радаев В. В. Понятия капитала, формы капиталов и их конвертация / В. В. Радаев // Экономическая социология. – 2002. – № 4. – С. 20–23.
20. Демкив О. Социальный капитал: теоретические основания исследования и операциональные параметры / О. Демкив // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. – № 4. – С. 2–8.
21. Jacobs J. The Death and Life of Great American Cities / Jane Jacobs. – New York : Vintage, 1961. – 458 p.
22. Бурдые П. Формы капитала [Электронный ресурс] / П. Бурдые // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3. – № 5 (ноябрь). – С. 60–78. – Режим доступа : <http://ecsoc.hse.ru/>
23. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 121–139.
24. Putnam R. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community / Robert Putnam. – New York : Simon & Schuster, – 2000. – 541 p.
25. Патнем Р. Д. Творення демократії: Традиції громадянської активності в сучасній Італії / Р. Д. Патнем, Р. Леонарді, Р.І. Нанетті ; [пер. з англ. В. Ющенко]. – К. : Основи, 2001. – 302 с.
26. Florida R. The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life / Richard Florida – New York : Perseus Book Groups, – 2002. – 432 p.
27. Рябчук М. Залежність від шляху і коридор можливостей [Електронний ресурс] / Микола Рябчук // Рефлексії. – Режим доступа : <http://www.philosophy.ucu.edu.ua/content.php?id=665>
28. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Френсис Фукуяма – М. : АСТ. – 2008. – 736 с.
29. Portes A. Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology / Alejandro Portes // Annual Review of Sociology. – 1998. – Vol. 24. – pp. 1-24.
30. Burt R. S. The Social Capital of Structural Holes / Ronald S. Burt, in M. F. Guillén // The New Economic Sociology: Developments in an Emerging Field. – New York: Russell Sage Foundation, – 2002. – P. 148–190.
31. Lin N. Conceptualizing Social Support. Social Support, Life Events, and Depression / [edited by Nan Lin, Alfred Dean and Walter Ensel] – Orlando, Florida: Academic Press, – 1986. – pp. 17-30.
32. Мишенин Е. В. Социальный капитал: теоретические подходы к формированию сущности и содержания / Е. В. Мишенин, Н. В. Олейник // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 3. – Т. 2. – С. 84–91.
33. Becker G.S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education / Gary Stanley Becker. – 3rd Edition. – New York: Columbia University Press, – 1994. – 402 p.
34. Симулин А. Секрет «умной» компании. Управление интеллектуальным капиталом [Электронный ресурс] / Алексей Симулин. – Режим доступа : <http://www.ubo.ru/articles/?cat=132&pub=922>
35. Селезнев Е. Н. Интеллектуальный капитал как объект управления / Е. Н. Селезнев // Справочник экономиста. – 2007. – № 2. – С. 23–26.
36. Бобро Н. В. Соціологічний аспект аналізу поняття капітал у сучасній соціологічній теорії [Електронний ресурс] / Н. В. Бобро // Науковий журнал «Український соціум». – 2009. – № 2. – С. 8–13. – Режим доступа : <http://www.uisr.org.ua/img/upload/files/uisr/2.2009/8-13.pdf>
37. Видал М. Капитал, власть и класс [Электронный ресурс] / М. Видал // Спільне : журнал соціальної критики. – Режим доступа : <http://commons.com.ua/archives/8629>

Надійшла 13.08.2011

## УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ

*В статті розглянуті процеси підвищення якості праці на промислових підприємствах України, що формуються в умовах конкуренції та невизначеності зовнішнього середовища. На основі розглянутої ієрархічної класифікації мотивуючих факторів, що впливають на якість праці, розроблено математичну модель визначення резервів її підвищення та запропоновані практичні рекомендації щодо реалізації даного методу в процесі оптимізації соціально-трудоих відносин.*

*In the article the considered processes of upgrading of labour are on the industrial enterprises of Ukraine, which are formed in the conditions of competition and vagueness of external environment. On the basis of the considered hierarchical classification of explaining factors which influence on quality of labour, the mathematical model of determination of backlogs of her increase is worked out and practical recommendations are offered in relation to realization of this method in the process of optimization of sociallabour relations.*

*Ключові слова: конкуренція, математична модель, якість праці.*

На сучасному етапі розвитку соціально-трудоих відносин питанням підвищення якості праці працівників на підприємствах необхідно приділяти найпильнішу увагу, оскільки для працівника, його трудової поведінки, особливо значними є сформовані в сфері праці ціннісні погляди й відносини, норми поведінки, а також їхні особливості, практична реалізація на конкретному підприємстві, де він працює. В сучасних умовах дуже важливо, щоб підвищення кваліфікації передбачало навчання працівників правильної трудової поведінки в умовах конкуренції, коли від того, як працює кожен працівник, трудовий колектив, підприємство в цілому залежать можливості повного задоволення різноманітних суспільних потреб через відповідність конкурентним вимогам ринку. До переходу до ринкової економіки в Україні діяла система соціалістичного змагання, у якій були тісно ув'язані мотиви, стимули й показники активізації високопродуктивної і якісної праці працівників. Недоліком цієї системи було «заниження» показників ефективності і якості праці «зверху», із центра, без обліку особливостей господарського механізму конкретного підприємства і якості його робочої сили. Оцінка заслуг працівників, що відзначилися, практично виключала особистісний підхід до працівників, облік їх фізіологічних, психологічних і професійних особливостей і мотивацію до праці. З переходом до ринкової економіки та руйнуванням системи централізованого планування значно скоротилися обсяги робіт, проведених підприємствами щодо стимулювання якості праці. В умовах кризи неплатежів, затримки виплати заробітної плати, реструктуризації ринку товарів і послуг питання з стимулювання якості праці працівників відійшли на другий план і поступилися місцем питанням виживання підприємств.

Теоретичні та прикладні аспекти управління якістю праці досліджено у наукових працях багатьох учених-економістів, зокрема С. Бандура, Д. Богині, І. Бондар, О. Герасименко, А. Градова, С. Калініної, А. Колота, Е. Лібанової, Н. Лук'яненко, Л. Лугай, О. Мартякової, А. Тельнова, В. Стещенко, С. Тютюнникової, А. Чухно, Л. Шаульської та ін. Однак питанням виявлення основних компонент впливу на кількісні характеристики якості праці приділено недостатньо уваги. Тому сьогодні, проблеми забезпечення якості праці та виявлення найбільш впливових факторів її підвищення є актуальними і потребують проведення подальших досліджень в даному напрямку. На конкурентоспроможність працівника у промисловому середовищі впливає ряд виробничих, екологічних, соціальних, інформаційних, комунікативних, міжособистісних, психологічних та інших факторів, ієрархічний вплив яких необхідно враховувати при визначенні індикативних показників якості праці в конкурентних умовах. Такий підхід надав можливість класифікувати фактори, які впливають на якість праці, за ієрархічними рівнями через визначення коефіцієнту конкурентоспроможності працівника з урахуванням критеріїв оцінки якості праці, що відображують здатності до формування конкурентних переваг (табл. 1).

За використанням методу теорії нечітких множин в умовах невизначеності було розроблено основні складові комплексної мотиваційної моделі підвищення якості праці та обґрунтовано їх взаємодію через побудову дерева ієрархії впливу на якість праці мотиваційних факторів, де корінь дерева ( $K$ ) означає рівень конкурентоспроможності працівника у промисловому середовищі; нетермінальні вершини ( $K_i$ ) – мотиваційні фактори впливу на показники якості праці першого рівня ієрархії; термінальні вершини ( $x_{ij}$ ) – часткові фактори впливу на показники якості праці другого рівня ієрархії (рис. 1).

У якості лінгвістичних змінних обрані критерії експертної оцінки часткових факторів впливу на показники якості праці другого рівня ієрархії

$$X_{j,k}^{(i)}, i = \overline{1, p}, \quad (1)$$

де  $j = \overline{1, n}$  – індекс визначення порядкового номеру оцінюємого мотивуючого фактора, яким є



частковий фактор впливу;

$k = \overline{1, p}$  – індекс визначення порядкового номеру експерта, який задає нечітке значення  $x_{j,k}^{(i)}$

лінгвістичної змінної  $X_{j,k}^{(i)}$ .

Таблиця 1

Ієрархічна класифікація мотивуючих факторів впливу на якість праці	
Позначення фактору	Мотивуючий фактор
Фактори впливу першого рівня ієрархії	
$K_{pp}$	Коефіцієнт професійної перспективності
$K_i$	Ступінь володіння професійними навичками
$K_j$	Уміння працювати у колективі
$K_p$	Особистісні професійні якості
Фактори впливу другого рівня ієрархії	
$X_{i,1}$	Загальний досвід роботи у наданій сфері
$X_{i,k}$	Знання нормативної бази у виробничій сфері
$X_{i,m}$	Володіння професійною термінологією
$X_{j,1}$	Наявність комунікативних зв'язків
$X_{j,k}$	Готовність допомогти своєму колезі
$X_{j,m}$	Навички розв'язання конфліктів
$X_{n,1}$	Відповідальність та працьовитість
$X_{n,k}$	Емоційна стабільність
$X_{n,m}$	Впевненість у собі

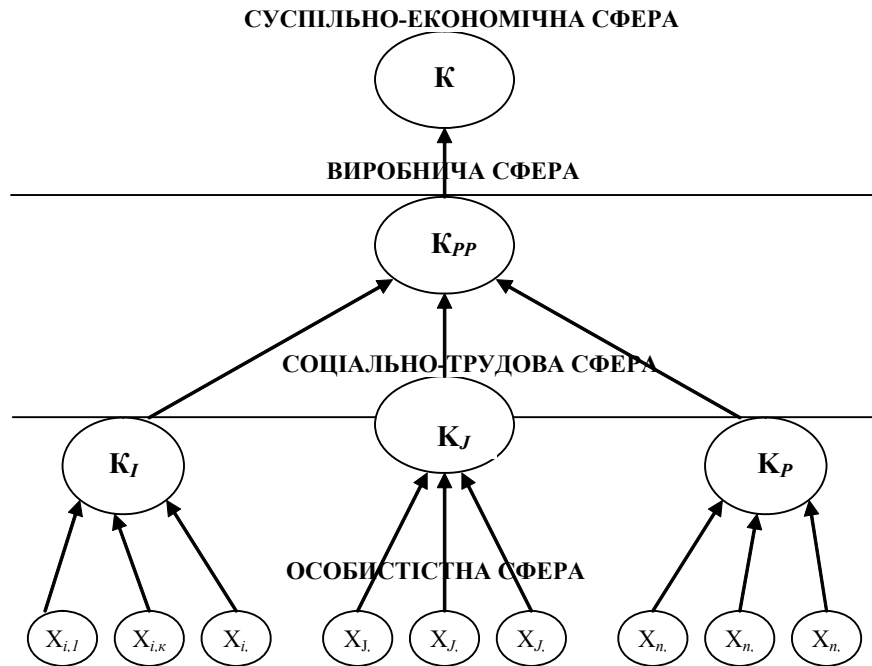


Рис. 1. Комплексна мотиваційна модель підвищення якості праці промислово-виробничого персоналу

Основним заходом у формуванні мотиваційної моделі підвищення якості праці працівників є алгоритм визначення комплексної оцінки якості праці працівників, який складається з таких етапів:

Перший етап – розрахування інтегральної оцінки  $X_j^{(i)}$  на підставі приватних оцінок усіх експертів як необхідного часткового фактора  $j$  згідно з  $i$ -м критерієм:

$$X_j^t = \sum_{u \in U} \left( \varphi_{x_{j,1}^{(i)}}(u) \cap \varphi_{x_{j,2}^{(i)}}(u) \cap \dots \cap \varphi_{x_{j,m}^{(i)}}(u) \right) / u; i = \overline{1, p}, j = \overline{1, n}, \quad (2)$$

де  $\overline{U}$  – універсальна множина даних, заданих на відрізку  $[0,1]$ ,  $u$  - елемент цієї множини;

$\varphi_{x_{j,k}^{(i)}}(u)$  – функція належності елементів  $u \in \overline{U}$  нечітким множинам  $x_{j,k}^{(i)}$ , які є значенням лінгвістичної змінної  $X_{j,k}^{(i)}$ .

Другий етап – обчислювання інтегральної нечіткої експертної оцінки  $X_j$  -j-го об'єкта оцінювання за всіма критеріями з урахуванням ваги кожного критерію й думки всіх експертів:

$$X_j^i = \sum_{u \in U} \left( \theta_{\varphi_{x_j^{(1)}}(u)} \cap \theta_{\varphi_{x_j^{(2)}}(u)} \cap \dots \cap \theta_{\varphi_{x_j^{(p)}}(u)} \right) / u; i = \overline{1, p}, j = \overline{1, n}, \quad (3)$$

де  $\varphi_{x_j^{(i)}}(u)$  – функція приналежності елементів  $u \in \overline{U}$  нечітким множинам  $x_j^{(i)}$ , які є значеннями лінгвістичних змінних  $X_j^{(i)}$ ,  $\theta_i, i = \overline{1, p}$  – вага  $i$ -го критерію.

Третій етап – формування шкали оцінки якості праці працівників за інтегральною експертною оцінкою. При цьому вважається, що ступінь знання – це безрозмірна величина в діапазоні від 0 (повне незнання) до 1 (абсолютно повне знання) при умові, що абсолютним знанням не може володіти ніхто й ніколи.

Тоді за універсальну множину  $\overline{U}$  береться п'ять крапок  $\overline{U} = \{0; 0,25; 0,5; 0,75; 1\}$  на відрізку  $[0;1]$ , яких вистачає для використання п'яти значень  $x_j^{(i)}$  кожної лінгвістичної змінної  $X_j^{(i)}$  з множини:

$$\left\{ \begin{array}{ll} \text{дуже низький} & (ДН) \\ \text{низький} & (Н) \\ \text{середній} & (С) \\ \text{високий} & (В) \\ \text{дуже високий} & (ДВ) \end{array} \right.$$

Запропоновані оцінні форми не є універсальними, тому суттєвим є той факт, що для кожного мотивуючого фактора, по якому передбачається одержувати експертну оцінку, розроблена шкала, на якій число градацій не повинне перевищувати 7 через стрімку зміну вимог зовнішнього середовища щодо конкурентних вимог до якості праці, що обумовлює неможливість чіткої прив'язки градацій шкали до якогось об'єктивного показника. Кожна градація шкали повинна мати змістовне значення (розшифрування), що створює функцію приналежності, яка має вигляд:

$$\varphi_{x_j^{(u)}}(u) = e^{-\frac{1}{2} \left( \frac{u - v_{x_j^{(i)}}}{\sigma_{x_j^{(i)}}} \right)^2}, \quad (4)$$

де  $x_j^{(i)}$  – сума всіх нечітких обмежень всіх лінгвістичних змінних  $X_j^{(i)}$ , для яких прийнято значення  $\sigma_{x_j^{(i)}} = 0,15$ ,  $v_{x_j^{(i)}}$  – значення універсальної множини  $\overline{U}$ , що визначено виразом того ж порядку:

$$\left\{ \begin{array}{l} v_{OH} = 0 \\ v_H = 0,25 \\ v_C = 0,5 \\ v_b = 0,75 \\ v_{OB} = 1 \end{array} \right.$$

Четвертий етап – перетворення нечіткої експертної оцінки  $X_j$  в чітку  $K_j^i$  через здійснення дефазифікації за методом «Centroid» з урахуванням ваги об'єкту оцінювання:

$$K_j^i = \left( \frac{\sum_{i=1}^5 u_i \cdot \theta_{x_j}(u_i)}{\sum_{i=1}^5 \theta_{x_j}(u_i)} \right) \times g_j, \quad (5)$$

де  $\theta_{xy}(u_i)$  – значення функції приналежності елементів  $u_i \in U$ ,  $i = \overline{1,5}$  нечіткій безлічі  $x_j^{(i)}$ , які є значеннями лінгвістичних змінних  $X_j^{(i)}$ ,  $g_j$  – вага  $j$ -го об'єкту дослідження, який визначається видом цього об'єкту.

Послідовність кількості  $\{K_j^i\}_1^n$  задає інтегральну експертну оцінку кожного часткового фактора.

Погодженість експертів визначається за допомогою коефіцієнта конкордації Кендалла:

$$\overline{W}(m) = \frac{12}{m^2(n^3 - n)} \sum_{j=1}^n \left( \sum_{k=1}^m x_{j,k} - \frac{m(n+1)}{2} \right)^2. \quad (6)$$

Даний коефіцієнт показує, наскільки думки експертів узгоджуються один з одним, тобто належать до однієї і тієї генеральної сукупності оцінок.

Величина коефіцієнту конкордації може мінятися в межах від 0 до 1, причому, якщо  $W(m)=1$ , то спостерігається повна погодженість думок експертів; а якщо  $W(m)=0$  - то зв'язків між оцінками, отриманими від різних експертів, не існує.

У випадку, якщо  $W(m) < 0,2 - 0,4$  говорять про слабку погодженість експертів, а при  $W(m) > 0,6 - 0,8$  можна говорити про існування сильної погодженості експертів.

Слабка погодженість звичайно є наслідком наступних причин:

- у розглянутій групі експертів дійсно відсутня спільність думок;
- усередині групи існують коаліції з високою погодженістю думок, однак узагальнені думки коаліцій протилежні.

Послідовність інтегральної експертної оцінки кожного мотивуючого фактору задає інтегральний коефіцієнт мотиваційного фактору впливу першого рівня ієрархії:

$$K_i = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n K_j^i, i = \overline{1, p}, \quad (7)$$

де  $K_j^i$  - експертна оцінка кожного часткового мотиву щодо визначення впливу трудових вмінь працівника на показники якості праці другого рівня ієрархії.

Послідовність величин  $\{K_i\}_1^p$  задає інтегральну експертну оцінку кожного фактора.

Шостий етап – визначення конкурентоспроможності окремого працівника через надання рейтингової оцінки. На підставі даного набору значень мотиваційних факторів впливу можна побудувати рангову систему показників ефективності окремого працівника або використовуючи метод прямого ранжирування по певному факторові ранжувати працівників від найгіршого до самого гарного або від найменш ефективного до найбільш ефективного. У цьому випадку кращий працівник одержує перший ранг, а гірший останній. Для визначення конкурентоспроможності працівників у промисловості важливу роль відіграють також дані про освіту, стаж і вік працівника, які враховуються шляхом розрахунків коефіцієнта професійної перспективності за формулою

Результатом використання запропонованої моделі є визначення коефіцієнту конкурентоспроможності працівника, який враховує всі якісні характеристики його діяльності в умовах виробничого середовища і виступає як індикатор рівня якості праці у виробництві:

$$K = K_{pp} \times \sqrt[p]{K_p^i \times K_i}, \quad (8)$$

де  $K_{pp} = \frac{O_{y.o}}{12} \left( 1 + \frac{C}{4} + \frac{B}{18} \right)$  - розрахований коефіцієнт професійної перспективності працівника;

$O_{y.o}$  - оцінка рівня освіти;

$C$  - стаж роботи за спеціальністю;

$U$  - трудовий вік;

$K_p$  - особистісні професійні якості працівника [1].

При оцінці якості праці персоналу промислового підприємства використання запропонованої методики в розробленій мотиваційній моделі дозволяє підвищити об'єктивність оцінки якості праці працівника і сприятиме відповідності інтересам працівників досягненню цілей підприємства через систему критеріїв оцінки мотивуючих факторів, які впливають на рівень якості праці працівників. При цьому

виявлення оцінюваних робочих характеристик підкорюється закону нормального розподілу, за яким керівник при оцінці підлеглих може виходити з того, що відповідно до закону нормального розподілу 10% персоналу мають найнижчу продуктивність, 30% – продуктивність нижче середнього, 30% – середній рівень, 20% - вище за середнє й 10% дуже високу продуктивність.

Для вдосконалення управління якістю праці, підвищення привабливості праці необхідна переорієнтація працівників у поглядах на працю як на цінність. Багаторічна практика показує, що маніпулювання різноманітними системами оплати праці не сприяло розвитку в працівників стійкої ділової спрямованості, прагнення до справжньої продуктивної праці. Одним матеріальним стимулюванням (заробітною платою) досягти соціально-позитивного відношення до роботи, до справжньої трудової ефективності, неможливо. Хоча належна оплата є необхідною й обов'язковою умовою продуктивної праці [2].

Підприємства, що відрізняються високим рівнем якості праці, прагнуть до підтримки заведеного порядку в діяльності людей, у виробничій сфері, на робочих місцях. Норми трудової поведінки, ціннісна свідомість, відношення до роботи в працівників таких підприємств соціально більш високого рівня, більш позитивні.

Таким чином, взаємозв'язок розроблювальних показників і коефіцієнтів оцінки рівня якості праці із системою стимулювання й мотивації праці повинні опиратися на наступні моменти:

- ставка, прийнята як базова для розрахунку основної заробітної плати, повинна будуватися а основі таких показників: складність виконуваних робіт; освіта працівника за фахом з урахуванням навчального закладу, закінченого працівником і рівня його акредитації; стаж роботи зі спеціальності й коефіцієнт праці за фахом у загальному стажі роботи. З урахуванням цих факторів різниця в тарифних ставках й окладах може становити 20-25%;

- визначення цільових показників, що стимулюють якість праці працівника й впливають на його заробітну плату з урахуванням відпрацьованого часу: якість виконаних робіт, дотримання строків виконання робіт, виконання додаткової роботи з ініціативи працівника, культура поведіння працівника з колегами й співробітниками, підтримка задовільного морального клімату в колективі, дотримання норм етики у відносинах з партнерами й колегами, порушення трудової дисципліни;

- якістю системи управління персоналом (типом організаційної структури керування, формами організації праці, рівнем роботи з відбору, підбору).

**Висновок.** В роботі особливу увагу приділено питанням виявлення основних компонент впливу на кількісні характеристики якості праці, оскільки в умовах конкурентного ринкового середовища питання забезпечення якості праці відходять на другий план, незважаючи на те, що саме вони в значній мірі визначають конкурентоздатність підприємства та його можливості досягнення стратегічних цілей.

З використанням методу теорії нечітких множин в умовах невизначеності було розроблено основні складові комплексної мотиваційної моделі підвищення якості праці та обґрунтовано їх взаємодію, що проілюстровано побудовою дерева ієрархії впливу на якість праці мотиваційних факторів. Після чого в роботі представлено розроблений алгоритм визначення комплексної оцінки якості праці працівників. На основі викладеного матеріалу запропоновані заходи щодо підвищення якості праці робітників промислових підприємств України.

### Література

1. Управление качеством, персоналом и логистика в машиностроении : учеб. пособие / [Биктимиров Р., Гречишников В., Дырин С. и др.] ; под ред. Р. Биктимирова. – [2-е изд.]. – СПб. : Питер, 2005. – 256 с.
2. Гохберг А. Ю. Управление качеством продукции / А. Ю. Гохберг, О. Б. Чернега // Вестник Донецкого университета. – 1992. – № 2. – С. 61–65.

Надійшла 17.08.2011

## ПРО МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ЩОДО ЗАПОВНЕННЯ ВАКАНТНИХ ПОСАД

*Розроблено математичні моделі для підтримки прийняття рішень щодо заповнення вакантних посад.*

*Mathematical models for decision support to fill vacant positions.*

*Ключові слова: мале підприємство, математичне моделювання.*

**Постановка проблеми.** Персонал підприємства – це особливий вид ресурсів, що відіграє значну роль у діяльності будь-якого підприємства. Саме персонал підприємства впливає на конкурентоспроможність підприємства, визначає напрями його подальшого розвитку.

Під кадровим потенціалом підприємства розуміється сукупність якісних і кількісних характеристик персоналу. Кількісні характеристики кадрового потенціалу визначають за такими показниками, як чисельність персоналу, професійно-кваліфікаційний склад, статево-віковий склад, укомплектованість за посадами, спеціальностями та професіями і т.п. Якісні характеристики кадрового потенціалу враховують такі якості персоналу підприємства, як здоров'я, моральність, творчий потенціал, активність, організованість, знання, професіоналізм.

Кожне підприємство прагне забезпечити себе працівниками відповідної кількості та якості, раціонально розподілити їх по робочих місцях; встановлювати та обирати найбільш оптимальні для підприємства шляхи покриття потреби в персоналі; підтримувати постійний взаємозв'язок із зовнішніми джерелами, які забезпечують підприємство відповідними кадрами; створювати найбільш сприятливі умови для розкриття здібностей працівників, їх розвитку та використання тощо.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Динамічний розвиток економіки України, високі темпи змін зовнішнього середовища та посилення конкуренції обумовлюють зростання ролі та значення персоналу як фактора підвищення конкурентоспроможності. Для вітчизняних підприємств проблема формування персоналу, який би відповідав сучасним вимогам, був зацікавлений у зростанні продуктивності праці та досягненні цілей, є надзвичайно актуальною.

Методичні основи управління персоналом закладено в працях Ф. Герцберга, П. Друкера, А. Маслоу, Е. Мейо, М. Мескона, Д. Макгрегора, Ф. Тейлора. Вагомий внесок у розробку теоретичних і практичних засад підвищення ефективності роботи персоналу зробили вітчизняні вчені та фахівці країн СНД: Д. Богиня, Г. Дмитренко, В. Дятлов, О. Єськов, О. Єгоршин, О. Кібанов, Є. Маслов, О. Новікова, В. Співак, В. Травін, Е. Уткін, Ф. Хміль, Г. Щокін [6].

Серед зарубіжних та вітчизняних учених дотепер не існує єдиного підходу щодо вибору персоналу підприємства. У зв'язку з цим формування нових форм і методів є актуальним науково-практичним завданням.

У випадку розширення виробництва на діючих підприємствах або створення нових підприємств часто виникає проблема заповнення вакантних посад якісними працівниками. Для прийняття рішення з цієї проблеми можна використати “вольові методи”, які не завжди приносять бажаний результат, або для підтримки прийняття рішення можна використати економіко-математичні методи [2–5].

Метою статті є побудова математичних моделей для підтримки прийняття рішень щодо заповнення вакантних посад на підприємстві чи організації.

**Виклад основного матеріалу.** Розглянемо використання математичного моделювання для наукового обґрунтування рішення щодо заповнення вакантних посад. При цьому вважатимемо, що відома експертна оцінка відповідності кожного кандидата на ту чи іншу посаду. Задача полягає в такому розподілі кандидатів на вакантні місця, щоб заповнення вакантних посад відбулося найякіснішим.

Нехай  $n$  – кількість вакантних посад;  $m$  – кількість кандидатів на посади;  $c_{ij}$  – експертна оцінка відповідності  $i$ -го кандидата на  $j$ -у посаду;

$$x_{ij} = \begin{cases} 1, & \text{якщо } i\text{-ий кандидат рекомендується на } j\text{-ту посаду;} \\ 0, & \text{в протилежному випадку.} \end{cases}$$

Якщо  $m = n$ , то математична модель матиме вигляд:

$$L = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n c_{ij} x_{ij} \rightarrow \max$$

за умов

$$\begin{aligned} \sum_{j=1}^n x_{ij} &= 1, \quad i = 1, 2, \dots, m; \\ \sum_{i=1}^m x_{ij} &= 1, \quad j = 1, 2, \dots, n; \\ x_{ij} &\in \{0, 1\}, \quad i = 1, 2, \dots, m; \quad j = 1, 2, \dots, n. \end{aligned}$$

Якщо  $m > n$ , то модель є такою:

$$L = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n c_{ij} x_{ij} \rightarrow \max$$

за умов

$$\begin{aligned} 0 \leq \sum_{j=1}^n x_{ij} &\leq 1, \quad i = 1, 2, \dots, m; \\ \sum_{i=1}^m x_{ij} &= 1, \quad j = 1, 2, \dots, n; \\ x_{ij} &\in \{0, 1\}, \quad i = 1, 2, \dots, m; \quad j = 1, 2, \dots, n. \end{aligned}$$

Якщо  $m < n$ , то матимемо наступну модель:

$$L = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n c_{ij} x_{ij} \rightarrow \max$$

за умов

$$\begin{aligned} \sum_{j=1}^n x_{ij} &= 1, \quad i = 1, 2, \dots, m; \\ 0 \leq \sum_{i=1}^m x_{ij} &\leq 1, \quad j = 1, 2, \dots, n; \\ x_{ij} &\in \{0, 1\}, \quad i = 1, 2, \dots, m; \quad j = 1, 2, \dots, n. \end{aligned}$$

Розглянемо тепер випадок, коли на кожну посаду існує декілька місць. Нехай  $n$  – кількість груп вакантних посад;  $m$  – кількість кандидатів на посади;  $k_j$  – кількість вакантних посад в  $j$ -й групі;  $c_{ij}$  – експертна оцінка відповідності  $i$ -го кандидата на посаду в  $j$ -й групі;

$$x_{ij} = \begin{cases} 1, & \text{якщо } i\text{-ий кандидат рекомендується на посаду в } j\text{-ій групі;} \\ 0, & \text{в протилежному випадку.} \end{cases}$$

Якщо  $m = \sum_{j=1}^n k_j$ , то математична модель матиме вигляд:

$$L = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n c_{ij} x_{ij} \rightarrow \max$$

за умов

$$\begin{aligned} \sum_{j=1}^n x_{ij} &= 1, \quad i = 1, 2, \dots, m; \\ \sum_{i=1}^m x_{ij} &= k_j, \quad j = 1, 2, \dots, n; \\ x_{ij} &\in \{0, 1\}, \quad i = 1, 2, \dots, m; \quad j = 1, 2, \dots, n. \end{aligned}$$

Якщо  $m > \sum_{j=1}^n k_j$ , то модель є такою:

$$L = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n c_{ij} x_{ij} \rightarrow \max$$

за умов

$$\begin{aligned} 0 \leq \sum_{j=1}^n x_{ij} &\leq 1, \quad i = 1, 2, \dots, m; \\ \sum_{i=1}^m x_{ij} &= k_j, \quad j = 1, 2, \dots, n; \\ x_{ij} &\in \{0, 1\}, \quad i = 1, 2, \dots, m; \quad j = 1, 2, \dots, n. \end{aligned}$$

Якщо  $m < \sum_{j=1}^n k_j$ , то матимемо наступну модель:

$$L = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n c_{ij} x_{ij} \rightarrow \max$$

за умов

$$\begin{aligned} \sum_{j=1}^n x_{ij} &= 1, \quad i = 1, 2, \dots, m; \\ \sum_{i=1}^m x_{ij} &\leq k_j, \quad j = 1, 2, \dots, n; \\ x_{ij} &\in \{0, 1\}, \quad i = 1, 2, \dots, m; \quad j = 1, 2, \dots, n. \end{aligned}$$

Одержані математичні моделі є задачами про призначення. Для їх реалізації можна, наприклад, використати угорський метод [1].

**Висновок.** Запропоновано математичні моделі для підтримки прийняття рішень щодо заповнення вакантних посад. Ці моделі можна практично використати у випадку розширення діючих підприємств або створення нових. Особливо вони цінні в умовах безробіття, коли пропозиції робочої сили значно перевищують попит на неї.

### Література

1. Барсук В. А. Математические методы планирования и управления в хозяйстве связи : [учеб. пособие] / В. А. Барсук, Н. М. Губин. – М. : Связь, 1966. – 340 с.
2. Воротіна Л. І. Малий бізнес та підприємництво : [навч. посібник] / Воротіна Л. І. – К. : Європейський університет, 2004. – 310 с.
3. Зайченко Ю. П. Дослідження операцій : [навч. посібн. для студ. ВНЗ] / Зайченко Ю. П. – [4-е вид., перероб. і доп.]. – К. : ЗАТ „ВПОЛ”, 2000. – 687 с. – ISBN 966-646-001-7.
4. Экономико-математические методы и модели : учебн. пособие / [Холод Н. И., Кузнецов А. В., Жихар Я. Н. и др.] ; под общ. ред. А. В. Кузнецова. – Минск : БГЭУ, 1999. – 413 с. – ISBN 985-426-159-X.
5. Моделювання і оптимізація процесів розвитку виробничих систем з рахуванням використання зовнішніх ресурсів та ефектів освоєння : [монографія / за заг. ред. Т. М. Боровської]. – Вінниця : ВНТУ, 2009. – 255 с. – ISBN 978-966-641-312-6.
6. Хміль Ф. І. Управління персоналом : [підручник для студ. вищих навч. закладів] / Хміль Ф. І. – К. : Академвидав, 2006. – 488 с. – (Серія ”Альма-матер”).

Надійшла 17.08.2011

## МОДЕЛЬ КОМПЕТЕНЦИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ДОСТОЙНОГО ТРУДА НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ

*В работе рассмотрены методологические аспекты построения модели компетенций работников промышленного предприятия. На основе выявленных критериев эффективности, разработаны практические рекомендации поэтапной реализации процесса оценки персонала в ходе формирования системы достойного труда на промышленных предприятиях Украины.*

*The methodological aspects of construction of model of competences of workers of industrial enterprise are in-process considered. On the basis of the educed criteria of efficiency, practical recommendations of stage-by-stage realization of process of estimation of personnel are worked out in motion forming of the system of deserving labour on the industrial enterprises of Ukraine.*

*Ключевые слова: модель компетенций, достойный труд, оценка персонала.*

Глубокие социально-экономические изменения в направлении создания рыночных отношений и формирования достойных условий труда на украинских предприятиях, привели к значительным преобразованиям в регулировании и использовании труда. Концепция достойного труда [1] предполагает обеспечение справедливого заработка, безопасность рабочего места и социальную защиту работников, а также членов их семей, способствует профессиональному росту работающих и их социальной интеграции, дает людям свободу выражать свои взгляды, объединяться, чтобы иметь возможность влиять на решения, касающиеся их жизни, гарантирует равные отношения и равные возможности для всех. В связи с этим при построении современной системы трудовых отношений большое значение приобретают способы оценки работников и рабочей среды предприятия на соответствие современным тенденциям развития человека и общества. Изучение теории и практики управления персоналом современных предприятий позволяют утверждать, что такая методика может быть построена только при учете влияния особенностей функционирования предприятия и совокупности профессиональных и личных качеств отдельных работников, что предполагает использование компетентностного подхода при проведении исследования.

Теоретические и прикладные аспекты управления компетенциями персонала исследованы в научных трудах таких ученых-экономистов, как Н.О. Симченко, А.И. Субетто, И.А. Зимняя, Л.М. Спенсер, И.В. Пронина, В.А. Верба, М.О. Гребешкова и др. Однако вопросы построения методологии оценки компетенций работников и предприятия в целом требованиям достойного труда изучены недостаточно и требуют проведения дальнейших исследований в данном направлении.

В связи с этим, целью статьи является обобщение методологических аспектов построения моделей компетенций и разработка практических рекомендаций по их применению при формировании системы достойного труда на украинских предприятиях.

Конкурентоспособность предприятия напрямую связана с эффективностью функционирования каждого сотрудника. К сожалению, не всегда известно, какую ценность представляют для компании те или иные сотрудники, помимо, конечно же, ключевых фигур. Зачастую, в процессе оценки руководитель невольно руководствуется тем, насколько человек ему приятен, насколько хорошие у него с ним производственные отношения. Безусловно, это важный фактор. Однако, полагаясь на собственную интуицию, на субъективные суждения, оценка эффективности существенно снижется.

Современные методы оценки эффективности [2, 3], в своей основе, направлены на то, чтобы сделать субъективные факторы измеряемыми, перевести их в разряд объективных. Довольно трудно справедливо и беспристрастно оценить такие факторы, как резерв роста, потенциал, который имеет каждый сотрудник предприятия, лояльность сотрудника, факторы внутренней мотивации персонала. Эти факторы сложнее поддаются измерению и контролю, хотя, их учет дает объективные основания для принятия верных и справедливых управленческих решений и оказывает существенное влияние на эффективность функционирования и развития предприятия в целом.

Объективно, быстро и точно оценить, какими поведенческими особенностями обладает сотрудник предприятия или человек, претендующий на это звание, а тем более предсказать, помогут или помешают эти качества человеку справиться с требованиями должности, довольно сложно, не обладая необходимыми для этого инструментами. Обычно, в практике управления и оценки персонала используется целый комплекс методов психологической экспресс-диагностики и углубленной оценки профессионально важных качеств: наравне с собеседованиями сотруднику или кандидату предлагается пройти несколько тестов (как, например, ММРІ и др.), чтобы составить более-менее полное представление о человеке. Многие организации частично или полностью отказываются от применения такого комплекса диагностики в силу его громоздкости и значительной продолжительности по времени, ограничиваясь лишь собеседованием и субъективными ощущениями интервьюера. Особую актуальность, в данном случае, приобретает модель компетенций, выявляющих основные поведенческие и профессиональные характеристики персонала,



необходимые для эффективного выполнения работы.

Такой метод позволяет упростить и упорядочить основные направления работы специалиста по управлению кадровыми процессами:

- подбор персонала;
- оценка персонала;
- мотивация персонала;
- обучение и развитие персонала.

На этапе построения модели компетенций важно, чтобы была собрана вся нужная информация. Часть информации можно найти в существующих документах, другую необходимо собрать у сотрудников. При этом источниками информации являются:

- 1) бизнес-планы;
- 2) документы по стратегии предприятия:
  - заявление о принципах предприятия и корпоративных ценностях;
  - образцы деятельности сотрудников на своих участках;
  - виды продукции, которую работники производят;
  - взгляды сотрудников на свою работу;
  - материалы по обучению;
  - должностные инструкции;
  - информация об органах управления;
- 3) мнение клиентов и поставщиков об организации;
- 4) мнения клиентов и поставщиков о сотрудниках фирмы;
- 5) специалисты, хорошо знающие работу (например, тренеры);
- 6) специалисты, обладающие информацией о том, как будет изменяться работа (например, IT-эксперты).

Характер информации, которую нужно собрать, зависит от цели создания модели компетенций. Для общей модели необходимо описание широкого спектра стандартов поведения, создающееся на основе примеров эффективного исполнения работы. Модели компетенций для специальных видов работы потребуют специфической информации. Но в обоих случаях необходимы: информация о направлении развития предприятия и множество разнообразных примеров эффективной работы.

На этом этапе должно осуществляться вовлечение людей в разработку модели компетенций. Вовлечение может осуществляться посредством:

- сообщений работников о своей работе;
- сообщений сотрудников о своих взглядах на работу других;
- определения сотрудниками изменений в деятельности и того, как вероятные изменения повлияют на отношение людей к своей работе.

Как было указано ранее, степень соответствия человеческих ресурсов, которыми располагает предприятие, тем целям, к достижению которых оно стремится – это важный показатель эффективности функционирования и перспектив развития. А основная цель оценки призвана эту степень выявлять и применять для достижения предприятием желаемых результатов [4].

Использование модели компетенций в практике управления персоналом на промышленных предприятиях Украины позволит руководителям и линейным менеджерам более эффективно управлять персоналом, понимая, какое воздействие дает результат, а какое нет. В ходе оценки, основанной на построении модели компетенций сотрудника, во-первых, вырабатывается индивидуальный подход к людям. Во-вторых, определяется система критериев отбора персонала. После оценочных мероприятий новых сотрудников отбирают более тщательно, резко снижается вероятность ошибки при выборе подходящей кандидатуры. В-третьих, выявляются различные недостатки в работе руководства с персоналом и определяются пути их устранения.

Схема оценки работников промышленного предприятия может быть представлена следующим образом (рис. 1.).

Рассмотрим основные моменты процесса оценки компетенций работника предприятия в процессе формирования системы достойного труда и представим характеристику каждого из них.

1. Разработка модели компетенций для выбранной должности. На данном этапе основным правилом эффективной работы является задействование в процессе большого количества будущих пользователей модели. Так как менеджеры, которые обучались и проводили интервью по получению поведенческих примеров, работали с исследователями и определяли с ними компетенции, верят в модель и более склонны внедрить ее.

Разработанный на этом этапе словарь компетенций определяет конкретные уровни компетенций, которые прогнозируют пороговое, среднее и наилучшее исполнение обследованных работ и становятся шаблоном, используемым для оценки, отбора или приема сотрудников.

Шаблоны соответствия знаний и умений работников соответствующему уровню развития профессиональных компетенций представлены в таблицах 1–3.

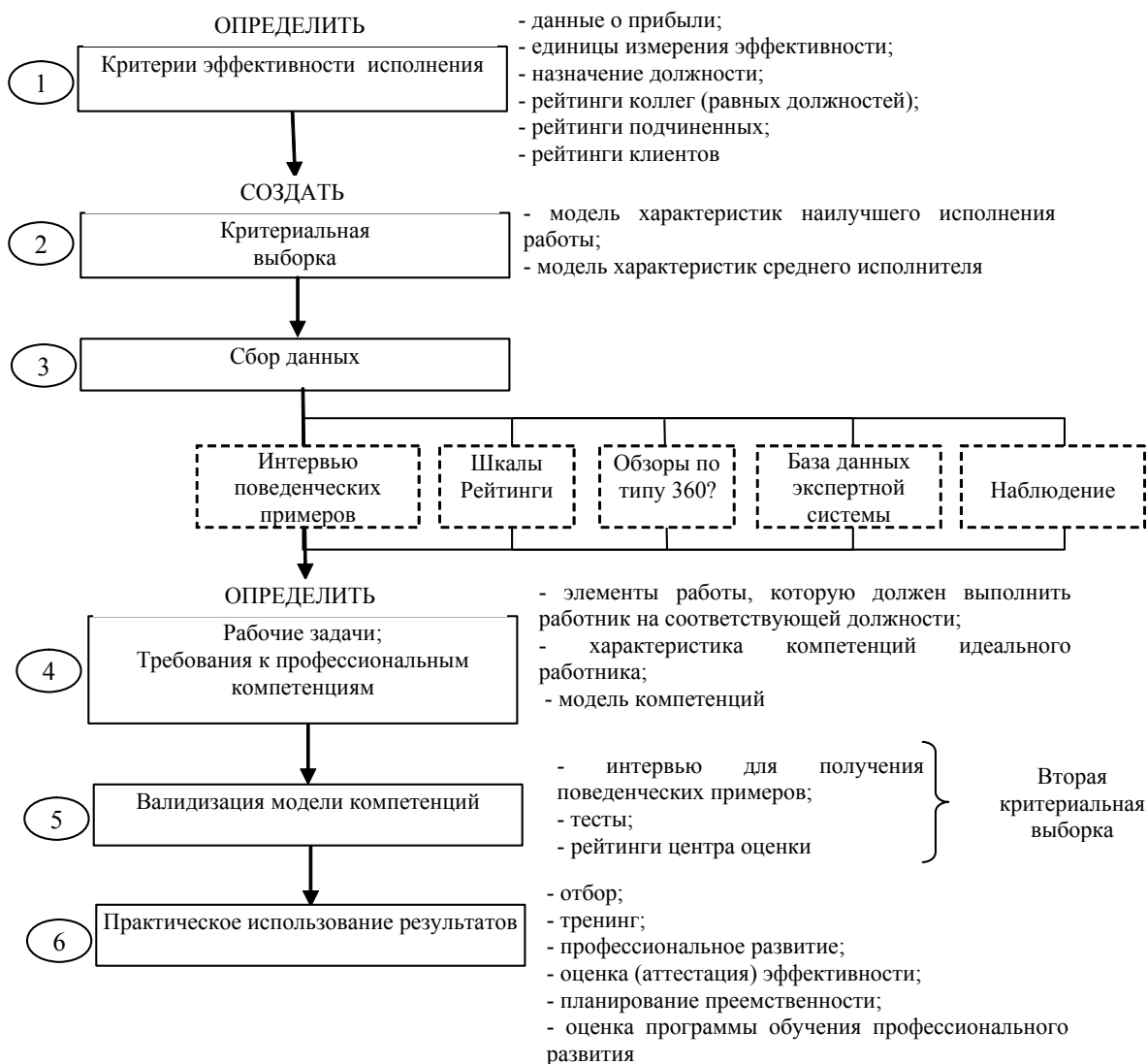


Рис. 1. Процесс оценки компетенций персонала предприятия при формировании системы достойного труда

Таблица 1

**Низкий уровень сформированности компетенций работника**

Компетенция	Характеристика
Специальная компетенция	Знания по практическим вопросам занимаемой должности ограничены и фрагментарны, обладает низким уровнем производственной культуры
Деятельностная компетенция	При планировании производственной деятельности допускает ошибки, планирование осуществляется формально, бессистемно, владеет отдельными приемами, использует их без анализа ситуации, не проявляет творчества при выполнении значимых видов профессиональной деятельности, отсутствует интерес к выполняемой работе
Коммуникативная компетенция	Общается с людьми без учета индивидуальных особенностей, связь с коллегами носит случайный характер, не умеет слушать, испытывает затруднения при выборе и использовании вербальных и невербальных средств общения, не умеет отстаивать собственную точку зрения, не владеет навыками самоконтроля за соблюдением законности, испытывает затруднения при организации своих действий, не умеет работать в команде и не способен осуществлять руководство
Рефлексивная компетенция	Допущенные в работе ошибки не замечает и не стремится к пополнению недостающих знаний, не способен глубоко осмысливать происходящее, принимает решения без учета реальной ситуации и норм закона
Социальная компетенция	Знания и умения в области взаимодействия с общественными институтами и людьми ограничены и фрагментарны общественные и нравственные нормы соблюдает формально, не исключено аморальное поведение, знания в области регулирования социальных норм и отношений фрагментарны, проявляет нерешительность, не умеет противостоять внешним факторам, не способен осуществлять работу с внешними субъектами

Таблиця 2

**Средний уровень сформированности компетенций работника**

Компетенция	Характеристика
Специальная компетенция	Владеет отдельными знаниями и использует некоторые из них при выполнении значимых видов профессиональной деятельности, обладает средним уровнем производственной культуры, не всегда проявляет творческое отношение к применению навыков в работе
Деятельностная компетенция	Может самостоятельно планировать отдельные виды учебной деятельности, но планирование осуществляется на основе неполного анализа результатов предыдущей профессиональной деятельности, творческое отношение к будущей профессиональной деятельности проявляется не всегда, испытывает затруднения при выполнении своих замыслов
Коммуникативная компетенция	Не всегда умеет найти подход к людям, доходчиво довести до слушателя свои мысли к намерениям, испытывает затруднения при установлении и поддержании контактов с новыми людьми, общение возникает стихийно, по мере необходимости, не всегда способен осуществлять руководство
Рефлексивная компетенция	Осознает недостаточное владение необходимыми для профессиональной деятельности знаниями и умениями, видит недостатки, но не всегда способен установить их причину
Социальная компетенция	Владеет отдельными знаниями и умениями в области взаимодействия с общественными институтами и людьми, не всегда способен брать на себя ответственность в сложных ситуациях, соблюдает нормы профессиональной этики

Таблиця 3

**Высокий уровень сформированности компетенций работника**

Компетенция	Характеристика
Специальная компетенция	Обладает системой фундаментальных знаний и уверенно использует их при выполнении значимых видов профессиональной деятельности, может творчески применять умения и навыки, обладает высоким уровнем производственной культуры и гибкостью мышления, хорошо ориентируется в современных достижениях области знаний
Деятельностная компетенция	Умеет самостоятельно планировать свою деятельность, владеет всеми действиями и операциями, которые необходимы для конкретной деятельности, проявляя творчество и инициативу, способен анализировать производственную практику
Коммуникативная компетенция	Умеет владеть навыками самоконтроля по установлению контакта с людьми, учитывая при этом индивидуальные особенности каждого индивида, умеет устанавливать доброжелательные отношения с коллегами, свободно владеет вербальными и невербальными средствами общения, умеет работать в коллективе, а если нужно, то и осуществлять руководство
Рефлексивная компетенция	Способен выбирать оптимальное решение в различных профессиональных ситуациях, умеет критически использовать знания, замечает свои ошибки в работе и стремится их исправить, умеет принимать выверенные профессиональные решения с учетом реальной ситуации и норм Закона
Социальная компетенция	знаний и умений в области взаимодействия с общественными институтами и людьми, соблюдает общественные и нравственные нормы, исключаящие противоправную деятельность и аморальное поведение, испытывает потребность в соблюдении законности, занимает четкую гражданскую позицию, всегда строго соблюдает нормы профессиональной этики

2. Обработка данных и разработка методов оценки. Методы отбора выбираются из таких, как, интервью, тест, центр оценки, биографические данные, и из методов ранжирования на основе рентабельности, простоты поведения и приемлемости для кандидатов. Высоковалидные методы (например, центры оценки) могут быть слишком дорогостоящими и сложными для проведения, другие могут отвергаться кандидатами или культурой компании. Многие авторы доказывают, что интервью по получению поведенческих примеров – наиболее рентабельный инструмент отбора. Оно приближается к центру оценки по валидности, требуя при этом затрат времени 1- 2 часа вместо 1-2 дней, его проще проводить и оно приемлемо практически для всех должностей.

3. Обучение экспертов-наблюдателей методологии оценки. Персонал компании, который будет проводить оценку, должен быть обучен проведению интервью для выявления поведенческих примеров. Как показывает опыт, большинство людей могут за два-три дня научиться проводить и кодировать результаты интервью с достаточной надежностью, чтобы принимать эффективные решения по отбору персонала.

4. Оценка компетенции кандидатов на рабочие позиции. В ряде случаев целесообразно проводить подбор в два этапа: сначала проводят отбор по тестам (первый этап), что, как правило, не требует значительных расходов времени, а потом кандидаты, которые успешно прошли отбор по тестам, проходят отбор на рабочих местах (второй этап), где в течение нескольких часов или дней они исполняют профессиональные обязанности, при чем ведется контроль изменения показателей качества деятельности человека через каждые 2 часа. Полученные для каждого кандидата показатели качества деятельности аппроксимируются экспонентными функциями вида:

$$Q = Q_{np} - (Q_{np} - Q_0) e^{-t/t_0}, \tag{1}$$

где  $Q_{np}$  – предельное значение показателя качества деятельности, характерное для «идеально» работающего специалиста;

$Q_0$  – исходный уровень подготовки кандидата к работе по специальности;

$t_0$  – время его способности к усвоению этой специальности;

$t$  – текущее время подготовки.

При этом необходимое время подготовки кандидата определяется по формуле:

$$t_0 = t_0 \ln \left[ \frac{(Q_{np} - Q_0)}{(Q_{np} - Q_3)} \right], \quad (2)$$

где  $Q_3$  – заданный уровень качества деятельности, компетенции.

Кандидат считается пригодным, если время, необходимое ему для достижения заданного уровня профессиональных компетенций, не превышает время ( $T_d$ ), которое отводится для этих целей, то есть для пригодных кандидатов  $t_n < T_d$ , а для непригодных  $t_n > T_d$ .

5. Принятие решения о соответствии кандидата должности при отборе, определении на должность и продвижении. Основными правилами окончательного отбора претендентов являются:

- выбор наиболее соответствующих для организации работников;
- обеспечение превышения ожидаемого эффекта над расходами;
- сохранение стабильности персонала и одновременно приток новых людей;
- улучшение морально-психологического климата;
- удовлетворение ожиданий привлеченных сотрудников.

6. Валидизация системы отбора. Предприятия должны по возможности отслеживать исполнение функций должности людьми, которые были отобраны при помощи методов компетенций, чтобы подтвердить обоснованность отбора и возврат денежных вложений в реализацию метода.

Итак, выявление поведенческих и личностных компетенций персонала, позволяет определить, проявление каких поведенческих особенностей является для человека наиболее естественным, какие компетенции легче всего развивать, и акцентировать внимание на тех компетенциях, которые потребуют от человека приложения максимума усилий и временных затрат. Сотрудники, которые оцениваются как не обладающие достаточным уровнем определенных компетенций, могут быть направлены на конкретные развивающие занятия, разработанные для того, чтобы обучить их недостающей компетенции, улучшить их исполнение на существующей работе или подготовить к продвижению на работу более высокого уровня в будущем. В целом, использование изложенной методологии, основанной на построении модели компетенций и оценки сотрудника на ее основе, помогает на всех ключевых стадиях формирования системы достойного труда – от определения кадрового состава и разработки программ развития до оценки успешности обучения и последующего профессионального роста работника.

**Вывод.** Трансформация рыночных отношений требует проведения реформирования социально-трудовой сферы в соответствии с принципами достойного труда. Построение современной системы трудовых отношений, основанной на принципах взаимопонимания и сотрудничества выдвигает ряд требований как к работникам предприятия, так и к руководству предприятия в целом, объективно оценить которые позволяет использование компетентностного подхода в управлении персоналом. В связи с этим модели компетенций становятся неким эталоном, содержащим перечень характеристик, профессиональных и личных качеств, примеров поведения, которыми должен обладать сотрудник предприятия для эффективного выполнения производственных заданий и основных видов работ, согласно занимаемой должности. На основе выделенных критериев эффективности, в работе предложен алгоритм проведения оценки сотрудников с целью определения степени соответствия работников и производственной среды условиям формирования достойного труда. На основе данных оценки возможно выявление резервов повышения качества труда и развития персонала в соответствии с принципами реализации достойного труда на украинских предприятиях.

### Литература

1. Меморандум про взаєморозуміння між Міністерством праці та соціальної політики України та Міжнародною організацією праці щодо Програми гідної праці на 2008–2011 рр. від 9.06.2008 р.
2. Магура М. И. Оценка работы персонала: подготовка и проведение аттестации / М. И. Магура, М. Б. Курбатова. – М. : ЗАО Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2002. – 256 с.
3. Гаврилова О. Г. Обзор систем, методов и методик оценки персонала / О. Г. Гаврилова // Кадровая служба и управление персоналом предприятия. – 2009. – № 6.
4. Спенсер Л. М. Компетенции в работе / Л. М. Спенсер ; [пер с англ.]. – М. : НРРО, 2005 – 384 с.

Надійшла 18.08.2011

## ФІНАНСИ ТА БАНКІВСЬКА СПРАВА

УДК 336.76:005.36

І. О. МАКАРЕНКО

ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України», м. Суми

### РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПОХІДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ УКРАЇНИ: ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

*У статті розроблено рекомендації з удосконалення регулювання ринку похідних фінансових інструментів України у контексті розбудови цього ринку з урахуванням посткризових світових тенденцій та забезпечення його стійкого розвитку.*

*The article proposes recommendations to improve regulation of the derivatives market in Ukraine in the context of the development of this market in view of post-crisis global trends and ensure its sustainable development.*

*Ключові слова: ринок похідних фінансових інструментів, стійкий розвиток, регулювання ринку похідних фінансових інструментів, нормативне забезпечення, стійкість фінансової системи.*

**Вступ.** З урахуванням деструктивної ролі ринку похідних фінансових інструментів (далі – ПФІ) у світовій фінансовій кризі, його регулювання та механізм функціонування потребують суттєвих удосконалень з метою запобігання майбутнім кризовим явищам на ньому та реалізації його основоположної функції – хеджування ризиків. В Україні проблема забезпечення стійкого розвитку ринку ПФІ актуалізується через незрозумілість цього ринку, який в силу проблем нормативного, методологічного, інфраструктурного характеру і недостатнього регулювання не виконує своїх функцій та може стати джерелом шоків для усієї фінансової системи.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Питанням розвитку ринку ПФІ України присвячені праці таких науковців як А. Безп'ятова [1], В. Гордона [2], В. Гоффе [3], О. Сохаської [4] та ін., проте подальшого розгляду потребує забезпечення саме стійкого розвитку ринку ПФІ України у контексті підвищення стійкості фінансової системи, формування необхідної організаційної структури регулювання цього ринку як основи його становлення.

**Постановка завдання.** Мета статті полягає у розробці рекомендацій щодо удосконалення регулювання ринку ПФІ України в організаційному аспекті для отримання переваг його учасниками та безпечному його функціонуванні.

**Виклад основного матеріалу.** Основні проблеми розвитку ринку ПФІ України зумовлені недосконалістю його регулювання і носять нормативний, методологічний та інфраструктурний характер. Їх вирішення, потребує комплексного, системного підходу та конкретизується в наступних аспектах:

– налагодження дієвої та ефективної взаємодії, побудови чіткої організаційної структури органів нагляду та регулювання, у т.ч. й саморегулювних та професійних організацій як ознаки його цивілізованого розвитку (керуючої суб'єктної підсистеми ринку ПФІ);

– створення відповідного нормативного, методологічного та інфраструктурного забезпечення функціонування ринку: оподаткування, ліцензування, документальне оформлення та врегулювання угод з ПФІ та узгодження з міжнародними нормами, методологія обліку і оцінки, депозитарій і кліринг (центральний контрагент), гарантійні вимоги, вимоги до капіталу учасників ринку, їх професіоналізму (підсистема забезпечення);

– створення системи оцінювання ринку ПФІ, забезпечення прозорості та розкриття інформації на ньому, що у сукупності з підсистемою забезпечення складають основу впливу на учасників ринку (керована підсистема ринку ПФІ).

Розгляд питання взаємодії регулятивних органів – керуючих суб'єктів регулювання ринку ПФІ є ключовим для розбудови ринку ПФІ, тому що створення Концептуальних засад його стійкого розвитку має бути здійснено певною суб'єктною підсистемою. У цьому контексті з урахуванням посткризових тенденцій у регулюванні ринків ПФІ у провідних державах світу дане питання перетинається з питанням щодо доцільності перегляду моделі регулювання фінансового ринку України в цілому і визначення повноважень регулятивних органів у відношенні до ринку ПФІ зокрема.

У ході підготовки проекту рекомендацій з підвищення регулювання та нагляду за фінансовим сектором в Україні визначено чотири варіанти таких рекомендацій, а саме: подальша розбудова існуючих регуляторів (НБУ, ДКЦПФР, ДКРРФП) шляхом посилення їх незалежності; створення окремого мегарегулятора; створення мегарегулятора при НБУ; запровадження діяльності двох окремих органів регулювання та нагляду (Служби фінансового нагляду при Національному банку, Регулятора фінансового ринку) [5]. Варто відмітити, що у світовій практиці подібні ініціативи також мають місце. Так, восени 2010 за поданням Ради міністрів фінансів ЄС відбулося створення чотирьох нових наднаціональних регулятивних органів, зокрема Європейської банківської організації (European Banking Authority, ЕВА), Європейської організації страхування і пенсійного забезпечення (European Insurance and Occupational Pensions Authority, ЕІОРА), Європейської організації з цінних паперів і ринків (European Securities and Markets Authority,

ESMA) – об’єднані Європейською системою фінансового спостереження (European System of Financial Supervisors, ESFS) а також Європейської ради з системних ризиків (European Systemic Risk Council, ESRC) під егідою Європейського центрального банку (ECB).

У США 22 липня 2010 р. був підписаний один з найбільш визначних фінансовий закон з часів Великої Депресії та прийняття закону Гласа-Стігала – закон Дода-Френка (Dodd-Frank financial bill). Крім формального підходу, в межах його сутнісного аспекту регламентовано створення мегарегулятора фінансового ринку США на базі Інвестиційного консультативного комітету Комісії з цінних паперів, до відома якої додано нагляд за хедж-фондами, активи яких перевищують 100 млн. дол., Ради з контролю фінансової стабільності (міжвідомчий орган), Агентство із захисту споживачів фінансових послуг – (незалежний орган при Федеральній резервній системі).

Загалом ми підтримуємо ідею створення мегарегулятора фінансового сектору України як єдиного органу, що визначатиме політику розвитку фінансового сектору і здійснюватиме його ефективний макропруденційний нагляд та регулювання. Проте серед основних причин недоцільності створення мегарегулятора на фінансовому ринку України і на ринку ПФІ у т.ч. в даний момент, на нашу думку, варто назвати наступні: розрізненість структури ринкових сегментів, капіталу та фінансових потоків, фінансових продуктів. Таким чином, створення мегарегулятора не просто передчасне, але і шкідливе в умовах нерозвиненого фінансового ринку України та ринку ПФІ. Проте, існує нагальна потреба в розмежуванні повноважень окремих органів регулювання. Варто зазначити, що згідно зі ст. 21 Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» повноваження щодо регулювання ринків цінних паперів та похідних цінних паперів надані ДКЦПФР. У той же час з прийняттям Рішення ДКЦПФР «Про затвердження Порядку реєстрації випуску опціонних сертифікатів та проспекту їх емісії» зі сфери регулювання ДКЦПФР було виключено весь перелік фондових деривативів, натомість запроваджено більш жорсткий контроль за випуском опціонних сертифікатів як превалюючих інструментів на ринку. За допомогою зазначеного рішення комісія частково підміняє функції інших регуляторів, адже суперечливими нормами названих правил встановлено, що базовим активом для ПФІ – можуть бути цінні папери, товари або кошти, хоча валютні ПФІ знаходяться у сфері впливу НБУ, товарні – Міністерства аграрної політики.

Для забезпечення чіткої взаємодії між органами, що у той чи інший спосіб займаються регулюванням ринку ПФІ і фінансового ринку України, варто створити Координаційний комітет з питань стійкого розвитку ринку похідних інструментів України за участю основних суб’єктів – регуляторів цього ринку НБУ, ДКЦПФР, ДКРРФП, Міністерства аграрної політики, ринкових регуляторів – саморегулювних організацій, та ряду дорадчих органів: Методологічної ради з питань бухгалтерського обліку при Міністерстві фінансів, Державної податкової адміністрації, Держфінмоніторингу, Антимонопольного комітету України (рис.1). Новостворений Комітет функціонуватиме за інституціональним принципом – за основними учасниками ринку ПФІ, що підзвітні окремим органам регулювання, допоки ринок не набуде чітких організаційних та функціональних обрисів і ідея впровадження чи не впровадження мегарегулятора не буде випробувана часом і практикою та підкріплена вагомим економічним обґрунтуванням.

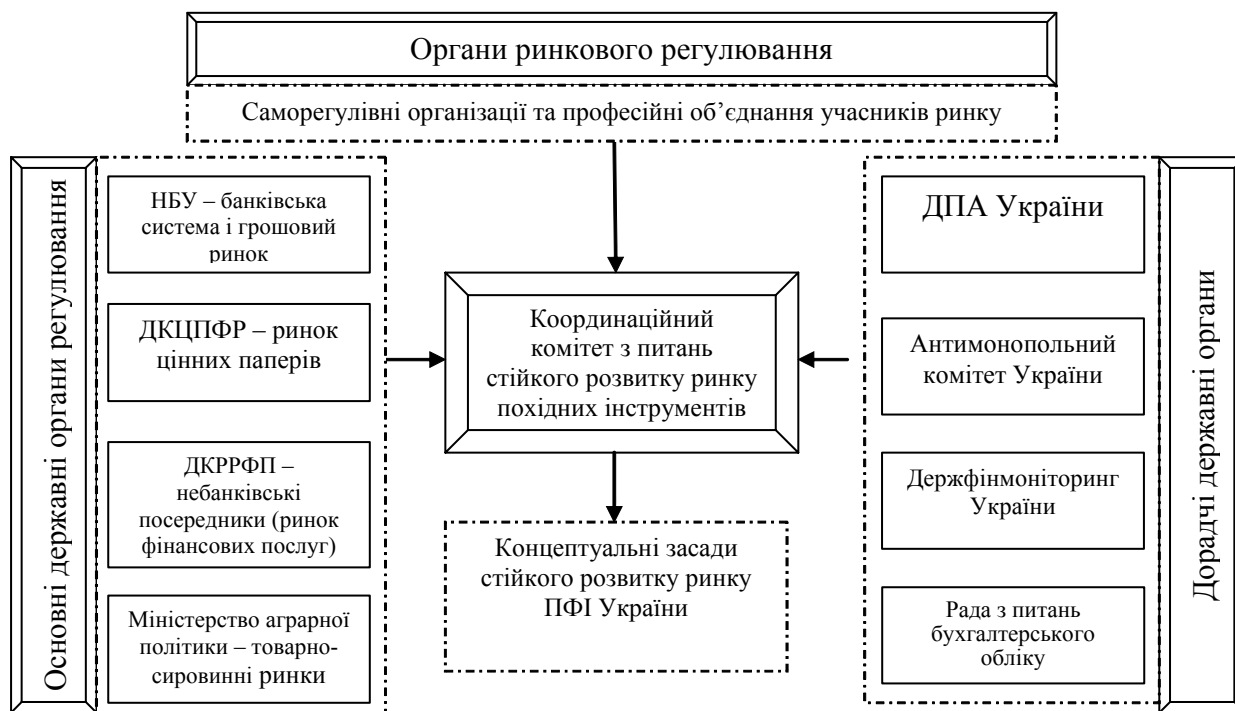


Рис. 1. Координаційний комітет з питань стійкого розвитку ринку похідних інструментів України, розробка автора

Правовою основою функціонування такого Координаційного комітету може виступати Меморандум про співпрацю та комунікації державних органів з питань стійкого розвитку ринку похідних інструментів в Україні, який визначатиме його склад, порядок створення, особливості діяльності, повноваження, тощо. Меморандум про співпрацю та комунікації є одним з найбільш поширених у світовій практиці способом досягнення необхідного рівня обміну інформацією поряд з взаємним представництвом керівництва регуляторів у колективних органах, створенням робочих груп та неформальних контактів.

Організаційна структура Координаційного комітету визначатиметься за функціональним принципом – ключові члени ради – НБУ, ДКЦПФР, ДКРРФП, Міністерство економіки представники саморегулювальної організації, члени ради з дорадчими правами (решта органів). Статус цього комітету визначатиметься як тимчасовий до набуття зрілості національним фінансовим ринком і ринком похідних інструментів зокрема, і вирішенням питання на користь його мегарегулятора. Безпосередньо сама робота Координаційного комітету буде організована за принципом міжвідомчих консультацій та інформаційно-статистичної діяльності. Варто відзначити необхідність впровадження елементів підзвітності і контролю у діяльність комітету – таким чином, облігаторність періодичного звітування уряду має стати основою його роботи.

У зв'язку з цим, важливими аспектами створення такого Комітету варто назвати збалансованість його незалежного/підзвітного статусу, що визначається передусім його фінансовою незалежністю. Передбачається, що фінансування поточної діяльності комітету відбуватиметься за рахунок основних державних органів та саморегулювальних організацій: відповідно з операційних доходів НБУ, зборів з учасників відповідних ринків, що контролюються ДКЦПФР, ДКРРФП, Міністерства аграрної політики, внесків саморегулювальних організацій. Основоположним завданням Координаційного комітету має бути впровадження Концептуальних засад стійкого розвитку ринку похідних інструментів, зокрема фінансових в Україні.

До повноважень Координаційного комітету з питань стійкого розвитку ринку похідних інструментів в Україні слід віднести:

- розробку цілісного нормативного забезпечення у вигляді проектів законів та підзаконних актів, що регулюють діяльність ринку ПФІ у його ключових сферах, що становлять концептуальне підґрунтя політики щодо ринку похідних інструментів в Україні;

- створення рамкових умов для функціонування керованої суб'єктної підсистеми ринку – учасників та методів взаємодії між ними з метою недопущення диспропорцій у розвитку ринку похідних та безпечного використання його переваг;

- комплексне регулювання та нагляд за взаємопов'язаними спот- та строковими ринками – ринками базових активів і ринків похідних інструментів;

- узгодження дій регуляторів в межах здійснення макро- та мікропруденційного нагляду на ринку ПФІ, його контр циклічного регулювання та в цьому контексті:

- 1) побудови системи оцінювання ринку ПФІ України;

- 2) створення єдиної бази даних щодо стану та ключових параметрів ринку ПФІ, та інформації про її учасників;

- 3) публікація систематичних інформаційних матеріалів щодо розвитку ринку ПФІ, у вигляді звіту в межах поліпшення інформованості пересічних інвесторів та потенційних хеджерів про можливості ринку ПФІ та забезпечення прозорості діяльності самого органу в межах загальних звітів про стан фінансового ринку;

- 4) проведення навчання, підвищення кваліфікації фахівців, що працюють на ринку ПФІ.

Варто наголосити, що безпосередні регулятивні і наглядові повноваження в межах ринків товарних та фінансових похідних інструментів здійснюватимуться за інституційним принципом кожним із регуляторів – банківських установ – НБУ, емітентів цінних паперів, у т.ч. компаній реального сектору, організаторів торгів, інфраструктурних інститутів – ДКЦПФР, небанківських фінансових посередників – ДКРРФП, учасників товарно-сировинних ринків, аграрних бірж – Міністерство економіки. Повноваження інших дорадчих органів носитимуть консультативний характер для забезпечення належного узгодження з основними регулятивними органами суміжних питань оподаткування, обліку, моніторингу учасників ринку та операцій на ньому, сприяння розвитку конкуренції.

Серед переваг створення такого Координаційного комітету, які обґрунтовують доцільність такого кроку, можемо назвати наступні:

- здійснення більш якісного нагляду та регулювання окремих сегментів ринку похідних інструментів України, що є основоположним для його розбудови;

- можливість одночасного регулювального впливу і на ринки базових активів, що є підґрунтям для розвитку ринків похідних;

- відсутність потреби у додатковому фінансуванні з Державного бюджету;

- відсутність необхідності внесення змін до базових Законів з питань регулювання фінансового сектору у частині перерозподілу повноважень органів;

- сприяння розбудові ринку похідних інструментів України та його складових через наближення регуляторів до окремих його сегментів;

– створення прозорого інформаційного поля шляхом подання звітів про розвиток ринку ПФІ в Україні, інформаційно-аналітичних матеріалів, що стане важливою частиною Загального звіту про стійкість фінансового сектора в Україні і основою для формування очікувань учасників ринку щодо його подальшого вектору розбудови.

Особлива роль у межах Координаційного комітету відводиться ринковому регулюванню ринку похідних через задіяння саморегулювних організацій (СРО) та професійних об'єднань учасників ринку, що є ознакою цивілізованості та зрілості ринку. У зв'язку з цим, ми наголошуємо на необхідності збалансування ринкового саморегулювання як можливого дестабілізуючого фактора в силу виявленої нами ринкової нездатності до запобігання кризових явищ та належним захистом прав та інтересів учасників ринку. Досвід розвинених фінансових ринків свідчить, що державні регуляторні органи повинні розглядати СРО як додатковий регулятивний механізм, наявність якого сприяє стабілізації ринку та більш повне врахування потреб учасників ринку [6]. Більше того, на думку М. І. Галочкина, ефективність регулювання ринку ПФІ тісно пов'язана з наявністю СРО на ньому, що підтверджено світовою практикою, де складається дворівнева система регулювання ринків ПФІ: перший рівень – державне регулювання ринку ПФІ, другий рівень – ринкове саморегулювання [7]. Утім, на даний момент на ринку ПФІ України не існує жодної саморегулювальної організації чи професійного об'єднання учасників ринку, що є закономірним у зв'язку з його нерозвиненістю і відсутністю зацікавлення потенційних учасників у ньому у зв'язку з регулятивною невизначеністю. Дієвість саморегулювання на ринку ПФІ забезпечуватиметься представництвом СРО у Координаційному Комітеті з метою захисту інтересів учасників ринку. Співвідношення між регулятивними повноваженнями основних і дорадчих державних органів регулювання ринку ПФІ повинні встановлюватися на принципах компліментарності та взаємоузгодженості і запобігати можливостям регулятивного арбітражу. Важливим застереженням у роботі цих організацій є забезпечення стійкого розвитку ринку через контроль за основними їх факторами – рівнем леввериджу учасників, мінімальними вимогами щодо капіталу, розкриття інформації.

**Висновки.** Таким чином, вирішення проблем нормативного, методологічного та інфраструктурного характеру на ринку ПФІ є основою його розбудови в Україні з урахуванням світових посткризових тенденцій. З цією метою нами розроблені пропозиції з удосконалення регулювання ринку ПФІ України, які конкретизуються у створенні Координаційного комітету з питань стійкого розвитку ринку похідних на основі державних та саморегулювальних органів. Заходи з реформування регулювання ринку ПФІ передбачені в межах завдань цього комітету, покликані сприяти становленню ефективного та безпечного ринку ПФІ для його учасників і для стійкості усієї фінансової системи.

### Література

1. Безп'ятов А. В. Розвиток похідних фінансових інструментів у країнах з перехідною економікою : автореф. дис. на здобуття наук. ступ. канд. екон. наук : спец. 08.05.01 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / Безп'ятов Андрій Валерійович. – К., 2004. – 15 с.
2. Гордон В. Б. Роль деривативів на ринках, що розвиваються / В. Б. Гордон // Фінанси України. – 2005. – № 1. – С. 70–77.
3. Гоффе В. В. Ринок деривативів: зарубіжний досвід та перспективи розвитку в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступ. канд. екон. наук : спец. 08.04.01 «Фінанси, грошовий обіг і кредит» / Гоффе Валерія Вікторівна. – К., 2005. – 23 с.
4. Сохацька О. М. Ф'ючерсні ринки: глобальні тенденції та становлення в Україні : автореф. дис. на здобуття наук ступеня док. екон. наук : спец. 08.05.01 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / Сохацька Олена Миколаївна. – Тернопіль, 2003. – 37 с.
5. Консультації щодо підвищення ефективності регулювання та нагляду за фінансовим сектором України: Зелена книга [Електронний ресурс]. – К., 2010. – Режим доступу : [www.bank.gov.ua/Publication/others/zelena\\_kniga.pdf](http://www.bank.gov.ua/Publication/others/zelena_kniga.pdf).
6. Міщенко С. В. Проблеми вдосконалення саморегулювання на фінансовому ринку / С. В. Міщенко // Фінанси України. – 2009. – № 9. – С. 43–52.
7. Галочкин М. И. Рынок производных ценных бумаг: регулирование и развитие в России : автореф. на соиск. науч. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.10 "Финансы, денежное обращение и кредит" / Галочкин Михаил Иванович. – Йошкар-Ола. – 2010. – 20 с.

Надійшла 18.08.2011



## СУТНІСТЬ РИНКУ ПОХІДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ТА ЙОГО СТРУКТУРА

*У статті визначено економічну сутність категорії «ринок похідних фінансових інструментів», а також його роль, систематизовано основні критерії структуризації, що дозволило обґрунтувати його структуру.*

*Article deals with economic essence of category «financial derivatives market», as well as its role. The basic criteria of structure are systematized, that allowed to justify the structure of the market for derivative instruments.*

*Ключові слова: ринок похідних фінансових інструментів; ринок похідних фінансових інструментів, країн які розвиваються; ринок базових фінансових інструментів, функціональність; управління ризиками і волатильністю.*

### **Постановка проблеми і її зв'язок із найважливішими науковими та практичними завданнями.**

Торгівля на ринку похідних фінансових інструментів (далі – ПФІ) розвивається досить динамічно, незважаючи на світову фінансову кризу, обсяги операцій з цими інструментами за вартістю укладених контрактів постійно зростають. Операції з похідними фінансовими інструментами в світі досягли рекордних показників. Так, за 2010 рік число операцій з дериватами зросло на 25,6% – до рекордних 22,3 млрд контрактів, а азійські торги вперше обійшли Північну Америку [5]. Цей сектор фінансового ринку після дворічного уповільнення його росту під час глобальної фінансової кризи почав стрімко зростати. Стрімкий ріст ринку ПФІ, пов'язаний із розширенням фінансових ринків і виникненням все більшої потреби у зниженні фінансових ризиків. Отже, виникає питання щодо сутності та сучасної структури ринку ПФІ.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематиці розвитку світових ринків похідних інструментів присвячено чимало праць зарубіжних вчених. Суттєвий внесок у розробку та дослідження цих питань був зроблений такими зарубіжними вченими, як Дж. Кейнс, Р. Колб, Р. Мертон, Дж. Халл, Дж. Хікс, В. Шарп та іншими.

Найчастіше розглядається сутність та структура строкового ринку. Проте строковий ринок не можна ототожнювати із ринком ПФІ. Проблемами становлення і розвитку сучасного ринку ПФІ займаються російські та вітчизняні науковці, а саме В.А. Галанова, А.Н. Буренін, С.М. Еш, М.В. Кузнецова, Л.О. Примостка, О.М. Сохацька, А. Фельдман тощо.

Останні дослідження вітчизняних та російських науковців і практиків, які присвячені теорії та практиці застосування ПФІ, підтверджують зростання актуальності щодо даних інструментів. Проте дана проблематика часто розглядається тільки з аналітичної та практичної точок зору використання ПФІ, а науково-методологічні аспекти розвитку і становлення сучасного ринку ПФІ залишаються малодослідженими, зокрема сутність та структура ринку ПФІ.

Метою статті є обґрунтування сутності та структури ринку похідних фінансових інструментів.

**Результати досліджень.** У сучасній економічній літературі можна часто зустріти паралельне використання термінів «ринок похідних фінансових інструментів», «строковий ринок», «ринок деривативів», «ринок похідних інструментів», «ринок похідних цінних паперів», «ринок фінансових деривативів». Проте між цими поняттями існує різниця.

Строковий ринок обумовлюється наявністю товарного і фінансового ринків, тобто для існування строкового ринку необхідно наявність базисного ринків (товарного або фінансового) та їх інструментів. З економічної точки зору термін «строковий ринок» є більш ширшим ніж «ринок похідних фінансових інструментів», так як строковий ринок – це ринок, на якому використовують всі похідні й непохідні інструменти, і на цьому ринку не передбачають негайну поставку та оплату базисного активу, а поставку та оплату – в майбутньому. При цьому, ринок ПФІ у більшості випадків не передбачає поставку базисних активів взагалі.

Дослідження категорії «ринок похідних фінансових інструментів» виявило майже повну відсутність її характеристики. У науковій літературі на сьогодні не існує єдиного тлумачення економічного змісту поняття «ринок похідних фінансових інструментів», його внутрішньої структурної характеристики, класифікації його основних інструментів.

Первісно для визначення властивостей даного поняття розглянемо загальну категорію «ринок» в контексті даного дослідження. Загалом ринок можна трактувати як складне багатофункціональне комплексне поняття, що включає цілісну систему взаємодії та взаємозв'язку ринкових суб'єктів, через яку ідентифікується певний механізм господарювання [13].

Таким чином, ринок має цілком визначений набір загальних ознак, який дає можливість судити про ступінь ринкових відносин. Тому, в першу чергу, ми повинні з'ясувати все, що розкриває ці характерні ознаки ринку для того, щоб надати йому визначення, установити роль та місце, простежити вплив на економіку України. Отже, ринку характерні такі основні ознаки: певна сукупність економічних відносин між його суб'єктами, обов'язково відбувається процес куплі-продажу, наявність взаємозв'язку між попитом і пропозицією, вирішальне значення ціни, регулювання впливу на економіку в цілому та діяльність суб'єктів

ринку, наявність конкуренції, забезпечення неперервності процесу суспільного відтворення, взаємозв'язок між різними рівнями ринків. Досліджуючи економічну сутність ринку похідних інструментів необхідно ураховувати ці характеристики.

Слід відзначити, що з моменту існування ринку ПФІ науковці по-різному тлумачили його сутність. Економічний зміст ринку похідних фінансових інструментів надає С.М. Еш, який визначає його як «сукупність економічних відносин щодо перерозподілу ризиків, які виникають у процесі обміну фінансовими активами чи товарами» [4]. У роботах Л.О. Примосткої економічний зміст ринку ПФІ визначається як сукупність економічних відносин щодо перерозподілу (трансферту) ризиків, які виникають у процесі обміну фінансовими інструментами чи товарами [11].

Слід зазначити, що в сучасній економічній літературі не існує єдиної структури ринку похідних інструментів. Тому нами вперше зроблено спробу систематизувати вже існуючі розрізнені підходи до визначення структури ринку похідних фінансових інструментів з урахуванням сучасних тенденцій його глобалізації та інтернаціоналізації.

На нашу думку, основними критеріями структуроутворення ринку похідних фінансових інструментів є критерій рівня розвитку, масштабність, ієрархічність, форма організації, функціональність, критерій типу операцій, інструментарність, строковість, суб'єкти ринку та характер виконання угод (рис. 1).

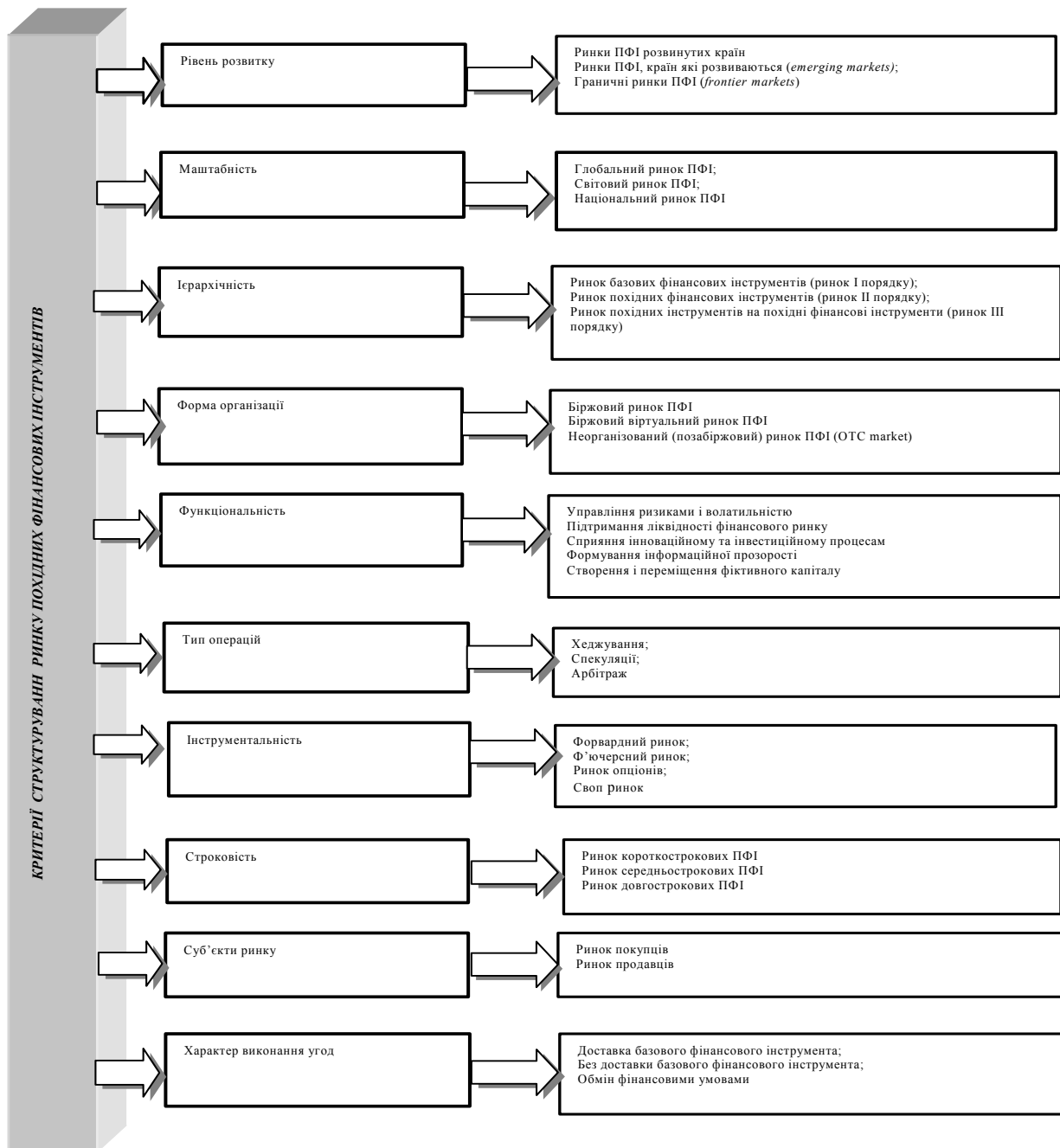


Рис. 1. Критерії структуроутворення ринку похідних фінансових інструментів

Рівень розвитку. За рівнем розвитку ринок ПФІ можна поділити на ринки ПФІ розвинутих країн, ринки ПФІ, країн які розвиваються (emerging markets) та невеликі ринки ПФІ (frontier markets). За даними американської компанії MSCI (Morgan Stanley Capital International Inc) 24 розвинутих і 22 ринки, що розвиваються (Китай, Бразилія, Індія, Росія, Україна). Хоча за класифікацією Standard&Poor's Україна формально входить до групи Frontier markets (невеликі ринки), в яку також входять ще 23 країни (Хорватія, Румунія, Словаччина, Естонія, Латвія, Литва та ін.).

За масштабом ринок ПФІ можна поділити на: глобальний; світовий; національний. Світовий ринок ПФІ має складну внутрішню структуру і складається із національних ринків ПФІ. Більш того, часто ці ринки пов'язані між собою в єдину торгову мережу похідними фінансовими інструментами та базовими активами, що свідчить про інтернаціоналізацію ринків ПФІ.

Це має два аспекти: на ринок ПФІ приходять нові учасники, для яких дана діяльність стає основною, а також відбувається процес створення великих інститутів, які здійснюють свою професійну діяльність на цьому ринку на основі як збільшення їх власних капіталів (концентрація), так і шляхом їх злиття в великі структури (наприклад, торгові системи типу NASDAQ (National Association of Securities Dealers Automated Quotations), SEAQS (Stock Exchange Automated Quotation System) або інших організаторів ринку, які обслуговують велику частину всіх операцій на міжнародному ринку цінних паперів та ринку ПФІ.

Ієрархічність. У контексті даного дослідження ця ознака буде застосовуватися як спосіб застосування різних стратегій ПФІ, при якому механізм їх реалізації розподілений залежно від заданого критерію.

Поряд з первинним ринком, на якому здійснюється залучення фінансових ресурсів учасниками фінансового ринку через емісію цінних паперів – фінансових інструментів, та вторинним ринком, що забезпечує ліквідність цих інструментів та обіг капіталу виникає необхідність виокремлення ринку базових фінансових інструментів (ринку I порядку). Походження ПФІ від цінних паперів, що дають право на реальний капітал становлять ринок похідних фінансових інструментів (ринку II порядку), а походження їх від самих ПФІ – ринок похідних інструментів на похідні фінансові інструменти (ринку III порядку).

Форма організації. Цей критерій передбачає поділ ринку ПФІ на організований (біржовий), біржовий віртуальний ринок ПФІ та неорганізований (позабіржовий) (OTC market).

Біржовий ринок ПФІ, визначається як оптовий ринок похідних фінансових інструментів, операції з куплі–продажу яких здійснюються на фондових біржах на підставі встановлених правил. Позабіржовий ринок забезпечує здійснення операцій з похідними фінансовими інструментами безпосередньо між продавцем і покупцем.

Слід зауважити, що на сьогодні поряд з традиційними біржами існують електронні біржі, які дозволяють зробити твердження про створення біржового віртуального ринку ПФІ (наприклад, американська електронна біржа NYSE Group, європейська електронна біржа OMX AB, GLOBEX тощо). Електронні біржі швидко опанували світовий фінансовий ринок, так як мають ряд переваг перед традиційними біржами, зокрема швидкість та постійність операцій, відносна невелика вартість трансакцій і доступність для невеликих компаній.

Функціональність означає, що ринок ПФІ виконує визначені для нього конкретні зобов'язання, функції, сприяючи вирішенню проблем як фінансового ринку, так і економіки. Отже, функціональність означає, що ринок ПФІ існує доти, доки виконує визначені для нього функції через певні елементи й механізми, сприяючи вирішенню проблем як макроекономічного, так і мікроекономічного характеру, що сприяє досягненню гомеостазу даної системи. На нашу думку, основними функціями ринку ПФІ є наступні:

Управління фінансовими ризиками і волатильністю. Ринок ПФІ дозволяє управляти фінансовими ризиками, які притаманні базисним фінансовим інструментам як на макро-, так і на макрорівнях, «розкласти їх на окремі складові», диверсифікувати їх на інші ринки. Потреба в управлінні ризиками підтримується (посилюється) як становленням і розвитком інтернаціонального (глобального) ринку капіталів, процесом, який включає різні фінансові інновації, так і посиленням коливанням валютних курсів, цін і проценту (результат активної реакції ринку на зміни) [14]. На сьогодні стало неможливим забезпечити ефективність використання фінансового капіталу без застосування похідних фінансових інструментів, які є дієвими інструментами захисту (хеджування, диверсифікації) від фінансових ризиків й впливу на волатильність, притаманних фінансовому ринку.

Слід зазначити, що більшість класичних та сучасних науковців виділяють окремо спекулятивну функцію ринку ПФІ. При цьому вони стверджують, що спекулятивна функція ринку ПФІ створює можливості для отримання, так званого «спекулятивного прибутку» за рахунок біржової гри на різниці курсів термінових інструментів [1, 3, 8, 14, 11].

Отже, спекулятивна функція ринку ПФІ є взаємодоповнюючою функції управління фінансовими ризиками і волатильністю та підтримання ліквідності фінансового ринку.

Підтримання ліквідності фінансового ринку. Ліквідність ринку ПФІ часто вище ліквідності спотового ринку, що забезпечується діяльністю спекулянтів, які купують фінансові активи для перепродажу, та арбітражерами, які отримують прибуток за рахунок тимчасових ринкових різниць при здійсненні операцій з ПФІ. Це пов'язано з тим, що переважна більшість базових активів похідних фінансових інструментів є

інструментами спотового ринку, а операції на ринку ПФІ збільшують ліквідність спотового ринку та фінансового в цілому.

Сприяння інноваційному та інвестиційному процесу. За допомогою ПФІ створюються та використовуються нові фінансові інструменти як на ринку ПФІ, так безпосередньо і на строковому.

Похідні фінансові інструменти є альтернативним способом інвестування в активи. З огляду на цю функцію ринок ПФІ одночасно дозволяє зробити інвестиції в фінансові активи без їх безпосереднього придбання (доставки) та бути при цьому саме інноваційним продуктом.

Формування інформаційної прозорості. Сутність даної функції пов'язана із функцією «встановлення майбутньої ціни», запропонованої Кейнсом. Ціни на ринку ПФІ, які відображають очікування учасників ринку щодо змін цін базового активу у майбутньому, визначають майбутню кон'юнктуру ринку і дозволяють суб'єктам фінансового ринку прогнозувати їх грошову та фінансову політики. Функціонування похідних фінансових інструментів стимулює вирівнювання цін на національних ринках, створюючи можливості та розрив у часі для проведення арбітражних операцій. Це значить, що ринок ПФІ відіграє суттєву макроекономічну роль, що дозволяє більш ефективно розподіляти ресурси в економіці та впливати на якість управлінських рішень.

Створення і переміщення фіктивного капіталу. Виходячи з сутності ринку ПФІ і основних його функцій макроекономічного характеру, зокрема відтворення потоків капіталу доцільно виділяти функцію створення і переміщення фіктивного капіталу. Спекулятивні та арбітражні операції, глобальний характер ринків ПФІ, відсутність законодавчих обмежень щодо обігу ПФІ, особливо позабіржових, дозволяють цьому фіктивному капіталу вільно переміщуватись світовими ринками, сприяючи більш ефективному розміщенню ресурсів.

Відповідно до основних функцій ринку ПФІ, операції на ньому поділяють на хеджування, спекуляції, арбітраж.

Хеджування – універсальний метод від захисту будь-яких ризиків, який представляє собою сукупність дій та інструментів, спрямованих на зниження (усунення) фінансових ризиків або їх утримання на припустимому рівні. Існує багато стратегій хеджування фінансових ризиків, що дозволяє максимально ефективно використовувати всі наявні інструменти залежно від цілей, умов та потреб хеджування.

Спекуляції. При таких операціях спекулянт приймає на себе ризики, розраховуючи отримати прибуток на підставі прогнозування сприятливих змін цін на фінансові інструменти. Однак при неточному прогнозі спекулянти можуть отримати збитки. Відзначимо, що Дж. Кейнс підкреслював позитивну роль спекулятивних операцій, обґрунтовуючи це тим, що спекулянти досить правильно прогнозують строкову ціну та здійснюють стримуючий вплив на її коливання, впливаючи таким чином на стабільність ринку в цілому [10].

Арбітраж. Арбітраж передбачають одночасне проведення операцій купівлі та продажу одного і того самого фінансового інструмента для одержання прибутку від різниці в цінах на нього.

Інструментальність. Ця характеристика пов'язана із використанням основних видів похідних фінансових інструментів. Питання класифікації ПФІ є досить дискусійними. Як у зарубіжних і вітчизняних нормативних документах, так і в працях провідних науковців воно не систематизовано і не існує єдиного підходу щодо класифікаційних ознак ПФІ та їх визначення.

Існують чотири загальноприйняті види ПФІ, які виділяють більшість практиків та науковців: форвард, ф'ючерс, опціони та своп [7, 9, 11, 12, 14]. Однак деякі науковці скорочують або доповнюють список видів ПФІ та їх критеріїв на власний розсуд.

Строковість. Ринок похідних фінансових інструментів можна також поділити і за строками укладання контрактів: на коротко-, середньо- і довгостроковий. За своєю строковою структурою даний ринок є переважно коротко- і середньостроковим, а біржовий ринок – практично тільки короткостроковим ринком. Контракти, що укладаються на строк більше року, є швидше виключенням, чим правилом.

За суб'єктами ринку ринок ПФІ можна поділити на ринок покупців та продавців. При цьому покупцями і продавцями можуть бути одночасно і хеджери, спекулянти, арбітражери (трейдери), брокери.

Неодмінними учасниками ринків ПФІ є держава, наднаціональні фінансові інститути, міжнародні фінансово-промислові компанії, банки, страхові компанії, пенсійні фонди, інвестиційні фонди, хедж-фонди та фізичні особи. Кожен із цих учасників ринку ПФІ мають свої цілі.

Характер виконання угод. За даною класифікаційною ознакою всі основні фінансові інструменти ринку ПФІ можна поділити на угоди, які передбачають:

- доставку базового фінансового інструменту;
- характер угоди, який не передбачає доставку базового фінансового інструменту;
- обмін фінансовими умовами.

**Висновки.** Таким чином, ринок похідних фінансових інструментів є системою економічних відносин між учасниками ринку (покупцями і продавцями) з приводу купівлі-продажу похідних фінансових інструментів різних рівнів, в основі яких лежать базові фінансові активи (зобов'язання), з метою управління ризиками і волатильністю, підтримання ліквідності фінансового ринку, сприяння інноваційному та інвестиційному процесам, формування інформаційної прозорості, створення і переміщення фіктивного

капіталу в межах інституційного та інституціонального поля на основі взаємодії попиту та пропозиції, сприяючи гомеостазу ринку ПФІ та досягненню прогнозованості, стійкості й ефективності фінансового ринку в цілому.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є вирішення проблем нормативного, методологічного та інфраструктурного аспектів його розвитку.

### Література

1. Антонов П. Ю. Роль и значение производных инструментов в экономике страны и особенности развития срочного рынка в России [Электронный ресурс] / П. Ю. Антонов // Управление финансовыми рисками. – 2005. – № 1. – Режим доступа : <http://grebennikon.ru/article-DWV2.html>
2. Буренин А. Н. Рынок ценных бумаг и производных финансовых инструментов [Электронный ресурс] : [учебное пособие] / А. Н. Буренин. - М. : 1-я Федеративная Книготорговая компания, 1998. - 352 с. – Режим доступа : <http://booklinks.ru/index.php?newsid=1994>
3. Дарушин И. Гипотеза определяющего влияния срочного рынка [Электронный ресурс] / И. Дарушин // РЦБ. РФ. – 2006. – № 1. – Режим доступа : <http://www.rcb.ru/rcb/2006-01/7395/>
4. Еш С. М. Фінансовий ринок : [навч. посібник] / Еш С. М. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 528 с.
5. Ищенко Н. Торговля деривативами в мире приобрела невиданные масштабы [Электронный ресурс] / Н. Ищенко // BIN.ua. – 2011. – Режим доступа : <http://bin.com.ua/news/finance/finances/112152-torgovlya-derivativami-v-mire-priobrela.html>
6. Кейнс Дж. М. Трактат про грошову реформу / Дж. М. Кейнс ; [пер. с англ.]. – К. : АУБ, 1999. – 189 с.
7. Колб Р. У. Финансовые деривативы : [учебник] / Роберт У. Колб ; [пер. с англ.]. - М. : Филинь, 1997. - 360 с.
8. Ливанова Е. Ю. Экономическая природа и социально-экономическая роль срочного рынка в национальной экономике [Электронный ресурс] / Ливанова Е. Ю. – Режим доступа : [http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99990193\\_West\\_econ\\_finans\\_2005\\_1\(7\)/109.pdf](http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99990193_West_econ_finans_2005_1(7)/109.pdf)
9. Маршалл Дж. Финансовая инженерия: полное руководство по финансовым нововведениям / Дж. Маршалл, К. Бансал Випул ; [пер. с англ.]. – М. : ИНФРА–М, 1998. – 784 с.
10. Примостка Л. Роль і функції строкового ринку в економічній системі / Л. Примостка, О. Береславська // Вісник Національного банку України. – 2004. – № 8. – С. 16–17.
11. Примостка Л. О. Фінансові деривативи: аналітичні та облікові аспекти : [монографія] / Л.О. Примостка. – К. : КНЕУ, 2001. – 263 с.
12. Селищев А. С. Производные финансовые инструменты [Электронный ресурс] : курс лекций / А. С. Селищев. – Режим доступа : [www.selishchev.com](http://www.selishchev.com)
13. Смагін В. Л. Формування та розвиток фінансового ринку в умовах трансформаційної економіки : [монографія] / В. Л. Смагін. – К. : КНЕУ, 2008. – 232 с.
14. Фельдман А. Б. Производные финансовые и товарные инструменты : [учебник] / А. Б. Фельдман. - М. : Финансы и статистика, 2003. - 421 с.

Надійшла 13.08.2011

УДК 336.745

Н. Е. БОДРОВА, А. Л. ДАЛЬНИКОВИЧ

Національний аерокосмічний університет ім. М. С. Жуковського “Харківський авіаційний інститут”

## АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ВАЛЮТНИХ ПАР МІЖНАРОДНОГО РИНКУ FOREX

*Розглянуто особливості діяльності світових валютних бірж залежно від їх географічного розміщення. Надано характеристику основних валютних пар, що котируються на міжнародному валютному ринку. Досліджено фактори впливу на зміну курсів валют й рівень їх волатильності.*

*The features of the world currency stock exchanges activity depending on their geographic accommodation are reviewed. The characteristic of main currency pairs which quoted on the international exchange market. The factors of influencing on exchange rate changes and volatility level are studied.*

*Ключові слова: міжнародні валютні біржі, волатильність, курси валют, макроекономічні фактори, процентні ставки.*

### Вступ

Світовий валютний ринок є найважливішою частиною фінансових ринків світу, що характеризується міжнародними обмінами валют.

Валютний ринок у його нинішньому стані склався з 1970-х років із введенням у країнах плаваючих режимів курсоутворення, за якими ціна однієї валюти стосовно іншої визначається тільки учасниками

ринку, виходячи з попиту та пропозиції. Таке ціноутворення для валют засновано на монетаристській теорії щодо ринку, коли неконтрольований ринок з вільною конкуренцією самостійно знаходить оптимальні й рівноважні ціни.

На сьогодні, цілодобовість функціонування, всесвітність й швидкість одержання інформації, відсутність зовнішніх органів регулювання перетворили міжнародний валютний ринок Forex у найбільший фінансовий ринок як за кількістю учасників, так і за обсягом угод. У середньому, загальний щоденний обсяг угод, що укладаються на світовому валютному ринку Forex становить трильйон доларів США.

Найважливішими характеристиками міжнародного ринку Forex можна назвати його надзвичайну ліквідність і волатильність внаслідок високої швидкості здійснення операцій та значних коливань цін.

Світовий валютний ринок Forex активно використовується для хеджування валютних ризиків й реального обміну валют. Крім того, спотові курси валют є визначальними для таких допоміжних інструментів валютного ринку, як ф'ючерси, опціони й форвардні контракти. Отже, вміння аналізувати даний ринок і прогнозувати зміни курсів валют необхідно практично для кожного виду бізнесу.

Аналізу міжнародного валютного ринку Forex, а також питанням прогнозування курсів валют присвячено багато наукових праць як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. У роботах К. Царіхіна,

В. Ліховідова рекомендовано проводити оцінку валютного ринку на основі фундаментального аналізу. Дослідженню змін валютного ринку з використанням біржових технічних індикаторів присвячені роботи

С. Акеліса, Д. Швагера, Э. Наймана, Д. Мерфи, Б. Вільямса, А. Джеральда, С. Суворова. Російські вчені

М. Чекулаєв, А. Алмазов наголошують на необхідності використання фрактального аналізу при прогнозуванні курсів валют та оцінці їх волатильності.

Таким чином, незважаючи на різноманітність методів, всі вчені виділяють як основне завдання – аналіз й прогнозування курсів валют з врахуванням рівня їх волатильності. Однак, при цьому недостатньо уваги приділено вивченню особливостей валютних ринків у залежності від їх територіального розміщення й часу проведення торговельних сесій.

#### **Постановка завдання**

Метою статті є дослідження особливостей функціонування світових валютних бірж й рівня волатильності основних валютних пар, що котируються на міжнародному валютному ринку, з врахуванням географічного розміщення валютних бірж, а також виявлення основних факторів впливу на зміну котирування кожної з валютних пар.

#### **Результати дослідження**

Залежно від географічного положення валютних бірж і часу проведення торгів розрізняють європейську, американську, азіатську, європейсько-американську і європейсько-азіатську торговельні сесії.

До європейської торговельної сесії належать такі валютні біржі, як Лондонська, Паризька, Цюрихська й Франкфуртська, найбільшою з яких є Лондонська валютна біржа. Більш ніж 30% всіх угод, що укладають за день на ринку Forex, укладаються під час лондонської торговельної сесії.

Найбільш активно на Лондонській валютній біржі відбувається торгівля такими валютами, як євро, долар США, англійський фунт стерлінгів, швейцарський франк, канадський і австралійський долари. Торгівля на європейській торговельній сесії здійснюється з 6 до 14 годин за Гринвічем.

Слід зазначити, що волатильність валют на європейській сесії є вищою порівняно з іншими торговельними сесіями, що свідчить про більш високий рівень ризику операцій купівлі-продажу валют, а також про можливості одержання більш високих доходів від цих угод (рис.1). Найбільший рівень волатильності мають такі валютні пари: GBP/CHF (діапазон цін становить у середньому 146 пунктів) і GBR/JPY (діапазон – 142 пункту). Висока волатильність також спостерігається серед валютних пар GBP/USD, USD/CHF, EUR/USD, USD/JPY і USD/CAD.

Більш стабільними є валютні пари, утворені двома європейськими валютами (EUR/CHF, EUR/GBP) і парами, однієї з валют якої є австралійський або новозеландський долар (AUD/USD, AUD/JPY, NZD/USD).

У цілому, рівень волатильності валютних пар, торгівля якими здійснюється на європейській сесії, становить 80 пунктів.

Другою за величиною обігу торгів на світовому ринку Forex є американська сесія з фінансовими центрами у Нью-Йорку й Чикаго. На відміну від європейської торговельної сесії найбільш популярними валютами тут є долар США, японська єна й швейцарський франк. Торгівля на американській сесії здійснюється з 12 до 20 годин за Гринвічем. Таким чином, багато інвесторів після закриття лондонської торговельної сесії переходять на американську, у зв'язку із чим зростає обіг операцій з конвертації з європейських валют у долар США. При цьому також слід відзначити значне падіння рівня волатильності валютних пар, які мали високий рівень волатильності на європейській сесії. Так, за валютними парами GBP/CHF і GBR/JPY спостерігається зниження волатильності до 120 пунктів, за валютними парами GBP/USD і USD/CHF – від 90 до 105 пунктів. Для інших валютних пар є характерним незначне зниження діапазону цін. Однак середній добовий рівень волатильності на американській торговельній сесії також досить високий (до 75 пунктів).

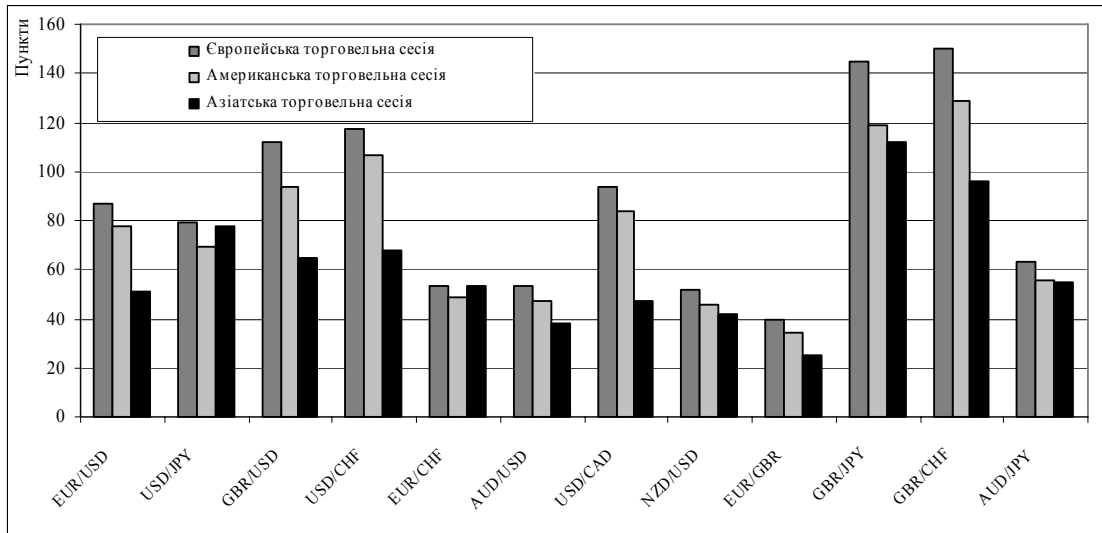


Рис. 1. Рівень волатильності валютних пар на основних торгівельних сесіях міжнародного ринку Forex

Торгівельна активність на світовому валютному ринку в Азії зосереджена навколо декількох більших регіональних фінансових центрів. Головним фінансовим центром в Азії є Токіо, де укладається найбільша кількість угод, а також Гонконг і Сінгапур. Максимальні обсяги торгів відбуваються з наступними валютами: японською єною, австралійським і новозеландським доларами, долларом США, євро й англійським фунтом стерлінгів. Час роботи токійської сесії – з 0 до 8 годин за Гринвічем. Слід зазначити, що ранкові курси валют, що встановлюються на токійській валютній біржі, є орієнтирами для багатьох учасників торгів при визначенні цін на валюти й обрання торгівельних стратегій.

Під час роботи азійських валютних бірж досить високий рівень волатильності показують три валютні пари, дві з яких містять національну грошову одиницю Японії: GBP/JPY, діапазон курсу якої більш, ніж 100 пунктів, GBR/CHF – більш 90 пунктів і USD/JPY – приблизно 80 пунктів при середньому рівні волатильності інших валютних пар у розмірі 50 пунктів.

Під час перекриття європейської й американської сесій (європейсько-американська торгівельна сесія) активність ринку досягає найбільшого розмаху, тому що у цей час торгівля відбувається на самих великих світових валютних біржах одночасно (з 12 до 14 годин за Гринвічем). На даний час доводиться 70% угод впродовж європейської торгівельної сесії й 80% – американської. У цілому тенденція щодо рівня волатильності валютних пар багато в чому повторює тенденції європейської торгівельної сесії, однак рівень волатильності валют тут набагато нижчий (рис. 2).

Перекриття європейської й азійської сесій (європейсько-азійська торгівельна сесія) характеризує найменш активний період часу на світовому валютному ринку (з 6 до 8 годин за Гринвічем), про що свідчать малі обсяги торгів, проведених на даній сесії, і невеликий діапазон зміни курсів валют. Однак, слід зазначити, що найменш піддані зниженню волатильності ті валютні пари, які мають англійський фунт стерлінгів, швейцарський франк і японську єну. Максимальне зниження волатильності спостерігається у валютної пари USD/CAD (у 3 рази).

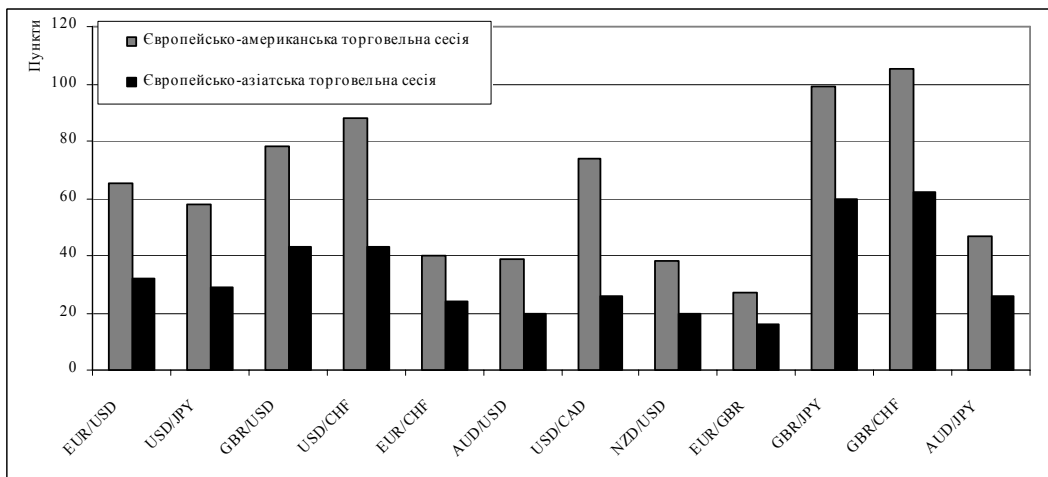


Рис. 2. Рівень волатильності валютних пар міжнародного ринку Forex у часи перекриття основних торгівельних сесій

Як видно з рис. 1 – 2, найбільш активно у цей час проводиться торгівля восьми валютами, п'ять з яких є офіційними резервними світовими валютами.

Розглянемо детально характеристику й основні фактори, що впливають на зміну курсів валют основних п'яти валют: долара США, євро, швейцарського франка, англійського фунта стерлінгів і японської єни.

Серед найбільш значущих факторів, що впливають на зміну поведінки тієї або іншої валютної пари, можна назвати зміну економічного рівня країн (ВВП, рівня інфляції й безробіття), процентних ставок центральних банків країн й ставки федерального резервного фонду, а також ставки відсотка, що стягується кредитними установами за надані кредити. Курси валют також чутливі до політичних змін у країнах. Так, учасники ринку Forex велику увагу приділяють оцінці політичної ситуації Єврозони й США: заявам голови ФРС і глави Європейського Центрального банку. Крім цього необхідно враховувати й значення біржових показників фондового ринку, що часто є індикаторами зміни курсів валют на ринку Forex. Особливо це стосується таких фондових індексів, як індекси Dow Jones, NASDAQ, S&P500.

Долар США і євро, незважаючи на фінансові кризи останніх років, залишаються найпоширенішими валютами у світі й становлять основну частку денного обсягу торгівлі на валютному ринку Forex. Слід зазначити, що посилення курсу долара США завжди приводить до падіння курсу євро й навпаки. Особливістю даної валютної пари є її швидка реакція на будь-яку інформацію щодо політичного або економічного стану США або ЄС. Навіть усні заяви політичних і фінансових лідерів можуть значно вплинути на динаміку даної валютної пари. Крім цього, серед біржових індексів найбільший вплив на зміну курсу долара США робить індекс Dow Jones. Динаміка валютної пари EUR/USD за 2009 – 2011 рр. представлена на рис.3.

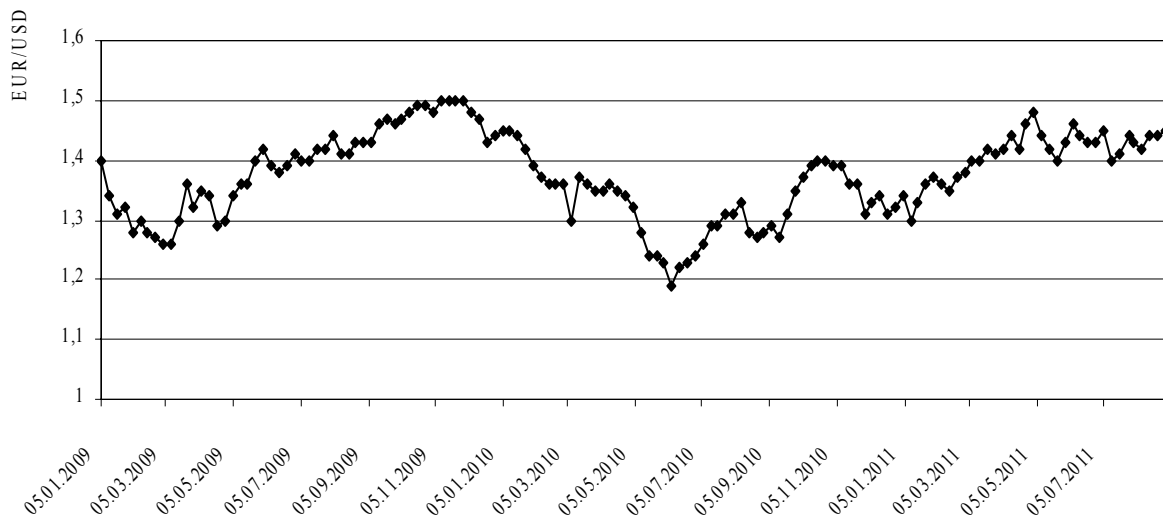


Рис. 3. Динаміка валютної пари EUR/USD на міжнародному ринку Forex (Лондонська валютна біржа)

Як видно з рис. 3, ослаблення долара США у 2009 р. пов'язано зі світовою валютною кризою, початок якої зумовлено банкрутством найбільших іпотечних банків США. Ослаблення ж у першому півріччі 2010 р. євро й посилення курсу долара США пов'язано, насамперед, з інформацією про зростання державних дефіцитів та економічний спад ряду європейських країн. На даний час тенденція поступового ослаблення долара США зумовлена багато в чому із заявою про значний державний зовнішній борг США й недостатністю їх золотовалютних резервів для забезпеченості валюти.

Поведінка валютної пари EUR/USD частково перебуває в залежності й від валютних пар EUR/CHF, EUR/GBR і EUR/JPY, але напрямок зміни цих курсів, як правило, є абсолютно протилежним динаміці долара США. У цьому також проявляється особливість валютної пари EUR/USD, а її аналіз пов'язаний з динамікою обернено пропорційних пар. Існують також і взаємозв'язки пари EUR/USD з парами, що мають у своєму складі долар США: валютною парою GBP/USD і валютною парою USD/CHF. Слід зазначити, що динаміка зміни валютної пари EUR/USD є прямо пропорційною динаміці зміни пари GBP/USD і обернено пропорційною динаміці зміни валютної пари USD/CHF.

Динаміка валютної пари GBP/USD багато в чому повторює тенденцію зміни валютної пари EUR/USD (рис. 4). Слід також зазначити, що зростання курсів англійського фунта стерлінгів і євро часто приводять до зниження тренда валютної пари GBP/USD.

Швейцарський франк у цей час можна назвати самою надійною валютою у світі, що обумовлено військовим нейтралітетом Швейцарії й значною величиною золотовалютних резервів країни. Причому в умовах останньої фінансової кризи національна грошова одиниця Швейцарії значно зміцнила свої позиції, оскільки за 2009–2011 рр. демонструє своє стійке зміцнення щодо долара США (рис. 5).



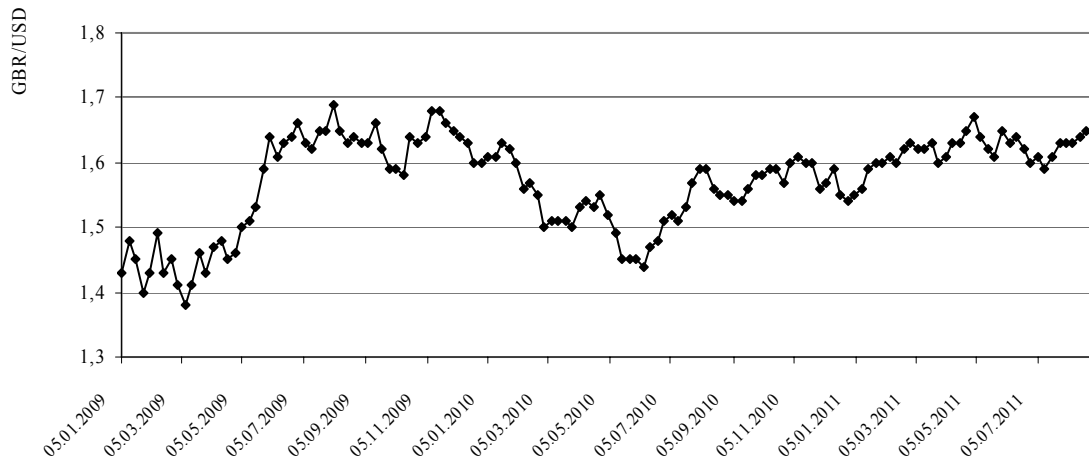


Рис. 4. Динаміка валютної пари GBR/USD на міжнародному ринку Forex (Лондонська валютна біржа)

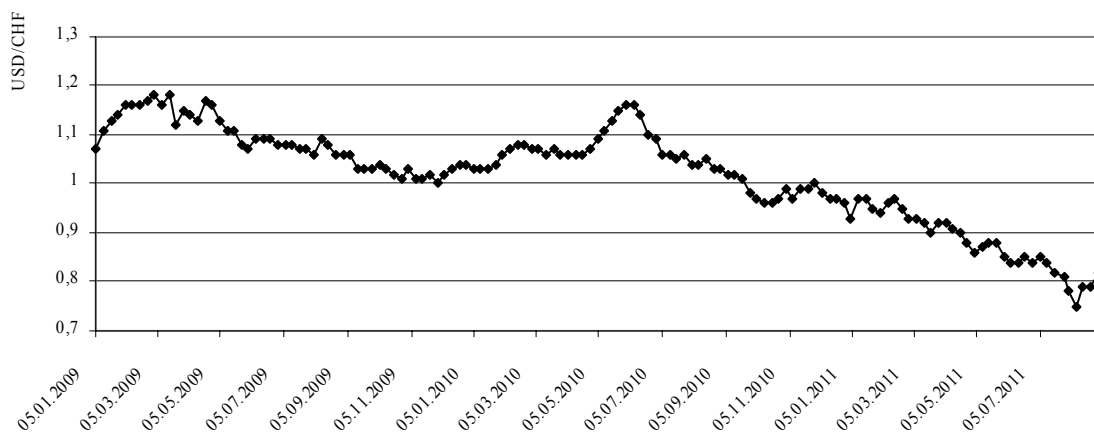


Рис. 5. Динаміка валютної пари USD/CHF на міжнародному ринку Forex (Лондонська валютна біржа)

Особливістю валютної пари USD/CHF є більша залежність її зміни від інформації щодо економічного стану США, ніж Швейцарії. Крім цього, необхідно враховувати той факт, що економіка Швейцарії дуже залежна від експорту країни й, таким чином, валютна політика країни не спрямована на проведення ревальвації своєї валюти. Іншим значущим фактором, що також впливає на зміну динаміки валютної пари USD/CHF, є різниця у рівнях процентних ставок банків США й Швейцарії.

Цікавою особливістю даної валютної пари є те, що вона є орієнтиром для зміни напрямку інших валютних пар. Так, при тенденції зростання долара США щодо швейцарського франка, спостерігається тенденція ослаблення інших валют щодо долара США. Особливо це стосується валютних пар USD/CAD, AUD/USD і EUR/GBP.

Японська єна – одна з резервних валют світу, інструмент міжнародних розрахунків країни з найбільш низькими короткостроковими процентними ставками. Серед факторів, що впливають на зміну динаміки валютної пари USD/JPY, можна виділити рівень процентних ставок у США і Японії й залежність Японії від експорту. Проведення Центральним банком Японії валютної інтервенції часто призводить до великих стрибків валютних курсів на валютному ринку.

Слід зазначити, що японська єна має зворотне котирування. Таким чином, тенденція зниження тренда валютної пари USD/JPY свідчить про зростання курсу японської єни й ослаблення курсу долара США (рис. 6). Також існує вагомий взаємозв'язок між валютними парами USD/JPY, EUR/JPY і EUR/JPY. Оскільки основна частина фондів Японії вкладена в європейські активи, зміна курсу валютної пари EUR/JPY у великій мірі залежить і від рівня процентних ставок Єврозони і Японії. Крім цього, динаміка зміни валютної пари USD/JPY сильно залежить і від динаміки валютної пари CHF/JPY.

Валютні пари AUD/USD і NZD/USD відносяться до так званих екзотичних валютних пар. Визначальними факторами, що впливають на зміну динаміки даних валютних пар, є зміна світових цін на метали й сировину для виготовлення сільськогосподарських товарів. Унікальність даних валютних пар також полягає в тому, що вони залежать від прогнозу погоди. Погодні умови безпосередньо впливають на вартість національних валют цих двох країн, оскільки основним джерелом їхнього доходу є сировина й сільськогосподарські товари. Пари мають однакові особливості поведінки валютних трендів і зворотне котирування. Валютна пара USD/CAD також багато в чому повторює динаміку пари AUD/USD.

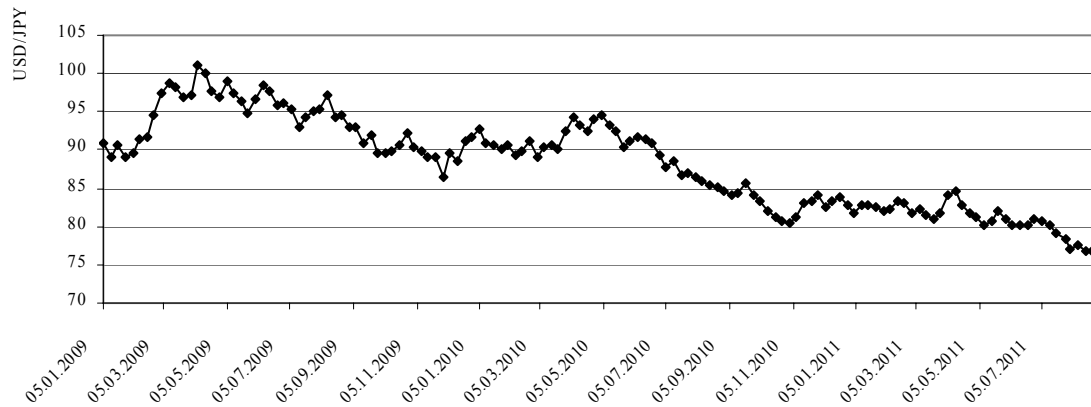


Рис. 6. Динаміка валютної пари USD/JPY на міжнародному ринку Forex (Лондонська валютна біржа)

### Висновок

Міжнародний ринок Forex є найбільш великим і ліквідним з усіх фінансових ринків. Валютні пари, за якими найбільш активно проводиться торгівля на ринку Forex, складаються з п'яти основних резервних світових валют, а також австралійського, канадського й новозеландського доларів.

Рівень волатильності й обсяг торгів валютами змінюються залежно від роботи різних світових валютних бірж. Найбільша волатильність курсів валют спостерігається на європейській і американській торговельних сесіях, найменша – під час одночасної роботи азіатської та європейської торговельних сесій.

Основними факторами, що впливають на зміну динаміки валютних пар, є процентні ставки центральних банків, економічний і політичний стан країн, ступінь залежності від експорту. Крім цього, необхідно враховувати взаємний вплив зміни динаміки валютних пар.

Таким чином, врахування рівня волатильності курсів валют на різних світових валютних біржах може допомогти більш обґрунтованому вибору проведення угод купівлі-продажів валюти з метою зниження ризиків, пов'язаних з даними операціями.

### Література

1. Курси валют на міжнародному ринку Forex [Електронний ресурс] // Інформаційний портал об інвестиціях і фінансах. – Режим доступу : <http://investfunds.ua/markets>.
2. Берг Д. Что такое международный рынок Forex [Електронний ресурс] / Д. Берг. // Берг : інформаційно-аналітичний журнал. – 2008. – № 4. – Режим доступу : <http://www.berg.com.ua/forex/what-is-foreign-exchange-market>.

Надійшла 13.08.2011

## ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 331.101

А. С. ТЕЛЬНОВ

Хмельницький національний університет

## ТРАНСАКЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ІНВЕСТИЦІЙ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ

*У статті обґрунтовано інвестиції в людський капітал з позицій трансакційного підходу. Запропоновано класифікацію інвестицій в людський капітал, яка враховує створення комплексних умов для формування якості праці.*

*In the article grounded consideration of investments in a human capital from positions of transakciynogo approach. Classification of investments is offered in a human capital, which takes into account creation of complex terms for forming of quality of labour.*

*Ключові слова: інвестиції, людський капітал, трансакційні витрати, якість праці.*

**Постановка проблеми.** В умовах економічних перетворень, викликаних розвитком глобалізації, впливом світової економічної кризи, людський капітал є необхідною умовою відповідності науково-технічному прогресу і зростання ефективності промислового виробництва. Управління людським капіталом слід орієнтувати на перспективу розвитку підприємства, яка передбачає його формування шляхом підготовки і перепідготовки з урахуванням науково-технічних змін, які відбуваються в сучасних умовах. Це стає можливим завдяки здійсненню інвестицій в нього.

Інвестування є найважливішою передумовою формування людського капіталу, що обумовлює необхідність розробки його класифікації. Трактування витрат на освіту, охорону здоров'я та інші аналогічні цілі як витрат інвестиційного типу відкрило перед економічним аналізом нові перспективи.

Сучасним перспективним підходом до інвестування в людський капітал є використання положень трансакційної теорії. Трансакційні витрати на людський капітал являють собою найвищу цінність, яку можуть принести фактори виробництва за альтернативного їх використання. Однак виробники, які зацікавлені лише в максимізації власного доходу, не завжди приділяють належну увагу цим витратам, які формують інтелектуальний капітал підприємства.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Питанням формування людського капіталу та інвестуванню в нього присвячені численні роботи вітчизняних вчених. Так, О.А. Грішнова, В.Ю. Петурін, О.А. Шекшуєв, К.В. Власенко, Ю.Г. Ільяшенко порушуються проблеми інвестицій в людський капітал як чинника економічного і соціального прогресу та пріоритетного напрямку інвестування в Україні [1-3]. О. Кошулько та І. Гуренко висвітлюють питання ефективності інвестицій в людський капітал на вітчизняних підприємствах [4]. Н.В. Уменко пропонує методологічні підходи до моделей інвестування в розвиток людського капіталу [5].

Окремо слід виділити праці А.А. Чухна, в яких автор багато уваги приділяє постіндустріальному розвитку економіки та зміні ролі людини у зв'язку з інформатизацією та формуванням економіки знань. Здібності людини визнаються головним змістом інтелектуального капіталу, а знання та інформація перетворюються в ефективний фактор виробництва. Це вимагає якісно нового виробництва, в якому ключова роль відводиться інтелектуальному капіталу. Для цього необхідно створити умови для всебічного зростання знань працівників, поширення і прояву творчих сил людини, її ініціативи [6, с. 75].

Питанням управління трансакційними витратами присвячені праці С.І. Архієреєва, І.І. Булеєва, В.В. Дементьєва, Г.В. Козаченко, О.В. Шепеленко. Ю.Ю. Д'яченко пропонує використовувати теорію трансакційних витрат для оцінки ефективності розвитку персоналу [7]. Разом з тим, слід відмітити, що при дослідженні інвестицій в людський капітал недостатньо розробленими залишаються питання застосування окремих напрямів трансакційної теорії.

**Постановка завдання.** Метою статті є обґрунтування класифікації інвестицій в людський капітал з позицій трансакційного підходу.

**Основний матеріал дослідження.** В умовах ринкових трансформацій, коли творча складова людського капіталу зростає, його вартість буде теж постійно зростати. Мотивування підвищення якості людського капіталу пов'язане з оцінкою очікувань працівників від тих інвестицій, які здійснюються в них. На сьогодні стає очевидним, що економічне благополуччя підприємства, якість праці та продукції залежать від розміру інвестицій в людський капітал. Отже, вирішальну роль у виробництві відіграє людина, її головна продуктивна сила, з можливостями здійснювати трудову діяльність, підвищувати її якість та ефективність.

На нашу думку, людський капітал являє собою сукупність природних здібностей та накопичених знань, розвинутих у результаті інвестицій, який використовується людиною в процесі праці, сприяє зростанню продуктивності і якості праці та приносить підвищений дохід власнику. Дане визначення враховує якісні результати праці, які підвищуються внаслідок інвестицій у розвиток людського капіталу.

В теоретичному аспекті поняття "людський капітал" розглядається за трьома рівнями:

– на особистісному рівні людським капіталом є знання та навички, які людина здобула шляхом освіти, професійної підготовки, практичного досвіду, використовуючи при цьому природні здібності і

завдяки яким вона може надавати цінні виробничі послуги;

– на мікроекономічному рівні людський капітал являє собою сукупну кваліфікацію та професійні здібності всіх працівників підприємства, а також здобутки підприємства у сфері ефективної організації праці та розвитку персоналу;

– на макроекономічному рівні людський капітал включає накопичені вкладення в такі галузі діяльності, як освіта, професійна підготовка і перепідготовка, служба профорієнтації та працевлаштування, оздоровлення тощо і називається національним людським капіталом.

Наше дослідження спрямоване на мікроекономічний рівень людського капіталу. Слід відмітити, що неінституціональна теорія базується на принципі “методологічного індивідуалізму”, згідно з яким у центрі уваги економічної науки є взаємовідносини, які виникають всередині економічних організацій, а реально діючими учасниками соціального процесу визнаються індивіди. Такий підхід обумовив принципово нові підходи до визначення трансакційних витрат у різних сферах економічної науки. Цей принцип є надзвичайно важливим в управлінні людським капіталом з метою підвищення якості праці, оскільки якість праці являє собою персоніфіковану категорію, яка великою мірою визначається людським чинником, а результати праці залежать від потенціалу людини, відповідальності, сумлінності, моральних і ділових якостей тощо. З таких позицій підхід нової інституціональної теорії є мікроекономічним і використовується нами для розробки класифікації інвестицій в людський капітал.

Значним досягненням трансакційного підходу є те, що економічні системи досліджуються з позицій системного підходу, а найбільш раціональними рішеннями є ті, які максимізують цінність виробництва. Відповідно до цього сформувався ставлення до трансакційних витрат як до таких, що дозволяють регулювати виробничу, трудову і соціальну діяльність, а також забезпечувати загальну ефективність виробництва.

До складу трансакційних витрат відносять не лише економічні, але й соціальні витрати. Трансакційні витрати на сьогодні є головним фактором, що визначає структуру і динаміку різних соціальних інститутів, одним з яких є людський капітал. Такий підхід використовується нами при аналізі витрат інвестиційного типу, пов'язаних з формуванням людського капіталу.

В сучасній економічній літературі використовується чимало понять, які характеризують витрати на людський капітал. Їх відмінності полягають у ступені деталізації при описі елементів структури незарплатних витрат. При дослідженні питань оцінки трансакційних витрат на людський капітал слід враховувати те, що він, як і всі його складові, має динамічний характер і постійно розвивається.

При формуванні людського капіталу інвестиції виступають як зовнішні вкладення коштів і ресурсів, так і як визначені види персоніфікованої людської діяльності. Іншими словами, формування людського капіталу – це процес створення продуктивних здібностей людини за допомогою інвестицій у специфічні процеси діяльності індивідуума: освіту, фахову підготовку та перепідготовку, підвищення кваліфікації у виробничій діяльності, зміцнення духовного та фізичного здоров'я тощо. Сформовані й застосовані у виробництві продуктивні здібності людини являють собою активи людського капіталу.

В економічній практиці існують два підходи до оцінки витрат на людський капітал: мінімалістський і максималістський. Згідно з першим підходом, із витрат роботодавців на людський капітал виключаються витрати, які не є безпосередньо доходом працівників, а відраховуються роботодавцем у спеціальні фонди чи бюджети. До таких витрат відносять трансфертні витрати (податки, відрахування на соціальне страхування), які належать до витрат згідно з законодавством. Відповідно до максималістського підходу, витрати на людський капітал включають зарплату і усі витрати з залучення, використання персоналу, незалежно від того, враховуються вони підприємством як витрати на виробництво або результати діяльності.

У світовій практиці існує декілька методик класифікації витрат на людський капітал, які відрізняються між собою віднесенням різних елементів до тих чи інших груп витрат. Вони відбиваються у Системі національних рахунків, у звітах з статистики праці МОП і ЄС. На основі переліку витрат згідно з МОП, нами удосконалено класифікацію витрат на людський капітал, яку доповнено класифікаційним елементом: “витрати на якість праці” (рис. 1). Виходячи з вимог запропонованої класифікації проаналізуємо окремі її елементи.

Інвестиції в людський капітал є досить матеріалоємними, оскільки найбільш цінним вважається інтелектуальний капітал. Ставлення до праці як до індивідуальної діяльності обмежується метою як засобу до життя. Кожен працівник має право одержати певну частку суспільного продукту у формі фонду життєвих засобів відповідно до його трудового внеску.

Трудовий внесок працівника, у свою чергу, повинен відповідати його здібностям, як наявним фізичним і розумовим, накопиченим у попередній період, так і необхідним для виконання праці певної складності. При цьому необхідно враховувати повноту реалізації фізичних і духовних здібностей працівників, а також відповідність саморозвитку здібностей потребам науково-технічного прогресу та змінам у змісті праці і виробництві. На сьогодні поки що не створені сприятливі умови, за яких могли б цілком виявитися ці здібності. Через те особливо важливим напрямом інвестування в людський капітал є витрати на освіту і підготовку працівників, їх розвиток і удосконалення в процесі праці.

Показники рентабельності праці і якості праці повинні відбивати усі витрати, які необхідні для досягнення кінцевих результатів діяльності. Саме відношення корисної оцінки результату від якісної праці

до витрат на його отримання дозволить правильно оцінити і порівняти рентабельність праці. Оскільки результати корисної праці утворюються на основі функціонування якісних властивостей праці, для створення і розвитку яких потрібні певні витрати, то необхідно враховувати вартість цих властивостей. Тому узагальнюючий показник якості результату праці необхідно розраховувати як співвідношення між отриманим корисним ефектом від праці персоналу і витратами на відтворення його якісних властивостей.

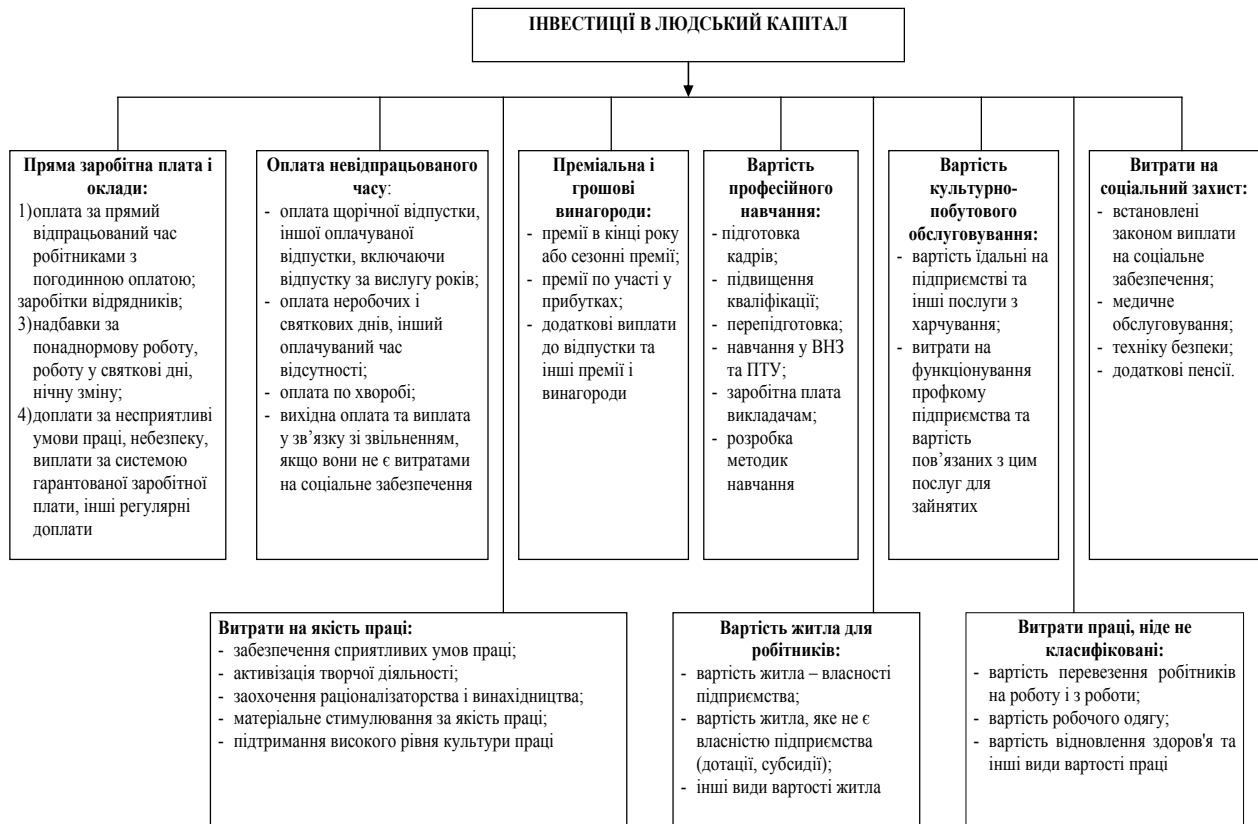


Рис. 1. Класифікація інвестицій в людський капітал підприємства

Формування високої якості праці неможливе без відповідного зростання фонду матеріального добробуту і всебічного розвитку виробника, що обумовлено дією закону відшкодування витрат людського капіталу. Крім того, необхідно враховувати й те, що збільшення сукупних витрат на відтворення кваліфікованих працівників, що забезпечує формування якості праці, в остаточному підсумку приведе до зниження витрат у розрахунку на одиницю отриманого корисного ефекту.

Наприклад, більш високу якість одного товару порівняно з іншим можливо отримати шляхом підвищення якості праці. При цьому витрати на формування якості праці зростають, але вони компенсуються у вигляді високої якості продукції, яка здатна задовольнити більші потреби споживачів.

Крім заробітної плати, що використовується працівниками для відновлення і розвитку своїх здібностей, необхідно враховувати витрати суспільства і підприємства на здобуття освіти, одержання кваліфікації, розвиток культури праці, підтримання організму у здоровому стані, створення сприятливих умов праці. Тому введений норматив плати за людський капітал повинен включати, на наш погляд, і витрати суспільства на його відтворення. Оскільки ці витрати розрізняються залежно від кваліфікації, то і норматив повинен бути диференційований за цією ознакою.

До витрат на відтворення якісних властивостей людського капіталу можна віднести структурні елементи (у розрахунку на одного працівника): заробітну плату; вартість загальноосвітньої і професійної підготовки кадрів, інші витрати з боку суспільства, що у сукупності утворюють величину (норматив) плати підприємства за трудовий потенціал; витрати підприємства на соціальні заходи, які спрямовані на підвищення кваліфікації, духовного елемента виробничої діяльності працівників (розвиток культури, технічної творчості), створення сприятливих умов для життєдіяльності і праці, підвищення дієздатності, найбільш повного прояву здібностей людини у процесі праці.

Таким чином, праця більш високої якості вимагає більш високої оплати, що дозволяє відшкодувати витрати на відтворення кваліфікованих працівників, а також збільшені витрати життєвих сил людини, що використовуються процесі виробництва. Заробітна плата та інші доходи від трудової діяльності розглядаються з позиції відтворення як такі, що відбивають вартість людського капіталу і відповідають (або не відповідають) його повноцінному відновленню і розвитку.

При оцінці інвестицій в людський капітал підприємства необхідно враховувати взаємозв'язок між величиною витрат здібностей до праці, ступенем їх відшкодування та ефективністю використання праці. У зв'язку з цим виникає завдання у формуванні якості праці – регулювання економічних відносин між суспільством, підприємством і особою стосовно з приводу використання і подальшого розвитку здібностей працівників до праці. Для цього необхідно визначити суспільно необхідну величину матеріальних благ і послуг для створення умов споживання людського капіталу і відшкодування витраченої у процесі праці життєвої енергії за досягнутого рівня розвитку матеріальних і духовних потреб. Джерелом відшкодування витрат людського капіталу тут виступає необхідний продукт у формі заробітної плати і суспільних фондів споживання.

Доходи з праці є основним джерелом відшкодування витрат людського капіталу, але їх розміри і розміри відшкодування витрат людського капіталу – не одне й те саме.

Однакові здібності до праці можуть використовуватися з різною ефективністю. Працівник може одержувати заробіток відповідно до кількості і якості праці, а споживати менше еквівалента витраченим здібностям до праці: між одержанням доходів і фактичним відшкодуванням витрат людського капіталу знаходяться ще такі фактори, як склад родини працівника, можливості реалізації грошових доходів у різних районах. За рахунок заробітної плати працівники не тільки відшкодовують витрати своєї робочої сили, але й, виховуючи дітей, готують їх як для свого заміщення, так і для заняття ними нових робочих місць. Останнє пов'язане із розширенням виробництва.

Таким чином, здібність людини до праці виступає як товар на ринку праці, а критерієм оцінки вартості її робочої сили виступає людський капітал, одним із способів формування якого є підвищення рівня освіти.

Як зазначає А.А. Чухно, обмежувати людський розвиток лише переважно матеріальними або близькими до них чинниками неправильно. Це неминуче призводить до однобічного розвитку. В сучасних умовах, коли основним виробничим ресурсом є знання та інформація, а їх носієм є людина, суспільство, держава, виявились зацікавленими у тому, щоб зростає не лише професійний рівень, але й рівень загальної освіти, культурно-технічний рівень. На відміну від інших товарів, вартість яких визначається затратами праці на їх створення, тобто втіленою в них суспільно необхідною потребою, вартість робочої сили, крім затрат на засоби споживання, які забезпечують її фізичне відтворення, включає ще історичний та моральний елементи, тобто використання досягнень культури, які забезпечують розвиток робочої сили і людини як члена суспільства. Отже, необхідно враховувати інтелектуалізацію праці, розвиток не лише робочої сили, тобто здатності до праці, але й людини як особистості [6, с. 76–78].

У зв'язку з цим в економіці знань теорію вартості К. Маркса замінює теорія, створена знаннями, в якій відбувається перехід від суто технічних навичок до інтелектуальних здібностей. Відповідно до цього змінюються підходи до оцінки інвестицій в людський капітал. Так, у переломний момент траєкторія розвитку здібностей до праці (точка біфуркації) ділиться принаймні на дві криві: здібності до виконавчої праці та здібності до творчої праці. Зростання у витратах виробництва частки нематеріальних інвестицій (витрат на наукові дослідження і розробки, придбання патентів і ліцензій, освіту і професійну підготовку кадрів, програмне забезпечення, інжинірингові та консалтингові послуги, маркетинг, рекламу, вдосконалення структури управління тощо) потребує розвитку інтелектуальних здібностей. Відповідно людський капітал як функціональний складник інноваційного виробництва є формою розвитку інтелектуальних здібностей та забезпечує отримання інтелектуальної ренти та конкурентних переваг для підприємств. З таких позицій людський капітал розглядається як базова категорія інтелектуально-інноваційного розвитку.

В новій економіці використовують поняття кваліфікованого працівника, який бере участь у процесі створення знань, що обумовлює зростання ролі освіти. Освіта набуває значення тоді, коли має реальну економічну віддачу. Для людини з високим освітнім потенціалом її праця повинна гідною оплачуватись. Для забезпечення високої конкурентоспроможності підприємства у цілому і виробленої продукції зокрема особливо важливе значення має наявність кваліфікованого персоналу, що великою мірою визначається рівнем підготовки працівників, а саме системою знань, формами навчання і ступенем їх засвоєння. Освіта і набути знання є основним чинником, який визначає подальший розвиток людини і економічний успіх підприємства.

В міру переходу до постіндустріального розвитку суспільства характеристики освітнього потенціалу постійно змінюються, набувають нових якісних форм. Матеріальною основою накопичення освітнього потенціалу працівників є система загальної і професійної освіти, у якій поєднуються трудова діяльність учителів, викладачів, інструкторів та іншого персоналу і навчальна робота самих учнів. Сполучення цих видів діяльності супроводжується витратою різних економічних витрат – матеріальних, основних фондів, праці тощо.

Кінцеві результати системи освіти і підготовки працівників знаходять свій вираз у його якісних особливостях різного рівня кваліфікації. Ці особливості можуть бути виражені і через вартісні категорії. В умовах трансформаційного розвитку економіки зростає роль освітніх послуг населенню, що розглядаються у трьох аспектах.

По-перше, як економічна категорія, що виражає відносини між виробниками і споживачами освітніх послуг з приводу виробництва специфічного товару – освіти. Другий аспект характеризує обсяг отриманих учнями знань, умінь і навичок, що надаються їм педагогами за допомогою програм навчання, які забезпечені матеріальними, трудовими і фінансовими ресурсами. По-третє, освітня послуга трактується як результат навчальної, управлінської і фінансово-господарської діяльності професійних училищ, яка направлена на задоволення виробничого попиту на підготовку, перепідготовку і підвищення кваліфікації робітників і спеціалістів, а також попиту різних категорій персоналу на отримання професії, кваліфікації або перекваліфікації.

Реалізація освітньої послуги носить вартісний характер і набуває форми договірної ціни за неї. Разом з тим, її реалізація на основі державного замовлення не має вартісного характеру, а виробничі витрати на отримання базової професійної освіти і кваліфікації слід відносити до безоплатного державного кредиту освітнім установам. Регулятором ціни на ринку освітніх послуг є показники очікуваної доходності від працівників і навчального закладу. Працівник очікує отримати більший дохід за рахунок здобуття базової і післябазової професійної освіти та інвестування свого людського капіталу у виробництво. Навчальні заклади очікують отримати більший реальний дохід за рахунок збільшення контингенту учнів і вартості програм навчання, які вони пропонують.

Отже, ринок освітніх послуг формує освітній потенціал людини. Витрати на формування освітнього потенціалу у вартісному вимірі поділяються на поточні і кумулятивні. Поточні витрати являють собою прямі витрати держави, підприємств і самого людського капіталу протягом поточного року на навчання і утримання учнів. Кумулятивні витрати являють собою накопичену суму витрат за весь період навчання.

Поточні витрати визначаються по-різному. В окремих випадках розраховуються лише розміри асигнувань на забезпечення матеріальних умов для здійснення навчального процесу. При цьому обчислюють такі показники витрат, як показник повних витрат, який включає крім поточних, витрати на капітальний ремонт і придбання устаткування; показник загальних витрат, який включає і капітальні вкладення. Крім того, визначається народногосподарська вартість підготовки, що включає вартість продукції, яка створена під час виробничої практики. При цьому враховуються деякі пільги, які одержують учні вечірніх і заочних форм навчання.

Навчальні заклади пропонують різні методи навчання, від чого залежать розміри навчальних груп, склад викладачів і оплата їх праці, умови навчання тощо. У кінцевому рахунку це виявляється у питомих витратах на навчання.

Освітній потенціал має певні особливості. Він розраховується за реальними даними, що характеризують кваліфікаційний склад персоналу. Динаміка цього показника визначається співвідношенням вступу до освітнього закладу і його закінчення. Сумарний обсяг освітнього потенціалу щорічно зростає на величину освітнього потенціалу молоді, яка вступає до його складу, що закінчила загальноосвітні школи і професійно-навчальні заклади, а також за рахунок підвищення кваліфікаційного рівня працюючих.

Охоплення навчанням населення може розглядатися тільки як потенційний фактор зростання фонду освіти. Реально збільшують освітній потенціал ефективні витрати на навчання, тобто такі витрати, що надалі втілюються в якісних характеристиках людського капіталу.

Особливо актуальним на сьогодні є питання про використання освітнього потенціалу для формування високої якості праці. Освіта впливає на зростання виробництва тільки у зв'язку з іншими факторами економічного зростання. Підвищення рівня освіти не приводить одразу до зростання якості праці, а створює лише потенційні можливості такого зростання, умовою якого є раціональне використання фонду освіти. Однак не всі особи, які здобули ту або іншу освіту, працюють за спеціальністю, що знижує віддачу освітнього потенціалу. Крім того, частина кваліфікованих робітників і фахівців мають дві-три спеціальності, а фонд освіти враховує тільки одну з них.

Вибуття освітнього потенціалу пов'язане із виходом на пенсію за старістю й інвалідністю, в результаті смерті. Крім того, освітній потенціал знецінюється в результаті морального зносу, коли здобуті знання застарівають і виникає необхідність їх поповнення та відновлення. Процес модернізації знань здійснюється на курсах підвищення кваліфікації і шляхом самоосвіти.

Усі витрати в сфері освіти залежно від видів навчання і характеру витрат коштів можуть бути розділені на первісні, повторні, паралельні. До первісних належать ті витрати, результатом яких є виховання і навчання дітей, а також професійна підготовка тих людей, які вперше здобувають спеціальність. На відміну від витрат на первісну підготовку робітників і службовців, витрати на повторне навчання часто викликані виробничою необхідністю. Принциповою відмінністю витрат на повторне навчання від первісних є те, що з їх допомогою до наявних професійних навичок й умінь додаються деякі додаткові. Повторне навчання не є підвищенням кваліфікації, оскільки знову придбана професія заміняє первісну. У результаті повторного навчання первісні витрати частково знецінюються. Паралельне навчання передбачає навчання на вечірніх і заочних відділеннях вищих навчальних закладів, технікумів, шкіл, на різних курсах. Витрати на ці види навчання збільшують, як правило, освітній потенціал.

Інвестиції у сферу освіти лише частково сприяють накопиченню освітнього потенціалу, деякою мірою вони спрямовані на відшкодування вибулого освітнього потенціалу (просте відтворення), але

включають й втрати, до яких належать витрати на багаторазове навчання на різних курсах тощо.

Таким чином, людський капітал підприємства має дві частини: в одній він є природним, коли йдеться про природні здібності людини, в другій він утворюється шляхом набуття професійних знань, що потребує інвестицій. Інвестиції в людський капітал передбачають не тільки витрати на освіту, але й у сферу відтворення людини – охорону здоров'я, відпочинок, соціальний захист, різного роду послуги.

Як зазначалось вище, якість праці у великій мірі визначається тим, скільки працівник, сім'я або роботодавець вважають за необхідне інвестувати в себе – в освіту, охорону здоров'я, розміщення робочих місць тощо. Потенційні інвестори можуть заздалегідь вирахувати потік додаткового чистого доходу від цих інвестицій, порівнявши його з собівартістю вкладень в освіту, визначити розмір доходу від інвестицій. До того ж, працівники з більшими капіталовкладеннями отримують більші доходи протягом всього трудового життя, ніж ті, які зробили менші вкладення в освіту.

Інвестиції в людський капітал підприємства з часом окупаються, приносять віддачу у вигляді більш високої заробітної плати, можливості виконувати більш складну роботу, яка приносить більше задоволення. Оцінка доцільності інвестиційних вкладень у сфері накопичення і розвитку людського капіталу повинна базуватись на оцінці його внеску у підвищення прибутку підприємства, його рентабельності і ступеня використання персоналу. Однак, не усі проекти на практиці виявляються ефективними.

При прийнятті рішення про інвестування в людський капітал підприємства використовують фінансово-економічні показники. При цьому розраховують рентабельність праці (відношення прибутку до суми вкладень в людський капітал), рентабельність коштів на оплату праці (відношення прибутку до загального фонду заробітної плати), ефективність використання людського капіталу – продуктивність праці (відношення обсягу продукції до витрат праці).

Політика підприємств у сфері інвестицій в людський капітал в кінцевому рахунку виявляється ефективною, оскільки зростає якість праці, підвищується прибуток і загальна рентабельність підприємства. Такого роду капіталовкладення не одразу приносять значний економічний ефект, для цього потрібний певний час, за який відбудеться нагромадження наукового, професійного, інтелектуального капіталу. Від інвестицій в людський капітал очікується віддача у вигляді підвищеного внеску працівників у досягнення підприємством основних цілей з підвищення якості продукції. Через те інвестиції в людський капітал вважаються довготерміновим фактором якості праці і розвитку підприємства у цілому.

Недостатня увага підтримки розвитку людського капіталу з причин відсутності коштів є невинуватою і може призвести до зниження якості і продуктивності праці, соціальної нестабільності тощо. В умовах обмеженості інвестиційних ресурсів необхідним елементом відтворювального процесу є підготовка висококваліфікованого персоналу, який здатен працювати в умовах постійних змін, обумовлених ринковою трансформацією.

Обґрунтувати найбільш вигідну для підприємства політику у сфері формування людського капіталу дозволить оцінка економічної ефективності інвестицій у різні напрямки відтворення людського капіталу. При цьому можливе застосування проектного аналізу, коли враховуються можливості альтернативних вкладень капіталу, визначаються оптимальний обсяг і форма фінансування людського капіталу, формулюється найбільш прийнятна інвестиційна програма, реалізація якої дозволить досягти найбільших результатів за обмежених обсягів фінансування.

Об'єктами фінансування можуть бути: освітні програми з підготовки і перепідготовки кадрів, програми мотивації високоякісної праці на основі застосування дієвих систем матеріального і морального стимулювання персоналу, підтримки технічної творчості спеціалістів, робітників, управлінців. Оцінка доцільності інвестиційного проекту в розвиток людського капіталу повинна базуватись на оцінці внеску працівників у підвищення якості праці, продукції і рентабельності підприємства.

**Висновки.** Ефективне управління людським капіталом з метою формування якості праці і створення якісної продукції стає можливим завдяки здійсненню інвестицій в нього. Включення до складу трансакційних витрат групи соціальних витрат обумовила необхідність розробки класифікації інвестицій в людський капітал. Існуючі сьогодні класифікації інвестицій в людський капітал не завжди враховують створення комплексних умов для формування якості праці. В статті удосконалено класифікацію інвестицій в людський капітал з позицій трансакційного підходу, в яку введено витрати на якість праці, що пов'язано із умовами і вимогами управління якістю продукції промислових підприємств.

## Література

1. Грішнова О. А. Інвестиції в людський капітал як чинник економічного і соціального прогресу / О. А. Грішнова // Збірник наукових праць Черкаського інженерно-технологічного інституту. – Черкаси, 2000. – С. 15–20.
2. Кошулько О. Ефективність інвестицій у людський капітал на вітчизняних підприємствах / О. Кошулько, І. Гуренко // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 5. – С. 30–33.
3. Петурін В. Ю. Проблеми інвестування в людський капітал в сучасних умовах / В. Ю. Петурін // Вісник Донецького національного університету. – 2009. – № 2. – С. 134–138.



4. Шешкуєв О. А. Інвестування в людський капітал як пріоритетний напрямок інвестування в Україні / О. А. Шешкуєв, К. В. Власенко, Ю. Г. Ільяшенко // БІЗНЕСИНФОРМ. – 2009. – № 11 (2). – С. 190–191.
5. Уменко Н. В. Методологічні особливості моделей інвестування в розвиток людського капіталу / Н. В. Уменко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 4. – С. 65–70.
6. Чухно А. А. Індекс людського розвитку в системі міжнародних інтеграційних процесів / А. А. Чухно // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2007. – № 5. – Т. 1. – С. 75–78.
7. Д'яченко Ю. Ю. Використання теорії трансакційних витрат для оцінки ефективності розвитку персоналу / Ю. Ю. Д'яченко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2008. – Вип. 32. – С. 121–125.

Надійшла 13.08.2011

УДК 330.322.2:332.1

О. В. САВЛУК

Луцький національний технічний університет

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНУ

*У публікації проведено дослідження поняття „інвестиційна привабливість”, визначено сутність категорій „інвестиційний клімат”, „інвестиційна діяльність”, „інвестиційна активність”, визначено відмінність між категоріями „інвестиційна привабливість” та „інвестиційний клімат”, що дозволяє краще вивчити категорію „інвестиційна привабливість” та шляхи її покращення.*

*In a publication has been conducted the research of concept " the investment attractiveness", was determined essence of categories " the investment climate", "the investment operation", "the investment activity", was determined a difference between categories" the investment attractiveness" and " the investment climate", because this allow to learn a category " the investment attractiveness" more better.*

*Ключові слова: інвестиційна привабливість регіону, інвестиційний клімат регіону, інвестиційна діяльність регіону, інвестиційна активність регіону, інвестиційний потік.*

**Вступ.** На сьогодні основою сталого розвитку регіону є побудова ефективної інвестиційної політики, яка б сприяла припливу інвестиційних ресурсів, необхідних для нарощення економічного, фінансового, виробничого, науково-технічного, інтелектуального, інноваційного, трудового та інших видів потенціалу, а також підвищення конкурентоспроможності країни та регіонів у світовому просторі. Інвестиції є основою та запорукою ефективного функціонування господарської системи і торкаються усіх сфер господарської діяльності, визначаючи процес соціально-економічного розвитку. На сьогоднішній час інвестиції виступають найважливішим засобом забезпечення умов ефективного функціонування регіону, розширення напрямків діяльності, мобілізації ресурсів та раціонального їх використання.

В сучасних умовах для успішного залучення інвестицій та активізації інвестиційних процесів необхідно підвищувати інвестиційну привабливість регіону, тобто створювати умови для використання інвестицій із забезпеченням максимального економічного та соціального ефекту від їх реалізації при дотриманні встановленого рівня інвестиційного ризику.

Соціально-економічний розвиток регіонів напряму залежить від рівня їх інвестиційної привабливості. Слабкі інвестиційні позиції регіонів перешкоджають процесу структурної перебудови економіки, не дають можливості розширювати виробництво, створювати нові підприємства та робочі місця, а відповідно і розвивати соціальну сферу.

Розвиток інвестиційних процесів та активізація інвестиційної діяльності значною мірою визначаються інвестиційною привабливістю об'єктів інвестування, тому для побудови ефективної інвестиційної стратегії та механізмів інвестиційного менеджменту необхідно провести всебічне, комплексне дослідження цієї категорії та визначити напрямки покращення функціонування й сприяння подальшому розвитку інвестиційних процесів на регіональному рівні. Тому в сучасних умовах усе більш актуальними стають питання дослідження інвестиційної привабливості. Дослідження у даній сфері висвітлені у наукових працях О. Акіменка, А. Асаула, М. Бондара, І. Бланка, М. Бутка, І. Вахович, О. Гаврилюка, Д. Гадуніча, А. Гайдучького, С. Герасименка, З. Герасимчук, Б. Данилишина, В. Демидовича, М. Денисенко, В. Зайцева, С. Зеленського, Ю. Іванова, С. Іщук, О. Кириленка, Т. Кулініч, Л. Ковальська, О. Кузьміна, І. Комарницького, Н. Коренєва, І. Ландара, М. Лесечка, Л. Мамуль, К. Маркевича, П. Матвієнко, О. Носової, В. Сімонової, Л. Свистун-Золотаренко, А. Пересади, Г. Харламової, Д. Гуданіча, Т. Уманець, Л. Чернюк, Т. Чернявської, та ін. і зарубіжних вчених: С. Брю, Дж. Кейнса, К. Макконелла, Ф. Модільяні, Ф. Перру, М., Фрідмена, Ф. Хайєка, В. Хобти, Й. Шумпетера, та багато інших.

**Постановка завдання.** Метою даної статті є дослідження інвестиційної привабливості, визначення сутності понять „інвестиційний клімат”, „інвестиційна діяльність”, „інвестиційна активність”.

**Результати дослідження.** Хоча інвестиціям та інвестиційній привабливості за останні роки приділяється багато уваги, проте існує багато напрямків, які потребують подальшого вивчення. На сьогодні не існує єдиного визначення сутності поняття „інвестиційна привабливість регіону”. Тому необхідно детальніше дослідити дану категорію. Для поглибленого вивчення поняття „інвестиційна привабливість регіону” проведемо аналіз наступних категорій: „інвестиційний клімат”, „інвестиційна активність регіону” та „інвестиційна діяльність регіону”, визначимо взаємозв’язок між ними.

Проаналізуємо сутність поняття „інвестиційна привабливість регіону”. Провівши огляд досліджень, які ведуться вітчизняними та іноземними вченими в цій сфері сформуємо таблицю, яка відображає погляди вчених на трактування сутності досліджуваного поняття.

Таблиця 1

**Підходи до визначення поняття інвестиційної привабливості**

Підходи (вчені)	Сутність поняття
Н. Макарій	– справедлива кількісна і якісна характеристика зовнішнього і внутрішнього середовища об’єкта потенційно можливого інвестування [ 1, с.53-55].
В.М. Гриньова, В.О. Коюда, Т.І. Лепейко, О.П. Коюда, Ю.М. Великий, К. П. Покатасва	– інтегральна характеристика доцільності вкладення капіталу в потенційні об’єкти інвестування з огляду на їх інвестиційний потенціал та пов’язані з цим процесом специфічні (мікроекономічні) й неспецифічні (макроекономічні) інвестиційні ризики, які, власне, і є головними складовими розглядуваної категорії [2, с. 265].
Г. В. Козаченко, О. М. Антіпов	– сукупність об’єктивних і суб’єктивних умов, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування національної економіки на макро-, мезо- і мікрорівнях [3, с. 23-24].
Н.А. Коренева, М. П. Бутко, С.С. Герасименко, О.О. Мельник, О.В. Носова	– сукупність об’єктивних можливостей і обмежень, що обумовлюють привабливість середовища і впливають на інтенсивність інвестування з використанням існуючих умов та передумов [4, с.106].
А. Асаул	– становище регіону в той чи інший момент часу, тенденції його розвитку, що відображаються в інвестиційній активності [5, с. 53].
Наказ Держкомстату Укр., Про затвердження Методики розрахунку інтегральних регіональних індексів економічного розвитку” № 114 від 15 квітня 2003 р.	– відповідність регіону основним цілям інвесторів, що полягають у прибутковості, безризиковості та ліквідності інвестицій [6].
Наказ Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств і організацій Про затвердження Методики інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій № 22 від 23 лютого 1998 р.	– рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного регіону [7].
М. Бутко, С. Зеленський, О. Акименко	– відповідність регіону основним цілям інвесторів, що полягають у прибутковості, безризиковості та ліквідності інвестицій; рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного регіону; становище регіону в той чи інший момент часу, тенденції його розвитку, що відображаються в інвестиційній активності [8, с. 30-31].
М. Крейніна	– відповідь на питання про доцільність вкладення коштів у конкретний об’єкт [9, с. 9].
С. Максименко	– сукупність різноманітних об’єктивних ознак, засобів, можливостей та обмежень, які обумовлюють інтенсивність залучення інвестицій в основний капітал просторової системи [10, с.18].
С. О. Іщук, Т. В. Кулініч	– інтегральний показник, що об’єднує систему формальних і неформальних критеріїв, за якими визначається доцільність вкладення капіталу в потенційний об’єкт інвестування; сукупність певних параметрів та характеристик, притаманних цьому регіону, які дозволяють йому залучати необхідний обсяг капіталу на взаємовигідних з інвесторами умовах [11, с. 71].
І. О. Амплєсва	– інтегральна характеристика окремих регіонів країни з позиції ефективності інвестиційної діяльності в них [12, с. 12].
Л. В. Кирик	– характеристика доцільності щодо інвестування у нього в термінах здійснення інвестиційної діяльності з максимальним ефектом за мінімальних витрат; – характеристика окремих регіонів країни з позиції здійснення у них інвестиційної діяльності [13, с. 105-106].

Інвестиційна привабливість – це багатогранне поняття, тому всі розглянуті визначення відображають його сутність, вони доповнюють одне одного, розкривають його зміст, роблять його ширшим для розуміння.

У дослідженні бачимо, що науковці С. О. Іщук, Т. В. Кулініч розглядають інвестиційну привабливість, як інтегральний показник, проте хотілося б відзначити, що скоріше розрахований інтегральний показник визначає та характеризує рівень інвестиційної привабливості регіону.

Заслужовує на увагу визначення А. Асаула, який говорить, що інвестиційна привабливість – це становище регіону в той чи інший момент часу, тенденції його розвитку, що відображаються в інвестиційній активності. [5, с. 53]. Під впливом часу у соціально-економічному розвитку регіону відбуваються постійні зміни, що автор підкреслив у трактуванні поняття інвестиційної привабливості регіону. На нашу думку

врахування фактора часу є важливим, оскільки стан об'єкта інвестування в кожен інший момент часу буде змінюватись.

Також хотілося б погодитись з думкою вчених, які розглядають інвестиційну привабливість регіону як його відповідність основним цілям інвестора. Інвестор вкладатиме ресурси в обраний об'єкт, якщо той буде відповідати його вимогам.

Інвестиційна привабливість розглядається як характеристика об'єкта інвестування, що показує рівень доцільності вкладення ресурсів у даний об'єкт, або відмову від нього. Інвестиційна привабливість регіону – характеристика, яка показує рівень його розвитку, конкурентоспроможності, можливостей, характеризує переваги та недоліки, які враховуються інвесторами.

Інвестиційна привабливість – це якісна та кількісна характеристика об'єкта можливого інвестування в певний момент часу, яка складається з сукупності об'єктивних і суб'єктивних факторів, впливає на рішення інвестора про доцільність інвестування у даний об'єкт та можливості здійснення інвестиційної діяльності.

У науковій літературі можна зустріти думку, що інвестиційна привабливість та інвестиційний клімат – це тотожні поняття. Проте, на нашу думку, ці дві категорії слід розмежовувати, що буде досліджено далі у роботі.

М. П. Денисенко розглядає інвестиційний клімат як особливу підсистему в інституційній системі економіки, покликану створити передумови для найкращого використання суспільно-економічних відносин у розвитку і науково-технологічному відновленні продуктивних сил суспільства через активну інвестиційну діяльність [14, с. 43-44].

Г. О. Харламова трактує поняття інвестиційний клімат як систему інвестиційних відносин, які формуються під впливом великої кількості взаємопов'язаних процесів економічного, політичного, соціально-психологічного, інноваційного, інфраструктурного, нормативно-правового, екологічного, кримінального характеру [15, с. 74].

На думку О. А. Кириченка інвестиційний клімат – сукупність політичних, економічних, юридичних, соціальних та інших факторів, що визначають у підсумку ступінь ризику капіталовкладень і можливість їхнього ефективного використання [16, с. 42]. Схожий підхід до розгляду цієї категорії знайдемо у працях А. А. Агеєнко, Л. О. Мармуль, Т. А. Чернявської, М. Д. Лесечка, О. А. Кириленка, А. О. Черемис, О. М. Черемис.

Заслужовує на увагу позиція вчених, які розглядають інвестиційний клімат як сукупність інвестиційних відносин. На нашу думку таке визначення відображає сутність досліджуваного поняття. Інвестиційний клімат характеризує рівень розвитку інвестиційних процесів у регіоні, характер інвестиційної діяльності.

Інвестиційний клімат регіону – це характеристика (інвестиційних відносин) інвестиційних процесів у регіоні, що формуються в процесі здійснення інвестиційної діяльності під впливом великої кількості взаємопов'язаних передумов і визначають можливість ефективного використання капіталовкладень.

Для детального аналізу сутності понять „інвестиційна привабливість регіону” та „інвестиційний клімат регіону” визначимо сутність категорій „інвестиційна діяльність” та „інвестиційна активність”.

Пропонуємо розглядати інвестиційну діяльність як процес, який складається з сукупності операцій, що виникають у ході інвестування між учасниками інвестиційних відносин; сукупність заходів і дій учасників інвестиційних відносин (фізичних, юридичних осіб та органів влади), які виникають в процесі реалізації інвестиційних ресурсів з метою задоволення інтересів усіх сторін.

Також у нашому дослідженні розглянемо термін „інвестиційна активність” та визначимо його взаємозв'язок з раніше досліджуваними поняттями.

А. Асаул розглядає інвестиційну активність як концентрацію та розподіл інвестиційного капіталу, активізацію впровадження нових виробничих потужностей, розвиток прямих і портфельних інвестицій [5, с. 55].

Г. О. Харламова визначає, що інвестиційна активність об'єкта інвестування – це інтенсивність залучення до нього інвестицій [15, с. 75].

На нашу думку, інвестиційну активність слід розуміти як сукупність інвестиційних потоків внаслідок здійснення інвестиційної діяльності. Інвестиційний потік – це рух інвестиційних ресурсів у певний проміжок часу у визначеному напрямку з метою отримання очікуваного результату.

Розглянувши поняття „інвестиційної привабливості регіону”, „інвестиційного клімату”, „інвестиційної діяльності” та „інвестиційної активності” пропонуємо визначити ступінь їх взаємозв'язку, зображений на рис. 1.

Рис. 1 свідчить, що інвестиційна політика регіону формується з метою залучення інвестиційних ресурсів, тому вона направлена на підвищення інвестиційної привабливості регіону. Інвестиційна привабливість, в свою чергу, впливає на характеристики інвестиційного клімату, інвестиційну діяльність. Тобто чим вищий рівень інвестиційної привабливості регіону, тим краще розвинутою буде інвестиційна діяльність (інвестиційні процеси, характер взаємозв'язків, партнерських стосунків.) Інвестори створюють бізнес та реалізують проекти в тих регіонах, де можуть отримати максимальні прибутки від здійснення своєї діяльності.

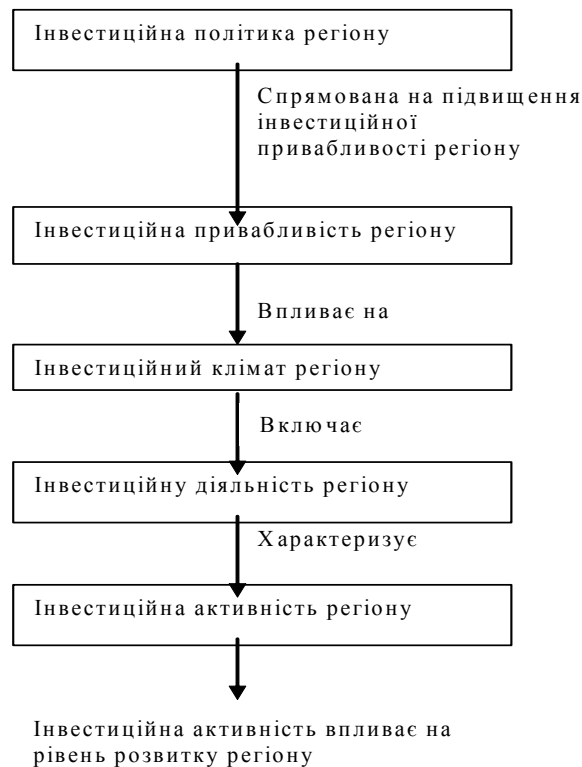


Рис. 1. Модель взаємозв'язку інвестиційної привабливості регіону та інвестиційного клімату регіону

Інвестиційна діяльність характеризує рівень інвестиційної активності регіону. Чим більше інвестиційних процесів відбувається, реалізовується інвестиційних проектів, тим інтенсивніший буде рівень інвестиційних потоків. Також бачимо прямий взаємозв'язок інвестиційної привабливості регіону та інвестиційної активності. Чим більше привабливий регіон для інвесторів, тим вищою буде активність руху інвестиційних ресурсів. Отже інвестиційна привабливість регіону визначає рівень інвестиційної активності.

Інвестиційний клімат регіону – це характеристика інвестиційної діяльності регіону, інвестиційних процесів, що відбуваються і вказують на рівень інвестиційної активності. Можемо сказати, що інвестиційна привабливість регіону є основним фактором, який впливає на залучення інвестиційних ресурсів та на інвестиційний клімат. Інвестиційний клімат є похідним від інвестиційної привабливості регіону. Він формується залежно від ступеня привабливості об'єкта інвестування.

**Висновок.** На сьогодні інвестиційні ресурси постають одним з найважливіших інструментів покращення соціально економічного життя країни та регіонів, зростає їх роль у господарській діяльності суб'єктів господарювання. Тому постає необхідність створення дієвих механізмів їх залучення, шляхом підвищення інвестиційної привабливості. Саме тому наше дослідження направлене на визначення сутності поняття „інвестиційної привабливості регіону”, її ролі та значення у житті регіонів.

Проведення аналізу цієї категорії, дозволяє визначити глибину даного поняття, проблеми та перспективи покращення та вдосконалення. Для детального аналізу та глибокого вивчення категорії „інвестиційна привабливість регіону” у роботі ми провели аналіз понять: „інвестиційний клімат регіону”, „інвестиційна діяльність регіону”, „інвестиційна активність регіону”.

Пропонуємо розглядати інвестиційну привабливість регіону як якісну та кількісну характеристику об'єкта можливого інвестування в певний момент часу, яка складається з сукупності об'єктивних і суб'єктивних факторів, впливає на рішення інвестора щодо доцільності інвестування у даний об'єкт та можливості здійснення інвестиційної діяльності.

### Література

1. Макарий Н. Оцінка інвестиційної привабливості українських підприємств / Н. Макарий // Економіст. – 2001. – № 1. – С. 52–60.
2. Покатаєва К. П. Теоретичні аспекти визначення категорій „інвестиційний потенціал” та „інвестиційна привабливість” / К. П. Покатаєва // Комунальне господарство міст : наук.-техніч. зб. Серія: Економічні науки. – К. : Техніка. – 2007. – № 75. – С. 262–268.
3. Козаченко Г. В. Управління інвестиціями на підприємстві : [навч. посібник] / Г. В. Козаченко, О. М. Антіпов. – К. : ВНЕУ, 2004. – 298 с.
4. Корнєєва Н. А. Методичні підходи до побудови комплексної інтегральної оцінки інвестиційної

привабливості на регіональному рівні / Н. А. Коренева // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 2. – С. 106–111.

5. Асаул А. Систематизация факторов, характеризующих инвестиционную привлекательность регионов / А. Асаул // Региональная экономика. – 2004. – № 2. – С. 53–62.

6. Про затвердження Методики розрахунку інтегральних регіональних індексів економічного розвитку : наказ Держкомстату України № 114 від 15 квітня 2003 р. / Державний комітет статистики України. – 2003.

7. Про затвердження Методики інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій : наказ Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств і організацій № 22 від 23 лютого 1998 р. // Офіційний вісник України від 16.04.1998. – 1998. – № 13. – С. 211.

8. Бутко М. Сучасна проблематика оцінки інвестиційної привабливості регіону / М. Бутко, С. Зеленський, О. Акименко // Економіка України. – 2005. – № 11. – С. 30–37.

9. Туболец І. І. Чинники формування інвестиційної привабливості регіону / І. І. Туболец // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. – № 20. – С. 9–11

10. Карімов Г. І. Стимулювання інвестиційної діяльності в системі управління регіону / Г. І. Карімов // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 6. – С. 17–20.

11. Іщук С. О. Оцінювання інвестиційної привабливості регіону: методичний аспект / С. О. Іщук, Т. В. Кулініч // Региональная экономика. – 2010. – № 3. – С. 71–78.

12. Амплеева І. О. Регіональний розподіл інвестицій в основний капітал / І. О. Амплеева // Науково-технічна інформація : науково-практ. інф. журнал. – 2005. – № 3 (25). – С. 11–14.

13. Кирик Л. В. Проблеми дослідження інвестиційної привабливості регіону / Л. В. Кирик, Б. С. Катаєва // Сталий розвиток економіки : всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2010. – № 1. – С. 104–107.

14. Андрушків І. П. Інвестування регіональної економіки та його ефективність в Україні : [монографія] / Андрушків І. П., Вовчак О. Д., Руцишин Н. М. – Львів : Вид-во ЛКА, 2010. – 192 с.

15. Харламова Г. О. Оцінювання привабливості об'єктів інвестування / Г. О. Харламова // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 9 (87). – С. 73–79.

16. Кириченко О. А. Інвестування : [підручник] / О. А. Кириченко, С. А. Єрохін. – К. : Знання, 2009. – 573 с.

Надійшла 12.08.2011

УДК 658.152

Г. А. КОПОСОВ, Е. А. НЕЗДОЙМИНОГА, М. В. ШАРКО  
Херсонский национальный технический университет

## ОПТИМИЗАЦИЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

*Представлена методология принятия решений по распределению инвестиционных ресурсов при управлении инвестиционной деятельностью в условиях неопределенности и риска. Рассмотрена модель поиска оптимальных вариантов управления и пример ее реализации, направленный на получение максимальной прибыли.*

*The methodology of decision-making on the allocation of investment resources for investment management in the face of uncertainty and risk is presented. A model of the search for the best management options and an example of its implementation aimed at maximum profit are considered.*

*Ключевые слова: инвестиции, инновации, ресурсы, многошаговое управление.*

**Актуальность проблемы.** Достижение устойчивого роста Украинской экономики и потенциальный ее переход на инновационный путь развития не представляется возможным без рационального использования инвестиционных ресурсов на всех уровнях хозяйствования. Сегодня предприятия функционируют в условиях острой недостаточности собственных оборотных средств и оборотного капитала, и в целом их развитие сдерживается отсутствием гибкого механизма управления инвестиционными ресурсами. Проблемы стратегического управления инновационным развитием производства чаще всего отождествляется с принятием решений. Особенностью такого управления является то, что принятие решений производится в условиях достаточно глубокой неопределенности. Это требует постоянного совершенствования системно-образующего представления практической материализации результатов производственной деятельности, адекватного современным условиям функционирования предприятий в трансформационной среде.

**Анализ публикаций и достижений.** Эффективность принятия решений зависит от правильной постановки цели, которую нужно достичь, оценки способов ее достижения, факторов, определяющих пригодность различных альтернатив и вероятность их реализации. Разработка и внедрение компьютерной поддержки принятия решений в информационно-управляющих системах промышленных предприятий,

позволяет комплексно и всесторонне анализировать проблемные ситуации конкретной предметной области, характерные для сложных производственных систем [1–8]. Решение проблемы оптимизации распределения ресурсов в условиях их ограниченности требует разработки моделей, адекватно отображающих совокупное влияние большого количества факторов на процессы управления в условиях динамических изменений внешней среды.

**Нерешенные части общей проблемы.** Разработка моделей и способов поиска альтернатив управления распределения инвестиционных ресурсов, позволяющих исключить субъективизм в принятии решений.

Целью работы является развитие методологии многоходового выбора альтернатив управления перемещением средств по обеспечению структурообразующих элементов механизма управления инновационной деятельностью.

**Изложение основного материала.** Производственные задачи и сложные условия функционирования предприятий характеризуются неоднозначностью и непредсказуемостью поведения внешней среды. Типичные ошибки, снижающие качество управленческих решений:

- использование интуиции и отрицание математической модели принятия решения;
- игнорирование подготовительных этапов;
- недостоверность исходных данных;
- эгоцентричность поведения, ориентированная на собственную выгоду;
- игнорирование последствий принятого решения;
- отрицание опыта специалистов;
- повторение предыдущих ошибок.

Такое управление инвестиционно-инновационной деятельностью невозможно без количественной оценки альтернатив, выраженных в общей сопоставимой шкале, например в % и реализуется в несколько этапов или итераций, по итогам которых получают статистические оценки, содержащие медианы, т.е. средние числа ряда.

Успех распределения инвестиционных ресурсов при управлении инновационной деятельностью зависит от грамотного выбора шкалы измерений обобщающего признака, характеризующего выбранную альтернативу. Таким обобщающим признаком при оптимальном распределении финансовых ресурсов для обеспечения инновационной деятельности может служить рентабельность производства, шкалой измерения которой является процентное отношение мероприятий по ее осуществлению: сокращение издержек, маркетинг, освоение новых видов продукции, обеспечение качества, внедрение инноваций и т.д. При этом состоянию производства на каждом шаге управления ставится в соответствие определенный символ, имеющий числовое значение. При такой оценке производственного объекта измерения в такой классификационной номинальной шкале сводятся лишь к отождествлению или различию состояний производства  $\delta_{ij}$ , т.е. для обработки данных используются только операции совпадения или не совпадения:

$$\delta_{ij} = \{1; x_i = x_j; 0; x_i \neq x_j\}.$$

Это требует разработки последовательности тактических решений, когда одна совокупность функциональных стратегий предприятия и состояний окружающей среды порождает другое состояние, вызванное реакцией на управляющие воздействия. Таким образом, все последующие решения основываются на анализе предыдущих, т.е. имеет место поэтапное управление. Эта ситуация является наиболее распространенной в производственной деятельности.

Принятие решений в условиях неопределенности и риска может быть представлено в виде дерева решений, в котором этапы и ходы технологий управления могут быть выстроены в некоторую последовательность. Каждый исход управления должен иметь количественную оценку, которая может иметь как детерминированную, так и случайную природу. Она вычисляется с помощью оценочной функции, синтезируемой для каждой конкретной задачи.

Таким образом, имеем многоходовой выбор альтернатив управления в виде дерева решений с детерминированными оценками, основанный на оценке вариантов перемещения средств по обеспечению структурообразующих элементов механизма развития предприятия. Принятие решений производится на основе учета количественных и качественных факторов, лимитирующих ограничений и оптимизации отдельных частных решений, по совокупности которых и принимается общее решение.

Пример такого дерева решений с одним из возможных расположений элементов от 1 до 8 при конечной цели их расположения по часовой стрелке, начиная с цифры 1 в левом верхнем углу квадрата приведен на рис. 1.

В такой позиционной игре с восемью детерминированными оценками структурообразующих элементов механизма развития производства существует 9! или 362880 возможных исходных состояний распределения ресурсов, т.е. задача их идентификации с текущим состоянием предприятия является статистически неопределенной, однако четкое определение цели управления и ожидаемых результатов

позволяет однозначно определить пути и маршруты ее реализации. При этом, на основе обобщения информации о состояниях производства и возможных изменениях внешней среды хозяйствования принимаются объективные обоснованные решения, которые обеспечивают выполнение поставленной задачи в установленный срок с затратами, не превышающими допустимые.

Поставленная задача является задачей с одним целевым состоянием, которое изменяется в зависимости от хода. Под ходом понимается заполнение пустой клетки одной из цифр. В представленной схеме число ходов определяется позицией пустой клетки. В случае, если пустая клетка находится в центре, число возможных ходов ее занятия равно четырём, если она находится в углу, это число равно двум, для остальных позиций пустой клетки число возможных ее занятий равно трем.

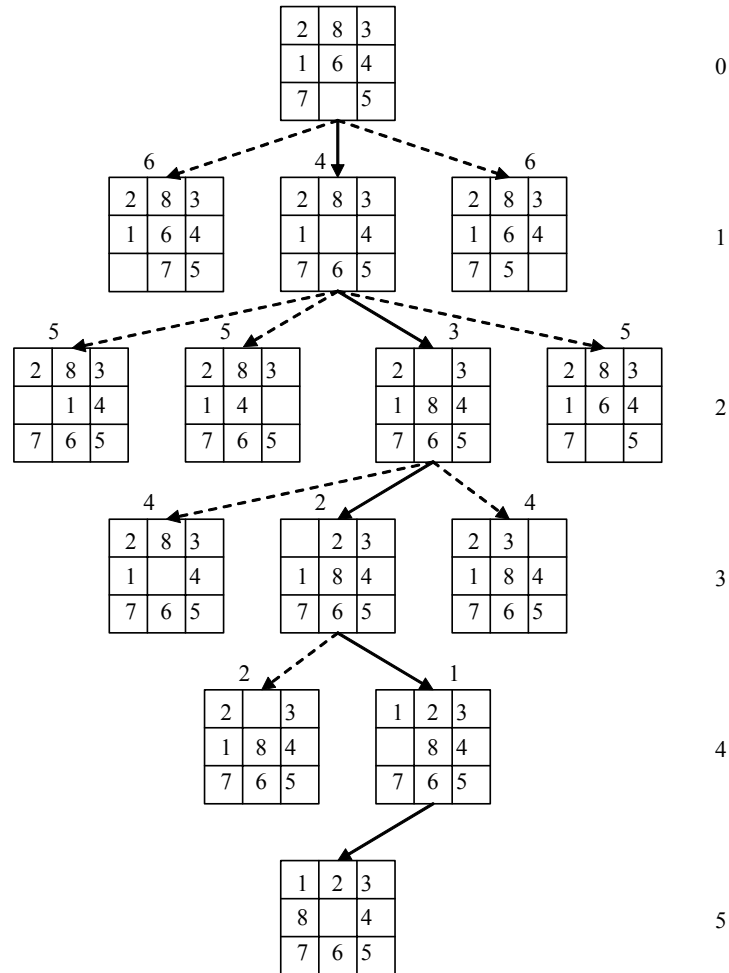


Рис. 1. Дерево решений с детерминированными оценками

Решение задачи осуществляется с использованием оценочной функции  $f_i = \sum_{j=1}^8 d_j$ , в которой  $d_j$  – число перемещений  $j$ -й структурного элемента механизма развития производства.

Выбор хода осуществляется по минимальному суммарному отклонению элементов от их целевых мест, т.е. осуществляется направленный поиск в глубину без возврата, реализующий метод ветвей и границ.

Анализируя исходное состояние элементов можно заметить, что занятие пустой клетки в центре корня дерева решений, возможно тремя различными взаимоисключающими друг друга ходами, характеризуемыми перемещением на ее место цифр 5, 6 и 7. Эти положения представлены в первом ярусе ветвей принятия решений в стратегическом управлении развитием производства в условиях неопределенности.

Выбор дальнейшего хода из трех возможных состояний, достигаемых соответствующими перемещениями ресурсов и отвечающими стратегиям развития, осуществляется путем вычисления оценочной функции  $f_i$ , синтезируемой для каждого из трех состояний при достижении конечной цели, представленной нижним ярусом дерева решений. При этом реализуется принцип выделения ведущего звена, где на каждом шаге принятия решений, т.е. в каждом ярусе ветви принятия решений одно состояние и обеспечивающая его стратегия являются доминирующими. Доминирующей стратегией будет стратегия, в которой для достижения конечной цели требуется минимальное количество ходов. Так в представленном

примере в центре первого яруса достижение расположения элементов представленных нижним ярусом, т.е. вершиной дерева возможно последовательным перемещением цифры 8 на освободившееся от цифры 1 место, т.е. имеем четыре возможных хода. Можно подсчитать, что для двух соседних блоков первого яруса дерева решений таких ходов будет шесть. Поэтому стратегия перехода из корня дерева в центр первого яруса будет доминирующей, что обозначено сплошной линией на рис.1. На рис. 1 номер каждого хода отмечен в колонке, справа. Необходимое количество ходов к достижению конечной цели помечено цифрой над каждым из блоков. Рассмотренный метод отбора доминирующего звена может быть распространен и на все дерево решений.

Количественно сокращение перебора решений оценивается с помощью критерия целенаправленности перебора  $P$

$$P = \frac{L}{T},$$

где  $L$  – длина пути от корня дерева до целевого состояния;  $T$  – число вершин дерева, построенных в процессе перебора. В рассмотренном примере целенаправленность перебора

$$P = \frac{5}{13} = 0,385.$$

В теории статистических решений доказано, что перебор вариантов позиционной игры с восемью детерминированными оценками имеет 181440 путей достижения целевого состояния. Построение дерева решений с учетом конкретизации лимитирующих ограничений и правил отбора неэффективных альтернатив позволяет оптимизировать процесс принятия последовательных тактических решений по достижению единой цели, ориентируясь на меньшее число ходов. Развитием предлагаемого алгоритма является его использование в методе синектики, основанном на гибкости мышления и поиске аналогий, т.е. переносе полученных результатов в область стратегического управления инвестиционно-инновационной деятельностью.

Реализация поэтапного управления развитием производства произведена путем решения производственной задачи перераспределения финансовых ресурсов предприятия для обеспечения максимальной прибыли, где на каждом шаге принятия решений использованы как чистые стратегии:

- стратегия укрепления кадрового потенциала;
- стратегия снижения материалоемкости;
- стратегия повышения эффективности основного капитала;
- инновационная стратегия использования патентов, лицензий и элементов ноу-хау;
- так и их смешанные разновидности.

Последовательность их использования в условиях неоднозначности и непредсказуемости внешней среды не очевидна и при принятии тактических решений должна основываться на выборе альтернатив дерева решений с детерминированными оценками исходов, т.к. использование разных видов стратегий приносит разную отдачу производственной деятельности предприятия.

Исходное и целевое состояние распределения ресурсов в предлагаемой модели представлены соответственно верхним и нижним ярусом дерева решений.

Важным условием применения полученных знаний к инновационному развитию производства является составление перечня факторов, лежащих в основе путей развития системы, влияющих на ход событий и контроль над ними. В качестве основных компонентов финансового обеспечения в условиях ограниченности собственных средств на развитие предприятия выбраны основные структурообразующие элементы механизма его развития:

- используемые технологии;
- здания и сооружения;
- машины и оборудование;
- узлы и механизмы;
- сырье и материалы, полуфабрикаты;
- кадры;
- нематериальные активы (патенты, лицензии, ноу-хау, монопольное положение на рынке, местоположение и т.д.);
- информационное обеспечение.

Одним из наиболее действенных вариантов анализа, позволяющих принимать обоснованные решения об объемах производства во взаимосвязи объемов производства, себестоимости и прибыли на базе классификации и средних общих издержек производства  $ATC$  на средние, постоянные  $AFC$  и средние переменные издержки  $AVC$  [ 9; 11].



Иерархию расходов устанавливают путем определения численных значений этих видов ресурсов, в денежной форме выраженных через объемы выпускаемой продукции, которые соизмеряются с емкостью рынка [10].

Согласно основным принципам микроэкономики [11, с. 302] для достижения максимальной прибыли производство должно быть организовано таким образом, чтобы предельный доход от выпуска продукции  $MR$  был бы равен предельным издержкам  $MC$  (рис. 2).

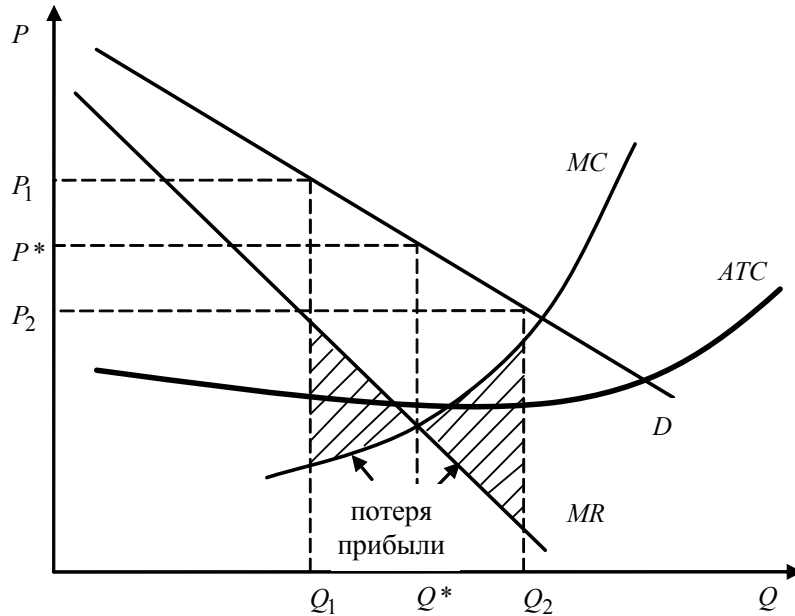


Рис. 2. Механизм обеспечения оптимальных объемов выпуска при постоянном ассортименте продукции

Предельный доход равен предельным издержкам при объеме выпуска  $Q^*$ . При отклонениях от этой величины происходит потеря прибыли. При  $Q_1 < Q^*$  происходит потеря прибыли из-за малого объема выпуска и продажи по слишком высокой цене  $P_1$ . При  $Q_2 > Q^*$  происходит потеря прибыли из-за слишком большого объема выпуска и продажи по низкой цене  $P_2$ . Цена  $P^*$  соответствующая объему производства  $Q^*$  может быть найдена с помощью кривой спроса, т.е. кривая рыночного спроса определяет цену товара как функцию уровня его производства. Если кривая спроса задана таким образом, что цена  $P$  является функцией количества продукции, то общий доход будет  $PQ$ , а предельный  $MR = \frac{d(PQ)}{dQ}$ , т.е. для небольших изменений объемов продукции кривая спроса выглядит как прямая кривая, наклон которой меньше, чем наклон предельного дохода, хотя точка пересечения их с вертикальной осью одна и та же.

При этом считается, что ассортимент продукции постоянный и объем производства равен объему реализации.

В практике экономического анализа при построении графиков оптимальных объемов производства суммируется выпуск изделий разнородной продукции. Эта операция является правомочной, поскольку в статистической отчетности предполагается приведение разнородной продукции в сопоставимый вид в условных банках, тоннах и т.д. При установлении взаимосвязи объемов производства с уровнем затрат и получаемой при этом прибылью это допущения количественно не всегда могут отражать сложившуюся ситуацию, однако качественные посылы остаются корректными.

Имитационная модель предметной области целенаправленно генерирующая варианты принятия стратегических решений выглядит следующим образом. Предприятие производит товар в объеме  $Q^*$ , реализуя его по цене  $P^*$  (рис. 3). Его общая прибыль  $\pi_0$  показана на рис. 3а прямоугольником  $ABCD$ .

Когда происходит запуск новой инновационной продукции, что является первым шагом многоходового управления, кривые спроса  $D$  среднего  $AR$  и предельного  $MR$  доходов сдвигаются вправо, занимая положение  $D'$  и  $MR'$ . Изменение сырья в сторону его расширения и подорожания смещает линию средних общих издержек  $ATC$  в положение  $ATC'$ . Освоение выпуска инновационной продукции относится к постоянным издержкам, поэтому кривая средних общих издержек предприятия  $ATC$  смещается вверх. Однако предельные издержки  $MC$  остаются прежними (рис. 3б).

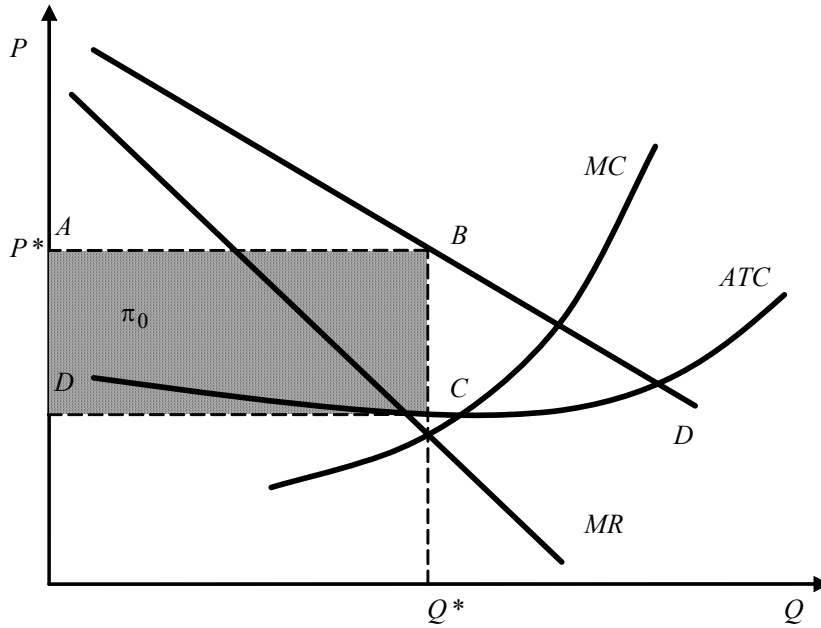


Рис. 3а. Мікроекономічна інтерпретація отримання максимальної прибутку

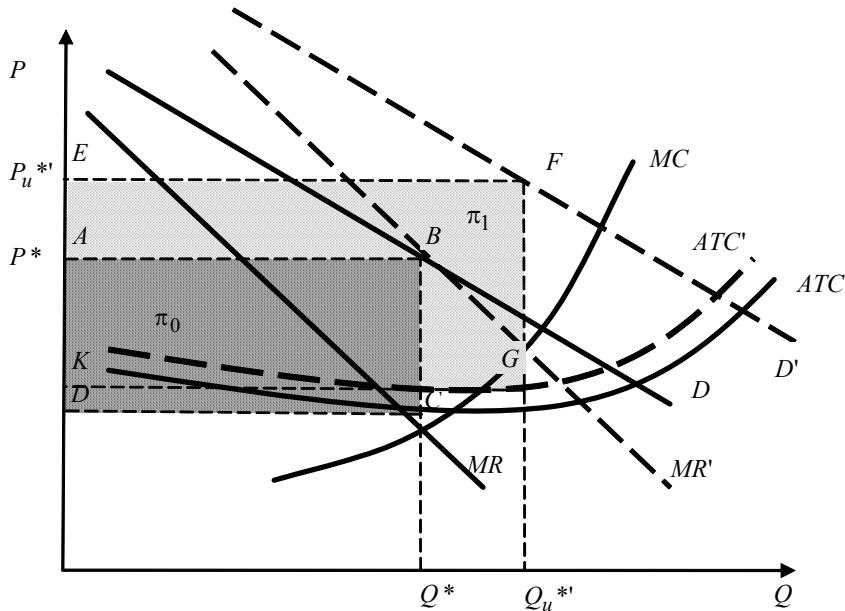


Рис. 3б. Трансформація издержек при освоении инновационной продукции

Новый объем выпуска  $Q_u' > Q^*$  находится на пересечении кривых  $MR'$  и  $MC$  и реализуется по цене  $P_u^*$ . Общая прибыль предприятия  $\pi_1$ , получаемая при этом возрастает и выражается площадью прямоугольника  $EFGK$ . Увеличение объемов выпуска произошло за счет эффекта масштаба.

Другим шагом такого многоходового стратегического управления развитием производства является организация опытного производства и приобретение на вновь полученную прибыль  $\pi_1$  оборудования для расширения основного производства, т.е. должно быть организовано производство средств производства для производства средств производства. При этом обеспечиваются меньшие издержки для изготовления инновационной продукции кривая  $ATC$  смещается вниз, и достигается своя прибыль  $\pi_2$ , представленная площадью фигуры  $EFGNLM$  (рис. 3в).

Полученная прибыль  $\pi_2$  должна расходоваться на информационное обеспечение и его использование для проведения последующих маркетинговых исследований рынка инновационной продукции, выяснения запросов потребителей, их предпочтений и возможностей их удовлетворения на существующем производстве. Это является последующим шагом многоходового выбора альтернатив

стратегического управления. При этом изменяется линия спроса  $D$  еще смещаясь вправо по оси  $Q$  до положения  $D''$  (рис. 3г). Смещается и линия предельных издержек  $MC$  в положение  $MC'$  и соответственно для обеспечения максимальной прибыли  $\pi_3$  выпуск инновационной продукции должен быть увеличен до нового равновесного значения  $Q_u''$  и реализован по цене  $P_u''$  при условии равенства  $MR'$  и  $MC'$ .

Достигаемая при этом прибыль  $\pi_3$  обозначена площадью фигуры  $VUSNLM$ .

Последующими шагами управления являются усовершенствование, модификация и приобретение новых технологий, обеспечивающих современный уровень выпуска высококачественной продукции и необходимых упаковочных средств с новыми потребительскими свойствами.

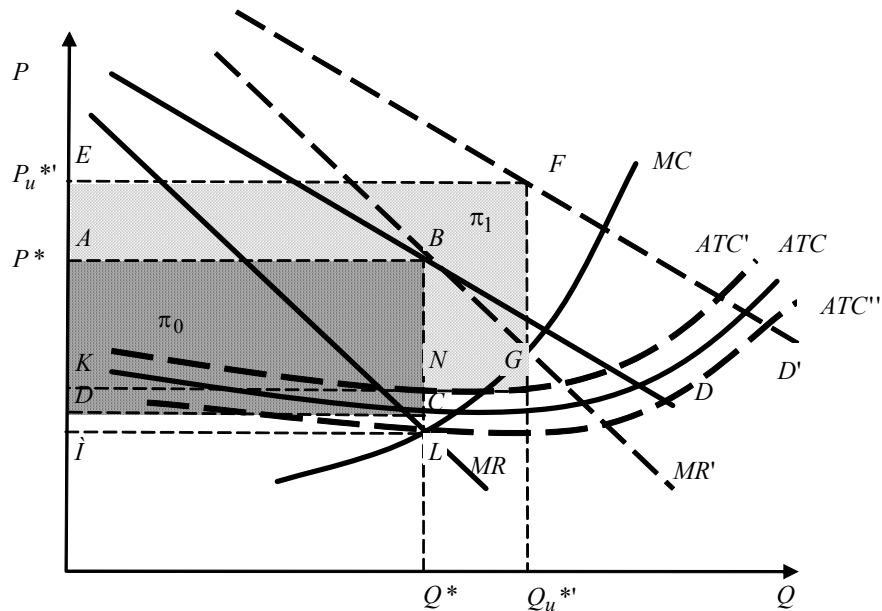


Рис. 3в. Получение дополнительной прибыли за счет внедрения специализированного оборудования для выпуска инновационной продукции

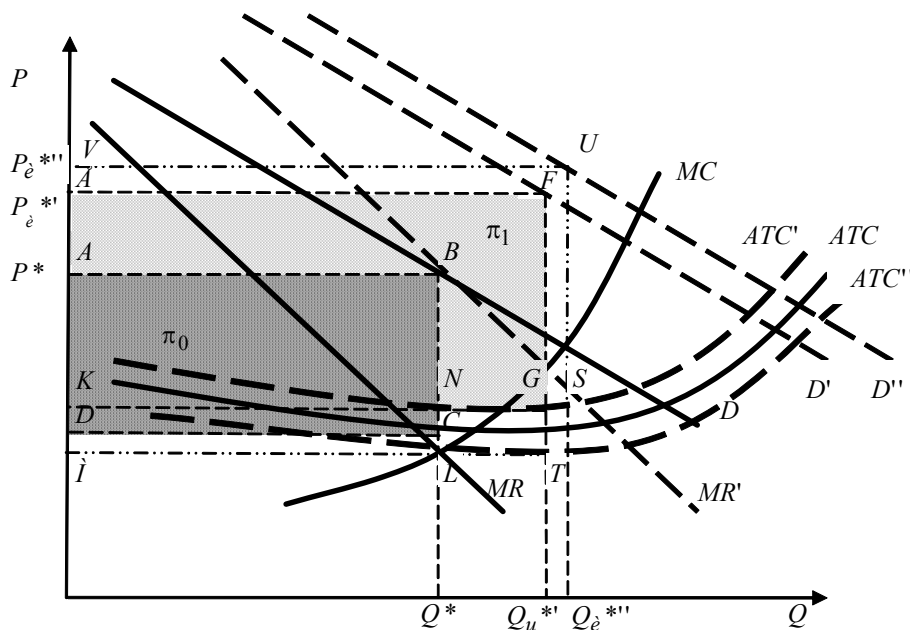


Рис. 3г. Получение дополнительной прибыли за счет маркетинговых исследований и расширения рынка

Перемещение финансовых ресурсов в процессе развития предприятий обеспечивается движением средств от исходного расположения компонентов количественного распределения имеющихся в распоряжении предприятия ресурсов, до желаемого в идеальной модели максимизации прибыли с учетом текущего состояния предприятия во внешней среде его функционирования.

Модель поиска альтернативных вариантов управления представлена на рис. 4. Целью разработки математической модели является построение взаимодействий основных элементов управления на основе данных, полученных на предыдущих этапах. Этапы формулировки проблемы, постановки целей управления и выдачи задания по выбору альтернатив являются подготовительными. На первых двух обязательно участие лица, принимающего решение, на этапе выдачи задания по выбору альтернатив и последующих этапах возможно делегирование его полномочий своему представителю и агенту.

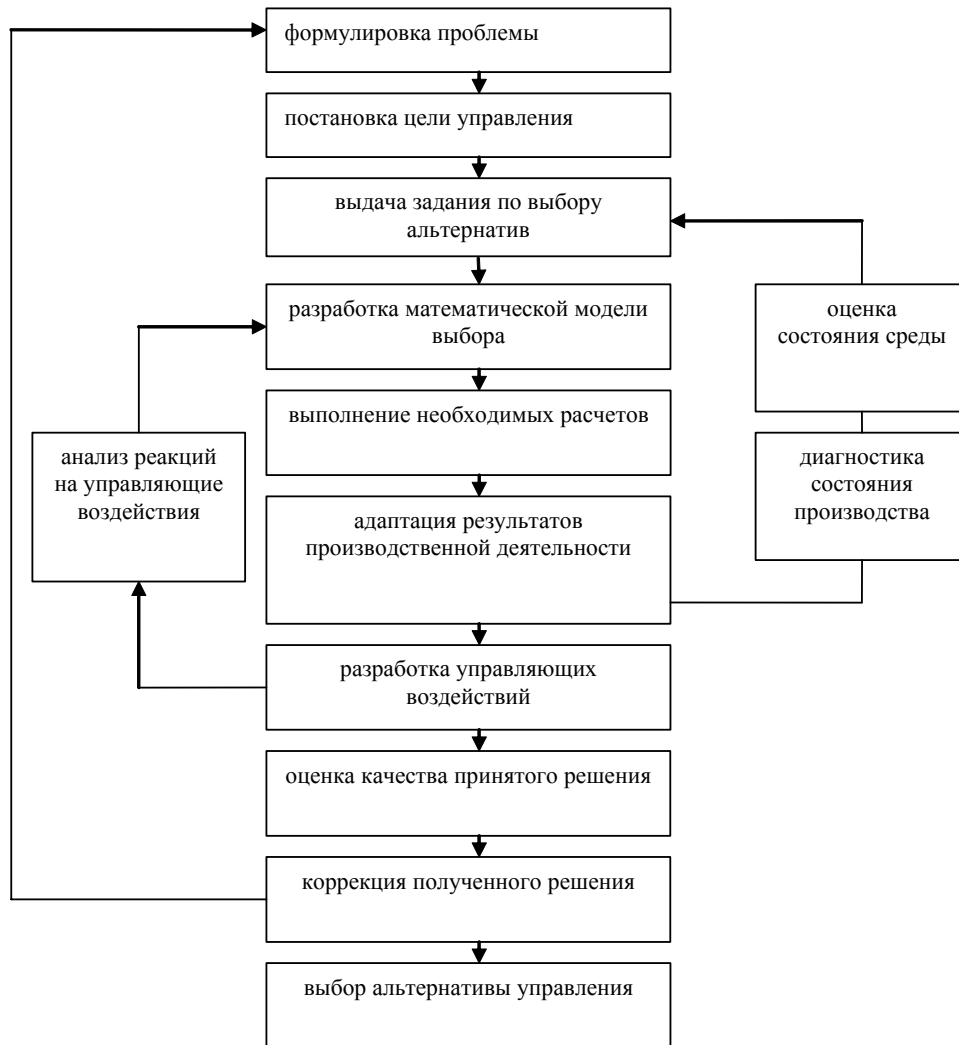


Рис. 4. Модель поиска оптимальных вариантов управления

Этап выдачи заданий по выбору альтернатив представляет собой сбор информации об альтернативах и их свойствах. Основная задача заключается в нахождении достоверных источников информации и выполнении экспертиз по подбору альтернатив.

На этапе выполнения необходимых расчетов основную роль играет агент, выполняющий функцию оператора. Остальные этапы должны подтвердить правильность принятого решения. В случае отрицательной оценки принятого решения реализуется принцип обратной связи.

Представленная модель поиска альтернатив управления позволяет исключить субъективизм в принятии решений за счет сокращения возможных ошибок.

**Выводы.** Принятие решений по оптимизации распределения инвестиционных ресурсов при управлении инновационной деятельностью может быть представлено в виде последовательности действий со своими исходами управления, где каждый исход имеет свою количественную оценку, которая может иметь как детерминированную, так и случайную природу. Она вычисляется с помощью оценочной функции, синтезируемой для каждой конкретной задачи.

Многоходовой выбор альтернатив управления инвестиционными ресурсами на основе учета количественных и качественных факторов, лимитирующих ограничений и оптимизации отдельных частных решений получил свое развитие для решения задачи перераспределения финансовых потоков при внедрении инноваций для получения максимальной прибыли. При этом на основе обобщения информации о состояниях производства и возможных изменениях внешней среды принимаются обоснованные

объективные решения, которые обеспечивают выполнение поставленной задачи в установленный срок с затратами, не превышающими допустимые.

### Литература

1. Большаков А. А. Методы обработки многомерных данных и временных рядов / А. А. Большаков, Р. Н. Каримов. – М. : Горячая линия – Телеком, 2007. – 522 с.
2. Батищев Д. И. Многокритериальный выбор с учетом индивидуальных предпочтений / Д. И. Батищев, Д. Е. Шапошников. – Нижний Новгород : ИПФ РАН, 1994. – 92 с.
3. Баранов В. В. Процессы принятия управленческих решений мотивированных интересами / Баранов В. В. – М. : Физматлит, 2005. – 296 с.
4. Ногин В. Д. Принятие решений в многокритериальной среде / Ногин В. Д. – М. : Физматлит, 2002. – 176 с.
5. Трухаев Р. И. Методы принятия решений в условиях неопределенности / Трухаев Р. И. – М. : Наука, 1981. – 258 с.
6. Дерлоу Д. Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття рішень / Дерлоу Д. ; [пер. с англ.] – К. : Наукова думка, 2001. – 242 с.
7. Микони С. В. Многокритериальный выбор на конечном множестве альтернатив / Микони С. В. – СПб. : Лань, 2009. – 272 с.
8. Копосов Г. А. Использование синергетического эффекта при формировании стратегии развития производства / Г. А. Копосов, М. В. Шарко // Управління розвитком. – 2008. – № 19. – С. 98–100.
9. Копосов Г. А. Принципы, законы, механизмы экономических систем / Копосов Г. А. – Херсон : ИРИА «Престиж», 2001. – 124 с.
10. Шарко М. В. Количественные оценки направленности перемещения инвестиционных ресурсов в сложных инновационных проектах / М. В. Шарко // Проблемы науки. – 2004. – № 11. – С. 2–9.
11. Пиндайк Р. С. Микроэкономика / Р. С. Пиндайк, Д. Л. Рубинфельд ; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 2002. – 608 с.

Надійшла 12.08.2011

УДК 330.322

М. М. МАРХАЙЧУК

Донбаський державний технічний університет, м. Алчевськ

## ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ

*Запропоновано підхід до визначення інвестиційної привабливості з точки зору спроможності підприємства приносити прибуток в обсягах, що задовольняють інвестора. Цей підхід базується на ретроспективному маржинальному аналізі видатків та доходів підприємства від інвестицій.*

*An approach to the estimation of investment attractiveness in terms of ability of the enterprise to make profit in volume which satisfies the investor is offered. This approach is based on a retrospective marginal analysis of costs and income from investments.*

*Ключові слова: інвестиційна привабливість, промислове підприємство, маржинальний аналіз, ретроспективний аналіз.*

**Постановка задачі.** Створення нових більш ефективних технологій виробництва в сучасному світі відбувається настільки швидко, що для динамічного розвитку будь-якого підприємства одним з першочергових завдань є залучення інвестицій для виходу на нові ринки, утримання та нарощування своїх конкурентних переваг. Однак розраховувати на залучення інвестицій можна лише у разі достатньої інвестиційної привабливості об'єкта інвестування. Тому треба чітко усвідомлювати, що є привабливим для інвестора і на що він звертає свою увагу при прийнятті рішення про доцільність здійснення інвестицій. Це актуалізує необхідність дослідження сутності поняття інвестиційної привабливості підприємства.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Проблемою дослідження сутності поняття інвестиційної привабливості підприємства займалися такі вчені: В.А. Бабушкін, А.В. Бандурін, І.А. Бланк, Л.С. Валінурова, А.П. Іванов, О.Б. Казакова, О.В. Конік, Э.И. Крилова, О.В. Носова, В.М. Павлюченко, О.І. Пилипенко, С.Ю. Пономаренко, Ю.В. Северюгін, Е.Ю. Терещенко, В.Д. Шапіро, В.В. Шеремет, К.В. Щиборщ та ін. Ці науковці мають достатньо різні погляди на сутність інвестиційної привабливості підприємства, тому питання її тлумачення залишається відкритим.

**Виділення невирішених частин.** Розрізненість думок з приводу визначення інвестиційної привабливості підприємств свідчить про багатоаспектність поняття. Більшість вчених наводять визначення, які висвітлюють сутність інвестиційної привабливості підприємства комплексно, різнобічно. Однак

інвестори зазвичай ставлять різні цілі інвестування, тому комплексний підхід не завжди виправданий. Поняття інвестиційної привабливості підприємства для категорії інвесторів, націлених на отримання прибутків (а не позаекономічних ефектів) потребує подальшого дослідження і опрацювання.

**Формулювання цілей.** Метою статті є аналіз існуючих визначень економічної сутності поняття інвестиційної привабливості підприємства.

**Результати дослідження.** Інвестиційна привабливість підприємства є достатньо новою економічною категорією. Окрім того, вона застосовується переважно стосовно радянських підприємств. В працях іноземних науковців є близькі поняття, проте вони стосуються переважно акціонерних товариств та привабливості їх цінних паперів для придбання з метою подальшого перепродажу. Причиною цьому є те, що умови розвитку іноземних підприємств значно відрізняються від умов розвитку радянських. Значний внесок у розвиток теорії інвестицій зробила англо-американська школа (А. Дамадоран, У. Шарп, Г. Марковіц та ін.). Наукові напрацювання цієї школи стосуються переважно акціонерних товариств, що функціонують в умовах добре розвинутої фондової біржі (в протилежність українській, слабо розвиненій). Тому інвестиційна привабливість підприємства розглядається ними як такий стан підприємства, що спонукає до придбання його цінних паперів.

За умов розвинутої фондової біржі напрацювання американських науковців зможуть бути застосовані до українських підприємств. Однак на даному етапі це не уявляється можливим. Тому слід більшу увагу приділити думкам російських та вітчизняних науковців щодо інвестиційної привабливості підприємств (таблиця 1).

Таблиця 1

**Погляди українських та російських науковців на економічну сутність інвестиційної привабливості підприємства**

Автор	Економічна сутність інвестиційної привабливості підприємства
Агентство з питань запобігання банкрутству підприємств [1]	Рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного підприємства, який може визначатися чи оцінюватися значеннями відповідних показників, у тому числі інтегральної оцінки
О.В. Носова [2, с.120]	Узагальнена характеристика переваг і недоліків об'єкта інвестування
В.В. Шеремет, В.М. Павлюченко, В.Д. Шапіро [3, с.67]	Результати фінансового аналізу діяльності підприємства за показниками фінансової стійкості, прибутковості, ліквідності активів, оборотності активів та ін. (з точки зору потенційних інвестицій у вигляді як капітальних вкладень, так і фінансових інвестицій)
І.А. Бланк [4, с.420]	Характеристика переваг та недоліків підприємства з використанням системи показників рентабельності, фінансової стійкості, платоспроможності, оборотності капіталу та активів (якщо акції передбачаються вперше), а також рівня віддачі акціонерного капіталу, балансової вартості однієї акції та ін. (якщо акції тривалий період обертаються на фондовому ринку)
Севрюгін Ю.В. [5]	Система кількісних та якісних факторів, що характеризує платоспроможний попит підприємства на інвестиції
Валинурова Л.С., Казаківа О.Б. [6]	Сукупність об'єктивних ознак, якостей та можливостей, що обумовлюють потенційний платоспроможний попит на інвестиції. Інвестиційна привабливість включає інвестиційний потенціал та інвестиційний ризик та характеризується взаємодією цих категорій
Терещенко Е.Ю., Конік О.В. [7, с.79]	Сукупність показників, які, з одного боку, відображують внутрішнє та зовнішнє інвестиційне середовище підприємства, а з іншого – показники, що відображають інтереси суб'єктів інвестиційного процесу
Щиборщ К.В. [8]	Для банку інвестиційна привабливість підприємства визначається його платоспроможністю, для акціонера – ефективністю господарської діяльності (прибутком на сукупні активи)
Крилова О.І. [9]	Економічна категорія, що характеризується ефективністю використання майна підприємства, його платоспроможністю, фінансовою стійкістю, спроможністю підприємства до саморозвитку на базі підвищення доходності капіталу, техніко-економічного рівня виробництва, якості та конкурентоспроможності продукції
Пономаренко С.Ю. [10]	Інтегральна характеристика як об'єкта майбутнього інвестування з позиції галузевої приналежності, перспектив розвитку, ефективності використання ресурсів і активів підприємства, прибутковості діяльності, впливу виробничих потужностей підприємства на навколишнє природне середовище
Бабушкін В.А. [11]	Стан організації, при якому у потенційного власника капіталу (інвестора, кредитора, лізингодавця та ін.) виникає бажання піти на певний ризик та забезпечити притік інвестицій в монетарній та (або) немонетарній формі

Наведені визначення економічної сутності інвестиційної привабливості підприємства можна поділити на такі категорії:

- характеристика підприємства, що базується на фінансовому аналізі;

- сукупність ознак, що відображають зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства за допомогою коефіцієнтів та факторів, що не мають кількісного виразу, тобто описових.

Перша категорія визначень не відображає повної картини інвестиційної привабливості підприємства, оскільки об'єкт майбутнього інвестування при незадовільному фінансовому стані може мати великі резерви підвищення прибутку, та при залученні достатнього обсягу інвестицій та відповідному управлінні отриманими ресурсами, покаже високу віддачу від інвестицій.

Друга категорія визначень включає більшу сукупність факторів, що характеризують діяльність підприємства. На відміну від першої категорії визначень інвестиційна привабливість не зводиться до звичайного фінансового аналізу підприємства, а включає фактори внутрішнього та зовнішнього середовища, як кількісні, так і описові. Обидва підходи дають можливість отримати інтегральну або порівняльну оцінку інвестиційної привабливості та претендують на комплексність і всебічність отриманої оцінки, проте лишають інвестора необізнаним щодо найбільш прибуткових обсягів інвестування у даний об'єкт. У той час як інвестора, орієнтованого на отримання прибутку (в даному випадку не розглядаються інвестори, які ставлять мету отримання позаекономічних ефектів), перш за все, цікавить чи вигідно вкладати кошти у дане підприємство. Якщо вигідно, то в яких обсягах та чи принесе більший обсяг інвестування більші прибутки? Ті самі питання ставить і керівництво підприємства, коли замислюється про реінвестування прибутку або про доцільність залучення кредитів для інвестування розроблених проектів. З цієї точки зору, здавалось би, потрібно аналізувати безпосередньо запропоновані до реалізації на даному підприємстві інвестиційні проекти, однак не завжди можна вірно спрогнозувати грошові надходження від реалізації інвестиційних проектів, оскільки їх здійснення відбувається за умов мінливості зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.

З огляду на це, більш доцільно під інвестиційною привабливістю підприємства розуміти не тільки характеристику його переваг та недоліків, яку можна здобути аналізуючи фінансовий стан, фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на функціонування об'єкта інвестування, а й корисність, яку отримує інвестор у разі інвестування. Ця корисність є обсягом прибутку, який виражається функцією від розміру інвестицій.

Якщо інвестор ставить за мету отримання прибутку (а не досягнення соціального, екологічного або іншого позаекономічного ефекту), то інвестиційна привабливість виступає як спроможність підприємства приносити прибуток від нових інвестицій в обсягах, що задовольняють інвестора. Причому інвестора цікавить не те, який прибуток принесли попередні інвестиції, а який прибуток принесуть нові.

Коли мова заходить про корисність інвестування, постає питання про її граничність. Вигода (благо), яку отримує суб'єкт господарювання від здійснення інвестування (від кожної наступної одиниці інвестованих ресурсів) називається граничною корисністю. Її розмір зменшується по мірі збільшення залучених інвестиційних ресурсів. Тобто, по мірі насичення ринку товаром або послугами, надання яких здійснюється інвестуванням, орієнтири щодо спрямування інвестицій необхідно змінювати. Це дасть змогу забезпечити найвищу корисність від реалізованих інвестиційних проектів. Такий підхід повинен визначати вибір пріоритетів інвестиційної діяльності як на загальнонаціональному рівні, так і на рівні конкретної галузі, підгалузі, окремого підприємства. Ігнорування принципів граничної корисності призводить до деформування структури національної економіки, зниження темпів економічного зростання, стагнації виробництва [12, с.205].

Для того, щоб задовольнити цікавість інвестора щодо «розумних» обсягів інвестування доцільним є проведення ретроспективного маржинального аналізу інвестиційної діяльності на підприємстві. Такий підхід до вирішення проблеми пошуку інвестором підприємства, спроможного забезпечити прибуток від інвестицій у задовільних обсягах, базується на розумінні раціональної інвестиційної діяльності як прийнятної для інвестора оптимуму граничних витратків та граничних доходів від інвестиційних програм, що реалізуються. Інвестиційна діяльність повинна продовжуватись до тих пір, поки граничні витратки від інвестицій не зрівняються з граничним доходом від даних вкладень [13, с.20]. Саме цей обсяг інвестиційної діяльності дає найбільшу корисність за умови, що до аналізу включаються всі значні витратки та доходи від інвестиційної діяльності.

Нехай  $i_{kt}$  – обсяг інвестицій у  $k$ -й напрям інвестування або інвестиційний проект на даному підприємстві у році  $t$ . Тоді сума інвестицій у  $n$  напрямів розвитку на підприємстві у році  $t$ :

$$I_t = \sum_{k=1}^n i_{kt}, \quad (1)$$

де  $k \in [1; n]$  – напрями інвестування або інвестиційні проекти на даному підприємстві.

Залежність доходу від інвестицій має вигляд функції від інвестицій:

$$D_t = f(I_t). \quad (2)$$

Функція витратків, які несе підприємство у зв'язку з інвестиційною діяльністю:

$$B_t = g(I_t). \quad (3)$$

До цих витратків можна віднести додаткові витрати на заробітну плату у зв'язку з необхідністю

збільшення кількості робітників у разі розширення виробництва, витрати на погашення відсотків по кредитах та ін. До визначення видатків, пов'язаних з інвестиціями слід віднести з увагою, оскільки вони можуть бути прихованими та не відображеними у офіційній звітності підприємства.

Вигляд функціональних залежностей доходу та видатків від інвестицій можна визначити засобами регресійного аналізу. Далі необхідно визначити граничний дохід та видатки від інвестицій. Гранична корисність дорівнює похідній від функції корисності по кількості блага згідно з теорією граничної корисності. Тому, по аналогії, граничний дохід від інвестицій дорівнюватиме:

$$ГД(I) = \frac{dD}{dI} . \quad (4)$$

Граничні видатки:

$$ГВ(I) = \frac{dB}{dI} . \quad (5)$$

Подальший розв'язок зводиться до визначення точки рівноваги, тобто такого обсягу інвестицій, коли при мінімальних видатках інвестор отримує максимальний дохід. Це точка перетину графіків граничного доходу та граничних видатків або результат розв'язку рівняння:

$$ГВ(I) = ГД(I) . \quad (6)$$

За результатами маржинального аналізу можна зробити висновок про доцільність інвестицій та їх обсяги. Слід зазначити, що такий аналіз можливий тільки за умов наявності інвестиційної історії у підприємства. З іншого боку, про інвестиційну привабливість підприємства складно говорити за будь-якого підходу до її розуміння, якщо немає достатнього обсягу даних для аналізу.

Прогнозована низька віддача від запланованих інвестицій може свідчити про неефективне управління інвестиціями, про знаходження підприємства на такій стадії життєвого циклу (старіння), коли необхідним є скорочення інвестицій для забезпечення зменшення втрат від низькорентабельних інвестиційних об'єктів. В такому випадку інвестиції потрібні тільки для підтримки необхідного рівня операційної діяльності, а підприємство потребує кардинальних змін, інновацій, перебудови та впровадження нових технологій для нарощування прибутків.

**Висновки.** У статті розглянуто існуючі визначення інвестиційної привабливості, та запропоновано нове визначення, що враховує спроможність підприємства приносити прибуток в обсягах, що задовольняють інвестора. Це визначення є більш точним у ситуації, коли інвестор не ставить мету отримання позаекономічних ефектів, оскільки узагальнена характеристика переваг та недоліків підприємства з використанням системи показників фінансового аналізу, факторів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства показує не стільки інвестиційну привабливість об'єкта інвестування, скільки слабкі та сильні місця підприємства в його фінансовому стані, методах управління та ін. Вони корисні для розробки стратегії інвестування, але не повністю відображають інвестиційну привабливість підприємства.

Запропоновано підхід до визначення інвестиційної привабливості з точки зору спроможності підприємства приносити прибуток в обсягах, що задовольняють інвестора. Цей підхід базується на ретроспективному маржинальному аналізі видатків та доходів підприємства від інвестицій.

Подальші дослідження полягають у визначенні поняття інвестиційної привабливості та розробці підходу до її оцінки для інших типів інвесторів, які націлені на отримання позаекономічних ефектів.

### Література

1. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій : затв. наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій 23.02.98.№ 22. // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію. – 1998. – № 7. – С. 18–28.
2. Носова О. В. Інвестиційна привабливість підприємства / О. В. Носова // Стратегічні пріоритети. – 2007. – № 1 (12). – С. 120–126.
3. Управление инвестициями / [В. В. Шеремет, В. М. Павлюченко, В. Д. Шапиро и др.]. – М. : Высш. шк., 1998. – Т. 1. – 416 с.
4. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент / Бланк И. А. – К. : Эльга-Н, Ника-Центр, 2001. – 448 с.
5. Севрюгин Ю. В. Оценка инвестиционной привлекательности промышленного предприятия : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. экон. наук / Севрюгин Ю. В. – Ижевск, 2004. – 27 с.
6. Валинурова Л. С. Управление инвестиционной деятельностью : [учебник] / Л. С. Валинурова, О.



Б. Казакова. – М. : КНОРУС, 2005. – 384 с.

7. Терещенко Э. Ю. Сущность инвестиционной привлекательности субъектов реального сектора экономики / Э. Ю. Терещенко, О. В. Коники // Экономика і організація управління. – 2010. – № 1 (7). – С. 72–80.

8. Щиборщ К. В. Оценка инвестиционной привлекательности предприятий / К. В. Щиборщ // Банковские Технологии. – 2000. – № 4. – С. 32–36.

9. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия : учеб. пособие / [Крылова Э. И., Власова В. М., Егорова М. Г. и др.]. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 192 с.

10. Пономаренко С. Ю. Підвищення інвестиційної привабливості підприємств вугледобувної промисловості : автореф. дис. на здобуття наук. ступення канд. екон. наук : 08.00.04 / НАН України Інститут економіки промисловості. – Донецьк, 2008. – 20 с.

11. Бабушкин В. А. Организация и методика анализа инвестиционной привлекательности хозяйствующего субъекта : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / Бабушкин В. А. – Воронеж, 2009. – 24 с.

12. Скірка Н. Я. Стимулювання інвестиційної діяльності як чинник оптимізації структури економіки країни: теоретичні та практичні аспекти / Н. Я. Скірка // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – № 8(6). – С. 205–214.

13. Дедиков А. И. Инвестиции и структура экономики Украины / Дедиков А. И. – Днепропетровск : ПГАСиА. ВТД и КМТ, 1997. – 92 с.

Надійшла 19.08.2011

**ЗАГАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ**

УДК 338.45:629.33:65.01.16

**Б. Є. ГРАБОВЕЦЬКИЙ**

Вінницький національний технічний університет

**Л. А. ПРИЦЮК**

Вінницький кооперативний інститут

**ОЦІНКА ПРІОРИТЕТНОСТІ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЗРОСТАННЯ ОБСЯГІВ РЕАЛІЗАЦІЇ АВТОМОБІЛІВ, ЗАПАСНИХ ЧАСТИН, ДОХОДУ ВІД НАДАННЯ ПОСЛУГ НА ОСНОВІ МЕТОДУ ЕКСПЕРТНИХ ОЦІНОК ДЕЛЬФІ**

*За допомогою методу Дельфі визначені, досліджені та прораховані фактори впливу, які обумовлюють зростання обсягів реалізації товарів і послуг на автомобільних дилерських підприємствах.*

*The factors of impact conditioning the growth in sales of goods and services at automobile dealer enterprise were determined, examined and calculated with the help of the Delphi method.*

*Ключові слова: експертні оцінки, метод Дельфі, ранг, експерти, фактори, дилери.*

**Вступ.** Ускладнення управління внаслідок загострення конкурентної боротьби зумовили прискорення впровадження прогнозування в управлінську діяльність. Підвищити гнучкість та адаптивність підприємств і організацій до зовнішнього середовища можливо лише шляхом своєчасного забезпечення прогнозною інформацією органів управління.

Існують певні проблеми, коли необхідно надати перспективні оцінки якісно новим процесам і явищам, які раніше не зустрічались в суспільному житті і про які, відповідно, відсутня вичерпна інформація.

Вирішення названих проблем навіть за умов відсутності теоретичних обґрунтувань досягається за рахунок умілого використання досвіду, інтуїції та знань спеціалістів, що працюють над розв'язанням відповідної проблематики.

Використання інтуїтивно-логічного аналізу обумовили розвиток і вдосконалення ряду методів, які дозволили значно поглибити дослідження проблем без їхньої кількісної формалізації. Серед названих методів варто виділити метод експертних оцінок Дельфі [1, 3–6], зокрема, й тому, що у теперішній час експертні оцінки є найбільш розповсюдженим способом отримання якісної інформації та її аналізу.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Метод експертних оцінок пропонується для проведення дослідження щодо аналізу господарської діяльності посередників загалом та окремих напрямів їхньої діяльності, оптимізації збуту та інш. Зазначений метод широко використовується у сучасній науці, зокрема, різні підходи до його використання запропоновані Шкардуном В.Д., Стреховою С.А., Граніною Н.А., Поповим Е. В., Стадніченко В.В. З урахуванням поставленої мети дослідження – визначення пріоритетних факторів, що впливають на зростання обсягів реалізації товарів і послуг, нами обраний метод Дельфі.

**Постановка завдання.** На підставі даних анкетного опитування працівників дилерських підприємств оцінити і прорахувати фактори, що обумовлюють зростання обсягів реалізації автомобілів, запасних частин та доходу від надання послуг.

Врахування даних факторів та визначення їхньої пріоритетності слугуватимуть ефективному плануванню:

- напрямків діяльності;
- розширення та розвитку;
- бюджету та розподілу фінансових потоків;
- підготовки персоналу.

**Результати дослідження.** Дослідження праць [2, 7, 8] надало можливість сформулювати систему факторів, які впливають на результати діяльності дилерських підприємств, викликають найбільше зацікавлення у споживачів та відсутність яких негативно позначається на ставленні потенційних клієнтів до таких підприємств. Дані фактори узагальнені в анкеті з метою отримання інформації, «...яку жодні інші джерела не можуть дати» [8]. Інформація, наведена у таблиці 1 є основою опитувальної анкети, яка надсилалась експертам для оцінки відносної важливості кожного фактора за 100-бальною системою. В інтервалі від 1 до 100 балів експерт мав визначити певну кількість балів, зокрема однакова кількість балів могла надаватись двом і більше факторам, якщо експерт вважав ці фактори рівнозначними.

Важливою проблемою є відбір не тільки якісного (обізнаності щодо досліджуваної проблематики, уміння узагальнювати свій досвід з іншими спеціалістами тощо), але й кількісного складу експертів.

Нарівні з розрахунковими методами обчислення розміру експертної групи рекомендується довільна чисельність експертів в межах від 10 до 20 чоловік, хоча в деяких випадках допускається більша або менша її чисельність 3,5.

За даними анкетування формується матриця балів, на основі якої складається матриця рангів. Ранг – це порядковий номер, що визначає місце кожного фактора в загальній сукупності. Ранги, зазвичай,

відповідають числам натурального ряду 1,2,3,...,  $n$ , де  $n$  – кількість ранжованих показників. Ранг, що дорівнює одиниці присвоюється найважливішому фактору; ранг зі значенням  $n$  – найменш важливому факторові. Якщо експерт надав однакоvu кількість балів декільком факторам, то їм присвоюються стандартизовані ранги, які обчислюються як частка від ділення суми місць, зайнятих факторами з однаковими рангами до загальної кількості таких альтернатив.

Таблиця 1

**Фактори, які безпосередньо впливають на збільшення об'ємів реалізації продукції та послуг**

1	Ціна
2	Якість
3	Строк гарантії
4	Кількість додаткових опцій, що включаються до ціни
5	Прийнятні умови кредитування або лізингу
6	Прийнятні умови страхування
7	Наявність мережі сервісних центрів, які виконують гарантійний ремонт
8	Можливість встановлення додаткового обладнання на новий автомобіль: газобалонного обладнання, декоративних елементів, аудіо системи, протиугінних пристроїв, антикорозійного захисту
9	Регулярність проведення акцій
10	Стимулююча система оплати праці персоналу, зайнятого реалізацією автомобіля
11	Запровадження санкцій до персоналу за порушення правил реалізації
12	Інформаційно-рекламна підтримка діяльності автосалону
13	Рівень оснащення автосалону
14	Ступінь самостійності
15	Наявність достатнього асортименту оригінальних запчастин
16	Швидкість виконання замовлень
17	Наявність гарантії на запасні частини та послуги сервісу
18	Наявність додаткових послуг: прибирання салону, сезонне зберігання шин, послуги евакуатора, motelі, кафе

Для оцінки відносної важливості факторів, що містяться в анкеті, використовується система статистичних показників.

Введемо такі умовні позначення:

$m$  – кількість експертів, що взяли участь в колективній експертній оцінці ( $m = 12$ );

1;2;3;...;  $i$ ; ...;  $m$  – можливі номери експертів;

1;2;3;...;  $j$ ; ...;  $n$  – можливі номери факторів;

$m_j$  – кількість експертів, що оцінили  $j$ -й фактор (фактор вважається оціненим, якщо кількість балів більше нуля);

$m_{100j}$  – кількість максимально можливих оцінок (100 балів), отриманих  $j$ -м показником;

$C_{ij}$  – оцінка відносної ваги (в балах), наданих  $i$ -м експертом  $j$ -му фактору;

$R_{ij}$  – ранг, отриманий  $j$ -м фактором від  $i$ -го експерта.

Нижче наведені формули для розрахунків основних характеристик анкетного опитування для кожного фактора:

середня величина в балах

$$\mu_j = \frac{\sum_{i=1}^m C_{ij}}{m}; \quad (1)$$

середній ранг

$$\bar{S}_{ij} = \frac{\sum_{i=1}^m R_{ij}}{m}; \quad (2)$$

частота максимально можливих оцінок

$$K_{100j} = \frac{m_{100j}}{m_j}; \quad (3)$$

коефіцієнт активності експертів

$$K_{100j} = \frac{mj}{m}; \quad (4)$$

середня вага кожного фактора (нормована оцінка)

$$W = \frac{\sum_{i=1}^m W_{ij}}{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m W_{ij}}; W_{ij} = \frac{C_{ij}}{\sum_{j=1}^n C_{ij}}; \quad (5)$$

для визначення розкиду оцінок експертів, у балах, розраховується показник розмах варіації:

$$L_j = C_j \max - C_j \min, \quad (6)$$

де  $L_j$  – розмах оцінок, в балах, наданих  $j$ -му фактору;

$C_j \max, C_j \min$  – відповідно максимальна і мінімальна оцінка в балах, наданих  $j$ -му фактору.

Кінцеві висновки щодо впливу окремих факторів на досліджуваний процес (об'єкт, явище) можна зробити лише за умови певного ступеня узгодженості думок експертів, який оцінюється за коефіцієнтом конкордації:

$$K_{\text{кон}} = \frac{\sum_{j=1}^n d_j^2}{\frac{1}{12} \left[ m^2 (n^3 - n) - m \sum_{i=1}^m T_i \right]}, \quad (7)$$

де  $K_{\text{кон}}$  – коефіцієнт конкордації;

$d_j$  – різниця між сумою рангів за  $j$ -м фактором і загальною середньою сумою, яка визначається за формулою.

$$d_j = S_j - \frac{\sum_{j=1}^n S_j}{n},$$

де  $S_j$  – сума рангів, наданих  $j$ -му фактору,  $S_j = \sum_{i=1}^m R_{ij}$ ,  $\frac{\sum_{j=1}^n S_j}{n}$  – середня арифметична сума рангів усіх  $n$  видів факторів;

$T_i$  – допоміжний показник, що визначається за формулою.

$$T_i = \sum_{t=1}^L (t^3 - t),$$

де  $L$  – кількість груп однакових рангів;

$t_l$  – кількість однакових рангів у певній групі.

Ступінь узгодженості вважається прийнятною, якщо  $K_{\text{кон}} \geq 0,5$ .

Статистична значущість (істотність) коефіцієнта конкордації перевіряється за критерієм Пірсона ( $\chi_p^2$ ) – розрахункове значення критерію Пірсона.

$$\chi_p^2 = \frac{\sum_{j=1}^n d_j^2}{\frac{1}{12} \left[ m \cdot n \cdot (n+1) - \frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^m T_i \right]}, \quad (8)$$

де  $\chi_p^2$  – розрахункове значення критерію Пірсона.

Розрахункове значення критерію Пірсона ( $\chi_p^2$ ) зіставляється з табличним значенням ( $\chi_{T^2}$ ) за  $n-1$  ступенів свободи та довірчої ймовірності  $P = 0,95$  або  $P = 0,95$ .

Коефіцієнт конкордації ( $K_{\text{кон}}$ ) вважається значущим, якщо  $\chi_p^2 \geq \chi_{T^2}$ .

Існує думка, що експертне опитування слід проводити у чотири тури. Після кожного туру результати розрахунків направляються всім експертам, що дозволяє їм анонімно ознайомитись з оцінками колег і внести, за бажанням, корективи до оцінки факторів. Водночас є точка зору, що в деяких випадках допускається опитування у два тури [1]. На нашу думку, процес опитування доцільно завершити після отримання прийнятного рівня узгодженості думок експертів.

Проведені нами дослідження дозволили після другого туру опитування отримати досить прийнятні результати, про що свідчать значення відповідних показників (табл.2).

Значення коефіцієнта конкордації  $K_{\text{кон}} = 0,718$  свідчить про високу ступінь узгодженості думок експертів.

Критерій Пірсона (табличний) за  $n-1=17$  та  $P = 0,99$  становить  $\chi_{T^2} = 33,41$ . Отже,  $\chi_p^2 \geq \chi_{T^2}$ , що свідчить про статистичну істотність коефіцієнта конкордації.

Таблиця 2

## Узагальнена оцінка узгодженості думок експертів

Назва показників	Умовне позначення	Значення показника
Коефіцієнт конкордації	$K_{\text{кон}}$	0,718
Суттєвість коефіцієнта конкордації	$\chi_p^2$	146,52

Безперечний інтерес має виявлення експертів, оцінка яких негативно вплинула на ступінь узгодженості думок експертів, і тих, думка яких позитивно вплинула на загальну узгодженість. Для цього слід визначити коефіцієнти конкордації після послідовного виключення із групи експертів анкетних відповідей одного з них і розрахувати за такими даними коефіцієнти конкордації (табл. 3).

Таблиця 3

## Коефіцієнти конкордації, розраховані шляхом послідовного виключення одного із експертів

Виключається експерт	Коефіцієнт конкордації ( $K_{\text{кон}}$ )	Суттєвість коефіцієнта конкордації ( $\chi_p^2$ )
0	0,718	146,512
1	0,712	133,212
2	0,717	134,129
3	0,754	141,051
4	0,704	131,656
5	0,720	134,732
6	0,739	138,105
7	0,714	133,440
8	0,707	132,264
9	0,712	133,082
10	0,737	137,800
11	0,727	135,865
12	0,703	131,515

За участі всієї експертної групи коефіцієнт конкордації  $K_{\text{кон}} = 0,718$ . Якщо при виключенні певного експерта коефіцієнт конкордації зростає, то такі експерти негативно впливають на ступінь узгодженості всієї групи експертів. До таких експертів відносяться експерти за номерами 3; 6; 10; 11. І, навпаки, якщо коефіцієнт конкордації знижувався, то виключені із групи експерти позитивно впливали на загальну узгодженість думок (експерти 4; 8; 12). Зазначимо, що незначні зміни не враховувалися.

Водночас варто зауважити, що відсутність будь-якого із експертів в опитувальній групі суттєво не вплинуло на загальний рівень узгодженості думок експертів.

Дійсно, значних розбіжностей думок експертів не спостерігається, про що свідчать відносно незначні відхилення значень коефіцієнтів конкордації. Так, значення коефіцієнта конкордації змінюється в межах 0,703–0,754. Якщо порівняти значення коефіцієнта конкордації для всієї групи експертів з максимальним і мінімальним значенням, то відхилення становить відповідно 0,036 і 0,015.

Високий ступінь узгодженості думок експертів та статистична істотність коефіцієнта конкордації дозволяє зробити висновок щодо рівня відносної важливості факторів, що впливають на величину отриманого доходу дилерськими підприємствами, базуючись на результатах розрахунків, отриманих за формулами (1-6).

У таблиці 4 наведені результати розрахунків статистичних показників. Нумерація факторів табл. 4 співпадає з нумерацією факторів табл. 1.

**Статистична оцінка порівняльної важливості факторів, що визначають обсяг реалізації продукції та послуг**

Порядковий номер факторів згідно табл. 1	Статистичні коефіцієнти (показники)					Розмах балів, $L_j$
	Середнє значення балів, $\mu_j$	Середнє значення рангів, $\bar{S}_j$	Частота максимально можливих оцінок, $K_{j100}$	Коефіцієнт активності експертів, $K_{abj}$	Середня вага показника (нормована оцінка), $\bar{W}_j$	
1	95,833	1,500	0,583	1,000	0,133	10,0
2	95,000	1,500	0,583	1,000	0,132	20,0
3	45,000	6,795	0	1,000	0,061	30,0
4	37,000	9,042	0	1,000	0,050	45,0
5	61,250	4,750	0	1,000	0,085	40,0
6	26,250	11,917	0	1,000	0,036	30,0
7	50,417	5,458	0	1,000	0,069	40,0
8	36,250	9,167	0	1,000	0,049	50,0
9	35,833	9,917	0	1,000	0,049	40,0
10	37,917	8,750	0	1,000	0,051	40,0
11	25,833	12,792	0	1,000	0,035	30,0
12	44,167	7,042	0	1,000	0,060	30,0
13	33,083	9,333	0	1,000	0,050	35,0
14	26,667	12,542	0	1,000	0,036	40,0
15	17,083	15,750	0	1,000	0,024	15,0
16	24,583	13,125	0	1,000	0,033	20,0
17	18,333	15,458	0	1,000	0,025	30,0
18	16,667	16,167	0	1,000	0,022	25,0

Найважливішим вважається фактор, який характеризується найбільшим значенням середнього балу ( $\mu_j$ ), мінімальним розміром середнього рангу ( $\bar{S}_j$ ), максимальним значенням середньої ваги ( $\bar{W}_j$ ).

Дані табл. 4 свідчать, що експерти надали перевагу ціні та якості товару, причому зазначеним факторам експерти надали однакову оцінку, що є цілком виправданим.

Водночас за даними табл. 4 складно охопити послідовність відносного значення окремих факторів. Тому в табл. 5 наведені фактори, які розміщені послідовно їхньої відносної важливості.

Таблиця 5

**Ранжування факторів за відносною важливістю**

Номер згідно з відносною важливістю	Номер згідно з анкетою (табл. 1)	Фактор	Середній ранг
1	1	Ціна	1,500
2	2	Якість	1,500
3	5	Прийнятні умови кредитування або лізингу	4,750
4	7	Наявність мережі сервісних центрів, які виконують гарантійний ремонт	5,458
5	3	Строк гарантії	6,792
6	12	Інформаційно-рекламна підтримка діяльності автосалону	7,042
7	10	Стимулююча система оплати праці персоналу, зайнятого реалізацією автомобіля	8,750
8	4	Кількість додаткових опцій, що включаються до ціни	9,042
9	8	Можливість встановлення додаткового обладнання на новий автомобіль : газобалонного обладнання, декоративних елементів, аудіо системи, протиугінних пристроїв, антикорозійного захисту	9,167
10	13	Рівень оснащення автосалону	9,333
11	9	Регулярність проведення акцій	9,917
12	6	Прийнятні умови страхування	11,917
13	14	Ступінь самостійності	12,542
14	11	Запровадження санкцій до персоналу за порушення правил реалізації	12,792
15	16	Швидкість виконання замовлень	13,125
16	17	Наявність гарантії на запасні частини та послуги сервісу	15,458
17	15	Наявність достатнього асортименту оригінальних запчастин	15,750
18	18	Наявність додаткових послуг: прибирання салону, сезонне зберігання шин, послуги евакуатора, мотелі, кафе	16,167

Отже, перші два місця з однаковим значенням середнього рангу, прийнятого як критерій оцінки відносної важливості, експерти надали ціні та якості реалізованої продукції.

Як і очікувалось, експерти відмітили також такі чинники, як прийнятні умови кредитування або лізингу, наявність мережі сервісних центрів, які виконують ремонт, строк гарантії на автомобілі.

Водночас експерти не надали належної уваги таким факторам, як наявність гарантії на запасні частини та послуги сервісу, наявність достатнього асортименту оригінальних запасних частин, наявність додаткових послуг.

Значні аналітичні можливості у процесі аналізу результатів експертного опитування надає матриця переваг, яка формується на основі матриці рангів. Суть матриці переваг полягає в тому, щоб оцінити, скільки експертів надають перевагу певному фактору у порівнянні з іншими, або іншими словами, матриця переваг визначає число випадків, коли фактор  $j$  визначається більш важливим за фактор  $k$  (табл. 6).

Таблиця 6

Матриця переваг

Нумерація факторів за даними табл. 1	Нумерація факторів (за даними табл. 1)																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	-	5	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
2	5	-	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
3	0	0	-	8	1	9	2	7	9	7	10	3	10	10	12	11	11	11
4	0	0	3	-	2	8	3	5	6	6	8	4	4	8	10	9	10	11
5	0	0	8	10	-	12	6	9	10	10	11	8	10	11	12	12	11	12
6	0	0	1	2	0	-	2	4	3	4	4	2	2	5	9	7	9	7
7	0	0	6	8	4	10	-	10	9	10	11	7	10	10	12	12	12	12
8	0	0	3	4	2	5	1	-	6	5	9	4	4	9	11	10	11	11
9	0	0	1	4	1	8	1	5	-	4	8	2	5	6	9	9	9	11
10	0	0	2	6	1	8	1	4	5	-	12	2	5	10	11	10	11	12
11	0	0	1	3	0	3	1	3	3	0	-	0	2	5	9	5	8	7
12	0	0	3	7	1	10	3	7	7	5	10	-	9	10	12	11	11	12
13	0	0	1	5	2	7	1	6	6	4	8	2	-	8	11	9	11	12
14	0	0	0	3	0	5	1	2	1	1	5	1	2	-	9	6	9	9
15	0	0	0	0	0	2	0	0	1	1	1	0	1	2	-	1	1	6
16	0	0	1	2	0	5	0	2	2	1	5	0	1	4	9	-	9	10
17	0	0	1	0	0	2	0	0	1	0	1	0	0	3	1	2	-	7
18	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	2	5	0	4	-

Аналіз матриці переваг дозволяє зробити такі висновки. Першому показнику – ціні – надали перевагу у порівнянні з другим показником – якість товару – 5 експертів, у порівнянні з іншими показниками – всі 12 експертів. Другому показнику надали перевагу 5 експертів, у порівнянні з іншими показниками – 12 експертів.

Третью показнику у порівнянні з першими двома жоден експерт не надав перевагу, у порівнянні з четвертим – вісім експертів, п'ятим – один експерт, шостим – дев'ять і т.д.

Зазначимо, що при рівності значення середнього рангу жодному з показників не надається перевага.

Висновок. Кожен управлінський акт складається із двох частин – аналітичної і конструктивної [3]. Аналітична складова процесу управління по суті формує інформаційний і рекомендаційний матеріал для розробки і прийняття управлінських рішень (конструктивної складової). Інформаційною базою для аналітичної складової прийняття рішень служать результати прогнозних оцінок.

Тому аналітично-прогнозне забезпечення управлінських рішень займає у наш час центральне місце в управлінні як дилерських, так і дистрибуторських компаній.

Проведені за методом Дельфі дослідження дозволили проранжувати за рівнем важливості сукупність факторів, відібраних на основі теоретичних досліджень. У результаті виокремлені фактори, які найбільшим чином впливають на зростання обсягів реалізації автомобільної продукції та послуг сервісного та гарантійного обслуговування.

Інформація щодо відносної важливості факторів дозволяє дистрибуторським та дилерським підприємствам звернути насамперед увагу на ті фактори, які найбільшою мірою впливають на вибір споживачів автомобільної продукції.

Результати дослідження сприятимуть запровадженню системи планових заходів, які зорієнтовані на підвищення ефективності діяльності підприємств.

## Література

1. Бешелев С. Д. Математико-статистические методы экспертных оценок / С. Д. Бешелев, Ф. Г. Гурвич. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Статистика, 1980. – 263 с.
2. Волгин В. В. Автобизнес. Техника, сервис, запчасти : в 2 т. / В. В. Волгин. – М. : Издательско-книготорговый центр “Маркетинг”, 2003. – 848 с.
3. Гнатієнко Г. М. Експертні технології прийняття рішень : [монографія] / Г. М. Гнатієнко, В. Є. Снитюк. – К. : ТОВ „Маклаут”, 2008. – 444 с.
4. Грабовецький Б. Є. Методи експертних оцінок: теорія, методологія, напрями використання : [монографія] / Б. Є. Грабовецький. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – 171 с.
5. Китаев Н. Н. Групповые экспертные оценки / Китаев Н. Н. – М. : Знание, 1975. – 64 с.
6. Мартино Дж. Технологическое прогнозирование / Мартино Дж. – М. : Прогресс, 1977. – 519 с.
7. Скибінський С. В. Маркетинг : [підручник] / Скибінський С. В. – Львів, 2000. – 640 с.
8. Стадніченко В. В. Аналіз методів оцінювання господарської діяльності партнерів зі збуту [Електронний ресурс] / В. В. Стадніченко // Економічний вісник Національного технічного університету України. – 2009. – № 6. – С. 306–316. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Evkpi/2009/11.pdf](http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Evkpi/2009/11.pdf)

Надійшла 13.08.2011

УДК 658.012.32:338.1

М. І. РОМАНИШИН

Національний університет “Львівська політехніка”

## МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*В статті розглянуто сутність економічної стабільності підприємства та її складові, схематично змодельовано процес функціонування підприємства в умовах економічної стабільності. Удосконалено класифікацію факторів, що впливають на формування економічної стабільності підприємства. Запропоновано послідовність етапів формування стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства, її тактики та сукупність загальних і специфічних принципів її формування.*

*In this article the essence of the corporate economic stability and its main components are analyzed, as well as the enterprise's functioning in the economic stability conditions is modelled. The arrangement of the key corporate economic stability factors is improved. The stages' sequence of the strategy development of the corporate economic stability, its tactics, as well as the main general and specific principles are proposed.*

*Ключові слова: економічна стабільність підприємства, фактори, стратегія, тактика, принципи.*

**Вступ.** На сьогоднішній день доволі складно управляти підприємствами через повну непередбачуваність ринкових обставин. Ця непередбачуваність проявляється в мінливості ринкового середовища, динамічності в процесах інноваційного розвитку та науково-технічного прогресу, постійних загрозах зі сторони конкурентів, економіко-політичної розбалансованості тощо. Наявність наведених вище обставин вимагає, щоб управлінський апарат суб'єктів господарювання вдався до розробки конкретного комплексу заходів, який би допоміг підприємству забезпечити стабільність його функціонування. Такий своєрідний “захист” у формі стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства в перспективі допоможе підприємству уникати негативних впливів зі сторони фінансових криз, економічних ризиків, розбалансованості економічної, політичної, соціальної сфер тощо.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Сутність економічної стабільності підприємства, її основні особливості та складові, а також відмінність від подібних понять, досліджували в своїх працях Любченко Н.Л., Шпак М.М., Чигиринець О.А., Шандова Н.В., Дмитрієв І.А. та ін. [1–11]. Передумови розвитку стратегічного менеджменту як науки, сутність та види стратегій підприємства, деталізована послідовність етапів їх формування тощо представлені в роботах таких закордонних та вітчизняних науковців як Портер М., Ансофф І., Люкшинов А.Н., Кіндрацька Г.І., Наливайко А.П., Ковтун О.І. та ін. [12–18]. Проте, в економічній літературі практично не приділяється увага комплексному питанню побудови стратегій, спрямованих на забезпечення підприємства економічною стабільністю, що й ініціювало тематику та напрям даних досліджень.

Основними завданнями даної статті є: уточнення поняття економічної стабільності підприємства та виокремлення її складових; розвинення класифікації факторів, що впливають на формування економічної стабільності підприємства; удосконалення послідовності етапів формування стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства та тактики її впровадження, а також сукупності загальних та специфічних принципів її формування.

**Виклад основного матеріалу.** Термін “стабільність” бере свої початки з природничих наук, в яких він характеризує здатність до тривалого існування та збереження протягом певного періоду часу, стійкий стан тощо. Проте, якщо в природничих науках дане поняття має статичний характер, то в економіці воно



розвинулось та модифікувалось до динамічного [1]. В окремих літературних джерелах [2, 3] стабільність прирівнюють до стійкості, тривкості, сталості, незмінності, тривалого збереження певного стану, здатності певної системи функціонувати, не змінюючи структури, та знаходитись в рівновазі. Відтак стабільність – це міцність та надійність цілісної системи, її зв'язків та спроможність навіть при зміні внутрішніх та зовнішніх умов ефективно адаптовуватись та підтримувати заданий рівень основних параметрів [2, 3]. Очевидно, що категорію “стабільність” характеризують через категорії “надійність” та “стійкість” і навпаки. Основними характеристиками стабільності є частота прояву певного явища, стійкості – рівновага, надійності – безпомилковість. В комплексі надійність, стійкість та стабільність є взаємозалежними категоріями, що спроможні забезпечити ефективність функціонування певного об'єкту [4].

В економічній енциклопедії [5] подається визначення поняття економічної дестабілізації як “різке порушення рівноваги економічної системи, її нестійкість та розбалансованість”. Відповідно до цього, економічну стабільність доцільно розглядати як здатність забезпечення рівноваги економічної системи, її стійкості та збалансованості. Очевидно, що основні властивості економічної стабільності підприємства матимуть певні відмінності залежно від галузі, в якій воно функціонує, видів виробничо-господарської діяльності, кон'юнктури ринку тощо. Крім того, залежно від ситуації, вага чи інтенсивність впливу факторів забезпечення економічної стабільності підприємства також різнитимуться, тому теоретико-методологічні основи забезпечення стабільності виробничо-господарських суб'єктів повинні розроблятися з урахуванням специфіки кожної галузі. Так Чигиринець О.А. [6], аналізуючи діяльність автотранспортних підприємств, зазначає, що економічна нестабільність проявляється у неспроможності розвивати і адаптувати наявні послуги відповідно до потреб, що диктує ринок, у нестачі фінансово-економічного забезпечення, що спричинює слабкий організаційно-технічний рівень розвитку підприємства, у недостатній ефективності управлінських рішень тощо. Аналізування діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств вказує на необхідність побудови комплексного підходу до управління підприємством та забезпечення його економічної стабільності. Тут йдеться про формування набору інструментів, що комплексно даватимуть підприємству змогу виживати у кризових ситуаціях, прогнозувати динаміку зміни факторів зовнішнього середовища та рівень їх впливу, розробляти відповідні превентивні заходи, трансформуючи їх в доцільні управлінські рішення [7].

Любченко Н.Л. [1] дає визначення економічній стабільності як “складному економічному поняттю, яке визначає місце суб'єкта підприємництва як підсистеми у системі більш високого порядку”. Автор [1] характеризує економічну стабільність підприємства через призму набору ключових його складових, тобто виробничої, організаційної та фінансової діяльності, ресурсного забезпечення тощо, що відображають взаємодію підприємства з економічними суб'єктами різних рівнів, та здатність ефективно функціонувати в динамічному зовнішньому середовищі. Таким чином, щоб забезпечити підприємство економічною стабільністю, необхідно вжити комплекс економічних, технічних, організаційно-правових та інших заходів за допомогою фінансових, виробничих, інформаційних, технічних, людських тощо ресурсів з врахуванням місії та цілей підприємства. Шандова Н.В. зазначає, що концепція економічної стабільності підприємства полягає в максимальному значенні зростання економіки підприємства при мінімальній відхиленні економічної системи підприємства від рівноваги [7].

Опрацювання літературних джерел та власні дослідження дали змогу запропонувати визначення економічної стабільності підприємства, виділити її основні складові та побудувати графічну модель процесу функціонування підприємства в умовах економічної стабільності. Оскільки економічна стабільність підприємства є доволі комплексним поняттям, на нашу думку, її основними складовими є фінансова, виробнича та соціальна стабільність. Фінансова стабільність характеризує, наскільки фінансово-економічна сторона виробничо-господарської діяльності підприємства є ефективною, що оцінюється відповідними фінансово-економічними показниками. Виробнича стабільність характеризує перебіг виробничо-технологічного процесу на підприємстві на основі аналізування відповідних технологічних показників. Ефективність соціальної сфери виробничо-господарської діяльності підприємства за допомогою оцінювання відповідних показників відображає рівень соціальної стабільності підприємства.

З графічної моделі процесу функціонування підприємства в умовах економічної стабільності (рис. 1) видно, що підприємство є відкритою системою з входом (ресурси) та виходом (готова продукція, послуги), тісно взаємодіючими керуючою та керованою системою, органічна взаємопов'язаність яких спрямована на забезпечення підприємства економічною стабільністю (фінансовою, виробничою та соціальною), а також факторами зовнішнього середовища (фактори макrorівня та мезорівня) та внутрішнього середовища, що впливають на її формування. Таким чином, у ході дослідження встановлено, що поняття економічної стабільності підприємства являє собою такий стан підприємства, зокрема його фінансової, виробничої та соціальної складових, за якого воно гармонійно функціонує в бізнес-середовищі, задовольняючи потреби внутрішнього та зовнішнього середовища, при умові, що параметри його діяльності мають мінімальні відхилення від певних нормативних значень та демонструють постійний його розвиток.

Процес забезпечення підприємства економічною стабільністю залежить від дії багатьох факторів, дослідження та аналізування яких є визначальним не лише для процесу формування стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства, а й для успішного функціонування суб'єкта господарювання

загалом. На сьогоднішній день в економічній літературі існує чимало підходів до класифікації основних факторів, що впливають на формування економічної стабільності підприємства, проте наразі не розроблено узагальненої класифікації, яка б комплексно та вичерпно дала змогу дослідити та вивчити ті чинники, які можуть служити як перевагою та створювати позитивні передумови для подальшого розвитку підприємства, так і становити загрозу для його стабільної діяльності.

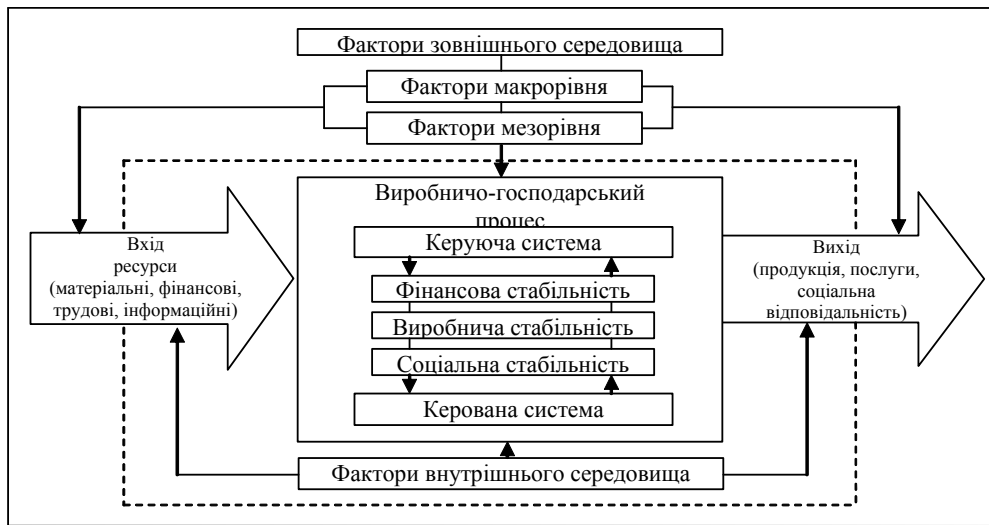


Рис. 1. Процес функціонування підприємства в умовах економічної стабільності

Чигиринець О.А. [6, 8], досліджуючи стабільність функціонування автотранспортних підприємств, стверджує, що основні фактори, які визначають економічну стабільність підприємства, доцільно ділити на зовнішні та внутрішні. До переліку зовнішніх факторів автор відносить, в основному, фактори зовнішнього середовища організації прямої та непрямої дії, а саме: рівень забезпеченості сировиною; соціально-економічну траєкторію макропроцесів та регуляторів втручання з боку держави; загальний рівень розвитку техніки та технології; стан розвитку науки, як фундаментальної, так і прикладної; систему законодавчо-правових відносин; орієнтованість економіки держави на реформування та інновації; співвідношення суб'єктів господарювання різних форм власності. Тобто можна зазначити, що зовнішні фактори забезпечення економічної стабільності підприємства є прерогативою держави, від політичного курсу, реформ та макропроцесів якої, прямо чи опосередковано, залежатиме перспектива подальшого функціонування підприємства. Внутрішні фактори забезпечення економічної стабільності підприємства достатньо тісно переплітаються з мікросередовищем та формуються на основі факторів внутрішнього середовища організації, тобто її ситуаційними та рушійними силами [6, 8, 9]. Таким чином, автори [6, 8] суди відносять: системи і методи керування; рівень технічного і технологічного забезпечення виконання послуг; нововведення в організаційно-технологічні аспекти роботи; моделювання комерційної стійкості роботи підприємства; механізм моделювання основних економічних показників підприємства і їхній вплив на результативні виміри: "ефект – ефективність".

В процесі дослідження сутності економічної стабільності були проаналізовані деякі економічні журнали, в тому числі і ті, що мають найбільші темпи росту динаміки аудиторії серед щотижневих ділових видань за період 2005–2008 років в Україні. В результаті цього були відібрані та проранжовані відповідно до частоти згадування у економічних виданнях фактори, що впливають на економічну стабільність підприємства (від обсягу прибутку до чинників глобалізації) [10]. Одержані результати, тобто перелік факторів забезпечення економічної стабільності підприємства та частота їх згадування у відсотках, представлені на рис. 2.

Незважаючи на перелік попередньо наведених факторів макросередовища, що впливають на формування економічної стабільності підприємства, автори [10] стверджують, що ними можна знехтувати, оскільки дані чинники будуть однаковими для всіх підприємств, що функціонують в одній галузі або промисловій групі. Тим не менше, у виданні [11] економічні аналітики сформуливали перелік факторів, що дають змогу забезпечити стабільність функціонування польських підприємств (в умовах сучасної світової кризи), що підтверджує доцільність врахування чинників макросередовища. Серед основних факторів, що здатні забезпечити стабільне функціонування підприємств Польщі, виділені:

- здорова фінансова система країни, що дає можливість підприємствам брати кредити в банках;
- достатній споживчий попит в країні;
- зниження цін на нафту, що дає можливість відсіяти спекуляції на цьому ринку, знизити транспортні витрати та створити населенню умови для заощаджень;
- ослаблення (в припустимих межах) національної валюти, яке створює економічну вигоду для

експортерів;

- фінансування з фондів Європейського Союзу, що спрямовуються на інвестування в підприємства та інфраструктурні проекти;
- відносна стабільність на ринку нерухомості тощо.



Рис. 2. Частота згадувань в ділових виданнях факторів, що впливають на формування економічної стабільності підприємства

У результаті проведених досліджень систематизовано та розвинуто класифікацію факторів, тобто рушійних механізмів, що впливають на формування економічної стабільності підприємства (рис. 3), де особлива увага відводиться класифікаційній ознаці “рівень впливу”, відповідно до якої виділяються фактори макrorівня (економічне зростання в державі, законодавчо-правова база, політична стабільність, економічні важелі, міжнародні події та відносини, попит та вибагливість вітчизняних споживачів, географічне розміщення та рівень забезпеченості природними ресурсами, ціни на енергоресурси, соціально-культурний рівень суспільства, розвиток науки, техніки і технології), мезорівня (рівень розвитку інфраструктури, бар’єри для входу на ринок та виходу з нього, наявність існуючих та потенційних конкурентів, специфіка галузі, в якій функціонує підприємство, наявність товарів-замінників, стан та перспективи розвитку суміжних галузей, стадія життєвого циклу галузі, налагодженість каналів постачання – збут, рейдерство) та мікрорівня (рівень ресурсозабезпеченості, фінансово-економічні показники підприємства, громіздкість виробничого процесу, стан технології та орієнтація на інновації, якісне стратегічне планування, ефективність управлінського апарату, стадія життєвого циклу підприємства, стадія життєвого циклу виготовленої продукції, стан корпоративної культури).



Рис. 3. Удосконалена класифікація факторів, що впливають на формування економічної стабільності підприємства

Сформована нами класифікація підтверджує комплексність та багатофакторність впливу на підприємство та рівень його економічної стабільності, коли при здійсненні виробничо-господарської діяльності необхідно враховувати не лише складність внутрішнього середовища підприємства та його

потенціал, тенденції змін у процесах держави та міжнародного оточення, а й специфіку галузі, в якій функціонує підприємство, та її подальші перспективи. Підсумовуючи, зазначимо, що оскільки сукупність досліджених нами факторів здатна впливати на формування економічної стабільності підприємства, ґрунтовне їх вивчення є необхідною умовою грамотного оцінювання рівня економічної стабільності підприємства, а відтак і ефективного формування стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства.

На основі опрацьованих за темою дослідження літературних джерел сформульовано сутність стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства, що полягає у формуванні комплексної програми дій, спрямованої на досягнення та збереження цілісності відкритої системи підприємства, ефективне пристосування до ймовірних змін та забезпечення неперервності його розвитку; крім того, сформовано вимоги, яким вона повинна відповідати (миттєвість реагування та пристосування до змін; системність та комплексне охоплення всього підприємства; чіткі “рамки” часових, фінансових, матеріальних та трудових ресурсів; лаконічність, зрозумілість для сприйняття; адресність та чітке коло відповідальних осіб; реальність реалізації). Запропоновано послідовність етапів формування стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства (рис. 4).



Рис. 4. Схематичне зображення етапів формування стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства

Розглянемо детальніше ці етапи.

Етап 1. Інформаційне забезпечення процесу формування стратегії забезпечення економічної стабільності полягає в зборі, обробці, структуризації та підготовці до використання інформації, необхідної для формування та реалізації стратегії. Дана інформація дасть можливість дослідити фактори, що впливають на формування економічної стабільності підприємства, виокремити основні показники, що характеризують економічну стабільність підприємства, обчислити наявний рівень економічної стабільності підприємства та ідентифікувати його проблемні зони, сформувати адекватні обставинам цілі та ефективно обрати відповідну стратегію серед можливих альтернативних варіантів. На даному етапі, також, передбачається налагодження комунікаційних процесів на підприємстві, використання сучасних інформаційних програм та технологій.

Етап 2. Оцінювання наявного рівня економічної стабільності підприємства та ідентифікація проблемних зон. Реалізація даного етапу полягає у комплексному оцінюванні факторів, що впливають на формування економічної стабільності підприємства, та виборі найвагоміших з них відповідно до основних складових економічної стабільності підприємства. Після детального аналізу середовища функціонування підприємства добиратимуться та обчислюватимуться основні показники, що характеризують економічну стабільність підприємства, а також визначатимуться їх інтегральні значення. Це дасть змогу виокремити ті проблемні сфери на підприємстві, що потребують відповідних заходів та на удосконалення яких і спрямовуватиметься розроблена стратегія.

Етап 3. Обґрунтування та здійснення стратегічної націленості полягає у визначенні, на яку саме проблемну зону (що була ідентифікована на попередньому етапі) – фінансово-економічну, технологічну, соціальну – скеровуватиметься сформована нами стратегія забезпечення економічної стабільності підприємства, відповідно до чого в подальшому ставитимуться конкретні цілі, розроблятимуться сценарії, формуватимуться альтернативні стратегії.

Етап 4. Формування цілей. Після того, як на попередніх етапах було визначено наявний рівень економічної стабільності підприємства та обґрунтовано стратегічну націленість стратегії, а також,

враховуючи заплановані основні орієнтири подальшого розвитку підприємства, доцільно сформувані відповідні цілі. Цілі повинні відповідати наступним критеріям: бути досяжними та водночас вирішувати складні завдання для підприємства, конкретними і підлягати вимірюванню, перспективними та взаємодоповняльними, не протирічити одна одній тощо, а також формуватись з врахування впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. Важливо, щоб встановлені цілі чітко розумілись та сприймалися всіма працівниками організації, що сприятиме “виробленню” особистих мотивів працівників стосовно їх досягнення.

Етап 5. Моделювання варіантів сценаріїв розвитку подій. Побудова варіантів сценаріїв розвитку подій, а точніше прогнозування показників, що характеризують економічну стабільність підприємства, здійснюватиметься за допомогою методу математичного моделювання – математичного апарату штучних нейронних мереж (ШНМ) та відповідного спеціалізованого програмного забезпечення побудови та дослідження моделей ШНМ, наприклад, програмної системи MATLAB, в складі якої є пакет прикладних програм Neural Network Toolbox. Крім того, на даному етапі з використанням штучних нейронних мереж здійснюватиметься аналізування показників, що характеризують економічну стабільність підприємства, тобто, як зміна одного з них впливатиме на зміну решти показників. Відповідно до цього формуватимемо песимістичний, реалістичний (найбільш вірогідний) та оптимістичний сценарії.

Етап 6. Формування альтернативних стратегій полягає в побудові кількох найбільш підходящих для підприємства та адекватних наявним обставинам стратегій забезпечення його економічної стабільності.

Етап 7. Вибір стратегії з-поміж альтернативних та її оцінювання. Це один із найосновніших етапів, оскільки полягає у виборі оптимальної стратегії. Вибір доцільно здійснювати, враховуючи вплив зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, минулий досвід щодо вибору стратегії, ступінь ризиковості, часові обмеження, прогнози подальшої діяльності підприємства, що були розроблені на попередньому етапі тощо. Якщо альтернативна стратегія не відповідає основним критеріям оптимальності, то її вважають ризиковою; в іншому випадку – оптимальною. Щодо самого оцінювання стратегії, то воно повинно здійснюватись на основі співставлення та оцінювання відповідності стратегії до місій та цілей підприємства. Крім того, на даному етапі повинні аналізуватись правильність вибору методів оцінювання стану внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, а також основних показників, що характеризують його економічну стабільність. При наявності відхилень одержаних результатів від запланованих формуються відповідні корективи завдяки зворотним зв'язкам.

Етап 8. Ухвалення обраної стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства. Якщо вибір стратегії з-поміж альтернативних був здійснено правильно, що підтвердили попередньо проведені оцінювання обраної стратегії, тоді на завершальному етапі процесу формування стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства буде здійснюватись ухвалення обраної стратегії. Реалізація даного етапу полягає в “прийнятті” вищим керівництвом обраної стратегії, зосередженні усіх зусиль підприємства на дотриманні обраної траєкторії подальшої діяльності підприємства, розробленні тактичного забезпечення обраної стратегії, формуванні відповідного набору розпоряджень щодо впровадження стратегії тощо.

Процес формування стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства є безперервним та може перманентно корегуватись, оскільки середовище діяльності підприємства постійно змінюється. В стратегії присутній зворотній зв'язок, який є можливим на кожному з етапів формування стратегії, що свідчить про нерозривність процесів побудови та реалізації стратегії. Якщо на останньому етапі сформована стратегія не відповідає критеріям економічної стабільності підприємства, то залежно від того, на якому з попередніх етапів були допущені помилки, відбувається їх коригування і продовжується послідовна реалізація всіх наступних етапів. Якщо сформована стратегія відповідає критеріям економічної стабільності підприємства, то в подальшому здійснюється її впровадження через тактику – поточні та оперативні плани і проекти.

Для того, щоб процес формування та реалізації стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства був результативним, необхідно розробити відповідну тактику, тобто сукупність конкретних та короткотермінових дій терміном на рік, спрямованих на впровадження даної стратегії. Очевидно, що якщо стратегія забезпечення економічної стабільності підприємства зосереджена в основному на місії та цілях організації, а також середовищі, в якому вона функціонує, то в процесі розроблення тактики увага акцентуватиметься на засобах досягнення стратегічних цілей, ресурсах, якими розпоряджається організація, тощо. Як наслідок, показники, що обчислюватимуться та аналізуватимуться при впровадженні тактики, будуть ретроспективними, тоді як в процесі реалізації етапів самої стратегії забезпечення економічної стабільності – перспективні. Опрацювання літературних джерел [9, 12] та власні дослідження дали змогу запропонувати послідовність етапів тактичного планування забезпечення економічної стабільності підприємства (рис. 5) та виокремити основні властивості тактики забезпечення економічної стабільності підприємства. У ході дослідження встановлено, що тактикою забезпечення економічної стабільності підприємства доцільно вважати безперервний процес прийняття деталізованих управлінських рішень про те, яким чином повинні бути розподілені ресурси підприємства (фінансові, інформаційні, кадрові, часові та ін.) задля ефективного впровадження стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства.

Розглянемо детальніше ці етапи.

Етап 1. Інформаційне забезпечення тактичного планування забезпечення економічної стабільності підприємства являє собою процес збору, сортування, обробки та перетворення в доступний та зручний для використання масив даних інформації стосовно дослідження сильних та “проблемних” зон підприємства, побудови набору показників економічної стабільності підприємства та їх планових значень, формування відповідної системи заходів та адміністративних важелів, формування бюджетів тощо. В основу даного етапу повинна “лягти” інформація, одержана в процесі формування етапів стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства. Ефективна реалізація даного етапу неможлива без застосування сучасних інформаційних технологій, постійно удосконалюваних прийомів збору інформації, відповідних комп’ютерних програм, створення адекватної потребам впровадження обраної стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства комунікаційної системи тощо.

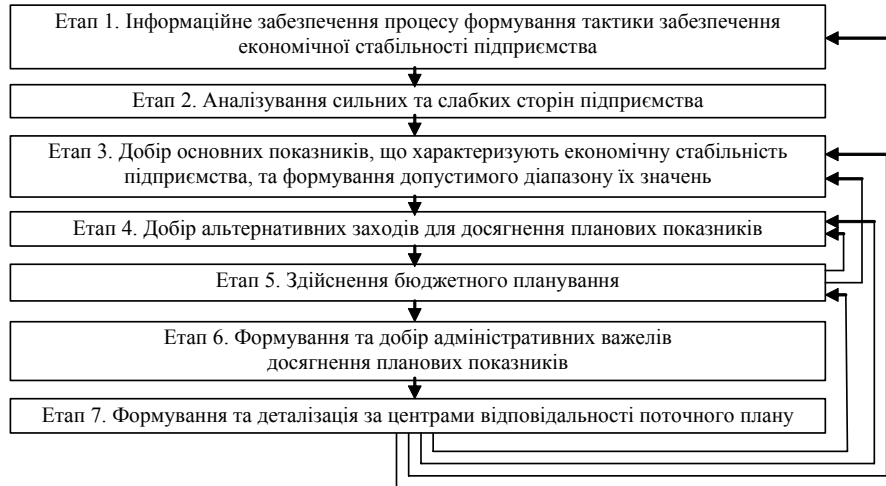


Рис. 5. Схематичне зображення етапів формування тактики забезпечення економічної стабільності підприємства

Етап 2. Аналізування сильних та слабких сторін підприємства полягає у вивченні стану внутрішнього середовища підприємства, а саме наявних ресурсів (матеріальних, фінансових, інформаційних та ін.), технології виробництва, працівників, організаційної структури, цілей тощо та виявлення тих складових внутрішнього середовища підприємства, що перебувають у відмінному стані, а також тих, що перебувають у незадовільному стані. Оцінювання сильних та слабких сторін підприємства повинно здійснюватись з врахуванням перспективи створення можливостей для впровадження обраної стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства.

Етап 3. Добір основних показників, що характеризують економічну стабільність підприємства, та формування допустимого діапазону їх значень. Виступає чи не найважливішим етапом формування тактики забезпечення економічної стабільності підприємства, оскільки грамотний та обґрунтований підбір показників виступає основою та запорукою адекватного оцінювання наявного стану справ на підприємстві та сприяє ефективній реалізації обраної стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства. На даному етапі не лише формуємо систему показників економічної стабільності підприємства та визначаємо їх граничні значення, а й “закладаємо” планові значення показників, яких прагнутиме досягти підприємство, реалізуючи обрану стратегію. Реалізація даного етапу полягає, також, у визначенні наявного рівня економічної стабільності підприємства та ідентифікації “ділянок”, які потребують удосконалення та відповідних заходів задля покращення їх функціонування; це вибір тої сфери виробничо-господарської діяльності підприємства, на яку і буде направлена розроблена нами стратегія забезпечення економічної стабільності підприємства.

Етап 4. Добір альтернативних заходів для досягнення планових показників. Даний етап характеризується притаманним для кожного підприємства формуванням набору заходів для досягнення планових значень показників, тобто відповідних, на альтернативній основі, управлінських рішень, спрямованих на досягнення підприємством запланованого рівня виробничо-господарської діяльності в рамках реалізації обраної стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства.

Етап 5. Здійснення бюджетного планування, що полягає у формуванні річних бюджетів для необхідних об’єктів на загальноприйнятих та загальновідомих засадах. Реалізація даного етапу характеризується розробленням механізмів по мінімізації обсягів витрат, оптимізації основних складових капіталу та ресурсних потоків, удосконаленням процесу використання ресурсів підприємства тощо на засадах системності, збалансованості, координації, партисипативності, взаємоузгодження, інтегрування та ін.

Етап 6. Формування та добір адміністративних важелів досягнення планових показників полягає в розробленні певної політики, формуванні набору правил та процедур, що покликані скерувати персонал у

потрібне русло дій, нівелювати дублювання у виконанні завдань, формувати відповідні стандарти та положення, розробляти розпорядчі документи тощо. Загалом реалізація даного етапу дає змогу забезпечити процес формування економічної стабільності підприємства організаційно-розпорядчим механізмом, що покликаний втілювати попередньо розроблені заходи задля досягнення планових показників.

Етап 7. Формування та деталізація за центрами відповідальності поточного плану. На завершальному етапі здійснюємо побудову поточного плану, тобто зазвичай у довільній для кожного підприємства формі наочне представлення переліку показників, яких прагне досягти підприємство, відповідного переліку заходів, рівня економічної ефективності від впроваджених заходів, бюджетних даних тощо на календарний чи фінансовий рік, а також переліку відповідних підрозділів, служб, груп осіб на підприємстві чи навіть філій та дочірніх підприємств, відповідальних за виконання того чи іншого виду робіт та функцій, впровадження заходів тощо.

Зауважимо, що процес формування та впровадження тактики забезпечення економічної стабільності підприємства (як і процес формування та реалізації самої стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства) є безперервним та систематичним. У разі незадовільного результату завершального етапу тактики – формування та деталізації за центрами відповідальності поточного плану, та в залежності від того, на котрому з попередньо пройдених етапів тактики були допущені помилки чи помічені неточності, зворотний зв'язок “прямуватиме” до етапів 1, 3, 4 та 5, на яких усуватимуться недоліки. В свою чергу, при неправильному бюджетному плануванні чи допущенні неточностей на даному етапі тактики, рекомендується повторно “пройти” етап 3 або 4, тобто детальніше дослідити та відібрати основні показники та встановити допустимі межі їх коливань чи повторно “переглянути” набір альтернативних заходів для досягнення планових показників, в залежності від того, реалізація якого з цих етапів була неефективною.

При відмінному результаті реалізації завершального етапу тактики забезпечення економічної стабільності підприємства зворотній зв'язок “прямуватиме” до етапів 1, 3, 4, 5 залежно від того, на якому з них необхідно буде вносити корективи (наприклад, чи зібрати додаткову інформацію, чи проаналізувати додаткові показники, чи підібрати інші заходи впровадження, чи внести зміни у бюджет). Проте, незалежно від того, малоєфективною чи результативною буде сформована тактика забезпечення економічної стабільності підприємства, процес реалізації її етапів буде постійним та, при потребі, з удосконаленням “проходження” відповідних етапів.

Формування тактики забезпечення економічної стабільності підприємства є доволі непростим завданням, оскільки вимагає гнучкості у здатності реагувати на виникнення незапланованих та неспрогнозованих подій. Незважаючи на те, що самі етапи тактичного планування забезпечення економічної стабільності підприємства можуть відрізнятися в залежності від конкретної ситуації, що склалась на підприємстві, специфіки галузі, в якій воно функціонує, тощо, вони все ж повинні “дотримуватись” траєкторії підбору сукупності методів та заходів щодо виконання стратегічних цілей і задач у короткостроковому періоді. Крім того, порівняно з стратегією забезпечення економічної стабільності підприємства, тактиці притаманні такі властивості:

- більша об'єктивність, оскільки менеджери нижчого рівня управління, які і розробляють тактичні плани, володіють конкретною інформацією про наявний стан справ на підприємстві;
- доступність оцінювання завдяки можливості кількісного вимірювання необхідних показників;
- менша ризикованість прийняття управлінських рішень, оскільки останні пов'язані безпосередньо з проблемами внутрішнього середовища підприємства;
- більша деталізованість, оскільки тактика, як правило, розробляється для фінансової, виробничої, комунікаційної, маркетингової, кадрової тощо сфер діяльності підприємства та базується на особливостях щоденного функціонування підприємства;
- менша невизначеність, адже якщо стратегічний план базується на прогнозуванні майбутнього, то тактика вибудовується на основі відомих обставин, за яких функціонує підприємство.

Процес формування стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства доцільно здійснювати на основі певних принципів, тобто основних вихідних положень відповідно її до сутності, складових та призначення. Дотримання даних принципів спрямоване на формування однорідної основи та підходів для ефективно побудови стратегії та комплексного забезпечення стабільності підприємства.

За результатами досліджень виокремлено та запропоновано перелік загальних та специфічних принципів формування стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства та їх основний зміст, дотримання яких сприяє формуванню однорідної основи та підходів для ефективно побудови стратегії та комплексного забезпечення стабільності підприємства. До загальних, що є загальновідомими, загальноприйнятими та притаманними більшості економічним процесам та явищам, відносимо принципи: адаптивності та мобільності, цілеспрямованості, ієрархічності, системності, раціональності та економічного ефекту, комплексності та взаємоузгодженості управління, економічного зростання та рівноваги, збалансованості, інноваційності та розвитку. Специфічні принципи формування стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства розробляються конкретно та відповідно до запропонованих етапів побудови стратегії, а також є притаманними та характерними саме для вищенаведених етапів стратегії. До переліку специфічних принципів формування стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства

відносимо принципи: нейромережевого прогнозування, кількісного оцінювання, інтегрування, превентивності, альтернативності, неперервності, фінансової стійкості, конкурентостійкості, каузальності, обґрунтованості індикаторного забезпечення, партисипативності та соціальної орієнтованості.

**Висновки та перспектива подальших досліджень.** Підсумовуючи, варто зазначити, що аналізування сутності та складових економічної стабільності підприємства, а також її основних відмінностей від подібних понять, дало змогу сформулювати ефективну теоретико-методологічну основу для оцінювання основних факторів, що впливають на формування економічної стабільності підприємства, а також дослідження процесу побудови стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства та тактики її впровадження. В подальшому планується дослідження наявних підходів до оцінювання рівня економічної стабільності підприємства, що стане основою для розроблення методу оцінювання рівня економічної стабільності підприємства. Крім того, планується детальнішу увагу зосередити на моделюванні сценаріїв розвитку подій при формуванні стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства, зокрема на прогнозуванні основних показників, що характеризують економічну стабільність підприємства, за допомогою штучних нейронних мереж.

### Література

1. Любченко Н. Л. Сканування загроз як складова управління стабільності підприємства / Н. Л. Любченко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4. – Т. 2. – С. 227–231.
2. Вільна енциклопедія Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org>
3. Шпак М. М. Економічна та стратегічна стійкість аграрних підприємств: теоретичний аспект / М. М. Шпак // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 12 (90). – С. 113–117.
4. Рахнянська О. П. Економічна стійкість підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2009\\_2/Rahnanska\\_209.htm](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2009_2/Rahnanska_209.htm)
5. Економічна енциклопедія : у 3 т. Т. 1 / [редкол. : Мочерний С. В. (відп. ред) та ін.]. – К. : Видавничий центр "Академія", 2000. – 864 с.
6. Чигиринець О. А. Економічна стабільність автотранспортних підприємств / Чигиринець О. А. – К. : НТУ, 2003. – 260 с.
7. Шандова Н. В. Управління процесами розвитку підприємств машинобудування / Н. В. Шандова // Економічний простір. – 2009. – № 21. – С. 276–282.
8. Чигиринець О. А. Інвестиційна стратегія підприємств в системі стимулів активізації інвестиційних процесів в національній економіці / О. А. Чигиринець // Іноземні інвестиції та національний капітал: парадигма взаємодії : зб. наук. праць. – К. : Сатсанга, 2001. – 108 с. – (Серія "Безпека економічних трансформацій" ; вип. 15).
9. Кузьмін О. С. Теоретичні та прикладні засади менеджменту : [навч. посібник] / О. С. Кузьмін, О. Г. Мельник. – [2-е вид., доп. і перероб.]. – Львів : Національний університет "Львівська політехніка", "Інтелект-Захід", 2003. – 352 с.
10. Дмитрієв І. А. Використання методу контент-аналізу для оцінки економічної стабільності / І. А. Дмитрієв, О. М. Сологуб // Економіка транспортного комплексу : збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – 2008. – № 12. – С. 18–25.
11. Kowalczyk J. Katastrofa nam nie grozi // Puls Biznesu. – 2008. – № 199 (2706). – Р. 4–5.
12. Tactical planning Vs. Strategic Planning [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://managementinnovations.wordpress.com/2008/12/10/tactical-planning-vs-strategic-planning/>
13. Портер М. Е. Стратегія конкуренції / М. Е. Портер, Р. Скільський ; [пер. з англ.]. – К. : Основи, 1997. – 390 с.
14. Ансофф И. Стратегическое управление / [науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко ; сокр. пер. с англ.]. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
15. Люкшинов А. Н. Стратегический менеджмент : [учебное пособие для вузов] / Люкшинов А. Н. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 375 с.
16. Кіндрацька Г. І. Основи стратегічного менеджменту : [навч. пос.] / Кіндрацька Г. І. – Львів : Кінпатрі ЛТД, 2000. – 264 с.
17. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : [монографія] / Наливайко А. П. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.
18. Ковтун О. І. Стратегії підприємства : [монографія] / Ковтун О. І. – Львів : Вид-во Львівської комерційної академії, 2008. – 424 с.

Надійшла 13.08.2011



## МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИМІРУ РЕПУТАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

*У статті розглянуто сутність понять «ділова репутація» та «репутаційна активність», надано характеристики основним групам впливу на формування ділової репутації підприємств роздрібною торгівлі, обґрунтовано методичні підходи до виміру ділової репутації підприємства.*

*The essence of the concepts of "business reputation" and "reputational activity" has been suggested in the article. The characteristics of major stakeholders of retail trade enterprises that influence business reputation have been given. The methodological approaches of measuring the level of business reputation of the enterprise have been developed.*

*Ключові слова: репутаційна активність, ділова репутація, гудвіл, групи впливу, репутаційний капітал.*

**Вступ.** Високий рівень агресивності та непередбачуваності конкурентної поведінки підприємств торгівлі у досягненні стратегічних цілей вимагає пошуку адекватних підходів щодо формування соціально – іміджевих та економічних аспектів забезпечення їх ділової репутації. Репутація спрямована на зростання статусу компанії і збільшення її вартості, й інвестиції в цей вид активів іноді бувають більш ефективними у порівнянні із вкладеннями у профільний бізнес. Досі тривають наукові дискусії навколо того, яке теоретико – методичне підґрунтя вважати більш досконалим для формування репутації торговельного підприємства та набуття ним нових й утримання досягнутих конкурентних переваг, діагностики можливих чинників формування гудвілу для зацікавлених учасників (груп) впливу тощо.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичну сутність поняття репутації розглянуто у роботах А. Агеєва [1], Д. Грема [4], М. Дулясова С. Карделла [5], О. Кершиса [4], А. Цветкової [1], М. Широкової [15]. Дослідженню теоретико-методологічних засад виміру ділової репутації, як нематеріального активу присвячено наукові публікації, зокрема О. Агеєва [14], К. Букші [11], В. Божко [6]. С. Горіна [12] Г. Сінько [6], Г. Уманців [7]. Огляд означених публікацій щодо забезпечення успішного довгострокового розвитку роздрібних торговельних мереж свідчить, що багато аспектів цієї проблематики залишаються відкритими для подальших розробок. В умовах глобальної конкуренції, потреба у визначенні репутації (гудвілу) виникає у процесі життєдіяльності підприємства задля оцінювання адекватності дій управлінського складу та всього персоналу компанії. Досі тривають наукові дискусії навколо того, яке теоретико – методичне підґрунтя вважати більш досконалим для формування ділової репутації саме торговельної мережі, а не окремого підприємства, яким чином здійснювати моніторинг факторів середовища й успішно формувати стратегії партнерства із зацікавленими учасниками (групами) впливу, утримувати досягнуті та набуті нові конкурентні переваги. Тому дослідження сутності та методичних аспектів виміру репутаційної активності роздрібною торговельною мережею, як стратегічного напрямку формування її ділової репутації визначило мету й актуальність статті.

**Виклад основного матеріалу.** Поняття ділової репутації (англ. reputation) є складним та багатограним. Поширеним є визначення ділової репутації, як цілісного уявлення про підприємство, яке складається з оцінки результатів його діяльності різними зацікавленими особами (стейкхолдерами), які у тій чи іншій мірі впливають, або на яких впливає життєдіяльність компанії [1].

У загальнотеоретичній та цивілістичній літературі простежується також ототожнення поняття ділової репутації з гудвілом (з англ. goodwill – «добра воля»). У Законі України «Про оподаткування прибутку підприємств» (п. 1.7) визначено поняття гудвіл, де розуміється нематеріальний актив, вартість якого визначається к різниця між балансовою вартістю активів підприємства та його звичайною вартістю як цілісного майнового комплексу, що виникає внаслідок використання кращих управлінських якостей, домінуючої позиції товарів (робіт, послуг), нових технологій тощо [8, с. 28].

Не рідко репутації також пов'язують з категорією репутаційного капіталу – грошової вартості репутації як нематеріального активу підприємства [10]. Більш конкретизоване визначення репутаційного капіталу подається Ф.Малаховим [2, с. 11]: це сума відносин організації із співтовариством, що виражається в конкретних показниках (довіра, репутація організації) і має формалізований стан, що дозволяє порівнювати стан репутаційного капіталу різних організацій. Так, на думку М. Широкової [15 с. 88], репутаційний капітал можна розглядати як компонент корпоративного капіталу, який підсилює капітал відносин. Він виникає із прямих та непрямих відносин компанії та породжує довіру до неї: чим вища репутація компанії, тим нижче ризик і вище бажання довіряти їй.

Для досягнення високої вартості даного нематеріального активу підприємствам торгівлі варто бути репутаційно активними. Зауважимо, що визначення поняття репутаційна активність вимагає більш глибокого аналізу з огляду на те, що у процесі своєї діяльності торговельних мереж можуть перманентно змінити ціннісну вартість, що обумовлено соціально-орієнтованою специфікою торгівлі. Водночас варто враховувати, що сформована репутація мережі може мати різну ідентифікацію на ринках, де вона позиціонується, зокрема: міжнародному, регіональному, географічному, локальному. Так, у своїй статті [11,

с.19] К.С. Букша вважає, що репутаційна активність може бути керованою, тобто визначається і координується вищим керівництвом компанії та – стихійною, коли діяльність підприємства може формувати як позитивне так і негативне ставлення у ключових груп впливу. Беззаперечним фактом є те, що високий рівень репутаційної активності надає низку переваг підприємству, зокрема: збільшує можливості підприємства для отримання максимального доходу; може скоротити час, якого потребує підприємство для досягнення фінансових показників, порівнянних із середнім рівнем; сприяє отриманню і збереженню максимального прибутку.

Для того, щоб визначити стан репутаційної активності необхідно провести моніторинг репутації серед цільових груп, адже контакти, взаємодія між клієнтами, працівниками або членами інших співтовариств сприяють поширенню інформації про організацію як таку, що заслуговує або не заслуговує довіри. Співробітництво і довіра між організацією та групами громадськості, що її оточують, виникають тоді, коли накопичується позитивна інформація про конструктивні дії організації. Отже вважаємо, репутаційна активність – це процес свідомого і несвідомого формування комплексу заходів, спрямованих торговельної на досягнення сприятливого ставлення груп впливу до її діяльності у просторі й у часі. Разом з тим зосереджуючись на досягненні економічних цілей, вітчизняні підприємства залишають поза увагою проблеми якості продукції, цінової політики, побудові діалогу з контрагентами та персоналом, прозорості корпоративної інформації перед ними, про що свідчить проведене опитування фахівців PR відділів роздрібних торговельних підприємств. Результати свідчать, що найбільшу загрозу діловій репутації підприємств ритейлу представляє якість та ціна продуктів. Сукупна вибірка проведеного опитування становила 412 осіб у 4 національних та 2 локальних роздрібних торговельних мережах м. Києва, Вінниці, Харкова та їх областей (загальна кількість об'єктів: 22 гіпермаркети та 45 супермаркетів) до яких увійшли супермаркети з переважно продовольчим асортиментом (29), супермаркети побутової техніки та електроніки, косметичні супермаркети. Із загального числа опитаних лише 32% респондентів вживають заходів щодо моніторингу та оцінки репутації, (48%) приділяють увагу управлінню репутаційною активністю. У мережах, на думку 76% респондентів, є порушення при обслуговуванні споживачів, які супроводжуються виникненням конфліктів між персоналом та клієнтами. Негативні тенденції, що створюють загрози високому рівню репутації роздрібних торговельних підприємств стосуються також незахищеності персоналу, адже більше, ніж 40% респондентів зазначили наявність кадрових ризиків на у досліджуваних мережах. Вагомим фактором для оцінки репутаційної активності стає фактор інформаційно-кадрової безпеки. Близько 64% респондентів відзначили, що вживають заходів у виявленні даних загроз, адже, прямий збиток, понесений кожною організацією внаслідок порушень інформаційно-кадрової безпеки складає від 2% до 7% доходу підприємства.

Саме тому перед провідними вітчизняними підприємствами ритейлу постає питання про визначення рівня репутації торговельної мережі для формування високої довіри їх стейкхолдерів. При врахуванні значення репутації підприємства для різноманітних груп впливу, важливим є навести їх класифікацію. Досить широкою є американська класифікація зацікавлених у діяльності підприємства сторін, яка включає акціонерів, персонал, банки, місцеве населення, ЗМІ, споживачів, інші країни, владу, конкурентів, аналітиків, потенційних працівників, консультантів, партнерів [9]. Російська консалтингова компанія "IFORS" розподіляє ключові групи впливу на: державних службовців, інвестиційну спільноту, медіа-організації [10]. Найбільш комплексну класифікацію надає австралійський вчений Даулінг Грем [3, с.9]. За його розподілом сторони, які формують свою думку про підприємство поєднано у чотири основні групи:

1. Нормативна(Н) – уряд, регулюючі органи, галузеві асоціації, професійні об'єднання. Ці групи уповноважують компанію на здійснення її діяльності, для якої вони встановлюють загальні закони і правила. Вони також оцінюють цю діяльність і можуть установлювати обмеження на деякі види діяльності. Негативна репутація компанії в очах цих груп може призвести до виникнення перешкод для діяльності компанії. Оцінка реакції нормативних груп – це оцінка клімату, в якому нам доводиться діяти.

2. Функціональна(Ф) – співробітники, постачальники, інвестори, партнери. Оцінка їх реакції на ті чи інші дії компанії - це оцінка рівня довіри до підприємства з боку наших партнерів.

3. Дифузна(Д) – журналісти, місцеве співтовариство, групи особливих інтересів. Особливість цих груп у тому, що вони активізуються у тих випадках, коли з репутацією компанії не все гаразд, або тоді, коли ми змогли перетворити цю цільову групу в безперебійний канал трансляції необхідної інформації у зовнішній світ. Оцінка реакції дифузних груп – це оцінка міцності "буфера" між компанією і зовнішнім світом.

4. Споживча (С). Оцінка реакції споживачів (населення) на дії компанії – це вимірювання їх лояльності, прихильності бранда та інших показників. Інакше кажучи, це маркетингові дослідження.

Найбільш розповсюдженим напрямком для оцінки ділової репутації підприємств, що користуються популярністю в усьому світі, є дослідження показників діяльності підприємств та їх ділової репутації рейтинговим методом [14]. Згідно з економічним словником, рейтинг – оцінка, віднесення до класу, розряду, категорії. Дану методику використовують при визначенні рівня репутації для рейтингів журналу Fortune, газети Financial Times та агентства Harris Interactive.

Саме з урахуванням цільових груп, що впливають на діяльність торговельної мережі та які

знаходяться під її впливом, було виокремлено систему показників (табл. 1), за якими має бути оцінена репутація провідних підприємств національного ринку ритейлу. Вибірка підприємств мережі повинна бути не менше 70% їх загальної кількості й охоплювати різне географічне представництво.

Таблиця 1

## Основні напрями та показники виміру репутаційної активності

Напрямок	Група показників	Назва показника	Вагомість для груп впливу			
			Н	Ф	Д	С
Успішність економічного розвитку	Фінансова стійкість	фінансові результати діяльності (обсягу доходу, прибутку, темп росту); платоспроможність (загальний коефіцієнт покриття, проміжний коефіцієнт покриття, коефіцієнт абсолютної ліквідності) [“кислотний тест”]; відрахування до бюджету			+	
Якість та ціна товарів і послуг	Задоволеність споживачів якістю та асортиментом товарів та послуг	наявність/відсутність системи контролю якості товарів; наявність/відсутність скарг (їх кількість) на якість товарів та рівень обслуговування; частка власних торговельних марок (private label) в асортименті продукції; цінова пропозиція на соціальні групи товарів (дотримання законодавства у встановленні цін); наявність/відсутність програм лояльності та акційних програм				
Соціальна відповідальність	Інформаційна прозорість (відкритість) бізнесу	наявність/відсутність корпоративного сайту; магазину електронної торгівлі; наявність/відсутність сторінок підприємства у соціальних мережах				
	Екологічна безпека	наявність/відсутність штрафів за порушення санітарних норм; догляд за чистотою навколишнього середовища та території прилеглої до підприємства; витрати на охорону праці (тис. грн.) у порівнянні із середньогалузевими	+		+	
	Добросовісна ділова практика	обсяг коштів, виділених на проведення програм співпраці з органами державного управління, асоціаціями споживачів, професійними об'єднаннями і іншими громадськими організаціями; наявність/відсутність соціальних звітів (AA 1000, GRI); участь у благодійних фондах; обсяги соціальних інвестицій; обсяг коштів, виділених на спонсорів місцевих культурних, освітніх і спортивних об'єктів і заходів				+
	Управління розвитком персоналу	коефіцієнт співвідношення заробітної платні низької - та високооплачуваної категорій персоналу; коефіцієнт співвідношення середньомісячної заробітної плати персоналу підприємства торгівлі до середньогалузевої заробітної плати				+
Інноваційний потенціал	Впровадження нових технологій	витрати (їх наявність/відсутність) на програми навчання та підвищення кваліфікації персоналу, у % до фонду оплати праці; наявність/відсутність спортивних чи оздоровчих програм для персоналу; можливості працевлаштування для випускників (осіб на рік); кількість усього персоналу	-			+
		наявність/відсутність підрозділу досліджень та розробок; впровадження нових марок продукції; впровадження нових технологій обслуговування; впровадження в дію нових програмних продуктів		+	+	+
Умовні позначення: + окремі показники, які також доцільно включати (- не включати) у дослідження цільових груп; □ включається увесь напрямок групи показників у дослідження.						

Виходячи з того, що ділова репутація є колективною думкою про підприємство, що формується з часом у свідомості цільових груп впливу на підставі експертної оцінки економічного, соціального та інших аспектів її діяльності, необхідно зазначити, що репутація включає в себе елементи емоційного враження про підприємство, раціонального сприйняття, а також готовність споживачів реальними діями (активність) підтримувати торговельне підприємство. Вважаємо, що раціональна складова репутації підприємств ритейлу має ґрунтуватися на таких загальних критеріях як: фінансова та ділова успішність, якість продуктів та послуг, інноваційність, рівень управління персоналом, рівень соціальної відповідальності.

1. Показники фінансової стійкості дають змогу оцінити економічні можливості та загрози

підприємства, свідчать про стан його фінансової безпеки, тобто, стійкості до внутрішніх і зовнішніх негативних впливів, свідчить про здатність забезпечити ефективне функціонування. Дані показники орієнтовані переважно на нормативні та функціональні групи впливу.

2. Показники задоволеності споживачів якістю та асортиментом товарів і послуг дозволять споживачеві порівнювати ціни на товари та послуги підприємств торгівлі, представлених на ринку та убезпечити себе вибором корисних товарів за оптимальними цінами.

3. Світовий досвід переконливо свідчить, що набуття конкурентних переваг можливе лише за умов розбудови соціально-орієнтованої економіки, в якій ключовим фактором успіху стає соціальний розвиток підприємств, і увага акцентується, в першу чергу, на задоволенні потреб персоналу в адекватній соціальній компенсації, перманентному розвитку та інноваційній праці. Показники інформаційної прозорості, екологічної безпеки, фінансування соціальних проектів та програм, а також показники добросовісного ведення бізнесу є проявами одного з найважливіших напрямів побудови ділової репутації – соціальної відповідальності. Система показників даної категорії надасть можливість всім групам стейкхолдерів порівняти цінності підприємств торгівлі, їх вміння вести чесну конкурентну політику та відкриту співпрацю з соціальними та економічними партнерами. Також моніторинг підприємств ритейлу за даними показниками сприятиме їх активності у галузі екологічної відповідальності, співпраці з профспілковими та галузевими організаціями. Наявність чи відсутність корпоративних сайтів та джерел інформації про підприємства, таких як соціальні звіти, допоможе стейкхолдерам зробити висновки про їх відкритість. Тому організації мають бути неодмінною частиною процесу зародження та становлення українського розуміння соціальної відповідальності. Імплементація соціально відповідального менеджменту в практику підприємств ритейлу надасть їм ряд вагомих переваг, серед яких [5, с.34]:

- збільшення обсягу продажу та частки ринку;
- покращення доступу до капіталів та лояльність інвесторів;
- оптимізація операційних процесів;
- поліпшення фінансових та економічних показників діяльності;
- розширення можливостей для залучення, утримання, мотивування співробітників підприємств.

4. Показники розвитку персоналу та компенсації трудової діяльності свідчатимуть про умови праці персоналу підприємств, допоможуть скласти враження щодо рівня репутації підприємства як працедавця, допоможуть визначити його зможу забезпечити гідні умови праці та дотримання законодавства про працю.

5. Показники рівня інноваційного потенціалу роздрібно торгівельної мережі визначатимуть їх сучасність, вміння адаптуватись до потреб споживачів шляхом розробки нових продуктів у співпраці з виробниками; впровадження новітніх інформаційних технологій у операційній діяльності також свідчатиме про відповідність підприємства торгівлі вимогам сучасності.

Результати оцінки за наведеними групами показників стануть підґрунтям до вдосконалення економіко-соціальних показників діяльності вітчизняних підприємств торгівлі, гарантуватимуть позитивні відгуки споживачів та партнерів, а їх публічне висвітлення стане кроком до підвищення рівня поінформованості суспільства про діяльність підприємств. Проведення репутаційного аудиту надасть змогу керівництву підприємств визначити, які з категорій показників найбільшою мірою формують довіру споживачів та впливають на підтримувальну поведінку.

**Висновки.** Таким чином, формування репутації підприємства та його репутаційна активність є важливим елементом успішного та тривалого існування на ринку, який визначає індивідуальний характер діяльності підприємства та особливості його політики відносно груп впливу. Дотримання етичних правил економічної та соціальної поведінки задля формування репутації повинно стати щоденною практикою політики підприємства, якщо воно прагне бути лідером зі світовим ім'ям. Найменша пляма на репутації підприємства підвищує ризик спричинення незворотних наслідків, що порушують підвалини успішної діяльності. Атмосфера поваги до партнерів та конкурентів, чесність та професіоналізм повинні стати невід'ємною частиною корпоративної філософії торговельної мережі.

### Література

1. Агеев О. И. Репутационные риски / О. И. Агеев // Бизнес журнал. – 2009. – № 7 (162). – С. 38–39.
2. Малахов Д. Управление процессом формирования и развития репутации современной российской организации : автореф. дис. на здобуття наук. ступення канд. социол. наук : спец. 22.00.0 / Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова / Малахов Д. – М., 2009. – 26 с.
3. Даулинг Г. Репутация фирмы. Создание, управление и оценка эффективности / Даулинг Г. ; [пер. с англ.]– М. : Инфра-М, 2004 – 368 с.
4. Кершис О. Курс на корпоративну репутацію [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.businessclass.kiev.ua/magazine/337.html>
5. Мельник С. Становлення соціально орієнтованого бізнесу в Україні як складова державної соціальної політики / С. Мельник // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 5. – С. 32–36.
6. Божко В. П. Кількісна оцінка ділової репутації підприємства / В. П. Божко, Г. С. Сінько // Економіка, фінанси, право. – 2009. – № 5. – С. 15–17.

7. Уманців Г. Внутрішній гудвіл підприємства: економічна природа, проблеми оцінки та обліку / Г. Уманців // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – № 9. – С. 20–23.
8. Про оподаткування прибутку підприємств : закон України : [прийнято ВР 28.12.1994 р. № 334/94-ВР] // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 4. – С. 28.
9. Цветкова А. Б. Роль корпоративної репутации в формировании успешности компании на рынке / А. Б. Цветкова // Реклама: Теория и практика – 2007. – № 5.
10. Консалтингова компанія IFORS [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ifors.ru/>
11. Букша К. С. Управление деловой репутацией. Российская и зарубежная PR-практика / Букша К. С. – М. : Вильямс, 2007 – 144 с.
12. Горин С. В. Адаптация рейтинговых методов для оценки деловой репутации компании [Електронний ресурс] / С. В. Горин // Репутациология. – М., 2010. – № 10. – Режим доступу : <http://www.intereconom.com/archive-reputology/90.html>
13. Дулясова М. В. Деловая репутация – многоуровневая система [Електронний ресурс] / М. В. Дулясова, Т. Р. Ханнанова, Е. Р. Исламгалиева // Нефтегазовое дело. – 2006. – № 1. – Режим доступу : [http://www.ogbus.ru/authors/Dulyasova/Dulyasova\\_8.pdf](http://www.ogbus.ru/authors/Dulyasova/Dulyasova_8.pdf)
14. Fortune [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://money.cnn.com/magazines/fortune/>
15. Широкова М. С. Роль соціального капіталу організації у формуванні її публіцитного капіталу / М. С Широкова // Український соціум. – 2009. – № 2. – С. 84–90.

Надійшла 18.08.2011

УДК 658.56.012.32:621

Л. М. ХОМЕНКО, І. М. ШКАЛАБАН

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

## УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

*Розглянуто з позицій цільової орієнтації розв'язання двох основних задач обліку стосовно створення інформаційних умов для здійснення функцій управління та комплексного їх виконання в технологічно пов'язаних центрах відповідальності. Наведено підходи раціонального поєднання централізованої і децентралізованої форм організації обліку, наближення прийняття управлінських рішень до місць протікання господарських операцій.*

*Considered from the standpoint of target orientation solve two major problems of accounting information on creating conditions for management functions and their implementation in complex technology-related centers of responsibility. An approach of rational combination of centralized and decentralized forms of organization of accounting, management decision-making approach to the places of business transactions flow.*

*Ключові слова: бухгалтерський облік, інформаційне забезпечення, центри відповідальності, бюджет, елементи.*

**Постановка проблеми.** Під впливом розвитку продуктивних сил і особливо науково-технічного прогресу організаційні форми акціонерних товариств (АТ), як найбільш поширені в підприємстві, удосконалюються. Вдосконалення управління передбачає реконструкцію його технічної та інформаційної бази. Нова техніка, і перш за все електронно-обчислювальна, дозволяє усувати бар'єри між підрозділами АТ, сприяє координації та об'єднанню важливих функцій, дозволяє вивчати потреби складних виробничих комплексів, стимулює подальшу централізацію фінансових ресурсів. Розвиваючи нові виробництва, оновлюючи асортимент продукції товариства намагаються зменшити ризик, пов'язаний з підприємницькою діяльністю в ринкових умовах і загострення конкуренції, застрахувати своє майбутнє. Намагаючись скоротити не тільки довго тривалість виробничого циклу виготовлення виробів, але і обороту і, тим самим, пришвидшити обіг коштів, АТ проникають в сферу обороту і виконують функції збуту та перевезення. В міру зростання комбінування і диверсифікації, а отже збільшення товарообороту усередині самих товариств, виникає необхідність удосконалення обліку витрат виробництва і підвищення ефективності регулювання внутрішньо фірмових угод. Бухгалтерський облік в умовах автоматизованої обробки інформації стає складовою управлінської системи підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Функція обліку реалізує різні цілі, що чітко визначені дослідниками тенденцій і закономірностей розвитку системи бухгалтерського обліку [2, 3]. Загально визнані цілі включають: ефективне управління господарськими процесами; отримання інформації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень; забезпечення контролю за господарською діяльністю; фіксування фактичного стану господарюючого суб'єкта. Аналіз сформульованих спеціалістами цілей дозволяє зробити висновок, що мета обліку – підготовка інформації для керівництва АТ та зведених даних для зовнішніх користувачів. Бухгалтерський облік – це процес виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передачі інформації стосовно діяльності підприємницької організації зовнішнім та внутрішнім користувачам для прийняття обґрунтованих рішень [4, 5].

**Постановка завдання.** Основною метою виступає удосконалення облікової політики як

фундаментального елементу інформаційної функції бухгалтерського обліку для формування достовірної бази по забезпеченню потреб управління в умовах розбудови ринкових відносин.

**Результати досліджень.** Підготовка інформації для керівництва виражає управлінську орієнтацію функції обліку. При створенні цілісної системи управлінського обліку досягається якісно новий рівень, обумовлений реалізацією стратегічного, поточного та оперативного управління. На етапі розбудови ринкових відносин мета бухгалтерського обліку полягає в забезпеченні життєдіяльності й удосконалення загального циклу управління АТ на основі його органічного зв'язку і взаємодії з загальновизначеними функціями управління (плануванням, організацією, мотивацією та контролем). Функціональна надійність характеризує властивість автоматизованої системи виконувати свої функції з обробки даних. Цільова орієнтація передбачає вирішення двох основних задач обліку: створення інформаційних умов для здійснення функцій планування, організації, мотивації, контролю з елементами економічного аналізу та регулювання; визначення організаційних умов для комплексного виконання взаємопов'язаних функцій керівниками інституціонального, управлінського, технічного рівнів і усіх рангів.

Вирішення першої задачі зумовлює необхідність подальшого розвитку методології обліку і удосконалення інформаційних моделей у напрямку розширення їх аналітичних та оперативних можливостей. В умовах суттєвого збільшення інтенсивності економічних процесів виникає потреба підвищення ефективності прийняття обґрунтованих рішень за умови своєчасного отримання облікової інформації. При дослідженні багатьох проблем обліку особлива увага приділяється спеціалістами інформаційній функції, що зумовлено впливом специфічних факторів: збільшенням числа фізичних та юридичних осіб, залучених до інвестування; урізноманітненням типів кредиторів та інвесторів стосовно фізичних, юридичних осіб, банків різної спрямованості, державних органів тощо; участю інвесторів в управлінні бізнесом; розвитком ринку цінних паперів; участю у міжнародному бізнесі [4]. Достовірна інформація про результати діяльності АТ оперативно збирається на основі даних бухгалтерського обліку за умови правильно розробленої облікової політики підприємницької організації. Облікова політика повинна враховувати специфіку діяльності підприємства та вимоги Закону України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність» та положень (стандартів) бухгалтерського обліку [1]. Облікова політика включає сукупність принципів, методів і процедур з реалізацією як на рівні держави, так і на рівні товариств. Визначена урядом облікова політика держави має безпосередній вплив на формування підприємствами системи бухгалтерського обліку щодо складання та подання фінансової звітності. При реалізації облікова політика виступає фундаментальним інформаційним елементом, яка впливає на формування облікової інформації, її точність та оперативність отримання.

Вирішення другої задачі зумовлює необхідність вибору раціонального підходу до організації обліку стосовно створення інформаційних умов для здійснення управлінських функцій як на рівні адміністрації, так і безпосередньо в підрозділах-центрах відповідальності з прийняття управлінських рішень. Раціональне поєднання централізованої і децентралізованої форм організації обліку дозволяє наближати прийняття управлінських рішень безпосередньо до місць протікання господарських процесів. На такій основі посилюється взаємодія обліку з іншими функціями управління в інтересах досягнення поставленої мети та завдань АТ. Виконання завдання щодо отримання інформації для прийняття управлінських рішень буде найбільш дієвим за умови використання персональних комп'ютерів як найбільш сучасних засобів обчислювальної техніки. Наприклад, раціональне розміщення персональних комп'ютерів на робочих місцях керівників підрозділів, бухгалтерів та інших працівників ВАТ «Кременчуцький завод дорожніх машин (Кредмаш)» дозволяє отримувати своєчасно достовірні дані стосовно затрат з виготовлення асфальтозмішувачів, що необхідні для оперативного впливу на обґрунтований пошук резервів зниження собівартості виробів (рис. 1).

На основі подетальних витрат визначаються зведені норми затрат матеріалів на складальні агрегати і вузли (живлення, змішування, готової суміші, мінерального порошку тощо) та асфальтозмішувальну установку в цілому. Зведені норми затрат матеріалів на асфальтозмішувач використовуються для планування собівартості, матеріально-технічного забезпечення, уникнення необґрунтованої заміни матеріалів в процесі виготовлення шляхом оперативного відслідкування затрат працівниками облікової служби. На стадії розробки асфальтозмішувальної установки використання функціонально-вартісного аналізу дозволило уникнути надлишкових витрат.

В компетенцію функціональних служб АТ входять календарне планування, контроль і регулювання товарно-матеріальних цінностей у виробництві, облік витрат виробництва, організація функціонування операційних систем, обслуговування устаткування, технологічне обслуговування виробництва тощо. В наказі про облікову політику в переформованих складових товариства акцентується увага на дотриманні принципів бухгалтерського обліку, затверджено графік документообігу, передбачено чітке дотримання принципу нарахування та відповідності доходів і витрат звітного періоду в центрах відповідальності. Витратами звітного періоду визнається або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства. Таким чином, підрозділам в складі АТ надається можливість обрати раціональні методи і процедури ведення бухгалтерського обліку, які є для них найбільш вигідними. Це дає змогу найбільш повно розкривати інформацію про господарську діяльність, що дозволить за

раціонального управління отримувати максимальний розмір прибутку. На рис. 2. наведена удосконалена структурна схема управління бухгалтерського обліку в товаристві. Згідно з затвердженим наказом відбувається накопичення та обробка отриманої інформації бухгалтерською службою підприємства, що надійшла з центрів відповідальності. Більшу частину часу працівники бухгалтерії повинні поступово витрачати на підготовку перспективних розрахунків і кошторисів як основи для прийняття обґрунтованих рішень. Витрати виробництва розподіляються за організаційними ланками та відповідальними виконавцями цехів та служб. Таке розмежування підвищує відповідальність оперативного персоналу за рівень витрат виробництва і спрощує систему звітності. Опрацьовані масиви даних бухгалтерського обліку оперативно передаються апарату управління підприємства для вирішення нагальних питань. На підставі отриманих даних приймаються та затверджуються відповідні рішення, сукупність яких формує стратегію і реалізує тактику діяльності та розвитку підприємства. Виробнича бухгалтерія по конкретному центру відповідальності повідомляє майстрів, начальників цехів і служб, стосовно відхилень в процесі виробництва від нормативів у витратах праці, матеріалів і накладних. Періодично звіти про відхилення надходять бухгалтеру-контролеру, який складає загальний звіт за результатами роботи усього АТ для вищого керівництва, супроводжуючи його аналітичними розрахунками. Мета звітів бухгалтерського обліку не тільки інформувати про відхилення, а з'ясувати їх причини, усунути можливість їх повторення в майбутньому, звертати увагу керівництва до найбільш важливих проблем виробництва.



Рис. 1. Удосконалена структура виробничо-диспетчерського відділу ВАТ «Кредмаш»

Сучасні технічні засоби, що застосовуються для автоматизованого бухгалтерського обліку, дозволяють по новому підійти до формування облікової інформації, знизити трудомісткість її обробки, підвищити оперативність доступу до інформації, що опрацьовується. Застосування в обліковому процесі діалогових режимів узагальнення і видачі облікової інформації є однією з принципових властивостей нової системи бухгалтерського обліку. Діалогово-автоматизована форма бухгалтерського обліку характеризується повною автоматизацією обробки і систематизації облікової інформації [4]. За такої форми дані відображають в обліку безпосередньо після їх введення в інформаційну базу. Систематизація і узагальнення облікових і аналітичних даних, що містяться в інформаційній базі, здійснюється автоматично і відбивається у вихідних даних обліку. Узагальнення даних в систематичному і аналітичному обліку здійснюється одночасно на базі однієї інформації.

Діалогово-автоматизована форма передбачає автоматизоване виконання задач бухгалтерського обліку як в регламентному, так і в запитальному (інтерактивному) режимах. При використанні запитального режиму підвищується оперативність обліку, з'являється можливість отримання необхідних довідкових і аналітичних даних по центрам відповідальності АТ протягом звітного періоду, а не тільки після його закінчення. Обсяг регламентної інформації, що видається користувачам, значно скорочується і обмежується тільки даними, що використовуються для обґрунтування відповідного управлінського рішення. Додаткові дані з результатів витрат по центрам відповідальності можна отримати за запитом. За бажанням можна перевірити правильність розрахунків за відповідними позиціями бухгалтерського обліку. Видача інформації користувачам за умови функціонування діалогово-автоматизованої форми бухгалтерського обліку здійснюється не тільки у вигляді друкованих документів, але і на екран дисплея. Достовірність та правильність облікових даних за такої форми підвищується, а на бухгалтерську службу покладається

обов'язок контролювати виконання автоматизованих робіт. Діалогово-автоматизована форма бухгалтерського обліку забезпечує обмежений доступ як до початкової, так і систематизованої інформації шляхом запровадження паролів секретності, перевірки повноважень на доступ до інформації, відслідковування і заборони несанкціонованого доступу до інформації. Впровадження діалогово-автоматизованої форми бухгалтерського обліку дозволяє автоматично фіксувати усю облікову інформацію на машинних носіях, автоматизувати документи, систематизувати узагальнення і відображення даних обліку, забезпечувати за запитом користувача розшифровку любого отриманого показника з відслідковуванням порядку здійснення розрахунків і всієї первинної інформації, автоматизувати контроль вихідної інформації.

В процесі здійснення контролю працівники бухгалтерської служби використовують інформацію для оцінки виконання складених бюджетів витрат за центрами відповідальності. На рис. 3 наведено принцип використання інформаційного забезпечення для контролю за елементами витрат центра відповідальності з виготовлення асфальтозмішувальних установок ДС-185 продуктивністю 56 тонн на годину, КДМ 201 продуктивністю 110 тонн на годину і ДС-168 продуктивністю 160 тонн на годину. Установки працюють за єдиною класичною технологічною схемою виробництва асфальтобетонної суміші. Кожна модель налічує більше десяти модифікацій. В залежності від вимог замовника установки можуть працювати на рідкому паливі (мазуті, дизельному) або на природному газі, з пилоочищенням на основі рукавних фільтрів або на базі сухого і вологого пиловловлювача, з релейно-контактною або мікропроцесорною системою управління. Головна мета інформаційного забезпечення бюджету за елементами – допомагати обґрунтовано приймати управлінські рішення в процесі максимізації прибутку, наприклад, при виготовленні асфальтозмішувальних установок.

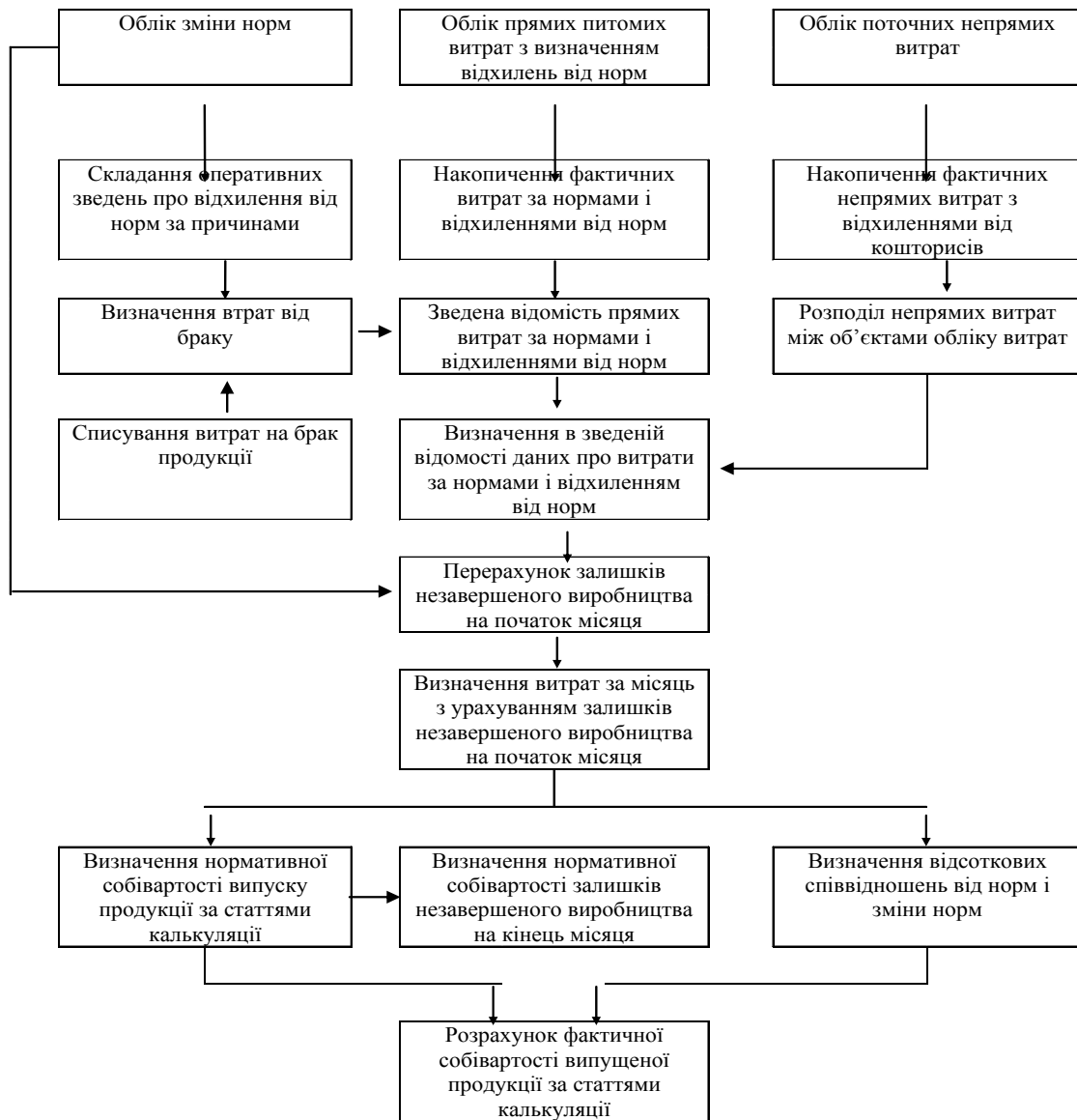


Рис. 2. Схема нормативного методу обліку витрат і калькулювання собівартості продукції



Цільова орієнтація інформаційного забезпечення функції обліку реалізує управлінський цикл великих і середніх підприємств стосовно технологічно пов'язаних організаційних структур та форм розподілу праці. Інформаційне забезпечення потреб управління даними бухгалтерського обліку необхідне не стільки для реалізації завдань контролю, скільки для розробки та обґрунтування заходів щодо їх ефективного виконання з мінімальними витратами по технологічно взаємопов'язаних підрозділах. Наведений підхід являє собою вищий ступінь пізнання процесів обліку і його нерозривного зв'язку з практичним застосуванням в управлінні великим підприємством.



Рис. 3. Інформаційне забезпечення бюджету за елементами

**Висновки.** Для вирішення технологічних і методологічних аспектів фінансової і бухгалтерської діяльності доцільно створити спеціальну комісію із складу представників фінансової, бухгалтерської, планово-економічної, юридичної служб підприємства й групи внутрішнього аудиту з метою аналізу організаційно-розпорядчих документів з питань ведення обліку, аналізу, планування та регулювання, підготовка й видання відповідних документів з питань, що не врегульовані чинними правилами. Досягнення мети і виконання завдань на підставі раціонального інформаційного забезпечення потреб організації обліку дозволяє правильно і своєчасно відобразити економічний стан господарюючого суб'єкта та його технологічно пов'язаних виробництв. Використання інформаційного забезпечення бюджету за елементами дозволяє виявляти вузькі місця на базі створених інформаційних моделей та вживати заходів для підвищення рентабельності, платоспроможності та ефективного функціонування в ринковому середовищі.

### Література

1. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : закон України : [прийнято ВР 16 липня 1999 р. № 996. – XIV]. – Режим доступу : [//http: zakon.gov.ua](http://zakon.gov.ua).
2. Бенько М. М. Інформаційні системи і технології в обліку : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Бенько М. М. – К. : Нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 362 с.
3. Пушкар М. С. Створення інтелектуальної системи обліку : [монографія] / Пушкар М. С. – Тернопіль : Карт-бланш, 2007. – 152 с.
4. Писаревська Т. А. Інформаційні системи обліку та аудиту : [навч. посіб.] / Писаревська Т. А. – К. : КНЕУ, 2004. – 369 с.
5. Пушкар М. С. Тенденції та закономірності розвитку бухгалтерського обліку в Україні (теоретико-методологічні аспекти) : [монографія] / Пушкар М. С. – Тернопіль : Економічна думка, 1999. – 422 с.

Надійшла 19.08.2011

## ЕКОНОМІЧНА СИСТЕМА І ЇЇ СУТНІСТЬ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОСТІ В СУСПІЛЬНОМУ РОЗВИТКУ

*Розглянуто дискусійні питання щодо визначення сутності категорії «економічна система» і надано їй авторське визначення у відповідності з вимогами забезпечення соціальності в суспільному розвитку.*

*Considered controversial issue of determining the nature of the category of "economic system" and given her definition of copyright in accordance with the requirements of sociality in social development.*

*Ключові слова: економічна система, тлумачення, підходи, оцінка, порівняння, визначення, обґрунтування.*

**Вступ.** В сучасній економічній теорії досить актуальною є проблема визначення сутності економічної системи суспільства. Справа у тому, що сьогодні організація суспільства в країнах різного рівня розвитку набуває нових вимірів. Більш того, в країнах світової спільноти набувають життєвості нові орієнтири соціального характеру і ґрунтовно переосмислюються відомі. Ці варіативні зміни породжують необхідність зміни теоретичних конструкцій поняття «економічна система» та трансформації її теоретичних парадигм.

**Постановка проблеми.** Виокремлена нагальність є характерною і для України, яка майже двадцять років перебуває у стані трансформаційних перетворень і потребує розгортання природи економічної системи суспільства у якісно нову площину з наданням їй достатньої соціальності. До того ж розуміння істинної природи функціонування економічних систем є досить важливим аспектом для розроблення конструктивної економічної політики та визначення стратегічних пріоритетів забезпечення соціально-економічного розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема сутності і джерельної природи функціонування економічної системи суспільства, виходячи з публікацій у фахових виданнях набула особливої актуальності з 70-х років ХХ ст. І, що характерно, прагнення до удосконалення сутності економічної системи суспільства постає не стільки відносно постсоціалістичних країн та країн так званого «третього світу», а скільки в контексті забезпечення і подальшого посилення соціальних аспектів розвинутих країн світової спільноти. Тому природним є потяг науковців до висвітлення цієї проблеми у всьому спектрі її питань про, що засвідчують праці вітчизняних вчених: С. Панчишина, М. Крупки, П. Островерха, С. Реверчука, С. Злупка, І. Грабинського, О. Беляєва, Б. Кульчицького та зарубіжних – П. Грегори, Р. Стюарта, М. Мендоза, В. Наполі, П. Самюельсона, В. Нордгауза і ін.

Проте ступінь розробленості проблеми, виходячи з реалій соціально-економічного розвитку, не повною мірою відповідає сучасним завданням забезпечення соціальності в суспільній динаміці і мірі досягнення цивілізаційних стандартів якості життя.

У відповідь на ці запити соціуму метою статті є порозуміння змісту полеміки і практичних дій по наданню переваги у формуванні добробуту інтересам суспільства чи то інтересам певних соціальних груп та окремої особи.

**Виклад основного матеріалу.** Нагромаджений віками досвід світового розвитку засвідчує про те, що людство за різних часів хвилювало і хвилює одне єдине питання, а саме отримання прийняттого результату в пошуку соціально злагодженого способу життя в справедливо організованому в добробутному контексті суспільстві. Прагнення до забезпечення гуманістичної спрямованості розвитку пояснюється складом суспільства, яке ніколи не було і мабуть не буде простою сумою індивідів. Людина не може бути одинокою і тому вона природно поєднуються з іншими, створюючи при цьому певні верстви, класи, нації та народності.

Один з досить відомих філософів ХХ ст. Марі Жозеф П'єр де Шарден з цього приводу наголошував: «...для людини немає майбутнього, очікуваного в результаті еволюції, поза її об'єднанням з іншими людьми»\* [1, с. 359].

Суспільство з часу свого зародження, а тим більше сучасне суспільство являє собою систему, яка складається з соціальних спільнот. При цьому саме суспільне співжиття здійснюється і підтримується таким чином, що в ньому

переплітаються як індивідуальні, так і масові явища та процеси. Природно, що за такого поєднання у суспільному житті функціонує ніби два рівні чи то виміри, а саме індивідуальний та суспільний. Перший пов'язується з соціальним життям індивіда, а другий – з різними спектрами суспільних проявів в цілому, окремих класів, соціальних груп, прошарків і т.п. Але при цьому кожен з індивідів не діє відокремлено один від іншого, а лише в прямому чи то опосередкованому поєднанні через систему взаємодії і взаємозв'язку. І саме це останнє вимагає певного упорядкування та організації суспільних відносин, що в результаті породжує процес формування самостійних й порівняно незалежних від окремих індивідів форм суспільної інтеграції і регуляторних механізмів.

Реальним збудником продуктивної діяльності людини постає нехай і протирічне, але поєднання її об'єктивних потреб та суб'єктивних бажань. Позначення реальних причин суспільних і індивідуальних дій пов'язується з категорією інтересу. Потреби постають перед пересічною людиною у якості нестачі, браку чогось необхідного для підтримання життєдіяльності як окремої людини, так і будь-якої соціальної групи й суспільства в цілому. Щодо «інтересу», то його слід пов'язувати зі сприйняттям людиною власне потреби або необхідності її задоволення і спрямованості в силу цього її активності в контексті використання відомих чи то проектування нових шляхів, засобів, соціальних інститутів тощо. З цього логічно слідує інтегративний характер спонування людини до діяльності через ланку «потреби-інтерес». Проте тільки інтерес являє собою форму і нарешті спосіб вирішення завжди присутнього протиріччя між конкретною об'єктивною потребою і суб'єктивними цілями суб'єкта економіки - індивіда, сім'ї, групи, колективу, класу, суспільства. У контексті цього визначення виникає ряд колізій в силу в силу того, що все таки головним інтересом кожного з суб'єктів суспільного співжиття є і буде прагнення до задоволення власних потреб. Діалектичною єдністю цієї гами головних інтересів, на наш погляд, є те, що як би там не було але задоволення особистих потреб, а також потреб окремої сім'ї, групи людей, виробничого колективу за своєю сутністю все таки має сприйматися за логікою органічною частиною задоволення суспільних потреб на певному рівні економіки. Звідси явно і неявно між суб'єктами економіки і різними сторонами їх життєдіяльності виникають економічні зв'язки. Ця взаємна залежність між людьми як загальний інтерес формується й існує тому, що задоволення потреб одного суб'єкта суспільного співжиття, хотів би він цього чи ні, пролягає в межах дій, можливостей і потреб іншого. У такому випадку для задоволення індивідуальних потреб люди повинні шукати шляхи один до іншого для здійснення цілеспрямованих дій. Мова йде в принципі про залежність в яку ставиться будь-яка людина в силу природної необхідності задоволення власних потреб. Разом з цим за наявності схожих потреб останні можуть суттєво різнитися за структурою, якістю, вартістю і т.і. Виходить, що як би не здійснювалося поєднання людей у спільноту для задоволення індивідуальних потреб об'єктивно будуть мати місце певні незручності для кожного з них в силу його суспільної реалізації через селективне формування загального інтересу. Подібна логіка закономірно приводить до думки, за якою, не дивлячись на породження інтересу індивіду суспільними умовами, він все таки належить до його внутрішнього світу, що унеможливило сприйняття суспільних інтересів у якості простої суми особистих інтересів.

На перший погляд подібне ствердження видається алогічним в силу того, що основою як спільного інтересу, так і інтересу окремої особи є потреби, саме задоволення яких не просто вимагає, а примушує людей вступати у зв'язки між собою. Тоді виходить, що джерело не співпадіння загального і індивідуального інтересів пролягає зовсім в іншій площині.

Логіка методологічних аргументів, яка визнає неоднозначність усвідомлення різними соціальними верствами пріоритетних засад загальнолюдських і індивідуальних інтересів, а слід і пріоритетних засад суспільно-історичного розвитку, є далеко не новою.

На підтвердження цим реалістичним висновкам слугує вся історія розвитку людства, яку можна без значних помилок інтерпретувати як спроби чи то прагнення виявлення й усунення помилок в організації суспільного ладу. Діалектика загальнолюдського і індивідуального червоною ниткою проходить через історію людства.

Треба сказати, що як в літературній, так і у втіленій у практичні справи спадщині нагромаджено достатній матеріал щодо відтворення соціальних рішень по забезпеченню єдності людини й суспільства у їх обопільному прагненні до добробутного життя. Але у більшості випадків – це дослідження короткострокових процесів. Щодо довготривалих трансформацій зв'язки «суспільство – індивід», практично не досліджені. Виключення складає капітальна праця відомого соціолога російсько-американського походження П.Сорокіна, в якій один з розділів присвячено динаміці співвідношення домінант суспільного і індивідуального характеру в контексті формування підвалин добробуту чи то взагалі зверненню уваги суспільства до цього питання [2, с. 437]. Але все дослідження пронизує шерех припущень і гіпотез. Із тих даних, які формують історичний проміжок часу у 2,5 тисячоліття тільки в останні п'ять століть до н.е (У I ст. до н.е) і приблизно в п'ять ст. н.е., що передували сьогоденню (1600–2011 рр.) простежується концентрація зусиль науково-практичної думки навколо проблеми індивіда і не просто індивіда, а встановлення співвідношення між суспільством і окремим індивідом в формуванні добробуту окремо взятої людини.

Але нехай і стисле але відтворення реалій не засвідчує факту того, що історія добробуту рухається через боротьбу колективізму з індивідуалізмом і навпаки. Колективізм та індивідуалізм ніби-то протистоять одне одному. Але це не так. Не потрібні докази на предмет того, що пряме протиставлення індивіда і суспільства привело б до абсурду, за яким постала б у якості реалії абсолютна ізоляваність окремої людини. Історія підтверджує те, що вони можуть так би мовити мирно співіснувати на підґрунті домінування у співвідношенні.

Відомо, що потреби людей як умова їх життєдіяльності задовольняються не безпосередньо, а через виробництво і його суспільну організацію. Перед кожним суспільством стоїть складна проблема створення такої виробничої структури щодо залучення і розміщення ресурсів щоби максимально можливим чином задовольнити потреби населення. Природно, що для розв'язання гами задач цієї проблеми потрібне

створення господарюючих суб'єктів у кількості достатній для виробництва благ за наявними ресурсами. Окрім них потрібно упорядкувати їх економічні дії тобто сконструювати форми і способи регулювання та управління економічними процесами, а також поєднання у них ресурсів з найвищою ефективністю. Власне за тими підходами, які склалися у більшості випадків «...сукупність виробничих об'єктів, ресурсів та факторів, що забезпечують розвиток...» ідентифікують з національною економікою [3, с. 87], а «...механізм, за допомогою якого вирішуються основні проблеми, пов'язані із задоволенням людських потреб в умовах обмеженості ресурсів...» – з економічною системою [4, с. 234].

Треба констатувати, що не дивлячись на широке використання виокремлених категорій в економічній науці та практиці у їх трактуванні до останнього часу так і не запроваджено єдність поглядів. На сьогодні нагромаджено достатньо широкий пласт теоретичного матеріалу узагальнюючого характеру з питань сутності та класифікації економічних систем суспільства. Та справа не в розширенні наукового пізнання економічних систем, а в браку узагальнень на рівні методології. У них скоріше мова йде про складові та структурну будову економічних систем аніж про механізми забезпечення економічного зростання і задоволення на його основі зростаючих потреб населення.

Якщо виходити з того, що західна наукова думка виступає у якості породіллі категорії «економічна система», то слід було б розглянути її наукові позиції у порівнянні з вітчизняними і знавцями на пострадянському просторі.

Зарубіжні економісти П. Грегорі та Р. Стюарт вважають, що "економічна система є сукупністю механізмів та інституцій для ухвалення та виконання рішень стосовно виробництва, доходів і споживання у межах певної території" [5, с. 12].

Видатний економіст сучасності українського походження Б. Гаврилишин, розкриваючи сутність економічної системи, наголосив, що «...її функції – виробництво і розподіл багатства. Основні питання, що їх розв'язує кожна економічна система, такі: що і як виробляти, де розміщувати, як розподіляти й обмінювати, кого і як винагороджувати за виробничу діяльність?» [6, с. 151].

Більш поширеними і достатньо прагматичними в контексті реалій, які набули відповідного місця в результаті трансформаційних процесів видаються тлумачення «економічної системи» вітчизняних і пострадянських дослідників. Вони відтворюють специфіку сприйняття окремих елементів минулого і всього того, що ніби поступилося новому у системі суспільних відносин. Але, якщо у ряді формул відчувається опора на пласти західної наукової думки, то інші надають до певної міри і критичні, але власні позиції сучасників.

Відомий український економіст С. Мочерний схильний до позиції, за якою економічна система є не чим іншим як «...сукупністю усіх видів економічної діяльності людей у процесі їх взаємодії, спрямованих на виробництво, обмін, розподіл та споживання товарів і послуг, а також на регулювання такої діяльності відповідно до мети суспільства» [7, с. 444].

За визначенням російської вченої Т. Юр'євої функціонування економічної системи спрямовано на «...формування і забезпечення працездатності економіки, координацію усіх видів економічної діяльності та реалізацію соціальних цілей» [8, с. 31].

Російська вчена С. Платова віднаходить зміст економічній системі, заганняючи її в «...рамкову структуру протікання господарських процесів...» [9, с. 34].

Цілком очевидно є логічна обгрунтованість зазначених тлумачень. Більш того вони в повній мірі відбивають емпіричну реальність. Виробництво є вихідним пунктом створення життєвих благ. Широкому суспільному загалу до того ж відомо, що кожний продукт виробництва без виключення є об'єктом привласнення і власності. Саме на цьому факті акцентується увага ряду дослідників з виходом на вибирання кожним продуктом виробництва минулої, необхідної та додаткової праці виробника і постановкою проблеми розподілу.

Взагалі щодо приведених і інших наявних тлумачень категорії «економічна система» то всі вони мають об'єктивні витoki і проявляють її сутність описом беззаперечних ознак, а саме – види економічної діяльності; взаємозв'язок у процесі їх здійснення; виробництво, обмін, розподіл та споживання товарів і послуг; структура, що організує виробництво; організаційний механізм; рамки протікання господарських процесів тощо. Більш того, на наш погляд, розглянуті підходи характеризуються прагненням розглянути суспільство в цілому. Проте у всіх приведених визначеннях питання цілісності суспільства залишилося поза їх контуром.

Беззаперечно, людина є суспільним індивідуумом оскільки всі її дії здійснюються в рамках суспільних структур чи то інституцій. Але при цьому не слід забувати про охоплення усіх сфер і не тільки суспільного, а й індивідуального життя. Мабуть без помилок можна стверджувати про можливість опису суспільства сукупністю інституцій, які власне і складуть в решті-решт базові підвалини діяльності індивідів, спільнот і суспільства в цілому. Такий погляд між тим збагачує конструктивний потенціал економічної думки щодо економічної системи в системі координат сучасності.

Перш за все, поняття рівності та нерівності витікають з індивідуалістичної та суспільної природи людини. Якщо виходити з конституційних витоків, то рівність пов'язується з такими правами перед законом, правом на працю, правом на володіння власністю тощо. Вони оконтурюються індивідуалістичними

інституціями, які власне покликані регулювати поведінку всіх індивідів. У тих випадках, коли індивіди не спроможні поодиноці досягти мети задоволення особистих потреб, вони створюють або певні обмежені за їх кількістю поєднання чи то розповсюджують цю спільність на все суспільство і ставлять до досягнення вже спільні або загальні цілі. Спрямовану діяльність таких спільнот регулюють суспільні інституції. Так, ось виробництво є соціальною інституцією, яка вимагає виконання кожним суб'єктом виробничого процесу (вид економічної діяльності, підприємство, підрозділ підприємства, індивід) суворо визначених функцій і внесення тим самим певної частки у виробленні національного продукту.

У вирішенні цієї теоретико-методологічної проблеми ми не прагнули до особистої оригінальності в теоретизуванні, а виходили з необхідності максимальної опори на потужні пласти світової і національної економічної думки. При цьому в конструктивному синтезі теоретичного плану орієнтиром виступали настанови відомого українського вченого А.Гальчинського, за якими «...нині головне завдання суспільствознавства – «зібрати окремі частини в єдине ціле», сформувати принципи узагальнюючої теорії, більш адекватної логіці сучасних трансформацій» [10, с. 44,45]. «Повернення до великомасштабного мислення, до узагальнюючої теорії, до поєднання окремих частин у єдине ціле» вимагає і відомий американський соціолог і футуролог Е. Тоффлер [11, с. 223].

Мабуть не викличе будь-яких заперечень ствердження про те, що виробничі відносини складаються об'єктивно і щоб не говорили надають за своїм змістом суспільним відносинам соціальної якості. Безпосередньо в трудовому процесі реалізуються відносини між робітниками різних спеціальностей, а також між ними і організаторами процесу продукування товарів і послуг. Крім цього у межах виробництва одного товару можливі виробничі відносини між підприємствами одної і навіть різних галузей. Якщо розгорнути ці взаємозв'язки в площині і просторі, то можна виокремити з них пучок, який формується і реалізується на рівні формально рівних індивідуумів та нерівних, але конче потрібних один одному для досягнення спільних цілей. У першому випадку мова йде про відносно автономних та самодостатніх індивідуумів та певного масштабу колективів, які керуючись можливостями спеціалізації та взаємозамінності, забезпечують на базі явних та неявних угод досягнення індивідуальних цілей. Залучення до розгляду змісту взаємовідносин нерівних суб'єктів, пов'язується із взаємозалежними в силу розподілу праці та наявністю власників засобів виробництва індивідуумами. Справа у тому, що без виробничого поєднання нерівних індивідуумів через кооперацію й постановку спільних цілей неможливо досягти індивідуального задоволення потреб. Тоді логічно постає висновок про диференціацію і наявність в економічній системі різновиду інституцій індивідуального та суспільного характеру. Перші мають включати норми регулювання поведінки індивідуумів при досягненні ними індивідуальних цілей, а другі – в нормувувати діяльність виробничих систем та суспільні дії щодо формування загального блага і його розподілу. Ці інституції у різні проміжки часу в силу взаємообумовленості і взаємозалежності можуть і реально мають або сприяти, або гальмувати належне функціонування суспільства в цілому. У такому випадку з певними припущеннями суспільство з достатньою мірою ймовірності можна описати сукупністю індивідуальних і суспільних інституцій. Як наслідок постають підстави до удосконалення тлумачення економічної системи.

**Висновки.** Є підстави розширити межі цієї категорії. Ми виходимо з об'єктивної необхідності розмежування категорій «економічна система» і «економічна система суспільства». Виходячи з необхідності вживання в науково-практичній діяльності саме терміну «економічна система суспільства», ми вважаємо обґрунтованим зведення її сутності до сукупності індивідуальних та суспільних інституцій, які спрямовані на створення умов і безпосереднє задоволення людських потреб через оптимізацію поєднання індивідуальних і суспільних цілей в процесах виробництва, розподілу, обміну і споживання матеріальних благ. Вже це формулювання презентує «економічну систему суспільства» як складне і до того ж поліструктурне утворення, яке функціонує у відповідності з поєднаними цілями на базі інтеграції різноманітних і досить розгалужених взаємозв'язків. Воно виключає статичність і долає певною мірою існуючі обмеження щодо сприйняття економічної системи в якості закритої. Стан системи у будь-який проміжок часу постає опаклом варіантів поєднання індивідуальних і суспільних цілей в процесах виробництва, розподілу, обміну і споживання матеріальних благ.

Природно, що у такому випадку спільнотою має бути запроваджений механізм розкриття життєвих сил суспільства і особистості.

### Література

1. Тейяр де Шарден. Сборник очерков и эссе / П. Тейяр де Шарден ; [пер. с фр.] ; сост. и пред. В. Ю.Кузнецов. – М. : ООО «Издательство АСТ», 2002. – 573 с.
2. Сорокин П. А. Социальная и культурная динамика / П. А. Сорокин ; [пер. с англ.]. – М. : Астрель, 2006. – 1176 с.
3. Крупка М. І. Основи економічної теорії / Крупка М. І., Островерх П. І., Реверчук С. К. – К. : Атіка, 2001. – 344 с.
4. Самюельсон П. А. Макроекономіка / П. А. Самюельсон, В. Д. Нордгауз ; [пер. з англ.]. – К. : Основи, 1995. – 564 с.

5. Gregory P. R. Comparative Economic Systems / P.R. Gregory, R.S. Stuart; 2-ed. – Boston ets.: Houghton Vifflin, 1985. – 345 p.
6. Гаврилишин Б. Дороговкази в майбутнє: до ефективніших суспільств. Доповідь Римському клубові / Б. Гаврилишин ; [пер. з англ.]. – К. : Основи, 1993. – 238 с.
7. Мочерний С. Економічна система : у 3 т. Т. 1 / С. Мочерний // Економічна енциклопедія : наукове видання ; редкол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Видавничий центр «Академія», 2000. – 864 с.
8. Юрьева Т. В. Социальная рыночная экономика : [учебник для вузов] / Т. В. Юрьева. – М. : Русская Деловая Литература, 1999. – 416 с.
9. Платова Е. Экономические системы и их трансформация / Е. Платова // Мировая экономика и международные отношения. – 1998. – № 7. – С. 30–40.
10. Гальчинський А. С. Глобальні трансформації: концептуальні альтернативи. Методологічні аспекти / А. С. Гальчинський. – К. : Либідь, 2006. – 312 с.
11. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер ; [пер. с англ.]. – М. : ООО «Издательство АСТ», 2004. – 781 с.

Надійшла 22.08.2011

УДК 338.48

О. В. БАРТОШУК

Класичний приватний університет, м. Запоріжжя

## ЕВОЛЮЦІЙНІ ПОГЛЯДИ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*У статті систематизовані еволюційні погляди на розвиток туристичної діяльності. Визначені основні періоди та етапи розвитку туризму. Виявлені особливості та чинники розвитку туристичної діяльності в кожному з періодів.*

*In the article evolutionary views of the development of tourist activity were systematized. The basic periods and stages of development of tourism were defined. Peculiarities and factors of development of tourist activity in each period were revealed.*

*Ключові слова: туризм, туристична індустрія, періоди та етапи розвитку, тенденції, чинники розвитку, сталий розвиток туризму.*

**Вступ.** Туристична галузь є однією з найбільш прибуткових галузей господарювання, яка в сучасних умовах постійно та динамічно розвивається, сприяючи розвитку економіки.

Вивчення першоджерел і наукової літератури показує, що туризм як наукове поняття має давню історію становлення й розвитку. Завжди існував і спостерігається зараз інтерес науковців до проблем туристичної діяльності, її історії та еволюції.

Вагомий внесок у наукові дослідження формування та розвитку туристичної діяльності внесли такі зарубіжні вчені, як І. Енджейчик [1], В.А. Кватальнов [2], А. Романов [2], В.Б. Сапрунова [3], М.В. Соколова [4], В. Фрейер [5] та інші. Історичні аспекти розвитку туризму висвітлено у працях таких вітчизняних вчених: Т.А. Дьорова [6], Л.П. Дяченко [7], Т.І. Ткаченко [8], В.К. Федорченко [6] та інших.

Еволюційні погляди на розвиток туристичної діяльності неоднозначні, характеризуються протиріччями, немає єдиної думки щодо визначення періодів історії туризму. Тому дослідження розвитку туристичної діяльності є досить актуальним.

**Постановка завдання.** Мета статті – систематизувати еволюційні погляди на розвиток туристичної діяльності, визначити основні періоди та етапи розвитку туризму, виявити особливості та чинники розвитку туристичної діяльності в кожному з періодів.

**Результати.** Сучасний туризм має глибокі історичні коріння. До періоду XVII ст. не можна застосовувати термін «туризм», а слід вести мову лише про історію подорожей та мандрівок. Термін «туризм» (від лат. *turnus* – рух по колу, крутити, повертати; від франц. *tour* – прогулянка, поїздка) з'явився лише в період XVII-XVIII ст.

Історія туризму неоднозначна і не має чітко окреслених історичних рубежів. В сучасній науковій літературі з проблем туризму можна знайти різні підходи до питання еволюції туризму та періодизації його історії.

Ретроспективний огляд літератури дозволяє виділити такі способи періодизації туристичної діяльності: 1) історична (збіг з основними історичними етапами (первіснообщинний, рабовласницький, середньовічний, новий, новітній) хронологія фактів і подій, пов'язаних із розвитком подорожей); 2) періодизація відповідно до основних етапів розвитку науки (класичний, новий, новітній) з уточненнями періодів наукових знань; 3) відповідно до технологічних революцій у промисловості, транспорті тощо; 4) у контексті розвитку основних суспільно-економічних формацій (первісне, рабовласницьке суспільство, феодалізм, капіталізм, соціалізм) та розвитку суспільства (традиційне суспільство, мінливе суспільство, суспільство, що швидко розвивається; суспільство масового споживання); 5) розвиток власне туристичної індустрії (передісторія туризму, елітарний туризм і зародження масового туризму, початок становлення масового туризму, масовий туризм).

На підставі порівняльного аналізу еволюційних поглядів на розвиток туристичної діяльності та існуючих періодизацій розвитку туризму (табл. 1) визначимо найбільш суттєві періоди розвитку туризму відповідно до стадій розвитку суспільства.

Таблиця 1

**Періодизація розвитку туризму**

Автори періодизації	Назва етапів розвитку туризму	Історичний період
В. Фрейср [5, с. 19–20]	Ранньоісторичний, елітарний туризм, становлення соціального туризму, масового туризму	з античних часів до 1850 р.; 1850–1914 рр.; 1914–1945 рр.; після 1945 р.
І. Енджейчик [1, с. 161]	Ранньоісторична фаза, початкова фаза, фаза розвитку (зростання), нова фаза (масового туризму)	до 1850 р.; з 1850 по 1914 р.; з 1914 по 1945 р.; після 1945 р.
В. Квартальнов, А. Романов [2, с. 106–109]	Просвітницький етап, підприємницький, організаційно-централізований етап, адміністративно – нормативний, перехідний	до 1890 р.; розвиток капіталізму; з 20-х до 60-х рр. XX ст.; 1970 – 1990 рр.; після 1990 р.
М.В. Соколова [4, с. 7–328]	Подорожі в стародавності, подорожі в епоху Середньовіччя, розвиток туризму в Новий час, туризм в XX в.	до XVIII ст.; XVIII ст.; XIX ст./перша половина XX ст.; після Другої світової війни
В.Б. Сапрунова [3, с. 8–17]	Передісторія туризму, елітарний туризм, зародження масового туризму, становлення масового туризму, масовий туризм	з античних часів до поч. XIX ст.; поч. XIX ст. – поч. XX ст.; поч. XX ст. – до другої світ. війни; після другої світової війни
В.К. Федорченко, Т.А. Дьорова [6, с. 6–147]	Мандрівництво як праобраз туризму, початок організованого туризму, туризм міжвоєнного періоду, туризм повоєнних років, зоряний час радянського туризму, сучасний етап розвитку туризму	IX – XIX ст.; кінець XIX ст. – початок XX ст.; 1918–1939 рр.; 50–60 рр.; 70–80 рр.; 90-і роки – сучасний етап.

В основу періодизації туристичної діяльності покладемо такі критерії: техніко-економічні та соціальні передумови, основні особливості та фактори на кожному етапі розвитку туристичної діяльності. Залежно від зміни даних критеріїв еволюцію становлення туризму можна поділити на три основних періоди: доіндустріальну епоху, індустріальний та інформаційний (постіндустріальний) періоди розвитку туристичної діяльності, кожен з яких містить свої етапи (рис. 1).

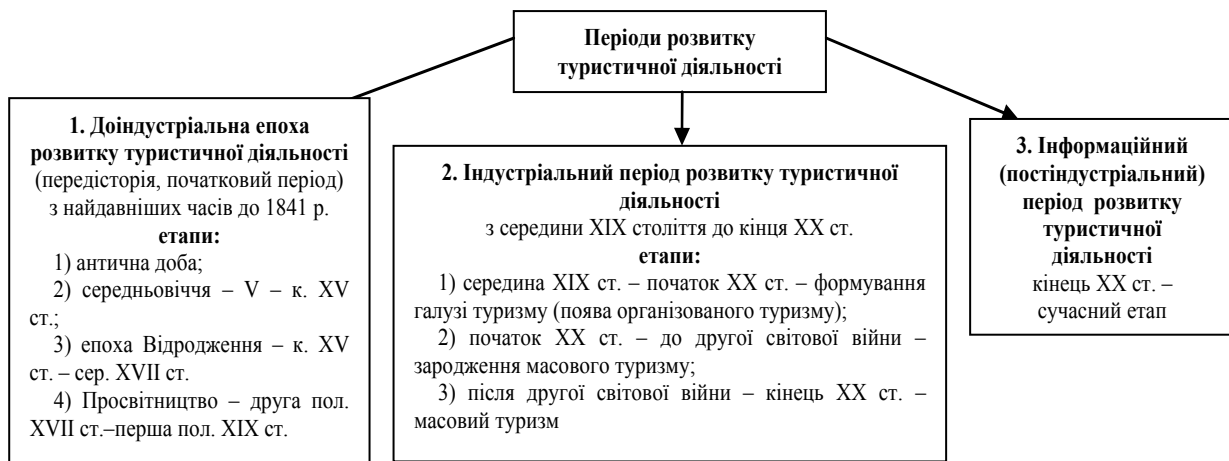


Рис. 1. Основні періоди та етапи розвитку туристичної діяльності

Розглянемо особливості кожного з періодів еволюції туристичної діяльності. У першому періоді розвитку туристичної діяльності – доіндустріальна епоха розвитку, передісторія, початковий період – туризму в сучасному розумінні ще не було, можна казати про передтуризм, який не був окремою галуззю економіки, всеохоплюючим та масовим явищем в суспільстві, подорожі та мандрівництво носили яскраво виражений елітарний, вибірково-характер (табл. 2).

Таблиця 2

**Особливості першого періоду розвитку туризму «Доіндустріальної епохи»**

Основні тенденції розвитку	Чинники розвитку туризму	Види та характер подорожей
Період великих переселень народів, військових походів і завоювань	Суспільне розшарування населення, поява нової соціальної верстви – буржуазії	Торгівля, пізнавальні, розважальні, оздоровчі, спортивні, освітні цілі,
Центрами торгівлі й ремесел стали великі міста, які притягували до себе купців, послів та інших мандрівників	Розвиток економіки (збільшення міст, розвиток торгівлі, поява товарно-грошових відносин)	Паломництво, лікування, завоювання нових земель, укріплення державних кордонів тощо, військові походи, морські експедиції
Збільшення мобільності людських мас, міграції (епоха «Великого переселення народів»)	Розвиток культури та мистецтва, науки та дослідження оточуючого світу, релігій, фізичної культури та спорту	Значна складність і тривалість подорожі
Розширення світового географічного простору, Великі географічні відкриття	Політичні чинники (перерозподіл сфер впливу, міждержавна боротьба)	Стихийний і примусовий характер подорожі, системи в організації мандрівок не існує, передтуризм не має комерційної спрямованості
Швидкий культурний та економічний обмін між різними країнами та народами	Удосконалення транспортних засобів, будівництво доріг та створення інфраструктури гостинності для подорожуючих	

Найтриваліший хронологічно, перший період розвитку туристичної діяльності складається з чотирьох етапів: античної доби, Середньовіччя, епохи Відродження та Просвітництва.

У середні віки підсилюється релігійний фактор подорожей – поклоніння святиням християнства (Єрусалим і Рим) і мусульманства (Мекка). Паломництво до святих місць виконує функцію міжцивілізаційних контактів – між Заходом і Сходом, між християнством і мусульманством. Результатом хрестових походів (к. XI – XIII ст.) стали зміна світогляду людей, розширення загальних уявлень про навколишній світ, виникнення й зміцнення зв'язків зі Сходом, поживлення торгівлі, знайомство з досягненнями науки й культури арабського світу.

Нове забарвлення в розуміння подорожей вносить епоха Відродження, яка підсилює індивідуальний характер і освітню спрямованість поїздок. Значну роль у розвитку туризму відіграли великі географічні відкриття, подорожі мореплавців, освоєння континентів. Епоху великих географічних відкриттів поділяють на два періоди: іспано-португальський період (з кінця XV ст. до середини XVI ст.) та період російських і голландських відкриттів (з середини XVI ст. до середини XVII ст.)

В цей період розвитку туристичної діяльності туризм розвивався як індивідуальне за своїм характером явище, яке не мало особливого значення у суспільному житті. Наприкінці першого етапу в історії його розвитку намітилися широкомасштабні якісні зміни. Великі географічні відкриття, буржуазно-демократичні революції, промисловий переворот, розширення мотивації подорожей створили передумови для масового переміщення людей з одних континентів до інших, підготували ґрунт для подальшого розвитку туристичної діяльності.

В рамках другого – індустріального – періоду розвитку туристичної діяльності слід виділити три етапи: 1) поява організованого туризму (формування галузі туризму), 2) зародження масового туризму, 3) та масовий туризм.

Перший етап – формування галузі туризму (поява організованого туризму) — дуже важлива сторінка в розвитку туристичної діяльності. На думку багатьох дослідників [3, 4, 6], саме з XIX ст. починається історія туризму. Становлення й розвиток капіталістичних відносин у світі сприяли виникненню організованого туризму, який перетворився на своєрідну галузь людської діяльності, на базі якої й виникла туристична індустрія (табл. 3).

Таблиця 3

**Особливості етапу «Поява організованого туризму»**

Основні тенденції розвитку	Чинники розвитку туризму	Види та характер подорожей
Поява перших спеціалізованих туристичних організацій, створення туристичної інфраструктури	Промислова революція, прискорений розвиток продуктивних сил, поглиблення поділу праці	Пізнавальні, рекреаційні, оздоровчі, спортивні, релігійні, дачні, пригородницькі, круїзи, альпінізм
Подорож стала самоціллю, способом життя та проведення вільного часу	Розвиток капіталістичних відносин	
Виникнення якісно нових знань про туризм	Підвищення культурного рівня населення	Високоприбутковий характер
Формування туризму як окремого елітного виду відпочинку для заможних верств населення, підтримка туризму з боку держави, найбільш сильна у тоталітарних та авторитарних державах	Науково-технічний прогрес, бурхливий розвиток сучасних транспортних засобів (винахід пароплава, паровоза, поява автотранспорту, народження авіації)	Організований (переважно) і неорганізований характер
Створення нових туристичних центрів, курортів	Зростання добробуту населення внаслідок індустріалізації	Туризм замість елітного набуває масового характеру
Туристична діяльність стає професією – поява перших менеджерів туризму, екскурсоводів, гідів тощо	Збільшення вільного часу, уведені щорічні відпустки, активна урбанізація	



Одною з перших країн, в якій перемогла буржуазна революція й почав розвиватися капіталізм, була Англія. Саме тут і утворилися перші туристичні організації, що розвили свою діяльність спочатку усередині країни, а потім і за її межами. Великого англійського реформатора Томаса Кука справедливо вважають «батьком» туризму як сфери економічної діяльності [7], першим фахівцем у туристичній галузі. Першим пекидж-туром (комплекс туристичних послуг, який продається за єдиною ціною) була групова подорож, організована Т. Куком у 1841 році. Комплекс послуг для подорожуючих містив транспортне обслуговування (залізничний транспорт), харчування, екскурсію. Ця мандрівка виявила для багатьох підприємців новий перспективний та фінансово вигідний вид діяльності.

Діяльність Т. Кука мала вирішальне значення для становлення сучасної індустрії туризму як самостійної галузі економіки, особливим, характерним продуктом для якої став пекидж-тур. Багато технологічних нововведень, запроваджених Т. Куком, і сьогодні використовуються в організації туристичних подорожей. Т. Кук створив перше комерційне туристичне бюро, укладав угоди з транспортними компаніями, готелями та ресторанами, де туристам надавалися послуги, використовував путівники, дорожні чеки, екскурсійні, паломницькі та освітні тури. Т. Кук сприяв затвердженню інноваційних принципів і форм організації підприємницької діяльності в туризмі: уперше робота бюро подорожей будувалася на великих обсягах випуску туристичних продуктів і економії на масштабах виробництва.

На даному етапі зароджується туристичний бізнес, формується високоприбуткова галузь економіки, що отримала власну назву – туризм, особлива роль приділяється посередникам в особі туристичних фірм, оформлюється організаційна структура туристичного ринку, яка й сьогодні залишається основою світового туристичного бізнесу. З другої половини XIX ст. туризм стає виробником товару, що реалізується на ринку в формі послуг (матеріальних і нематеріальних), починається туризм у сучасному розумінні.

На другому етапі індустріального періоду розвитку туристичної діяльності – зародження масового туризму – туризм перетворюється на значне суспільне явище, доступне для більшості громадян розвинених країн (табл. 4).

Таблиця 4

#### Особливості етапу «Зародження масового туризму»

Основні тенденції розвитку	Чинники розвитку туризму	Види та характер подорожей
Активно функціонує та розвивається туристична індустрія	Зростання суспільного багатства й доходів населення	Подорожі з пропагандистськими цілями, патріотичними (націоналістичними) поглядами
Туризм стає ефективною, найрентабельнішою галуззю економіки багатьох країн	Встановлення обов'язкових оплачуваних відпусток, здійснення подорожей середнім класом, найманими працівниками	
Поява державних та міжнародних туристичних організацій, вихід туризму на державний та міжнародний рівні	Зростання мобільності населення, значне розширення географії подорожей, збільшення міжрегіональних контактів	Розважальні, пізнавальні, історичні, оздоровчі, спортивні, круїзи, внутрішній туризм (екскурсії, походи)
Туризм – один із чинників глобалізаційних процесів у світі	Удосконалення залізничного і автомобільного транспорту, авіації	Соціальний туризм
	Урбанізація; зміна пріоритетів в системі духовних цінностей	Масовий, груповий і організований

У першій половині XX ст., незважаючи на негативний вплив першої світової війни, економічну депресію 30-х рр., з'являється масовий туризм, формується потужна туристична індустрія, що позитивно позначається на соціально-економічній ситуації багатьох країн. На цьому етапі прискорюється процес індустріалізації туристичної галузі, дедалі більша кількість людей мала потреби в організованому, активному відпочинку та отримувала можливості для цього, оскільки життєвий рівень населення підвищився.

Бурхливий розвиток туризму у другій половині XX ст. на третьому етапі індустріального періоду – масового туризму – зумовлюється низкою чинників (табл. 5).

У другій половині XX століття відбулася справжня туристична революція, з'явився термін «індустрія туризму» – потужна індустрія зі своїми інститутами, продуктом, виробничим циклом, методами управління, інтегрована система галузей, виробництв і видів діяльності, об'єднаних загальною метою та програмою розвитку. Всі сегменти індустрії туризму тісно пов'язані між собою та взаємозалежні. Для цього етапу характерний диференційований туризм – різноманітність потреб і мотивації туристів, множинність вузькоспеціалізованих сегментів у туристичному попиті, розмаїтість запропонованих послуг і яскраво виражена спеціалізація туристичної пропозиції.

Отже, в результаті стійкої позитивної динаміки розвитку туризму, наприкінці XX століття туристична галузь стала однією з провідних у світовій економіці. Сучасний розвиток туризму неможливо представити відособленим, ізольованим, функціонуючим поза національною економікою.

Процес переходу від індустріальної ери до інформаційної епохи визначає сучасний стан та напрями розвитку туристичної діяльності в третьому тисячолітті. Зростання глобалізаційних та інтеграційних процесів обумовлює основні тенденції й чинники розвитку туристичної діяльності в третьому – інформаційному (постіндустріальному) періоді (табл. 6).

Таблиця 5

**Особливості етапу «Масовий туризм»**

Основні тенденції розвитку	Чинники розвитку туризму	Види та характер подорожей
Туризм – складний міжгалузевий народногосподарський комплекс, важлива частина міжнародних економічних зв'язків	Стабільна політична обстановка й тривалий мирний період, економічне зростання, зростання купівельної спроможності населення	Індивідуальні, екологічні, спортивні, ділові, релігійні й етнічні
Особливо інтенсивний і бурхливий розвиток туризму, його глобалізація	Підвищення попиту з боку верств населення з середніми й невисокими доходами	Пригодницький; екзотичний та екстремальний туризм
Збільшується обсяг продажів турфірм та число осіб, зайнятих в індустрії туризму, підсилюється інвестиційний аспект туризму	Стрімкий розвиток науково-технічного прогресу (автомобільного транспорту, авіабудування, засобів комунікації, інформаційних технологій)	Інноваційні (круїзи на підводних човнах, тематичні парки, космічний туризм тощо)
Розквіт організаторської й посередницької діяльності в туризмі	Урбанізація, прагнення людей до перебування «на природі»	Масовий характер,
Укрупнення об'єднання турфірм, формування монополістичних структур на туристичному ринку	Збільшення мобільності населення, зміна характеру туристичних потреб, зростання рівня освіти й загальної культури	Організований туризм набуває транснаціональних властивостей
Розширення асортименту послуг, перехід від масового конвеєрного до масового диференційованого туризму	Розширення географії туристичних подорожей, спрощення прикордонного контролю та відміна візових режимів (Шенгенська зона)	

Таблиця 6

**Особливості «Інформаційного (постіндустріального)» періоду розвитку туристичної діяльності**

Основні тенденції розвитку	Чинники розвитку туризму
Прискорений розвиток туризму, який є важливим елементом економічної стратегії й вагомим чинником суспільного розвитку	Криза індустріального суспільства, формування основ постіндустріальної цивілізації
Туристична індустрія – глобальне явище за масовістю, формами і технологіями організації відпочинку	Широке розповсюдження приватного автотранспорту, поява дешевих авіаперевезень
Туризм – один з проявів способу життя суспільства у розвинених країнах світу	Посилення глобалізаційних процесів світової економіки, інформатизація суспільства
Туризм – сфера економіки, яка інтегрує та впливає практично на всі галузі	Інформаційна революція, кардинальні зміни в галузі науки, техніки, нові технології
Туристичний ринок формується на підставі нових законів, зміни характеру попиту в зв'язку з появою нових видів туристичних послуг	Екологізація мислення, усвідомлення людьми своєї єдності, взаємозалежності, відповідальності за долю всього людства
Світове співробітництво й інтеграція у сфері управління туризмом, регулювання розвитку туризму через міжнародні організації та форуми	Нові стандарти, форми людського спілкування, долаються бар'єри, які стоять на шляху інтеграції
Тотальний процес комп'ютеризації туристичних підприємств, створення віртуальних туристичних ринків	Зростання купівельної спроможності населення
Швидке й широке впровадження електронних технологій у туристичну ділову практику	Збільшення коштів, що інвестуються у розвиток туристичної діяльності
Виникають проблеми внаслідок глобалізації, негативний вплив на природне середовище	Визначальна роль знання
Сталий розвиток туризму	

У світовій практиці важко знайти ще один вид діяльності, який одночасно сприяє глобалізації господарства і розвитку регіонів, забезпечує зростання економіки. Зважаючи на проблеми, що виникають внаслідок глобалізації туристичної індустрії (екологічні проблеми, спалахи захворювань та епідемії, загроза терористичних актів), виникла необхідність комплексного вирішення сформованої ситуації на основі концепції сталого розвитку туризму («sustainable development») [8, с. 17].

Сталий розвиток туризму – це такий розвиток туризму, орієнтований на довгостроковий період, при якому досягається баланс у реалізації економічних, екологічних, соціальних і культурних цілей розвитку, враховуються інтереси всіх зацікавлених сторін на основі раціонального використання туристських ресурсів і всебічного партнерства. Ефективний розвиток сучасного туризму повинен відбуватись на фоні збалансованого існування трьох основних елементів людського розвитку – економіки (господарський розвиток), суспільства (ефективна життєздатність населення) і природи (оточуюче природне середовище) так, щоб не порушувалися цілісність й оптимальне співвідношення цих елементів. Отже, у сучасний період ми спостерігаємо початок епохи сталого розвитку туризму.

**Висновки.** 1. Туризм варто розглядати як потужний самостійний міжгалузевий господарський комплекс, динамічний за характером, що знаходить своє вираження у постійних змінах характеристик, безперервному розвитку, якісних удосконаленнях його видів та форм. В своєму історичному розвитку туристична діяльність постійно змінювалася, що було предметом дослідження науковців. Але немає єдиної думки щодо періодизації розвитку туристичної діяльності.

2. Узагальнення еволюційних поглядів вітчизняних і зарубіжних учених, що розглядали розвиток туристичної діяльності в історичному аспекті, дозволяє доповнити існуючу періодизацію та виділити три основні періоди розвитку туристичної діяльності: доіндустріальна епоха, індустріальний та інформаційний (постіндустріальний) періоди. До складу першого періоду розвитку туристичної діяльності входять чотири етапи: античної доби, Середньовіччя, епохи Відродження та Просвітництва. У складі другого

(індустріального) періоду розвитку туристичної діяльності виділяються три етапи: поява організованого туризму (формування галузі туризму), зародження масового туризму та масового туризму.

3. Подорожі, що здійснювались на першому етапі розвитку туристичної діяльності, не можна вважати туризмом у сучасному розумінні, так як цей вид діяльності розвивався як індивідуальне за своїм характером явище, яке не мало особливого значення у суспільному житті.

Характерною рисою другого етапу є виникнення організованого туризму, який перетворився на своєрідну галузь людської діяльності, на базі якої й виникла туристична індустрія. На цьому етапі закладаються основи сучасного туризму за своєю структурою, матеріальною базою, методами роботи. Особливо бурхливого розвитку туризм досяг у ХХ ст., став невід'ємною частиною життя і відпочинку людей.

Особливістю третього, постіндустріального періоду, є перехід до сталого розвитку туризму. У зв'язку з тим, що даний період тільки почався, в подальшому він потребує власної періодизації. Для вирішення актуальних проблем, що стоять перед сучасним туризмом у новому столітті, необхідним є продовження його дослідження та формування стратегії розвитку.

### Література

1. Енджейчик И. Современный туристский бизнес. Экстратегии в управлении фирмой / Ирена Енджейчик ; [пер. с польск.]. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 320 с.
2. Квартальнов В. А. Международный туризм: политика развития / В. Квартальнов, А. Романов. – М. : Советский спорт, 1998. – 142 с.
3. Сапрунова В. Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг / Сапрунова В. Б. – М. : Ось-89, 1997. – 160 с.
4. Соколова М. В. История туризма / Соколова М. В. – М. : Мастерство, 2002. – 352 с.
5. Freyer W. Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie / W. Freyer. – 6., überarb. und aktualisierte Aufl. – München/Wien : R. Oldenbourg Verlag, 1998. – 470 p.
6. Федорченко В. К. Історія туризму в Україні / В. К. Федорченко, Т. А. Дьорова. – К. : Вища школа, 2002. – 195 с.
7. Дяченко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Дяченко Л. П. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
8. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : [монографія] / Т. І. Ткаченко. – [2-е вид., випр. та доп.]. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.

Надійшла 13.08.2011

УДК 332.12

В. О. ГАБУРА

Луцький національний технічний університет

## АНАЛІЗ ЗАКОНОДАВЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

*У статті проведено аналіз нормативно-правових актів у сфері регіонального розвитку. Розглянуто роль окремих органів влади у підвищенні конкурентоспроможності регіонів. Сформульовано пропозиції щодо удосконалення законодавчого забезпечення конкурентоспроможності регіонів України.*

*The analysis of normatively-legal acts in the field of regional development is analyzed. The role of separate organs of power in the increase of competitiveness of regions is considered. Suggestions forth in relation to the improvement of the legislative providing of regional competitiveness of Ukraine are offered.*

*Ключові слова: конкурентоспроможність регіону, законодавство.*

**Вступ.** Провідне місце у процесі підвищення конкурентоспроможності регіонів належить органам центральної та місцевої влади, які реалізують свої функції через створення нормативно-правових актів, що в сукупності формують законодавство України. Законодавчі акти визначають функції та повноваження органів влади у сфері управління регіональною конкурентоспроможністю, їх взаємозв'язок та інструменти впливу на конкурентоспроможність регіонів.

Законодавче забезпечення є невід'ємним елементом забезпечення конкурентоспроможності регіонів, адже економічна система регіонів не може існувати без законодавчого поля, яке б регулювало відносини між суб'єктами господарювання та органами влади. Беручи до уваги недосконале та недостатньо розроблене законодавство України, особливо у сфері управління регіональним розвитком, вказана проблема є надзвичайно актуальною та потребує ретельного дослідження.

Дослідженням законодавчого забезпечення регіонального розвитку займалися М. Дацишин, В. Кецерман, Л. Л. Ковальська, В. В. Воротін, Т. Берегой, С. О. Біла, І. Студенніков, В. Ткаченко, О. І.

Васильєва та інші вчені, роботи яких є передумовою нашого дослідження.

Вченими частіше розглядається законодавче забезпечення регіонального розвитку, що має деякі відмінності від конкурентоспроможності і зумовлює підвищену актуальність даного питання.

**Постановка завдання.** Метою роботи є здійснення аналізу законодавчого забезпечення конкурентоспроможності регіонів, виявлення недоліків та формування пропозицій щодо його вдосконалення.

**Результати дослідження.** Законодавче забезпечення регіонального розвитку та конкурентоспроможності регіонів недостатньо розроблене, окремі аспекти конкурентоспроможності регіонів та інструменти впливу на неї регулює низка нормативно-правових актів, основні положення яких розглянуто нижче.

Єдиним органом законодавчої влади в Україні є парламент – Верховна Рада України [1]. Регіональний розвиток перебуває у сфері відання двох комітетів Верховної Ради – Комітету з питань будівництва, містобудування і житлово-комунального господарства та регіональної політики та Комітету з питань економічної політики.

Роботу цих комітетів та Верховної Ради загалом над законодавчим забезпеченням конкурентоспроможності регіонів вважаємо незадовільною, адже мета, принципи, завдання державної регіональної політики визначаються не законом, а Указом Президента „Про Концепцію державної регіональної політики”. Єдиним законом, який частково визначає засади реалізації державної регіональної політики є Закон України „Про стимулювання розвитку регіонів”, прийнятий 8 вересня 2005 р.

Законом визначено стимулювання розвитку регіонів як комплекс заходів, спрямованих на досягнення сталого розвитку регіонів та максимально ефективного використання потенціалу регіонів.

Узгодження діяльності центральних та місцевих органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування у сфері державного стимулювання розвитку регіонів, виконання регіональних стратегій розвитку здійснюється на основі угод щодо регіонального розвитку, які укладаються між Кабінетом Міністрів України та місцевими радами.

У Законі вказується, що території надається статус депресивної з метою створення правових, економічних та організаційних засад для вжиття органами державної влади та органами місцевого самоврядування заходів для стимулювання розвитку таких територій

З метою стимулювання розвитку депресивних територій у їх межах можуть здійснюватись такі заходи: спрямування державних капітальних вкладень у розвиток інфраструктури, сприяння формуванню об'єктів інфраструктури розвитку підприємництва, сприяння зайнятості населення, стимулювання трудової міграції

Фінансування стимулювання розвитку регіонів та подолання депресивності територій здійснюється за рахунок коштів, передбачених на цю мету в законах України про Державний бюджет України та рішеннях про місцеві бюджети на відповідні роки, та інших джерел відповідно до законодавства [2].

Фактично Закон не працює, адже для визнання території депресивною необхідно, щоб її економічні показники були значно нижчі за відповідні середні показники розвитку територій цієї групи протягом 3-5 років. В кожному із типів територій (регіони, промислові райони, сільські райони, міста республіканського в АР Крим і обласного значення) не існує жодної території, яка відповідає критеріям депресивності, встановленим у Законі України „Про стимулювання розвитку регіонів” [3, с. 236].

Провідним органом виконавчої влади з питань забезпечення реалізації державної регіональної політики в Україні є Міністерство регіонального розвитку та будівництва України, утворене 1 березня 2007 р.

Основні повноваження Міністерства регіонального розвитку та будівництва:

- бере участь у розробленні коротко- і середньострокових планів та цільових програм регіонального розвитку;

- розробляє та вносить в установленому порядку проекти нормативно-правових актів з питань регіонального розвитку, місцевого самоврядування, будівництва, архітектури, містобудування, промисловості будівельних матеріалів;

- бере участь у розробленні проектів угод щодо регіонального розвитку;

- бере участь у розробленні соціальних стандартів і нормативів;

- бере участь у розробленні стратегії і механізму реалізації державної інвестиційної політики з метою вирівнювання і стимулювання сталого розвитку регіонів;

- вживає заходів до розвитку економічної конкуренції, проводить згідно із законодавством роботу з ліцензування відповідних видів господарської діяльності та здійснює контроль за дотриманням ліцензійних умов;

- проводить у передбачених законом випадках перевірку місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування з питань здійснення ними повноважень органів виконавчої влади [4].

На нашу думку, Міністерство регіонального розвитку та будівництва не наділене обсягом повноважень, достатнім для проведення ефективної регіональної політики. Незважаючи на статус провідного органу виконавчої влади з питань забезпечення реалізації державної регіональної політики,

функції Міністерства в основному зводяться до участі у розробленні різноманітних планів та програм.

Вагомий внесок у інституційне забезпечення конкурентоспроможності регіонів зроблено Президентом України, зокрема Указами „Про заходи щодо впровадження Концепції адміністративної реформи в Україні” та „Про Концепцію державної регіональної політики”.

Згідно Указу Президента від 25 травня 2001 р. „Про Концепцію державної регіональної політики” головною метою державної регіональної політики визначено створення умов для соціально-економічного розвитку України та її регіонів, підвищення рівня життя населення, забезпечення додержання гарантованих державою соціальних стандартів для кожного її громадянина, підвищення ефективності використання потенціалу регіонів, удосконалення роботи органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Концепція передбачає реалізацію заходів:

- розмежування функцій і повноважень центральних і місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування;
- обґрунтування засад державного стимулювання регіонального розвитку, в тому числі депресивних територій;
- законодавче врегулювання служби в органах місцевого самоврядування;
- законодавче закріплення на довгостроковій основі обґрунтованих нормативів відрахувань від загальнодержавних податків і зборів (обов'язкових платежів) та трансфертів до місцевих бюджетів;
- забезпечення збільшення власних доходів в бюджетах місцевого самоврядування, зокрема, за рахунок оподаткування землі та майна;
- удосконалення механізму контролю з боку територіальних громад за діяльністю органів місцевого самоврядування та їх посадових осіб;
- удосконалення механізмів стратегічного державного планування регіонального розвитку, системи загальнодержавного і регіонального прогнозування та планування соціально-економічного розвитку;
- запровадження конкурсних засад розміщення у регіонах державних інвестиційних коштів та ін.

Незважаючи на затвердження заходів щодо реалізації Концепції державної регіональної політики Розпорядженням Кабінету Міністрів „Про заходи щодо реалізації Концепції державної регіональної політики”, передбачені заходи так і не були впроваджені в повному обсязі.

Щодо ролі Кабінету Міністрів України у забезпеченні конкурентоспроможності регіонів, варто виділити Постанову „Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року”, яка стала першим нормативно-правовим актом, що вказує на необхідність підвищення конкурентоспроможності регіонів.

Основною метою Стратегії визначається створення умов для підвищення конкурентоспроможності регіонів, забезпечення їх сталого розвитку на сучасній технологічній основі, високої продуктивності виробництва та зайнятості населення. Постановою визначаються стратегічні завдання державної політики регіонального розвитку України до 2015 року:

- підвищення конкурентоспроможності регіонів та зміцнення їх ресурсного потенціалу;
- забезпечення розвитку людських ресурсів;
- розвиток міжрегіонального співробітництва;
- створення інституціональних умов для регіонального розвитку;

В Постанові конкурентоспроможність регіонів розглядається в інвестиційному аспекті. Зокрема, зазначається, що в умовах гострої конкуренції між регіонами за нові інвестиції (включаючи іноземний капітал) регіональна політика повинна бути спрямована на забезпечення регіонів інструментами державної підтримки, завдяки яким вони зможуть бути конкурентоспроможними на ринку інвестицій.

Позитивним моментом постанови є визначення основних інструментів реалізації Стратегії:

- Угоди щодо регіонального розвитку;
- Програми подолання депресивності окремих територій;
- Державні цільові програми;
- Регіональні стратегії розвитку і програми соціально-економічного та культурного розвитку.

У Постанові вказується, що для реалізації Стратегії необхідно прийняти нормативно-правові акти, які передбачатимуть:

- розмежування функцій та повноважень центральних і місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування;
- удосконалення порядку регламентації загальнодержавного і регіонального прогнозування та планування соціально-економічного розвитку (визначення статусу стратегічних документів, запровадження принципів регіонального програмування та планування);
- впровадження механізму підвищення заінтересованості органів місцевого самоврядування у зміцненні їх фінансової бази шляхом закріплення за місцевими бюджетами частки загальнодержавних надходжень;
- розширення повноважень органів місцевого самоврядування у затвердженні та виконанні бюджету;
- чітке визначення переліку та розміру граничних ставок місцевих податків і зборів;

- реформування системи адміністративно-територіальних одиниць;
- участь у розробленні та впровадженні правового, економічного та організаційного механізму вирівнювання і стимулювання сталого розвитку регіонів [5].

Крім вищезазначених органів державної влади питанням регіонального розвитку займається ряд інституцій, зокрема, Головне управління з питань регіональної та кадрової політики Адміністрації Президента, Департамент регіонального розвитку Міністерства економіки, Управління регіональної політики Секретаріату Кабінету Міністрів, деякі дорадчі та консультативні органи. Функції цих органів зводяться до проведення аналізу та надання пропозицій щодо регіонального розвитку та діяльності органів державної влади і місцевого самоврядування.

Л. Л. Ковальська зазначає, що центральне місце в системі органів влади, що регулюють процеси підвищення конкурентоспроможності належить Антимонопольному комітету України [6, с. 217]. Погоджуємось з автором щодо ролі Антимонопольного комітету у регулюванні товарної конкурентоспроможності регіону, але вважаємо, що заходи, спрямовані на дотримання антимонопольного законодавства не є визначальними при підвищенні конкурентоспроможності регіонів. Адже основою конкурентоспроможності є інвестиційна та інноваційна діяльність, а підтримання конкурентного середовища в країні є лише одним із засобів впливу на товарну конкурентоспроможність. Тому в Антимонопольного комітету відсутні повноваження, що дозволяли б здійснювати вагомий вплив на конкурентоспроможність регіонів.

Відповідно до ст. 7 Конституції в Україні визнається і гарантується місцеве самоврядування. Органами місцевого самоврядування, що представляють спільні інтереси територіальних громад сіл, селищ та міст, є районні та обласні ради. Районні та обласні ради:

- затверджують програми соціально-економічного та культурного розвитку і контролюють їх виконання;
- затверджують бюджети відповідних адміністративно-територіальних одиниць і контролюють їх виконання;
- встановлюють місцеві податки і збори;
- утворюють, реорганізують та ліквідовують комунальні підприємства, організації і установи, а також здійснюють контроль за їх діяльністю [1].

Виконавчу владу в областях, районах, районах Автономної Республіки Крим, у містах Києві та Севастополі здійснюють обласні, районні, Київська та Севастопольська міські державні адміністрації. Місцеві державні адміністрації в межах відповідної адміністративно-територіальної одиниці забезпечують:

- виконання Конституції, законів України, актів Президента України, Кабінету Міністрів України, інших органів виконавчої влади вищого рівня;
- законність і правопорядок, додержання прав і свобод громадян;
- виконання державних і регіональних програм соціально-економічного та культурного розвитку, програм охорони довкілля, а в місцях компактного проживання корінних народів і національних меншин - також програм їх національно-культурного розвитку;
- підготовку та виконання відповідних бюджетів;
- звіт про виконання відповідних бюджетів та програм;
- взаємодію з органами місцевого самоврядування;
- реалізацію інших наданих державою, а також делегованих відповідними радами повноважень [7].

Склад місцевих державних адміністрацій формують голови місцевих державних адміністрацій. Голови місцевих державних адміністрацій призначаються на посаду і звільняються з посади Президентом України за поданням Кабінету Міністрів України. [7]. Тобто незважаючи на гарантії місцевого самоврядування Конституцією України, районні та обласні ради не мають власних виконавчих органів і не можуть впливати на формування відповідних адміністрацій. Це призводить до неефективності взаємодії органів місцевого самоврядування та місцевих органів виконавчої влади.

На нашу думку, для забезпечення реального місцевого самоврядування необхідно змінити порядок формування місцевих державних адміністрацій. Голови місцевих адміністрацій повинні затверджуватись відповідною радою за поданням Президента. Також районні та обласні ради повинні брати участь у формуванні складу місцевої адміністрації відповідного рівня. Такий підхід дозволить підвищити ефективність співпраці та взаємовідповідальність органів місцевого самоврядування та місцевих органів виконавчої влади.

Ще одним недоліком у законодавчому забезпеченні конкурентоспроможності регіонів є недостатньо чіткий розподіл повноважень місцевих адміністрацій та органів місцевого самоврядування, адже частина повноважень належить до їх суміжної компетенції, що призводить до неефективного управління економічним розвитком на регіональному рівні.

**Висновок.** Таким чином, здійснивши аналіз інституційного забезпечення конкурентоспроможності регіону, ми дійшли до наступних висновків:

- роботу Верховної Ради над законодавчим забезпеченням конкурентоспроможності регіонів вважаємо незадовільною;

- Міністерство регіонального розвитку та будівництва не наділене обсягом повноважень, достатнім для проведення ефективної регіональної політики, тому пропонуємо включити до сфери відання даного міністерства забезпечення реалізації державної регіональної політики;

- для підвищення ефективності взаємодії органів місцевого самоврядування та місцевих органів виконавчої влади необхідно, щоб районні та обласні ради брали участь у формуванні складу місцевої адміністрації відповідного рівня;

- недостатньо чіткий розподіл повноважень місцевих адміністрацій та органів місцевого самоврядування знижує ефективність управління економічною системою регіону, тому необхідно чітко розділити функції та повноваження кожного органу, що є перспективою подальших досліджень у даному напрямку.

### Література

1. Конституція України : закон України № 254к/96-ВР від 28.06.1996 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – С. 141.
2. Про стимулювання розвитку регіонів : закон України № 2850-IV від 08.09.2005 // Відомості Верховної Ради України. – 2005. – № 51. – С. 548.
3. Романюк С. Стратегічне планування регіонального розвитку та просторовий розвиток України / С. Романюк // Збірник наукових праць ЧДТУ. – 2008. – Вип. 20. – С. 230–237.
4. Деякі питання Міністерства регіонального розвитку та будівництва : постанова Кабінету Міністрів України № 750 від 16 травня 2007 р. // Офіційний вісник України. – 08.06.2007. – № 39. – С. 11.
5. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року : постанова Кабінету Міністрів України № 1001 від 21 липня 2006 р. // Офіційний вісник України. – 09.08.2006. – № 30. – С. 36.
6. Ковальська Л. Л. Оцінка конкурентоспроможності регіону та механізми її підвищення : [монографія] / Ковальська Л. Л. – Луцьк : Надтир'я, 2007. – 420 с.
7. Про місцеві державні адміністрації : закон України № 586-XIV від 9 квітня 1999 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 20–21. – С. 190.

Надійшла 13.08.2011

УДК 33.336.748

О. В. РУДА, О. Б. ПОГАЙДАК

Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя

## УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВО-ГРОШОВИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ (АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЗАХИСНИХ ФУНКЦІЙ ВІДЧИЗНЯНОГО ТОВАРОВИРОБНИЦТВА)

*В статті розглянуто інструментарій та механізми впливу чинників фінансово-грошових відносин на валютний курс у системі державного регулювання економіки. Проведено аналіз основних показників розвитку економіки України з часів її незалежності та вплив на них валютного ринку.*

*In the article the impact factors of financial instruments and monetary relations on the exchange rate in the state economic regulation. The analysis of basic indicators of economic development Ukraine since its independence and the effect of the currency market.*

*Ключові слова: валютно-фінансова система, курс валют, національне виробництво, економічна політика.*

**Постановка проблеми.** Україна на даний час має перехідну, не збалансовану економіку з високим ступенем не визначеності в соціально-економічному курсі розвитку. Важливість питання про підтримку заниженого або завищеного курсу національної валюти полягає в тому, що динаміка валютного курсу, по-перше, суттєво впливає на ефективність національного виробництва, зайнятість населення, стан платіжного балансу; по-друге, слугує індикатором змін, які відбуваються в економічній політиці, а також стану розвитку реального та фінансового секторів економіки; по-третє, орієнтація уряду країни на занижений або завищений курс національної валюти визначає довгострокові пріоритети економічної політики країни.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Протягом 20 років незалежності України вітчизняні науковці опублікували низку наукових праць, в яких висвітлюється проблема та шляхи забезпечення стабільного розвитку економіки. Дослідженню коливання курсу валют та його вплив на розвиток виробництва спрямували свої праці такі відомі економісти, як А. Макаренко, Жаліло Я., Задоян А., Задоя А., Гриценко А., Лямець С. [1–7]

**Результати дослідження.** Найбільш складною функціональною складовою сучасної економічної структури є міжнародна валютно-фінансова система. В умовах розширення ринкових відносин роль цієї суто економічної сфери світового господарського життя посилюється. Збільшуються масштаби та обсяги

міжнародних фінансово-кредитних операцій, зростає кількість суб'єктів валютно-фінансових відносин. Важливим механізмом не тільки валютно-фінансової системи, а й розвитку всієї економіки країни, є валютне регулювання, яке полягає у ефективній діяльності держави та уповноважених нею органів, спрямованій на регламентацію міжнародних розрахунків і порядку здійснення операцій з валютними запасами.

Проблема коливання курсу валют є актуальною для будь-якої країни. Уряди багатьох держав штучно занижують або, навпаки, завищують курс своєї валюти в залежності від мети і завдань, в тому числі і у сфері економічного розвитку. Враховуючи нинішню економічну ситуацію в Україні, важливо вміти прогнозувати і визначити, який курс занижений або завищений стосовно інших валют і який потрібен ступінь такого заниження або завищення для забезпечення стабільного подальшого розвитку економіки країни.

Аналізуючи динаміку зміни курсу валют, слід зазначити неоднозначність наслідків девальвації національної валюти. У ряді країн девальвація використовувалася з метою стабілізації національної грошової одиниці. Як інструмент фінансово-кредитного механізму вона здатна вирівняти платіжний баланс країни, підвищити конкурентоспроможність експорту, регулювати експортно-імпортні відносини, в тому числі, розвиток експорту і обмеження імпортних операцій. На даний час, коли національна економіка зазнає втрат в зв'язку з витісненням з внутрішнього ринку вітчизняних товарів, за рахунок удосконалення організації фінансово-грошових відносин, як пише А.П. Макаренко, є реальна можливість зростання обсягів виробництва продукції та стабілізації діяльності підприємств різних галузей економіки. [1] Таким чином, девальвація в оптимальних межах сьогодні може виступати формою сприяння економічному розвитку країни.

Специфікою нашої країни є те, що іноземна валюта циркулює всередині країни паралельно з національною. Така практика не вважається перспективною в жодній західній державі в тому числі і ЄС. Українська гривня на власній території постійно вступає в конкуренцію з набагато сильнішою і ліквідною валютою – американським доларом, а в останні роки – і з євро. Щоб у таких умовах національна валюта могла утримувати позиції і повноцінно виконувати функції грошей, у тому числі слугувати засобом накопичення, національний ринок повинен бути стабільний і передбачуваний. Специфіка України полягає і в тому, що на даний час 30% грошової маси перебуває в готівковій формі. Для порівняння: у грошовій масі Великобританії частка готівки становить 2–3%, Чилі – 3–4%, Австралії та Канади – 4–5%.

В ситуації, що склалася, конкурентні переваги вітчизняних товарів зростають, в першу чергу, за рахунок більш низької ціни, ніж у аналогічних імпортних товарів. Це стосується таких нерентабельних сьогодні галузей як легка, харчова переробна промисловість, а також сільське господарство та будівництво.

Разом з тим, зміни співвідношення курсу валют виконують значний вплив і на вартість вітчизняної продукції. Перш за все, це пов'язано з високою часткою імпортних енергоносіїв у загальному обсязі їх споживання в Україні. Затрати на паливо і енергію входять у собівартість продукції будь-якої галузі, у зв'язку з чим зміна цін на них відбивається у витратах виробництва і вартості продукції всіх галузей. Як наслідок, ціни на вітчизняні товари зростають, в тому числі і на ті, які входять в український експорт.

При зниженні курсу національної валюти створюються більш сприятливі можливості для розвитку експорту і конкуренції з закордонними товаровиробниками, перш за все, для галузей з високою питомою вагою доданої вартості.

Таким чином, виникає необхідність більш ефективно використовувати ситуацію зниження курсу національної валюти для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників і розвитку економіки. При цьому необхідно продовжити роботу з формування ефективних регуляторів експортно-імпортних відносин виходячи з перспектив розвитку вітчизняного виробництва та інтересів національних товаровиробників, в напрямку встановлення оптимального рівня мита, розширення застосування нетарифних методів обмеження імпорту.

До однієї з основних проблем, пов'язаних з девальвацією національної валюти, відноситься скорочення іноземних інвестицій в національну економіку. Україна володіє значним ресурсним потенціалом, але світовий досвід поки показує, що для досягнення пріоритету у конкуренції, а також ефективного включення країни в існуючу систему міжнародного поділу праці, потрібно активне використання можливостей, пов'язаних із залученням великомасштабних інвестицій з-за кордону [2].

В серпні 1998 р. після тривалого періоду стабільності обмінного курсу (1,8 грн/дол. США в 1996–1997 рр.), національна валюта обвалилася. Тільки за другу половину 1998 р. в Україні курс долара по відношенню до Української валюти зріс на 66 % (з 2,06 до 3,43 грн).

Є підстави стверджувати, що падіння (девальвація) національної валюти в 1998 р. поширить вплив на один із важливих факторів наступного економічного зростання в Україні. За два роки український виробник потіснив імпорт, причому досить серйозно.

Впродовж 1998–1999 рр. курс долара в Україні підвищився в 2,7 рази, а споживчі ціни – зросли на 43 %. Внаслідок цього на внутрішньому ринку виникли серйозні бар'єри для доступу імпортних товарів: витрати на імпортні товари зросли в 2,7 рази, а продати їх в Україні можна було тільки на 43 % дорожче. По суті, рівень реального підвищення курсу долара за вказаний період на  $89\% (2,7/1,43) = 1,89$  було нічим



іншим, як девальваційним митом на імпорт або відносним зростанням ефективності національного продукту порівняно з імпортним. Подібне мито відрізняється від традиційного імпортного. Останнє можна обійти через „дірки” в законодавстві або іншим традиційним для України способом. Девальваційного мита уникнути неможливо: ніхто не продасть долар, скажімо, за 3 грн, якщо це можна зробити за 5,44 грн. В цьому плані просто вражаючі результати роботи підприємств легкої і харчової промисловості за 2000 р., на яких приріст виробництва становив 39,0 і 26 % відповідно. На честь українських виробників, вони використали наданий їм девальваційний шанс для витіснення імпортних товарів. У 2000 р. спостерігалася реальна ревальвація гривні. За підрахунками експертів, гривня ревальвувала на 17,2 %. На перший погляд те, що ревальвація відбувалася на тлі зниження дисконтної ставки НБУ, тобто "здешевлення" грошей на внутрішньому ринку, цілковитий парадокс з точки зору положень класичної економічної науки. Пояснюється він тим, що, збільшення товарних оборотів відбулося переважно за рахунок зовнішніх чинників, в той час як відсутність достатнього поширення економічного поживлення всередині країни не забезпечила генерування адекватних гривневих грошових потоків. Внаслідок цього на тлі незначного збільшення грошової пропозиції зріс дефіцит гривні, який викликав збільшення її ціни. Якщо на кредитному ринку через неплатоспроможність та неліквідність більшості його учасників ціна гривні, виражена відсотковою ставкою, навіть скорочувалася, на валютному ринку, учасники якого володіли ліквідними ресурсами внаслідок проведення експортних операцій, реальне подорожчання гривні все ж відбулося. Дискретність ринкового простору України обумовила слабкий взаємозв'язок між рівнем відсоткових ставок та міжнародними потоками капіталів, тому ринковий механізм встановлення рівноваги не спрацював належним чином. Зрозумілий і ефект впливу на експортно орієнтовані виробництва. Величина від експорту підвищилася в 2,7 рази при збільшенні внутрішніх витрат на 43 %. Кожний долар, отриманий від експорту, став давати майже вдвічі більше доходів у гривнях. Тому закономірні темпи зростання чорної та кольорової металургії на 20,7 % і 18,8 % на фоні середніх по промисловості – 12,9 %. За розрахунками, 11,5% від загальних 19,5% приросту промислової продукції за січень 2001 р. дали три сектори економіки: легка, харчова промисловість, металургія і обробка металу, приріст в яких склав відповідно 40,5; 32,3 і 27,4 %. Підвищення курсу долара за 2000 р. становило всього 6 %, та й прийшлося воно повністю на січень 2000 р. В такій ситуації в Україні була прийнята антикризова програма, основними напрямками якої є стабілізація курсу гривні і підтримка вітчизняних товаровиробників шляхом стимулювання експорту та скороченням обсягу імпорту.

Відомо, що навіть стабільна економічна ситуація характеризується 3–5% рівнем інфляції у зв'язку з потенційно зростанням реального ВВП. Однак низький рівень інфляції не є достатньою умовою економічного зростання. Прикладом можуть служити Японія, Швеція, Швейцарія. У цих країнах з розвиненим ринком при достатньо низькій інфляції економіка не зростає.

Як пише А. О. Задоян в своїй праці “Економічна криза в країнах східної та центральної Європи: спільні риси та національні відмінності”: імпортозаміщення в Україні і зростання експорту – закономірний лікувальний ефект від девальвації національної валюти, який проявився через два роки після фінансової кризи 1998 р. Потреби економіки в твердій валюті зменшились, надходження зросли. За 2000 р. Україна звела зовнішню торгівлю товарами з непоганим плюсом в 616 млн дол. Експорт збільшився за рік на 25,8 %, імпорт – на 17,8 %. Темпи зростання в харчовій промисловості також поступово знижувалися у міру того, як давався ознаки ефект бази для порівняння, а позитивний ефект, спричинений девальвацією і зростанням доходів населення в другій половині 1999 р., вичерпувався. Темп збільшення обсягів виробництва в легкій промисловості удвічі більший за збільшення експорту, навряд чи свідчить про наявність протилежної тенденції через украї незначну питому вагу галузі в структурі промислового виробництва та складність схем включення підприємств галузі до міжнародного поділу праці [3].

Слід застерегти від можливого висновку, що, мовляв, для економічного зростання достатньо тільки здійснювати політику постійної девальвації національної валюти. Це абсолютно шкідливий висновок.

Девальвація робить неможливими інвестиції в фундаментальну базу економічного зростання. За таких умов ніхто не оцінює дохідність в гривнях – тільки в доларовому еквіваленті. А за гривневої дохідності в 49 % і підвищенні долара на 50 % не доцільно вкладати гроші в реальну економіку. Розумні купують долари, тому що, на відміну від першого випадку, в другому хоча б зберігається капітал.

Позитивний вплив девальвації на економічну ситуацію можна було отримати тільки відновивши стабільність національної валюти за рахунок удосконалення організації фінансово-грошових відносин в умовах трансформації економіки в контексті впливу на розвиток захисних функцій вітчизняного.

У 2004–2005 рр. в Україні спостерігається чергова політична криза, яка по-особливому, відчутно впливає на економіку по даний час. Цей вплив насамперед виявляється через: ажіотажний попит на більш стабільну іноземну валюту; падіння курсу національної грошової одиниці; зростання споживчих цін; погіршення інвестиційних та кредитних рейтингів і зниження обсягів відповідних ресурсів, зростання їхньої вартості; зниження котирувань вітчизняних цінних паперів, обсягів і вартості їхнього продажу; зменшення щоденних надходжень до бюджетів всіх рівнів; послаблення платіжної дисципліни. Знизилась темпи приросту внутрішніх інвестицій. Спостерігається зниження темпу приросту виробництва практично в усіх галузях економіки. В квітні 2005 р. НБУ здійснив різку ревальвацію гривні, офіційний курс якої знизився з

5,32 до 5,05 грн./дол. США (українська валюта закріпилась на 4,3%). Загальновідомий факт, що якщо національна валюта закріплюється, то ціни на національні товари на зовнішніх ринках збільшуються. В результаті зменшується експорт, що призводить до зменшення виробництва. З іншого боку, ревальвація стимулює імпорт, визиває зниження цін на імпортовані товари, що призводить до зниження конкурентоспроможності товарів національного виробництва їх поступовому витісненню з національного ринку.

До середини 2008 року в Україні спостерігалися відносно високі темпи економічного зростання, однак дедалі більш явними ставали ознаки “перегрівання” економіки. Упродовж 2001–2008 років середні показники економічного зростання становили 7,5% і належали до найвищих у Європі. Україна одержала більший обсяг інвестицій – як прямих іноземних, так і банківських кредитів, – і це збільшення інвестицій, поряд із істотним поліпшенням зовнішніх умов торгівлі, зумовленим високими цінами на сталь, підтримувало зростання внутрішнього попиту, величина якого виражалася двозначним числом. Однак фіксований валютний курс, проциклічна фіскальна політика та стрімке зростання міжнародної ліквідності, які мали місце до кризи, призвели до значного перегрівання місцевої економіки та високої інфляції (понад 30% до середини 2008 року) з розширенням поточного рахунку на 17 відсоткових пунктів ВВП упродовж періоду між 2004 і 2008 роками. В 2008 р. спостерігається так званий “больвовий шок” що його викликала криза в Україні, яка потягнула за собою знецінення гривні, падіння ділової активності, падіння зарплати, зростання цін. В період з жовтня 2008 р. по листопад 2009 р. гривня девальвувала на 60%: від 5 грн до 7,9 грн за \$1. Такого карколомного знецінення не зазнала жодна національна валюта у світі в часи нинішньої кризи. Значне падіння курсу національної валюти призвело до збільшення розриву між ринковим курсом та паритетом купівельної спроможності гривні. Слід відзначити, що курси країн регіону досить по-різному відреагували на фінансово-економічну кризу. Наприклад у Словаччині курс національної валюти у 2008 р. в порівнянні з попереднім періодом зріс на 5%. Практично без змін залишилися курси валют Болгарії, Литви, Латвії та Естонії. Досить значне падіння курсу валюти (близько 15%) зафіксоване в Росії, Білорусії, Сербії, Румунії та Угорщині. Однак найбільше втратили польський злотий (23%) та українська гривня (30%) у 2008 р. Через здешевлення гривні сукупна вартість потенціалу України, тобто її ліквідність у рамках світового господарства, зменшилася наполовину.

У жовтні 2008 року промислове виробництво скоротилося на 20% (по відношенню до жовтня 2007 року). У листопаді промисловість звалилася вже на 28,6% у порівнянні з листопадом 2007 р. Високий попит на сировинні ресурси виявилися короткочасним. Відсутність попиту на світових ринках позначилася зниженням валютних надходжень в країну від експорту продукції. Всі металургійні підприємства України скоротили своє виробництво в порівнянні з минулим періодом на 67%. [4]

Обсяги експорту за січень-вересень 2009 р. становили \$28 млрд, що на 48,2%, або на \$26,1 млрд менше, ніж у січні-вересні 2008 р. Обсяги імпорту за січень-вересень 2009 р. дорівнювали \$31,6 млрд, зменшившись на 52,6% (або на \$35,1 млрд) порівняно з відповідним періодом 2008 р.

Обсяги падіння ВВП за січень-липень 2009 року, порівняно з аналогічним періодом 2008 року, становлять 25,6%. Індекс виробництва базових галузей за січень-червень 2009 р. впав на 28,9%. Зменшення обсягів промислового виробництва в січні-червні 2009 р. зафіксовано на позначці 31,1%. Відбулося падіння у сфері машинобудування, хімічній та будівельній галузях, виробництва будівельних матеріалів. Обсяги оптової торгівлі зменшилися на 30%, роздрібною – на 25%. Падіння у сфері послуг сягнуло 25–30%. Єдина сфера, де за перше півріччя 2009 року відбулося зростання, це виробництво алкогольних та тютюнових виробів.

Безперечно, однією з перших причин розгортання кризи в Україні стала значна орієнтованість національної економіки на експорт низько-технологічної продукції. За підсумками першого державного статистичного спостереження наявного потенціалу Українських підприємств щодо виробництва технологічної продукції. Проведеного в першому кварталі поточного року за формою 1-технологія, наявна тенденція зменшення питомої ваги експорту високотехнологічної продукції в загальному обсязі експорту з 4,3% у 2003 до 1,87% у 2008 р. (обстежувалися 7939 підприємств) [5].

Тож ураховуючи надзвичайно високу залежність Української економіки від зовнішніх ринків (обсяг експорту становить 50% ВВП) і відсутність ефективних заходів економічної політики, спрямованих на стимулювання внутрішнього попиту, очевидно що динаміка національних економічних показників у короткостроковому періоді буде практично повністю визначатися глобальними трендами [6–7].

Таким чином, для формування організаційно-економічного механізму розвитку функцій вітчизняного товаровиробника, доцільно розробити модель, яка передбачатиме взаємозв'язок галузей національної економіки, інструментів посилення державного контролю з засобами та чинниками, що впливають на розвиток захисних функцій то посилення державного контролю та вартості що посилять ефективність його функціонування

**Висновок.** Отже, зміни курсу валют впливають на перерозподіл між країнами частини сукупного суспільного продукту, яка реалізується на зовнішніх ринках. За підрахунками, зниження на 20% курсу валюти країни, що має експортну квоту 25%, викликає підвищення цін товарів, які експортуються, на 16% і внаслідок цього зростання загального рівня цін у країні на 4–6%. При посиленні національної грошової

одиниці не падає і ступінь валютної захищеності національного ринку

Фінансово-банківські органи держави повинні активно відслідковувати та корегувати курс валют в даний час, незначна девальвація національної грошової одиниці може розглядатися в якості одного з дієвих важелів організаційно-економічного механізму захисту вітчизняних товаровиробників.

### Література

1. Макаренко А. П. Наукові засади державного регулювання ринкової економіки у контексті його необхідності / А. П. Макаренко, Л. Ю. Мельник // Економіка та держава. – 2008. – № 3.
2. Жаліло Я. Економічна стратегія держави теорія, методологія, практика : [монографія] / Жаліло Я. – К., 2003.
3. Задоян А. О. Економічна криза в країнах східної та центральної Європи: спільні риси та національні особливості / О. А. Задоян // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2010. – Вип. 21.
4. Задоя А. А. Валютный курс и его влияние на мотивацию внешнеэкономической деятельности / А. А. Задоя // Академічний огляд. – 2009. – № 2.
5. Гриценко А. Стабільність грошової одиниці та економічний розвиток / А. Гриценко // Щоденна Всеукраїнська газета День. – 2011. – № 135.
6. Довідка про Україну [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/ECAEXT/UKRAINEINUKRAINIANNEXTN/0,,contentMDK:21841128~menuPK:5210409~pagePK:141137~piPK:141127~theSitePK:455681,00.html#econ>
7. Лямець С. Крихка стабільність гривні. Чи надовго? [Електронний ресурс] / С. Лямець // Економічна правда. – Режим доступу : <http://tsn.ua/analitika/krihka-stabilnist-grivni-chi-nadovgo.html>

Надійшла 14.08.2011

УДК 339.98

О. Л. РАПАЦЬКА, Л. А. ГРИЦИНА  
Хмельницький національний університет

## ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ТА ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ МІЖНАРОДНОГО ТЕРОРИЗМУ

*У статті досліджуються економічні, політичні, релігійні та соціальні причини виникнення міжнародного тероризму, виділяється нова форма прояву тероризму, як засобу просування певних напрямів державної політики, а також досліджуються економічні наслідки терористичної діяльності.*

*The economical, political, religious and social causes of international terrorism are researched in the article. In the article also researched terrorism as a mean to promote state's interests and results of international terrorism.*

*Ключові слова: міжнародний тероризм, економічні наслідки, світове співтовариство, міжнародні конвенції.*

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що тероризм протягом останніх десятиліть перетворився на одну з найбільш складних проблем, які здійснюють деструктивний вплив на суспільно-політичну обстановку як в регіональному, так і глобальному масштабі. Тероризм являє все більшу загрозу державній та особистій безпеці, стає причиною значних політичних, соціальних та економічних наслідків, що виражаються в дестабілізації суспільно-політичної системи окремих держав і негативно впливають на глобальну систему міжнародних відносин. У багатьох країнах світу тероризм має глибокі історичні корені і сприяє виправданню зі сторони громадськості, що робить необхідним аналіз не тільки економічних, політичних, соціальних, а також релігійних чинників.

Визначенням тероризму та його впливом на світове співтовариство займалась велика кількість вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема, Д. Белл, П. Уілкінсон, О. Богатиренко та Ю. Кузнецова-займались вивченням причин виникнення тероризму. У. Лакер, К. Крокер, А. Кронін та А. Рапопорт досліджували політичну складову тероризму. А такі вчені, як А.І. Дороченкова, Н.П. Медведева, Ж.Т. Тошченга займались систематизацією та класифікацією етнополітичних та регіональних аспектів вивчення сучасного тероризму. Проте в працях цих вчених відсутній розгляд тероризму, як загальносвітового неподільного явища, яке є результатом різниці економічного, політичного розвитку та різних релігійних поглядів.

Саме тому метою роботи є дослідження міжнародного тероризму, як комплексного явища та виявити вплив соціальних, економічних, політичних та релігійних чинників на його виникнення.

**Результати дослідження.** Тероризм – це насильницька дія, спрямована на примус шляхом залякування або шантажу певного суб'єкта політики робити те, що він сам до терористичних актів робити не збирався, здійснювати такі кроки, які суперечать першопочатковим намірам суб'єкта політики і задовольняють інтереси суб'єктів терористичної діяльності.

Соціальні корені тероризму, зазвичай, пов'язані з соціальною та економічною нерівністю.

Зрозуміло, що повна ліквідація такої нерівності – утопія пов'язана з ніколи нездійсненою ідеєю досягнення соціальної однорідності. Однак, тим не менше, частина такої ідеї – створення і розширення так званого середнього класу – у цивілізованих країнах вважається реальним гарантом стабільності існуючого державного устрою. Будь-яка держава, зацікавлена у самозбереженні і розширенні своєї соціальної бази, зацікавлена в розширенні свого «середнього класу». Це означає наявність такої загальнодержавної політики доходів, яка дозволила б ліквідувати зовсім вже нездолані верстви населення, а також певний контроль над хоча б відносно справедливим розподілом соціальних благ – так, щоб у загалу не накопичувалася психологічне відчуття занадто явної нерівності, яке не може бути подоланим інакше, ніж радикальними насильницькими засобами.

Станом на 2009 рік, за даними ООН, відсоток безробітних країни-лідери світового господарства зафіксували на рівні – Австрія–3,8%, Японія – 4%, Великобританія – 5,6%, США – 5,8%, Бельгія – 7%, Німеччина та Франція по 7,5% та 7,4% відповідно. Країни Південної Америки: Уругвай–7,6, Бразилія – 7,9, Колумбія – 11,7. У Південній Африці було зафіксовано 22, 9 відсотки безробітних, у Єгипті – 8,7%, Ефіопія –17,0%, а у Тунісі – 14,2%, де власне і відбуваються збройні заколоти та спроби державних переворотів [1].

Економічні корені – це не стільки сама по собі економічна нерівність людей (вона, практично, вічна), скільки її занадто відкритий, кричущий характер, що дратує людей.

У методології Світового Банку, який щорічно розраховує показники національного доходу на душу населення в країнах світу, всі держави і території класифікуються за трьома категоріями:

1. Країни з високим рівнем доходу на душу населення (від \$ 12,196 і вище).
2. Країни із середнім рівнем доходу на душу населення:
  - з рівнем доходу на душу населення вищий за середній (від \$ 3,946 до \$ 12,195);
  - з рівнем доходу на душу населення нижче середнього (від \$ 996 до \$ 3,945).
3. Країни з низьким рівнем доходу на душу населення (від \$ 995 і нижче).

Згідно даним Світового Банку станом на 2009 рік в перелік держав з високим рівнем доходів відносять найбільш розвинуті країни світового господарства, серед яких, США та Великобританія, відповідно з 17 та 30 місцями у рейтингу. Найбільш нестабільні регіони – Лівія, Туніс та Єгипет посідають 71,123 та 147 місця відповідно, та відносяться до країн з доходом на душу населення нижче середнього. Отож, економічна складова тероризму проявляється досить чітко [2].

Економічні корені тероризму можуть приймати міжнародний характер. Тоді, обурюючись несправедливим, з їхньої точки зору, міжнародним поділом праці, з'являються антиглобалісти і піднімаються на боротьбу з транснаціональними корпораціями та міждержавними альянсами (на кшталт виступів проти Світового банку, Міжнародного валютного фонду, керівників країн-членів групи G-8).

Ще одним коренем тероризму є відмінність політичних поглядів. В сучасних умовах політичний тероризм охопив майже всі країни світу – розвинуті і ті, що розвиваються, активно діють всі його типи і види. Особливо активно діють терористичні організації і угруповання в Італії, Франції, США, Німеччині тощо. Найвища активність терористичних і екстремістських організацій в Японії. Їх діяльність виражена в жорстокій, нелюдській формі. В Японії, в Європі, країнах Латинської Америки та й в самих Сполучених Штатах Америки ліві екстремісти сприяють реакційним силам в розправі над прогресивним рухом та масовими організаціями. Відомі в Європі різноманітні угруповання, що ведуть терористичну діяльність проти прогресивних сил («Червоні бригади» – в Італії, «Червона армія» в Японії і Німеччині, «Революційна армія» в США та ін.) [3].

Як показує світовий досвід, тероризм особливо гостро проявляється і на релігійному ґрунті, коли загострюються протиріччя в соціально-політичній сфері, відбувається ламання суспільних відносин, державного устрою, відсутня стабільність. Участь людини в релігійному житті дозволяє задовольнити її потреби у безпеці, позбутися почуття нікчемності та незахищеності перед оточуючим світом в умовах дефіциту необхідних орієнтирів.

Згідно з опитуваннями суспільної думки, більша частина жителів Центральної Азії осуджують релігійний радикалізм і хочуть, щоб їхні держави залишалися світськими, але невирішені соціальні проблеми, економічний дисбаланс, що поглиблюється, масове безробіття та інші проблеми є тими факторами, що створюють сприятливе середовище екстремізму.

М.П. Требін вважає: «В рамках релігійної складової тероризму важливо усвідомлювати його зв'язок з релігійним екстремізмом, фундаменталізмом. Релігійний фундаменталізм зазвичай розглядається як сучасний феномен, породжений історичною атмосферою ХХ століття. Тенденція до фундаменталізму в більшому або меншому ступені характерна для всіх головних світових релігій... Фундаменталізм являє собою реакцію організованої релігії на породжені сучасністю проблеми, що постали перед традиційними суспільствами...» [4].

Розподіл світу за релігійно-цивілізаційним принципом сьогодні розглядається як результат появи на світовій арені міжнародного тероризму. Сьогоднішня дійсність є такою, що багато терористичних організацій є прихильниками ісламу. Але варто пам'ятати, що існує велика різниця між ісламським фундаменталізмом і екстремізмом. Ісламський фундаменталізм, як і фундаменталізм будь-якої іншої держави, є безпечним для суспільства: це перш за все будівництво мечетей, відправлення обрядів,

взаємодопомога віруючих тощо. Екстремізм має місце тоді, коли фундаменталізм набуває агресивного характеру. В історії людства були такі періоди, коли християнський фундаменталізм переростав у християнсько-католицький екстремізм: хрестові походи, протистояння католиків з протестантами тощо.

Проте, тероризм може відбуватися не тільки з приводу релігійних, політичних чи соціальних розбіжностей, тероризм став засобом просування певних напрямів державної політики, особливо це стосується питань зовнішньої політики демократичних країн. Так, наприклад, такими можна визначити країн-лідерів світового господарства – США та Великобританію. Названі країни ведуть повномасштабні операції, причинами яких є найбільш цінний продукт ХХІ століття – нафта та збереження домінуючих позицій у світі.

Саудівська Аравія, Ірак, Іран, Кувейт, Об'єднані Арабські Емірати, Катар, Ємен, Лівія, Єгипет, Нігерія, Алжир, Казахстан, Азербайджан, Малайзія, Індонезія, Бруней разом, за різними джерелами, володіють від 66,2 до 75,9 відсотків світових резервів нафти. Лише Лівія знаходяться серед найбільших світових нафтових виробників, володіє приблизно 3,5 відсотками світових запасів нафти.

Подорожчання нафти означатиме перерозподіл коштів від споживачів до виробників. А оскільки останні схильні заощаджувати більше, це може вилитися у спад світового попиту. Перевернене часом правило доводить, що внаслідок десятивідсоткового зростання цін на нафту економічний розвиток на планеті сповільниться на чверть відсотка. Якщо зараз його темпи у світовій економіці становлять 4,5%, то це означає, що ціни на нафту мали б перевищити пік 2008 року, коли вони сягали майже \$150 за барель, щоб зупинити нинішні темпи відновлення. Та навіть менший їхній стрибок підірве зростання і збільшить інфляцію.

Збільшення вартості нафти підігріватиме інфляцію, особливо через підвищення цін на продовольство. Витрати на харчові продукти досі становлять значну частину бюджету людей у таких країнах, як Китай, Бразилія та Індія. І хоча центробанки піднімають відсоткові ставки, реагують на всі ці зміни вони досить повільно. Їхня монетарна політика й далі нечітка, а інфляційні очікування посилюються.

Багато урядів країн, що розвиваються, прагнуть сповільнити інфляцію і заспокоїти невдоволене населення, субсидуючи ціни на харчі й пальне. Серйозна небезпека криється в країнах Близького Сходу, де ціни на харчові продукти й пальне субсидують повсюдно і політики далі збільшують цю допомогу, аби лише втихомирити невдоволених. А такі імпортери пального, як Єгипет, стоять на порозі суворого, здатного довести до банкрутства підвищення цін на нафту, що змушуватиме збільшувати субсидування надалі. У відповідь на таку перспективу варто відмовитися від останнього й надавати цільову допомогу лише найбільш вразливим. Однак жоден арабський лідер, схоже, не готовий провадити такі реформи вже сьогодні. Таким чином утворюється порочне коло: подорожчання нафти й політична непевність зумовлюватимуть одне одного [7].

У доповіді Всесвітньої Торгової Організації (World Trade Organization) відзначається, що тероризм став частиною життя багатьох країн світу. Контртерористичні заходи дорого обходяться їх економікам. За даними дослідницької служби Конгресу, з 2001 по 2006 рік американські парламентарі виділили на операції в Іраку і Афганістані та інші витрати, що пов'язані з антитерористичною діяльністю, 368 мільярдів доларів [9]. Російський бюджет 2011 року передбачає на дані цілі 3 мільярди доларів [9]. Загальний бюджет сил спеціального призначення США в 2011 році збільшився на 5,7 відсотка в порівнянні з рівнем попереднього року, досягнувши 6,3 мільярда доларів США. У підсумку споживачі стикаються з поступовим зростанням цін на товари і послуги. Особливо серйозно боротьба з терористами відбивається на вартості товарів, що перевозяться повітряним та морським транспортом - в аеропортах і морських портах посилено заходи безпеки, що збільшує терміни транспортування товарів: особливо страждають від цього торговці продуктами харчування, перш за все, що швидко псується – овочами, фруктами і квітами. Більш того, позиції країни в сфері міжнародної торгівлі можуть бути серйозно ослаблені, у разі якщо терористична загроза має значні масштаби, а заходи безпеки починають негативно позначатися на ділових подорожах, транспорті та інвестиціях [5].

Крім того, усі воєнні конфлікти та терористичні акти завдають економічні збитки через відток туристів. За даними Всесвітньої Організації Туризму (World Tourism Organization), всі держави, на території яких відбувалися великі терористичні атаки, стикалися з відтоком іноземних туристів. Наприклад, «довоєнний» (2000 року) рівень туризму в США був знову досягнуто лише у 2004 році. Індонезія, один з основних курортів якої (острів Балі) терористи атакували в 2002 році, дотепер зазнає труднощів з залученням туристів. Цікаво, що туристи все більше усвідомлюють, що у світі практично не залишилося безпечних місць, оскільки терористи можуть атакувати скрізь. Тому з кожним роком вони все рідше скасовують свої тури по причині терактів, що відбулися.

Дії ісламістів в Алжирі в 1996-2001 роках обійшлися економіці цієї країни в \$ 16 млрд. Після того як палестинські терористи провели серію терактів у Кенії, Кенія зіткнулася з відтоком туристів. Щорічно ця країна заробляла на туристах близько \$ 500 млн., після терактів збитки туристичної індустрії становили \$ 1 млн. на добу.

Після того як в Ємені терористами був атакований французький танкер "Лімбург", страхові компанії в два рази підвищили ставки для суден, що заходять у порт Адена. Фактично, вартість заходу в

еменські порти підвищилися для кожного судна на \$ 150 тис., що призвело до того, що судовласники стали обирати інші маршрути для своїх кораблів. У результаті, вантажообіг еменських портів знизився вдвічі, а щомісячні збитки склали \$ 3.8 млн [6].

У результаті всіх великих терактів негативну динаміку традиційно демонстрували фондові індекси постраждалих країн, різко знижувалася вартість нерухомості у постраждалому місті або регіоні. Крім того, теракт призводить до збільшення числа безробітних і закриття (постійного або тимчасового) багатьох компаній або виробництв, зростання вартості послуг страхових компаній тощо.

Наслідками тероризму є і деформація суспільної свідомості, руйнування духовних і матеріальних цінностей, на відтворення яких потрібні десятиліття. У суспільстві, в якому мали місце терористичні атаки, відбуваються трансформаційні процеси, які проявляються у зростанні етнічної та релігійної нетерпимості.

Після нападів, які були здійснені у Сполучених Штатах 11 вересня 2001 року, Рада Безпеки зіграла свою роль у рамках нової глобальної коаліції. 28 вересня, згідно з відповідними положеннями Статуту Організації Об'єднаних Націй, вона прийняла резолюцію, що передбачає широке коло заходів, націлених на запобігання фінансуванню тероризму, визнання збору коштів для цих цілей як кримінального злочину і негайне заморожування фінансових активів терористів. Рада закликала держави прискорити обмін інформацією про пересування терористів і постановила, що держави повинні надавати одна одній всебічне сприяння у зв'язку з кримінальними розслідуваннями чи кримінальним переслідуванням, які мають відношення до фінансування або підтримки терористичних актів. Вона також заснувала Контртерористичний комітет для контролю за здійсненням своєї резолюції.

Під егідою Організації Об'єднаних Націй проводилися переговори в контексті розробки 12 міжнародних конвенцій з даної проблеми, включаючи Конвенцію про боротьбу із захопленням заручників 1979 року, Конвенцію про боротьбу з бомбовим тероризмом 1997 року і Конвенцію про боротьбу з фінансуванням тероризму 1999 року, і в даний час проводиться робота з підготовки всеосяжного договору про боротьбу з тероризмом, який дозволить усунути всі прогалини, які є в текстах попередніх документів. Організація Об'єднаних Націй також вживає заходів з метою зміцнення міжнародного режиму, пов'язаного із зброєю масового знищення, припинення продажу вогнепальної зброї недержавним утворенням, ліквідації протипіхотних наземних мін, поліпшення охорони ядерних і хімічних об'єктів та посилення контролю у зв'язку з погрозами з боку кібертерористів [8].

Операції з підтримання миру мають свої власні бюджети. Внески до них нараховуються Генеральною Асамблеєю окремо у відповідності зі шкалою, в основі якої лежить шкала, яка використовується при нарахуванні внесків до регулярного бюджету. Шкала передбачає більш високі ставки внесків для п'яти постійних членів Ради Безпеки, які володіють правом накладати вето на рішення Ради і, як підкреслює Асамблея, несуть «особливу відповідальність» за операції з підтримки миру.

**Висновки.** Отже, тероризм – це невирішена проблема XXI століття. Він виникає на основі політичних, соціальних, економічних та релігійних розбіжностей. Соціальний чинник виникнення тероризму зумовлений соціально та економічною нерівністю. Найбільша імовірність виникнення терористичного руху існує в країнах з найнижчими показниками економічного та соціального розвитку. Політичний ж тероризм притаманний, як розвинутим країнам, так і країнам, що розвиваються. Особливо активні терористичні організації в Італії, Франції, Німеччині та США. В періоди, коли загострюється протиріччя в соціально-політичній сфері проявляється тероризм на релігійному ґрунті, який виникає через недостатність необхідних орієнтирів. Ще одним виявом міжнародного тероризму є засіб просування найбільш розвинутих країнами світового господарства своїх зовнішньо - політичних інтересів.

Економічними наслідками міжнародного тероризму є підвищення цін, значні видатки на контртерористичні заходи, недоодержання значних сум через відтік туристів, падають ціни на нерухомість у постраждалих країнах, а фондові індекси країн демонструють негативну динаміку, підвищуються ставки страхових компаній. Крім того, відбувається руйнування духовних і моральних цінностей.

З цієї причини міжнародним співтовариством приймаються заходи запобігання виникненню та поширенню тероризму. З цією метою була створена Резолюція Організації Об'єднаних Націй, Конвенцію про боротьбу із захопленням заручників 1979 року, Конвенцію про боротьбу з бомбовим тероризмом 1997 року і Конвенцію про боротьбу з фінансуванням тероризму 1999 року, а в даний час проводиться робота з підготовки всеосяжного договору про боротьбу з тероризмом, який дозволить усунути всі прогалини, які є в текстах попередніх документів.

### Література

1. Indicators on unemployment – United Nations Statistics Division [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://unstats.un.org/unsd/demographic/products/socind/unemployment.htm>
2. Глобальний рейтинг економік по показателю валового національного доходу на душу населення. Рассчитан по методике Всемирного банка (The World Bank) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-gni/rating-countries-gni-info>
3. Кремень В. Г. Політологія / В. Г. Кремень, М. І. Горлач. – Харків : Друкарський центр

"Єдинорог", 2001. – 640 с.

4. Завіруха Г. В. Релігійний екстремізм і феномен тероризму в сучасному світі / Г. В. Завіруха [Електронний ресурс] // Збірник праць за результатами Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Соціум. Наука. Культура». – Режим доступу : <http://intkonf.org/zaviruha-g-v-religiyniy-ekstremizm-i-fenomen-terorizmu-v-suchasnomu-sviti/>

5. Офіційний веб-сайт Всесвітньої організації торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : – <http://www.wto.ru/ru/newsmain.asp>

6. Офіційний веб-сайт Всесвітньої організації Туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : – <http://www.world-tourism.org>

7. The 2011 oil shock. More of a threat to the world economy than investors seem to think // The Economist [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economist.com/node/18281774>

8. Что делает ООН для содействия обеспечения мира и безопасности? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.un.org/russian/basic/image/ch2/ch2\\_txt.htm](http://www.un.org/russian/basic/image/ch2/ch2_txt.htm)

9. <http://korrespondent.net/business/156233/print>

Надійшла 21.08.2011

УДК 338

К. Л. БОЙКО, Л. С. ПАНЬКОВСЬКА  
Хмельницький національний університет

## МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В КОНТЕКСТІ ПОКРАЩЕННЯ СВІТОВОЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ СИТУАЦІЇ

*У статті названо основні екологічні проблеми в світі, проаналізовано екологічну ситуацію в Україні, складено рейтинг районів Хмельницької області на основі кластерного аналізу.*

*The authors denominate main ecological problems in the world, give analyses of ecological situation in Ukraine and Khmelnytsky region, and construct rating of areas of Khmelnytsky region, based on cluster analysis.*

*Ключові слова: екологія, екологічна ситуація, екологічні проблеми, екологічна криза, охорона навколишнього природного середовища, забруднення, антропогенний вплив, аналіз екологічного стану, кластерний аналіз.*

**Вступ.** Покращення екологічної ситуації в світі є однією з найактуальніших проблем сьогодення, так як екологічні проблеми відносяться до категорії глобальних і у багатьох регіонах нашої планети вони набрали надзвичайної гостроти.

Дослідженням екологічних проблем присвятили свої праці такі вчені, як Микитюк О.М., Грицайчук В.В., Злоті О.З., Маркіна Т.Ю., Запольський А.К., Сидоренко Л.І., Салюк А.І., Дорогунцов С.І., Коценко К.Ф., Хвесик М.А. та багато інших.

До основних екологічних проблем світу можна віднести перш за все забруднення атмосфери, гідросфери, ґрунтів, опустелювання, яке загрожує не лише африканському континенту, а й Азії, Австралії, Америці, та подолання наслідків різних техногенних катастроф.

Дуже великий вплив на екологічну ситуацію в світі мали дві великих техногенних катастрофи, що сталися відносно недавно – це викид величезної кількості нафти у поверхневі води Мексиканської затоки, який не могли спинити протягом кількох місяців, та аварію на атомній електростанції «Фукусіма-1» у Японії, внаслідок сильного землетрусу біля берегів Японії у березні 2011 р. Наслідком аварії на АЕС стало радіаційне забруднення навколишніх територій та потрапляння великої кількості радіаційно зараженої води до Тихого океану.

Європа є одним із найбільш забруднених регіонів світу, а Україна знаходиться в центрі Європи.

**Основна частина.** В Україні екологічна ситуація є кризовою. Значна частина водних об'єктів втратила природну чистоту, порушена їх здатність до самоочищення. У державі накопичено понад 35 млрд т відходів, 17% її території зазнає підтоплення, понад 18% вражено інтенсивною ерозією. За роки незалежності площа земель природно-заповідного фонду збільшилася вдвічі, але займає тільки 4,95% території країни, що значно менше за середній показник для Європи (15%). В Україні найвищий в Європі рівень розораності земель, споживання енергетичних ресурсів і води, вирубування лісів. Цей список можна ще довго продовжувати [4].

Глибока екологічна криза в Україні пов'язана з надмірним антропогенним навантаженням на її територію. Усі екологічні проблеми незалежно від того, якими галузями вони породжені – це просторові проблеми. Їх глибина залежить від структури економіки, від комплексу провідних галузей господарства, розвиток яких обумовлений наявністю відповідних природних ресурсів, що нерівномірно розподілені за регіонами. Звідси велика строкатість у антропогенному навантаженні на ту чи іншу територію [3].

Провідними галузями господарства нашої держави є енергетика, гірничо- та вугледобувна, хімічна промисловість, машинобудування. Фізично й морально застаріле устаткування в цих галузях обумовило інтенсивне використання енергії, води, землі та інколи неконтрольовані викиди забруднюючих речовин у всі

компоненти природи. Щорічно в процес виробництва залучається біля 1,5 млрд т первинної сировини, а обсяг відходів цих галузей промисловості становить біля 15 млрд т. Таким чином, на сьогодні для України стан розвитку виробництва є головним екологоформуючим фактором. Стан природи в Україні є критичним, а в деяких її регіонах деградація має незворотний характер [5].

Екологічно небезпечним є в Україні стан повітря. В Маріуполі, Кривому Розі, Запоріжжі він є просто загрозливим: забруднення повітря у десятки разів перевищує допустимі норми. Основними забрудниками атмосфери в Україні були підприємства металургії, вугільної та хімічної промисловості. В атмосферу в величезній кількості викидалися такі хімічно отруйні речовини як оксид сірки, азоту, аміак, феноли тощо. Значне забруднення повітря викликається працюючим автотранспортом – більш ніж третина загального об'єму викидів забруднюючих речовин в Україні. А в деяких містах навіть більше. Наприклад, у Чернівцях – 75%, Києві – 77%, Львові – 79%, Ужгороді – 91% [7].

І хоч за даними Державного комітету статистики України в останні десятиліття спостерігається суттєве зниження обсягів шкідливих викидів в атмосферу, та на загальний стан повітря це мало впливає [2].

Гострою є проблема забруднення поверхневих та підземних вод переважно органічними речовинами, сполуками азоту, фенолами, нафтопродуктами, а також важкими металами. В останні роки спостерігається підвищення їхньої мінералізації, зростають зосередження хімічних підприємств. Загалом на території України нині діють 193 стабільні осередки забруднення підземних вод [6].

Значно погіршилась екологічна ситуація в Україні внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС. При руйнації конструкції блока стався викид значної кількості радіонуклідів у навколишнє середовище. Аварія на Чорнобильській атомній електростанції 1986 року з її величезними медико-біологічними наслідками спричинила в Україні ситуацію, що наближається до рівня глобальної екологічної катастрофи. Ця катастрофа зумовила значне радіоактивне забруднення багатьох видів природних ресурсів України. Радіонуклідами ушкоджені значні площі родючих сільськогосподарських угідь, водні та лісові багатства, повітряний басейн [6].

В останні роки відбулися певні позитивні зрушення у регулюванні природокористування, проявляється прагнення докорінним чином змінити підходи до розв'язання екологічних проблем. Відчувається вплив екологічного світогляду як на рівні масової свідомості, так і на рівні політичної і правової свідомості. Як можна судити з низки екологоорієнтованих законів, прийнятих в Україні, покращення екологічного стану є державною справою. Вже декілька десятиліть існує і поширюється в Україні екологічний рух – «зелений рух», створюються і активно працюють екологічні організації – Українська екологічна організація, «Зелений світ», «Грінпіс-Україна», Національний екологічний центр України «Довкілля», Українська екологічна Ліга та інші.

Проте, не дивлячись на це ситуація в Україні є кризовою, і вчені попереджають, що в недалекому майбутньому проблеми екології можуть затьмарити усі інші, хоч якими б великими й важливими вони не були.

Хмельницька область розташована у західній частині України. Найбільш розвиненим у ній є сільськогосподарська галузь, тому рівень забруднення навколишнього середовища є помірним.

Основними екологічними проблемами області є забруднення природних водних об'єктів недостатньо очищеними стічними водами житлово-комунального комплексу та недостатнє фінансування заходів для розв'язання комплексу проблем щодо поводження з твердими побутовими відходами [1].

Екологічно-небезпечними підприємствами, що знаходяться на території області є відкрите акціонерне товариство «Подільський цемент» (м. Кам'янець-Подільський) та Хмельницьке комунальне підприємство «Спецкомунтранс» (м. Хмельницький).

В цілому по області стан атмосферного повітря у 2008 році залишався стабільним і в порівнянні з 2007 роком значно не погіршився. Спостереження якості атмосферного повітря ведуться лише в м. Хмельницькому на двох стаціонарних постах лабораторією гідрометеоцентра. За 2008 рік не було виявлено екстремальних рівнів забруднення з причин аварій техногенного походження та несприятливих природних явищ. Також не встановлено наднормативних викидів стаціонарними джерелами підприємств, які б суттєво вплинули на стан атмосферного повітря.

Однією з найактуальніших проблем Хмельницької області є забруднення водних об'єктів зливовими та недостатньо-очищеними стічними водами.

Екологічний стан поверхневих вод області відстежується спільно з іншими природоохоронними установами на 19 великих річках по 62 постах постійного спостереження на водоймах 1–11 категорії в 67 створах. Стан якості води у поверхневих об'єктах прирівнюється до нормативів гранично допустимих концентрацій (ГДК) рибогосподарського водокористування. За даними спостережень рівень забруднення басейну трьох великих річок Дністер, Дніпро та Південний Буг в порівнянні суттєво не змінився за останні роки. Результати досліджень свідчать, що гідрохімічний стан цих річок стабілізувався на рівні 2007 року за виключенням річок басейну Дністра, вміст забруднюючих речовин в яких дещо підвищився. Всі річки басейнів трьох великих річок є слабо забрудненими, за виключенням р. Косецька, яка помірно забруднена.

Сучасний стан поверхневих водойм області характеризується антропогенним впливом суб'єктів господарювання. Через незадовільну роботу очисних споруд, фізичну та моральну застарілість обладнання,



несвочасне проведення поточних та капітальних ремонтів, перевантаженість або недовантаженість їх, біля 3 млн. м<sup>3</sup> недостатньо очищених стічних вод щорічно надходить до водних об'єктів [8].

Ґрунтовий покрив Хмельницької області досить різноманітний. Навіть в межах землекористувань окремих сільськогосподарських підприємств зустрічаються ділянки з різноманітними ґрунтами, які різняться між собою за агропромисловими властивостями і природною родючістю.

В залежності від родючості ґрунтів і агрокліматичних умов територія області поділена на сім земельно-оціночних (агроґрунтових) районів. Найбільш поширеними і родючими ґрунтами в області є чорноземи типові на різних ґрунтоутворюючих та підстилаючих породах. Вони займають 496,6 тис. га, або 31,6% обслугованих земель. Чорноземи опідзолені та темно-сірі опідзолені ґрунти в межах області займають 514,4 тис. га, що становить 32,8%, ясно-сірі та сірі опідзолені ґрунти займають 274,7 тис. га, або 17,5%.

В загальному земельний фонд області складає 2062,9 тис. га, в структурі земельного фонду майже 3/4 території зайнято сільськогосподарськими землями (77,8%), з них сільськогосподарських угідь 76,0%, в тому числі ріллі 60,8%, 2,0% багаторічних насаджень, 13,1% сіножатей і пасовищ. Під лісами та лісовкритими площами зайнято 13,9% території, забудовані землі займають 4,1%, болота 1%, під водою 2,0%.

Основними чинниками антропогенного впливу на земельні ресурси є високий ступінь розораності сільськогосподарських угідь, складний рельєф, порушення агротехніки вирощування сільськогосподарських культур, відходи промислового виробництва, забудова.

Багатоплановість експлуатації землі як об'єкта господарської діяльності людини, її обмеженість у просторі, незамінність, невідтворюваність висувають на перший план проблему раціонального її використання та охорони. Актуальність цієї проблеми все більш зростає у зв'язку з науково-технічним прогресом, ростом виробничих сил, які потребують залучення в господарське користування нових земельних ресурсів.

Проблема утилізації відходів є досить серйозною в Хмельницькій області.

За даними обласного статистичного управління, станом на 01.01.2009 р. в області накопичено 606,884 т відходів першого класу небезпеки, з них 602,662 т складають непридатні та заборонені до подальшого застосування хімічні засоби захисту рослин (ХЗЗР), 121,498 т другого та 1987,621 т третього класів. На жаль в області є проблеми при експлуатації діючих полігонів твердих побутових відходів: полігони ТПВ м. Хмельницького і м. Кам'янець-Подільського вичерпали свої можливості, мають місце недостатність коштів для їх обслуговування, застарілий парк техніки, її відсутність, не проводиться сортування відходів, не проводиться відбір вторинної сировини та інше.

Однією з найгостріших є проблема безпечного складування та утилізації твердих побутових відходів в населених пунктах області. Дана проблема не є новою, проте з року в рік вона все гостріше постає перед громадськістю.

Значне поліпшення екологічної ситуації в області, як і в Україні в цілому, у тому числі і у сфері поводження з відходами стане можливим за умов наявності на всіх рівнях необхідного фінансування для впровадження природоохоронних заходів, відповідальності органів місцевого самоврядування за прийняття екологічно виважених рішень та забезпечення виконання Комплексної програми охорони довкілля Хмельницької області.

В загальному, Хмельницька область займає вигідне географічне положення, характеризується сприятливими природними і кліматичними умовами, різноманітністю ландшафтних територій, багатством рослинного і тваринного світу, мінеральних вод, родючих чорноземів, широкою мережею річок.

Екологічна ситуація та рівень екологічної безпеки області залежать, передусім, від обсягів впливу на навколишнє середовище підприємств промислової і комунальної сфер, сільського господарства, транспортних засобів, а також рівня дотримання природоохоронного законодавства мешканцями області.

Для об'єктивної екологічної характеристики області проведено кластерний аналіз та побудовано рейтинг районів регіону за якість стану навколишнього природного середовища. Аналіз проводився за такими показниками:

- викиди шкідливих речовин у атмосферне повітря від стаціонарних та пересувних джерел забруднення в розрахунку на квадратний кілометр;
- скидання забруднених зворотних вод у природні поверхневі водні об'єкти;
- утворення відходів I–III класів небезпеки;
- наявність відходів I–III класів небезпеки за районами.

Із таблиці 1 видно, що за першим показником (обсяги викидів шкідливих речовин у атмосферне повітря від стаціонарних та пересувних джерел забруднення в розрахунку на км<sup>2</sup>) найменше значення має Старокостянтинівський район (0,6 т), а максимальне значення мають Кам'янець-Подільський та Красилівський райони (по 2,8 т).

За кількістю забруднених вод, що були скинуті у природні поверхневі об'єкти, мають найменші значення показника Білогірський, Віньковецький, Деражнянський, Кам'янець-Подільський, Летичівський, Новоушицький, Славутський та Старосинявський райони (по 0), а найбільше значення показника має Старокостянтинівський район (0,8 млн м<sup>3</sup>).

## Показники стану екологічної ситуації в Хмельницькій області

	Район	Викиди шкідливих речовин у атмосферне повітря від стаціонарних та пересувних джерел забруднення в розрахунку на км <sup>2</sup> , т	Скидання забруднених зворотних вод у природні поверхневі водні об'єкти, млн м <sup>3</sup>	Утворення відходів I–III класів небезпеки, т	Наявність відходів I–III класів небезпеки за районами, т
1	Білогірський	1,2	0	0,1	11
2	Вінковецький	1,4	0	1,3	3,7
3	Волочиський	2,5	0,2	1,6	7,9
4	Городоцький	2,6	0,1	0,3	1,7
5	Деражнянський	1,6	0	1,1	46,2
6	Дунавецький	2,2	0,2	3,9	2,6
7	Ізяславський	1,6	–	4,8	39,3
8	Кам'янець–Подільський	2,8	0	50	2,2
9	Красилівський	2,8	–	7,3	1,5
10	Летичівський	1,3	0	6,8	1,8
11	Новоушицький	1,2	0	0,2	0,2
12	Полонський	1,9	0,3	1,8	69,6
13	Славутський	0,7	0	0	4,3
14	Старокостянтинівський	0,6	0,8	1,7	0,2
15	Старосинявський	1,2	0	0,9	–
16	Теофіпольський	1,9	0,1	3,4	0,1
17	Хмельницький	1,7	0,1	4,1	21,7
18	Чемаровецький	1,8	0,1	2,3	6,7
19	Шепетівський	0,8	0,1	0,1	0
20	Ярмолинецький	1,4	0,3	1,2	3,8

По утворенню відходів I–III класів небезпеки перше місце по Хмельницькій області належить Кам'янець-Подільському району (50 т), а найменше відходів утворюється у Славутському районі (0).

За кількістю наявних відходів I–III класів небезпеки перше місце зайняв Полонський район (69,6 т), а найменше відходів було у Шепетівському районі (0).

Таким чином, забруднення Хмельницької області є дуже нерівномірним, що спричинено структурою економіки, кількістю населення в районах та іншими факторами.

Провівши ряд розрахунків та визначивши таксономічний показник для кожного району Хмельницької обл. ми склали рейтинг регіонів України за станом екологічної ситуації. Результати представлені у таблиці 2.

До першого кластера входять Славутський, Шепетівський, Новоушицький, Старосинявський та Білогірський райони. Це перш за все обумовлено такими факторами як розташування цих районів у північній частині області, відсутність потужних виробничих комплексів, значна лісистість території. Не дивлячись на розташування Хмельницької АЕС (у м. Нетішин Славутського р-ну), Славутський район є найбільш екологічно чистим у Хмельницькій області – він має найменші значення показників по скиданню

забруднених зворотних вод у природні поверхневі водні об'єкти та утворенню відходів I–III класів небезпеки у регіоні.

Таблиця 2

## Рейтинг районів Хмельницької області за станом екологічної ситуації

Кластер	№ у рейтингу	Район	Таксономічний показник
1	1	Славутський	0,804
	2	Шепетівський	0,707
	3	Новоушицький	0,690
	4	Старосинявський	0,681
	5	Білогірський	0,609
2	6	Вінковецький	0,605
	7	Летичівський	0,573
Кластер	№ у рейтингу	Район	Таксономічний показник
2	8	Теопільський	0,463
	9	Чемеровецький	0,455
	10	Ярмолинецький	0,436
3	11	Городоцький	0,387
	12	Хмельницький	0,384
	13	Дунаєвецький	0,362
	14	Ізяславський	0,359
	15	Деражнянський	0,358
4	16	Красилівський	0,354
	17	Старокостянтинівський	0,330
	18	Волочиський	0,322
	19	Полонський	0,132
	20	Кам'янець-Подільський	0,093

За результатами проведеного кластерного аналізу Хмельницький район знаходиться у третьому кластері і посідає у рейтингу за станом екологічної ситуації дванадцяте місце. Досить великою проблемою району є викиди шкідливих речовин в атмосферу та наявність відходів I–III класів небезпеки.

До останньої четвертої групи входять Красилівський, Старокостянтинівський, Волочиський, Полонський та Кам'янець-Подільський райони.

Таким чином, за результатами проведеного кластерного аналізу найкращий екологічний стан має Славутський район, а найгірший – Кам'янець-Подільський.

Найзабрудненішим районом Хмельницької області є Кам'янець-Подільський район. Перш за все це обумовлено двома основними причинами: Кам'янець-Подільський район є лідером у Хмельницькій області по кількості викидів шкідливих речовин в атмосферу, що перш за все обумовлено діяльністю Кам'янець-Подільського цементного заводу, та утворенням відходів I–III класів небезпеки, за даним показником Кам'янець-Подільський район також є лідером у нашій області.

Становище з організацією збору, вивозу і знешкодження відходів у м. Кам'янці-Подільському переросло в серйозну проблему. Великі транспортні витрати на вивіз, нестачу і зношеність сміттєзбиральної

техніки, недостача контейнерів, переповненість смітників, низький рівень їхньої експлуатації, виникнення безлічі «стихійних» смітників та ін. – все це створило вкрай несприятливу ситуацію в сфері поведінки з відходами в місті та районі.

Упродовж 2009 р. на підприємствах Хмельницької області утворилось 1018,1 т відходів I–III класів небезпеки. На початок 2009 р. у місцях видалення відходів та на території підприємств області зберігалось 2103,4 т небезпечних відходів, або в розрахунку на 1 квадратний кілометр території припадало 102 кг. На початок 2010 р. відходи в відвалах і накопичувачах займали площу 458 га. За 2009 рік витрати на зберігання та знищення відходів склали 5,4 млн грн.

Лєвова частка всіх відходів, які знаходяться на території області належить Кам'янець-Подільському району. Питання побутових відходів у Кам'янці-Подільському на сьогодні є одним із найгостріших [9].

Полігон твердих побутових відходів, територія якого складає 12 га розпочав своє існування в 1952 р. За роки існування на ньому вивезено та утилізовано близько 11,2 млн м<sup>3</sup> твердих побутових відходів (ТПВ).

Кожного дня Кам'янець-Подільський полігон ТПВ приймає від 600 до 700 м<sup>3</sup> побутових відходів. На сьогодні для планування сміття на полігоні ТПВ працює три бульдозера, двом з яких вже понад вісімнадцять років. Утилізація проводиться згідно з затвердженим УЖКГ планом, в якому відображені номери робочих карт та помісячний вивіз та складування на них. Відпрацьовані робочі карти засипаються землею. Протягом 2008 року було прийнято 24 тис. м<sup>3</sup> землі. З 2004 року підприємством проводилась обваловка схилів полігону по всьому периметру, що дало змогу зеленій масі укріпити схили та створити єдину зелену кулю [9].

Для покращення екологічної ситуації в регіоні доцільно:

- створити мережу сміттепереробних заводів;
- зробити вимоги екологічних інстанцій більш жорсткими;
- здійснити капітальний ремонт очисних споруд;
- використовувати потужні фільтри на підприємствах, що здійснюють викиди шкідливих речовин в атмосферу.

**Висновки.** Серед сучасних глобальних світових проблем людства екологічні проблеми посідають чи не найголовніше місце. Охороні навколишнього середовища й раціональному використанню природних ресурсів сьогодні приділяють особливу увагу державні урядові структури й міжнародна громадськість. Екологічні проблеми існують на всіх материках, у всіх країнах. Усі вони потребують вирішення і обумовлюється це тим, що вони є взаємозалежними.

### Література

1. Екологічний паспорт: Хмельницька область у 2009 р. / Державна екологічна інспекція у Хмельницькій обл. – 2010.
2. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Дорогунцов С. І. Екологія [Електронний ресурс] : [навч. посібник] / Дорогунцов С. І., Коценко К. Ф., Хвесик М. А. – Режим доступу : <http://helsinki.org.ua/index.php?id=1264685182>
5. Екологія життя [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eco-live.com.ua/>
6. Екологія та екологічні проблеми в Україні [Електронний ресурс] : сайт народної екологічної партії. – Режим доступу : <http://nep.org.ua/index.php?go=News&in=view&id=2120>
7. Сидоренко Л. І. Сучасна екологія: наукові, етичні та філософські ракурси : [навч. посібник] / Сидоренко Л. І. – К., 2002.
8. Стан навколишнього природного середовища Хмельницької області у 2008 році (Матеріали до Національної доповіді про стан навколишнього природного середовища в Україні у 2008 році) [Електронний ресурс] // Регіональні доповіді про стан навколишнього природного середовища у 2009 році / Міністерство екології та природних ресурсів України. – Режим доступу : <http://www.menr.gov.ua/content/article/7789>
9. Стан сміттєзвалища в Кам'янці-Подільському [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://info.kp.km.ua/content/view/975/214/lang,ru/>

Надійшла 14.08.2011

## АНАЛІТИЧНИЙ ПОГЛЯД ЩОДО СУТНОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ В ДІЯЛЬНОСТІ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ

*У статті досліджено існуючі точки зору щодо сутності стратегічного аналізу та обґрунтовано власну позицію щодо даної категорії.*

*The article examines current views on the nature of strategic analysis and justified his own position on this category.*

*Ключові слова: стратегія, стратегічний аналіз, стратегічна діагностика, стратегічний потенціал.*

**Постановка проблеми.** Для ефективного управління діяльністю акціонерних товариств в реаліях сучасного бізнесу підприємствам необхідно не лише аналізувати фінансові результати, продуктивність та інші традиційні параметри господарського механізму, які є базисом для оцінки і вимірювання його життєздатності та прийняття поточних управлінських рішень, потрібно також вимірювати результати впровадження тих чи інших стратегій. Тому в жодному разі не можна нівелювати значення стратегічного аналізу як інструменту для моніторингу стратегічного плану, оцінки ступеню реалізації стратегії та ефективності стратегічного управління в цілому, аналізу змін зовнішнього середовища та виробничого потенціалу, які передують процесу прийняття управлінських рішень на довгострокову перспективу.

**Актуальність.** Формування поглядів на сутність поняття стратегічного аналізу дозволяє стверджувати, що на сучасному етапі теоретичних досліджень у економістів немає єдиної точки зору на трактування його суті, а також у визначенні його ролі в процесі управління. Вирішення цієї проблеми переважно залежить від оцінки співвідношення стратегічного аналізу та стратегічного управління. Протягом останніх років сутність стратегічного аналізу ототожнюють із поняттями стратегічної діагностики (як елементом діагностики організації), стратегічної оцінки (як елементом процесу стратегічного управління), стратегічного вимірювання тощо. Наявність дефініцій у трактуванні поняття стратегічного аналізу ускладнює визначення його предмету та об'єкту, послаблює методологічні підходи до обґрунтування його інструментарію. Такий стан речей наголошує на актуальності аналітичного погляду до питання визначення сутності стратегічного аналізу.

Зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Необхідність проведення стратегічного аналізу зводиться до вирішення наступних задач: допомогти оцінити ефективність стратегії підприємства, зрозуміти стратегічну позицію підприємства в кожному з напрямків його діяльності, оцінити сильні і слабкі сигнали, що надходять з внутрішнього і зовнішнього середовищ. Інформація, отримана в ході такого аналізу, надає неоціненну підтримку керівнику у процесі формування стратегії підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Різні автори по-різному підходять до розкриття сутності стратегічного аналізу. Більшість з них розглядають процес стратегічного аналізу спільно з процесом стратегічного планування.

Одні вважають, що процес стратегічного аналізу породжений результатами вивчення внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства. Його мета допомогти підприємству капіталізувати свої сильні сторони і мінімізувати слабкі, скористатися можливостями і захиститися від небезпек, що насуваються на підприємство.

Інші автори розглядають процес стратегічного планування разом зі стратегічним аналізом як процес розробки процедур і операцій, необхідних для досягнення майбутнього. Вони розрізняють довгострокове планування, яке вважається реактивним за своєю природою, і стратегічне планування, яке дозволяє підприємству створювати своє майбутнє.

Треті, не виділяючи стратегічний аналіз, представляють стратегічне планування як процес організаційного оновлення і трансформації. Стратегічне планування забезпечує підприємство інструментом адаптації мети діяльності для задоволення мінливих потреб оточення.

**Постановка задач дослідження.** Метою статті є дослідження сутності стратегічного аналізу у процесі управління акціонерними товариствами, що передбачає розв'язання наступних задач дослідження: проведення теоретичного аналізу проблем, пов'язаних з визначенням стратегічного аналізу в працях вітчизняних економістів, вивчення основних підходів до визначення стратегічного аналізу в працях закордонних дослідників, аналіз розбіжностей в поглядах на стратегічний аналіз у роботах вітчизняних і закордонних економістів, обґрунтування власного бачення до трактування поняття стратегічного аналізу.

**Методологічне або загальнонаукове значення авторського доробку.** Важко уявити собі здійснення повноцінного стратегічного аналізу без належного розуміння методології вимірювання параметрів та результатів стратегій, без застосування економічного обґрунтованих мір оцінки ефективності і результативності бізнес-процесів у стратегічному аспекті. Спрощення підходів до стратегічного аналізу або підміна його елементами фінансового та операційного аналізу знижує ефективність стратегічного аналізу, «вибиває» з-під нього фундамент, на якому базується підготовка обґрунтованих довгострокових управлінських рішень.

**Новизна дослідження.** Досить загальне та описове поняття “стратегія” при перетворенні з абстрактної ідеї у реальний проект обов’язково потребує проведення стратегічного аналізу і оцінки альтернативних потенціалів, які мають бути проведено комплексно у зворотному зв’язку. Це потрібно як для того, щоб мати певні критерії вибору оптимальної стратегії з декількох альтернатив, аналізувати ефективність розгортання і впровадження стратегії, досліджувати результати її реалізації. Сучасне ж трактування стратегічного аналізу зводиться лише до ідеї дослідження позитивних і негативних чинників, які можуть уплинути на економічний стан підприємства у перспективі, а також шляхів досягнення стратегічних цілей підприємства, не враховуючи альтернативні варіанти розвитку подій.

Невирішена раніше частка загальної проблеми, яка розглядається в публікації. Отже, на нашу думку, вирішальним моментом вибору стратегії розвитку підприємства є аналіз і оцінка альтернативних варіантів в комплексному поєднанні. Завдання оцінки при цьому полягає у виборі такої стратегії, яка забезпечувала б максимальну ефективність діяльності підприємства в майбутньому для досягнення його головних цілей. Таким чином, відбувається наповнення загальної стратегії конкретним вмістом.

Стратегічний вибір має бути заснований на чіткій концепції розвитку підприємства, а саме формулювання – однозначною і ясною. Значущість вибору визначається тим, що вибрана стратегія на довгий час обмежує свободу дій керівництва і робить глибокий вплив на всі рішення, що приймаються ним. При цьому повинні прийматися до уваги різноманітні чинники: ризик, досвід минулих стратегій, вплив власників акцій, чинник часу і тому подібне.

Головний зміст. Аналітичний погляд до трактування поняття сутності стратегічного аналізу з точки зору різних авторів подамо у вигляді табл. 1 [1–10].

Таблиця 1

**Аналіз наукових підходів до визначення поняття “стратегічний аналіз”  
та понять, що з ним ототожнюють**

Автор(и)	Визначення
	Стратегічний аналіз
Брадул О.М.	Стратегічний аналіз – це спосіб дослідження і перетворення бази даних, одержаних внаслідок аналізу середовища на стратегію корпорації. Стратегічний аналіз необхідний для отримання інформації про економічне середовище, мету корпорації та її потенціал в сучасних економічних умовах.
Білик М.С.	Стратегічний аналіз – процес визначення критично важливих чинників, який є основою формування відповідної реакції організації на їхню зміну для досягнення цілей. Процес стратегічного аналізу передбачає три стадії: збір інформації про теперішній стан організації; аналіз зібраної інформації та її оцінку; прогнозування майбутнього стану організації. Залежно від виду стратегії (загальна, бізнес-, функціональна чи операційна) виникає необхідність в застосуванні відповідної методології стратегічного дослідження, прийомів і техніки його проведення, процедур обґрунтування оптимальних стратегій.
Віокуров В. А.	Стратегічний аналіз – спосіб реалізації системного і ситуаційного підходів при вивченні різних чинників впливу на процес стратегічного управління. Завдання стратегічного аналізу полягає у змістовному і формальному описі об’єкта дослідження, виявленні особливостей, закономірностей і тенденцій розвитку, визначенні способів управління цим об’єктом.
Галушка З.І., Комарницький І.Ф.	Стратегічний аналіз проводиться з метою визначення стратегії розвитку підприємства та ґрунтується на дослідженні внутрішнього та зовнішнього середовища. В запропонованій авторами моделі стратегічного управління блок стратегічного аналізу та блоки діагностики внутрішнього і зовнішнього середовища виділяються окремо.
Герчікова І.Н.	Стратегічний аналіз – розрахована на перспективу, система заходів, яка забезпечує досягнення конкретних, намічених компанією цілей.
Головко Т.В., Сагова С.В.	Стратегічний аналіз – це спосіб дослідження і перетворення бази даних, одержаних внаслідок аналізу середовища, на стратегію підприємства. Стратегія інтегрує багато конкурентоспроможних дій та підходів до бізнесу, від яких залежить успішність діяльності підприємства. За допомогою стратегічного аналізу готується комплексний стратегічний план розвитку підприємства, здійснюється науково обґрунтована, всебічна й своєчасна підтримка прийняття стратегічних управлінських рішень.
Гордієнко П.Л.	Стратегічний аналіз є невід’ємною частиною визначення стратегії діяльності фірми. Суть його полягає в тому, що він використовується заради вибору конкретної стратегії з багатьох альтернатив і формування всієї системи стратегій. При здійсненні визначають вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на критерії конкретних стратегій. Стратегічний аналіз – це комплексне дослідження позитивних і негативних факторів, які можуть вплинути на економічне становище підприємства у перспективі, а також шляхів досягнення стратегічних цілей підприємства. За допомогою стратегічного аналізу готується комплексний стратегічний план розвитку підприємства, здійснюється науково обґрунтована, всебічна і своєчасна підтримка прийняття стратегічних управлінських рішень.
Довгань Л.С.	Стратегічний аналіз, що являє собою новий науковий напрям прикладного характеру, метою якого є адекватне формалізоване системне представлення стратегічних фінансово-економічних та інших бізнес-цілей, які сприяють максимізації ринкової вартості організації, на основі комплексного вивчення сформованого та майбутнього характеру впливу внутрішніх і зовнішніх факторів на результативність її діяльності. Зміст стратегічного аналізу полягає в досить детальному та всебічному забезпеченні адаптованої для сприйняття різними зовнішніми та внутрішніми користувачами аналітичною інформацією, що сприяє прийняттю оптимальних стратегічних управлінських рішень.

Автор(и)	Визначення
Жаліло Я.	Стратегічний аналіз – цілісна система дій суб'єкта, спрямованих на реалізацію мети, завдань та пріоритетів його економічного відтворення з урахуванням комплексу впливів ендогенних та екзогенних чинників, розрахована на тривалий період часу.
Жукевич С.М.	Стратегічний аналіз – цілісна система, складовими якої є економіко-аналітична діагностика, моніторинг та оцінка факторів впливу зовнішнього середовища, визначення позицій і конкурентних переваг, прогнозування й економіко-математичне моделювання економічної стратегії, оцінка альтернатив розвитку окремих складових системи.
Кіндрацька К.І.	Стратегічний аналіз супроводжує всі стадії розроблення і реалізації стратегії підприємства, а саме: визначення місії та завдань підприємства, стратегічна діагностика його середовища, генерація стратегічної альтернативи та вибір кращої з них, реалізацію та контроль за реалізацією стратегії.
Коробейніков О.Л.	Вважає, що за межі процесу стратегічного управління слід винести аналіз, прогнозування та моніторинг зовнішнього середовища, оскільки результати їх проведення формують базу для самого управління. Аналіз повинен здійснюватись на кожному етапі: від формування до реалізації та контролю за реалізацією стратегії. Такий підхід забезпечить виконання основного принципу стратегічного управління: «йти від майбутнього до сьогодення».
Левік І.С.	Метою стратегічного аналізу є формування множини альтернатив для прийняття стратегічних рішень, які забезпечать конкурентні переваги досліджуваного об'єкта та його прибутковість в довгостроковій перспективі з максимальним використанням потенціалу підприємства та змін у зовнішньому середовищі на свою користь.
Мних Є.В., Ференц І. Д.	Стратегічним економічним аналізом називають дослідження економічної системи за параметрами, які визначають її майбутній стан. Його особливість полягає у проєкції минулого і теперішнього стану об'єкта на перспективу, з урахуванням спадковості чи повної стійкості зміни економічних показників.
Наливайко А.П.	Стратегічний аналіз – це вивчення стратегічної привабливості й цінності кожного напрямку діяльності, що дало б змогу або зосередити на ньому свої ресурси для подальшого розвитку, або вийти з нього.
Паліхов А.В.	Стратегічний аналіз – це комплексне дослідження позитивних і негативних чинників, які можуть уплинути на економічний стан підприємства у перспективі, а також шляхів досягнення стратегічних цілей підприємства. За допомогою стратегічного аналізу готується комплексний стратегічний план розвитку підприємства, здійснюється науково обґрунтована, всебічна й своєчасна підтримка прийняття стратегічних управлінських рішень.
Парасій-Вергуненко І.М.	Зазначено, що виникнення стратегічного аналізу пов'язано із еволюцією поняття управління. Сьогодні стратегічний аналіз автор розглядає в контексті функції стратегічного управлінського обліку. В системі стратегічного управління здійсненню аналізу передують стратегічне планування та стратегічний облік.
Редченко К.І.	Стратегічний аналіз передбачає виконання відповідної функції менеджменту, що зорієнтована на перспективу та пов'язана з високим рівнем невизначеності. Дослідження економічної системи за параметрами, що визначають її майбутній стан.
Саснко С.Г.	Стратегічний аналіз означає перетворення бази даних, отриманих в результаті аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища, а також місії і цілей на стратегічний план підприємства. Стратегічний аналіз означає по суті формування стратегічного плану підприємства.
Трухан О.Л.	Метою стратегічного аналізу є проведення змістовного і більш-менш формального дослідження чинників, виявлення тенденцій, формування можливих напрямків довгострокового розвитку підприємства.
Уткін С. А.	Стратегічний аналіз – це засіб перетворення бази даних, показників в результаті аналізу середовища, в стратегічний план організації. В процесі стратегічного аналізу керівництво організації схильється до вибору одного з можливих варіантів стратегії - того, який найбільшою мірою відповідає умовам зовнішнього і внутрішнього середовища, а також обраним цілям діяльності.
Шершньова З.С., Оборська С.В.	Метою стратегічного аналізу є змістовний і більш-менш формальний опис об'єкта дослідження, виявлення особливостей, тенденцій, можливих і неможливих напрямків його розвитку. Отримані дані про об'єкт управління є базою для визначення загальної концепції та способів управління ним. Стратегічний аналіз (при правильному його застосуванні) виконує такі функції: описову, роз'яснювальну та прогнозу.
Ендрюс К.	Стратегічний аналіз – процес встановлення ідеальної аналітичної мети, для досягнення якої здійснюється ідентифікація складових: ринкових можливостей підприємства, його загальної компетенції та ресурсів, власних цінностей та прагнень, підтвердження зобов'язань підприємства перед суспільством та його членами.
Томпсон А.А., Стрікланд А. Дж.	Розглядають досить широко поняття «стратегічний аналіз», підкреслюючи, що стратегічне мислення і стратегічний аналіз призводять до правильного стратегічного вибору, надаючи обґрунтовані альтернативи і ключові критерії вибору.
Фред Р. Девід	У своїй моделі стратегічного управління на стадії розробки стратегії виділяє такі аналітичні процедури як зовнішній і внутрішній аудит, мета яких – визначити бажані параметри компанії і стратегії розвитку компанії.
Хасбі Д.	Бачить аналіз у системі стратегічного управління як засіб оцінки і контролю за реалізацією стратегічного плану. При цьому зазначає, що цей процес повинен бути безперервним і починатися «зі стратегії розробки стратегії». Стратегічний аналіз необхідно здійснювати паралельно розвитку процесів планування та підготовки відповідної документації.
Чандлер А.	Інструмент забезпечення стратегічних рішень як характеристики плану дій, які розраховані на довгостроковий період.
<b>Стратегічна діагностика</b>	
Бланк І.А.	Діагностика розглядається в якості відправної точки дослідження системи управління, яка визначає її як регулярну оцінку параметрів за даними фінансового обліку на базі аналітичних процедур.
Давидович І.С.	Стратегічна діагностика допомагає оцінити ефективність стратегії підприємства, зрозуміти стратегічну позицію підприємства в кожному з напрямків його діяльності, оцінити сильні та слабкі сигнали, які надходять із внутрішнього та зовнішнього середовища. Інформація, отримана по ходу такої діагностики, надає безцінну підтримку керівнику в процесі формування стратегії підприємства чи організації.

Автор(и)	Визначення
Дем'янова О.В.	Метод, що забезпечує процес стратегічного планування та контролінгу інформаційно-аналітичними даними.
Дженстер А.	Метою проведення стратегічної діагностики є оцінка ефективності вибраної стратегії діяльності, дослідження стратегічної позиції підприємства за окремими напрямками його діяльності, оцінка сильних та слабких сигналів, що отримує підприємство із зовнішнього середовища та інше.
Кізім Н.А., Забродська В.А., Зинченко В.А., Кончак Ю.С.	Діагностика фінансового стану і стійкості розвитку підприємства з метою встановлення причин порушення пропорцій в фазах циклу кругообігу капіталу підприємства.
Копас Б., Самочкін В. Н.	Вияв симптомів і явищ, які можуть вплинути на досягнення поставленої мети і завдань, наражати на небезпеку діяльність, що планується при розробці рішень, що коректуються або перегляду цілей і прогнозів.
Корнійчук А.А.	Оціночно-аналітичний процес минулого і поточного стану підприємства в нерозривному зв'язку з середовищем функціонування суб'єкта господарювання, який направлений на виявлення реальних та потенційних можливостей і загроз діяльності, кінцевим результатом якого буде підготовлена інформація для розробки стратегічних заходів які можуть бути реалізовані за сучасних умов господарювання.
Коротков Є.М.	Процес оцінки на основі комплексу методологічних прийомів стану об'єкта, предмета, явища чи процесу управління, що дає змогу виявити в них слабкі ланки та «вузькі місця».
Лігоненко Л.О.	Дослідження минулого, теперішнього стану підприємства і передбачення ймовірності розвитку ситуації у внутрішньому та зовнішньому оточенні, а її наслідком є обґрунтування заходів щодо удосконалення системи управління, фінансового оздоровлення підприємства його ринкової привабливості.
Швиданенко Г.О.	Процес розпізнавання і визначення негативних (кризових) явищ у діяльності підприємства на основі помічених локальних змін, установлених залежностей, а також особливо помітних явищ поточної діяльності підприємства з реалізацією майбутніх стратегічних рішень.
Стратегічний аналіз економічного потенціалу	
Ансофф І.	Оцінка рівня мобілізаційних можливостей, що реалізується за таким алгоритмом: аналіз окремих факторів, які характеризують поточний потенціал організації; визначення потенціалу, необхідного для реалізації «оптимальної» стратегії; розрахунок співвідношення бальних оцінок, які характеризують відповідність наявних можливостей оптимальним.
Система стратегічного вимірювання	
Семенькова А.В.	Система стратегічного вимірювання – це ідентифікація, розвиток, зв'язок, збирання та оцінка вибраних показників результативності, безпосередньо пов'язаних з виконанням місії організації і досягненням її цілей. Вибрані показники повинні обов'язково зосереджуватися саме на результатах, які, як правило, пов'язуються з оцінкою продукції (послуг) підприємства споживачами, хоча і не повинні обмежуватися тільки ними.
Оцінка стратегічної позиції	
Єфремов В. С.	Визначення стратегічної позиції підприємства на певному сегменті ринку, його потенційні можливості по покращанню, або, як мінімум, підтримці на сталому рівні свого положення в конкурентній боротьбі.
Економічний аналіз стратегії розвитку підприємства	
Гавриленко В.А.	Оцінка реальності намічених заходів, планів і прогнозів, тобто відповідності їх фактичним результатам, а також на виявлення резервів як на поточний період, так і на перспективу.

Слід зазначити, що окрім неоднозначності трактування самого терміну «стратегічний аналіз», проблемними питаннями дослідження економістів залишаються і в площині самостійності стадії його проведення в процесі управління. Так, деякі автори взагалі підмінюють поняття стратегічного аналізу категорією стратегічного обліку або стратегічного планування. Інші вважають його або ж попередньою стадією, або ж наступною стадією стратегічного управління. Третій – проміжним етапом між формуванням місії і цілей організації та стадією вибору стратегії між кількох стратегічних альтернатив. Ми ж погоджуємося з дискусійною позицією авторів, які наголошують на самостійності стратегічного аналізу, який супроводжує процес розроблення і реалізації стратегії підприємства.

Головні висновки і результати дослідження. У процесі стратегічного аналізу повинні бути оцінені різні варіанти стратегії підприємства. Для того, щоб вибрати з них той або інший, розробники порівнюють, якою мірою кожний з них здатний забезпечити досягнення цілей підприємства. Оптимальний варіант стратегії повинен забезпечити найкраще співвідношення між сильними і слабкими сторонами підприємства, можливостями й загрозами зовнішнього середовища.

Ефективність стратегії коливається між стратегічним планом та реальною перспективою підприємства, тому вбачаємо за необхідне називати стратегічний аналіз аналізом стратегічної перспективи, в ході якого необхідно:

- визначати можливі цілі і напрямки розвитку (перспективи) підприємства;
- враховувати взаємозалежність та взаємовплив елементів господарської системи в русі досягнення стратегічної мети та завдань;
- оцінювати соціальні, економічні, наукові, технічні та екологічні наслідки реалізації кожного з можливих варіантів розвитку підприємства;
- визначати зміст заходів щодо забезпечення реалізації можливостей та послаблення загроз кожного з можливих варіантів розвитку підприємства;
- давати оцінку необхідним витратам і ресурсам для впровадження розроблених заходів і наслідків щодо обмежень у системі «час - гроші»;



- виявляти ймовірні перспективи для зростання ефективності діяльності підприємства і вплив на них окремих факторів;
- визначати альтернативні стратегічні цілі та завдання у відповідності до отриманих раніше результатів аналізу;
- давати оцінку адекватності альтернативним варіантам та економічної ефективності їх впровадження;
- розробляти напрями коректування стратегічних задач на основі отриманих результатів оцінки;
- оцінювати різні варіанти стратегічних альтернатив точки зору завдань управління;
- обґрунтовувати вибір впровадження можливих варіантів стратегічних задач або їх коректування.

**Перспективи впровадження авторських результатів.** Таким чином, напрям розвитку аналізу стратегічної перспективи надасть можливість для визначення причин неефективної стратегічної поведінки підприємства на ринку з врахуванням неекономічних чинників, розробки програм реабілітації підприємства, розробки альтернативних варіантів розвитку подій й досягнення нових цілей, що на заключному етапі забезпечить стійкість та додаткові можливості у розвитку підприємства в перспективі.

### Література

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; [сокр. пер. с англ. / науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко]. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
2. Будзан Б. Менеджмент в Україні і сучасні перспективи / Будзан Б. – К. : Основи, 2001. – 359 с.
3. Головка Т.В. Стратегічний аналіз : навчально-метод. посібник для самостійного вивчення / Т.В. Головка, С.В. Сагова ; за ред. Кружельного. – К. : КНЕУ, 2002. – 198 с.
4. Гордієнко П.Л. Стратегічний аналіз : [навч. посібник] / Гордієнко П.Л. – К. : Алерта, 2006. – 404 с.
5. Довгань Л. Є. Стратегічне управління : [навч. посібник] / Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. – К. : Центр учбової літера тури, 2009. – 440 с.
6. Мних Є. В. Економічний аналіз : [навч. посіб.] / Є.В. Мних, І.Д. Ференц. – Львів : Армія України, 2000. – 144 с.
7. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрями розвитку : [монографія] / Наливайко А.П. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.
8. Трухан О.Л. Змістовна сутність поняття “стратегія підприємства”: суперечності поглядів / О.Л. Трухан // Вісник ЖДТУ. – 2010. – № 1. – С. 353–357.
9. Редченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі : [навч. посібник] / Редченко К.І. – [2-е вид., доп.]. – Львів : Новий світ-2000, 2003. – 272 с.
10. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посібник] / Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. – К. : КНЕУ, 2006. – 316 с.

Надійшла 21.08.2011

УДК 339.137.2

С. В. КОВАЛЬЧУК, В. М. ПОСТОРОНКО

Хмельницький національний університет

## МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ПРОБЛЕМИ

*Конкурентоспроможність в сучасних економічних умовах виступає одним із головних чинників ринкової успішності підприємств. Проте, в наукових колах відсутня єдина методична база щодо вимірювання конкурентоспроможності. В статті розглядаються найбільш розповсюджені підходи до оцінювання конкурентоспроможності та наводиться авторське трактування понятійного апарату, що визначає конкурентоспроможність та її стан.*

*Competitiveness in the current economic conditions stands as one of the main factors of market success of companies. However, the scientific community there is no single methodological framework for measuring competitiveness. The article explores the most common approaches to evaluating the competitiveness and provides a conceptual interpretation of the copyright system that determines the competitiveness and its status.*

*Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, методи оцінювання конкурентоспроможності, критерії конкурентоспроможності.*

В сучасних економічних умовах все частіше застосовується поняття «конкурентоспроможність», яке застосовують відносно країн, регіонів, галузей, підприємств та товарів (послуг). В Україні термін «конкурентоспроможність» став основним у визначенні іміджу підприємства та ефективності його діяльності. Існує підхід, коли конкурентоспроможність підприємства визначається через призму конкурентоспроможності товарів (послуг), які ним виробляються. У той же час немає чіткого визначення даного терміну ні у вітчизняній, ні в зарубіжній економічній літературі; немає також чіткого визначення

параметрів конкурентоспроможності та їх оцінки.

Забезпечення конкурентоспроможності підприємств, розробка рекомендацій щодо її визначення вимагає уточнення відповідного категоріального апарату. З розвитком конкуренції у всіх галузях життєдіяльності людини зростає науковий інтерес до питань управління конкурентоспроможністю підприємств. Щорічно у вітчизняній і зарубіжній пресі публікується велика кількість наукових робіт в даній області. Різноманіття публікацій, застосування в них різного понятійного апарату, підходів і методів дослідження побічно показує складність категорії «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства». Все це робить обрану тематику надзвичайно актуальною.

Проведений аналіз публікацій у сфері конкурентоспроможності підприємств виявив, що кожен автор в залежності від цілей і завдань дослідження, досліджуваних аспектів конкретних об'єктів, вимог суб'єктів ринкових відносин дає своє визначення конкурентоспроможності підприємства.

Узагальнення трактувань поняття «конкурентоспроможність підприємства» дозволило обґрунтувати необхідність виокремлення понять «конкурентоспроможність підприємства» як відносну властивість, що обумовлена комплексом економічних, науково-технічних, виробничих, маркетингових, організаційно-управлінських, інтелектуальних та інших характеристик підприємства, які визначають його положення на конкурентному ринку, і «рівень конкурентоспроможності підприємства», що відображає ступінь відповідності даних характеристик вимогам конкурентного ринку.

Стосовно конкретного підприємства конкурентоспроможність можна розглядати як здатність підприємства досягати встановлених цілей розвитку в умовах протидії конкурентів, вести з ними успішну боротьбу за ринки збуту товарів і послуг. Відповідно її оцінка може бути здійснена шляхом порівняння окремих характеристик діяльності підприємства з аналогічними характеристиками його основних конкурентів, результати якого мають бути виражені конкретним показником або системою відповідних показників. У такій ситуації доцільним є визначення поняття рівня конкурентоспроможності, який являє собою показник, що дає відносну характеристику спроможності підприємства досягати успіху у конкуренції. Таким чином, конкурентоспроможність характеризує стан підприємства, а рівень конкурентоспроможності є показником цього стану, що відображає ступінь переваги сукупності оціночних характеристик діяльності підприємства щодо його головних конкурентів.

Порівняльний аналіз визначень «конкурентоспроможність підприємства» дозволяє зробити наступні висновки:

- всю сукупність визначень можна розділити на 3 групи:

- 1) характеризують внутрішню і зовнішню діяльність підприємства, без згадування товару;
- 2) базуються лише на товарній складовій конкурентоспроможності підприємства;
- 3) поєднують товар і виробничу діяльність суб'єкта;

- конкурентоспроможність – це порівняльна категорія, тобто повинен застосовуватися математичний апарат оцінки та ранжування порівнюваних об'єктів;

- наведені визначення однозначно не встановлюють склад сенсоутворюючих елементів терміна «конкурентоспроможність підприємства», що створює перешкоди для створення методу вимірювання її рівня; порівнюючи результати оцінки конкурентів за однією і тією ж методикою, можна їх ранжувати за конкурентоспроможністю;

- визначення термінів «конкурентоспроможності» не орієнтовані на вирішення управлінських завдань, а нас, перш за все, цікавить проблема управління рівнем конкурентоспроможності підприємства;

- в жодному з визначень не вказується, хто ж здійснює оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Для зовнішнього користування вона повинна оцінюватися суб'єктами зовнішнього середовища (інвесторами, представниками зацікавлених сторін), для внутрішнього користування оцінювання конкурентоспроможності має здійснюватися фахівцями підприємства чи на їх замовлення спеціалізованими компаніями. А загалом найкращим суб'єктом оцінювання конкурентоспроможності підприємства є ринок, який об'єктивно, а не з врахуванням всіх факторів відбирає найбільш конкурентоспроможні підприємства та їх товари й послуги;

- не вказується тимчасовий фактор конкурентоспроможності. Конкуренція на ринку – процес безперервний, тому «лідер» в конкурентній боротьбі визначається на конкретний момент часу;

- лише в деяких визначеннях підкреслюється, що конкурентоспроможність підприємства встановлюється на певному ринку. Підприємство, по-перше, не може одночасно бути присутнім на всіх ринках, по-друге, воно може бути конкурентоспроможним на одних і неконкурентоспроможним на інших ринках;

- у визначеннях «конкурентоспроможності» не наводиться його конкретизація. Конкурентоспроможність підприємства доцільно оцінити по відношенню до конкретного товару. Не виключається, що в одного й того ж виробника можуть бути одні товари конкурентоспроможні, а інші – роками «лежати на полицях»;

- визначення конкурентоспроможності підприємства найчастіше орієнтовані на оцінку конкурентоспроможності на поточний момент, за фактичними даними, тоді як для управлінських цілей важливіше орієнтація на майбутнє, облік потенціалу зростання.

Проведений аналіз літературних джерел в досліджуваній області дозволяє визначити, що

загальноприйнятого визначення конкурентоспроможності підприємств не існує. З урахуванням істотних наробок зарубіжних та вітчизняних вчених, а також власних емпіричних та теоретичних досліджень автором уточнено економічний зміст поняття «конкурентоспроможність підприємства» з позиції маркетингу й логістики та запропоновано його трактування як «реальної і потенційної здатності та можливості підприємства розробляти, виготовляти та реалізовувати товари, які за своїми характеристиками в комплексі створюють вищу, ніж у конкурентів, цінність для споживачів за рахунок ключових компетенцій та нижчих витрат за використання інтегрованих управлінських рішень, які створюють синергійний ефект».

Існують різні підходи щодо визначення чинників та критеріїв оцінки конкурентоспроможності. Фактично всі економісти, які працюють над розв'язанням цієї проблеми до основних визначальних факторів конкурентоспроможності відносять якісні показники. Найбільш показовим в цьому плані є підхід, який було запропоновано експертами паризької торгівельно-промислової палати. До найважливіших критеріїв конкурентоспроможності вони відносять:

- ступінь новизни виробу;
- якість його виготовлення;
- наявність каналів розповсюдження інформації про вироби;
- заходи стосовно стимулювання збуту, у тому числі рекламу;
- фінансові умови угоди;
- динаміку збуту;
- здатність реагувати на ринкові зміни.

Фактично показнику якості відводиться друге місце після новизни товару.

У той же час економісти і маркетологи досить часто припускаються помилки, ототожнюючи поняття конкурентоспроможності з рівнем якості. Конкурентоспроможність є більш загальною категорією. На відміну від якості конкурентоспроможність товару визначається сукупністю лише тих конкурентних властивостей, які уявляють інтерес для споживачів та забезпечують задоволення їхніх потреб.

Як до останнього часу не розроблене поняття конкурентоспроможності, так немає і єдності стосовно використання показників для її вимірювання, а отже і методів щодо її оцінки та прогнозування.

Такий стан речей насамперед пов'язаний з тим, що лише обмежена кількість параметрів конкурентоспроможності піддається точному кількісному аналізу.

В той же час значно частина факторів демографічного, соціального, культурного та політичного толку, які здійснюють суттєвий вплив на успіх конкурентної боротьби, у більшості випадків не може бути оцінена кількісно.

Окрім того виникають складності стосовно визначення набору параметрів оцінки конкурентоспроможності. Це, насамперед, пов'язано з тим, що для кожної товарної групи, а також для певного ринку у визначений час такий набір параметрів буде індивідуальним.

Отже, для різних груп товарів або підприємств застосовувати власний набір детермінантів, диференційований підхід, глибокий аналіз технічного рівня та специфіки кожного окремого сегменту ринку.

Для проведення оцінки конкурентоспроможності ми пропонуємо виходити з того, що будь-який товар або підприємство як об'єкт аналізу можуть бути охарактеризовані набором тих чи інших змінних, які вибираються в процесі дослідження.

На практиці використовуються декілька методів оцінки конкурентоспроможності товару:

- диференційований;
- комплексний;
- змішаний.

Диференційований підхід. Базується на використанні одиничних параметрів нового товару. При цьому можна встановити, чи досягнуто новим товаром необхідного рівня параметрів в цілому, якщо рівень не є досягнутим, визначають, за якими саме параметрами він відрізняється від бажаного.

Цей метод дозволяє констатувати факт конкурентоспроможності нової продукції або наявність у неї переваг у порівнянні з товарами конкурентами. Але він практично не дає можливості вимірювати зміни продукції за критеріями витрат, оскільки для цього необхідно знати вагомість кожного з параметрів з погляду його впливу на переваги споживачів при виборі товару.

Комплексний підхід. Базується на визначенні комплексу групових, узагальнених, інтегральних параметрів. Інтегральний показник відображає розбіжність між товарами, що порівнюються за споживчим ефектом, який припадає на одиницю витрат (ціна споживання).

Змішаний. Базується на спільному застосуванні одиничних та інтегральних показників. Існують різні підходи стосовно вимірювання конкурентоспроможності. Більшість опублікованих методів базується на визначенні інтегрального показника конкурентоспроможності:

$$I_k = \sum_{i=1}^n k_i y_i, \quad (1)$$

де  $I_k$  – інтегрований показник конкурентоспроможності;

$k_i$  – коефіцієнт конкурентоспроможності за  $i$ -м параметром або групою параметрів;  
 $y_i$  – рейтинг або ваговий показник, який відображає сутність відповідності даного виробу споживчій або суспільній потребі, яка діє на даний час на даному ринку збуту;  
 $n$  – кількість одиничних параметрів або груп параметрів.

В такому випадку, якщо інновація має аналоги, для порівняння та визначення рівня конкурентоспроможності обирають певну базову модель. І відповідно, коефіцієнт конкурентоспроможності (або рівень визначаються по відношенню до базової моделі.

$$K = \frac{I_{кн}}{I_{кб}}, \quad (2)$$

де  $I_{кн}$  та  $I_{кб}$  – відповідно інтегровані показники нового та базового виробу за певний термін.

Деякі методики передбачають для визначення рівня конкурентоспроможності спиратися на визначення сумарного корисного ефекту та витрати щодо придбання та експлуатації нового виробу:

$$K = \frac{\Pi_n \cdot B_{\sigma}}{\Pi_{\sigma} \cdot B_n}. \quad (3)$$

За методикою чеських економістів, пропонується визначати рівень конкурентоспроможності на світовому рівні за допомогою співвідношення ціни реалізації нового виробу ( $\Pi_n$ ) по відношенню до витрат на його виробництво і збут ( $B_n$ ), яке визначає його рівень конкурентоспроможності по відношенню до базового виробу. „Метод граничної рентабельності”:

Якщо

$\Pi_n/B_n > 1$  – продаж даного виробу на світовому ринку є прибутковим;

$\Pi_n/B_n = 1$  – нижня межа рентабельності – ціни відшкодування витрат;

$\Pi_n/B_n < 1$  – немає сенсу продавати даний товар на певному ринку.

За базову визначають світову ціну, тобто ціну головного конкуруючого виробу  $i$ , відповідно, витрати, пов’язані з його експлуатацією і збутом.

$$\Pi_n/B_n = \Pi_n/\Pi_c \times \Pi_c/B_n.$$

Відповідно економічний зміст цього виразу можна представити графічно (рис. 1):

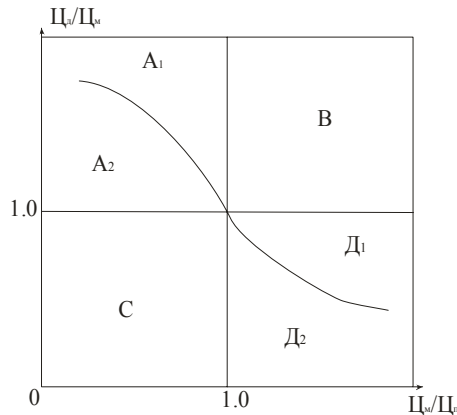


Рис. 1. Графічне відображення методу

А. Для  $A_1$  –  $\Pi_n$  може бути  $> \Pi_c$ , якщо вимагає витрат виробництва  $B_n$ , але  $\Pi_c/B_n < \Pi_n$ . Експорт виробу може бути доцільним, хоча рівень витрат на його виробництво і є високим. Для  $A_2$   $\Pi_n > \Pi_c$  і  $B_n < \Pi_c$ , але витрати виробництва перевищують не лише світову, але і власну ціну  $B_n > \Pi_n$ . Отже експорт цієї долі є недоцільним. Слід переглянути витрати ( $B_n$ ).

В.  $\Pi_n > \Pi_c$ ,  $B_n \leq B_c$ , відповідно  $B_n < \Pi_c < \Pi_n$ . Ця зона є найбільш привабливою для експорту виробу.

С.  $B_n > \Pi_c$  – це зона нерентабельного експорту. Доцільніше займатися імпортом аніж експортом.

Д. Для  $D_1$  –  $\Pi_n < \Pi_c$ , але і  $B_n < B_c < \Pi_n < \Pi_c$ . Отже, це зона помірної рентабельності і є доцільною для експорту.

Для  $D_2$  –  $\Pi_n < \Pi_c$ ,  $B_n < \Pi_c$ , але витрати на виробництво є більшими від цини реалізації ( $B_n > \Pi_n$ ).

Отже, це зона збиткового експорту.

Даний метод, окрім визначення рівня конкурентоспроможності дозволяє оцінити і доцільність виходу з новим товаром на певний ринок або його сегмент.

Метод оцінки конкурентоспроможності з використанням функції бажаності  $f$ .

$$f = \frac{1}{\sqrt[e^x]{e}}, \quad (4)$$

де  $e$  – основа натурального логарифму;

$x$  – приведені значення досліджуваного параметру об'єкту.

Функція  $f$  визначена в інтервалі  $[0...1]$ , шкала яка використовується для оцінки рівнів параметрів аналогів, є безрозмірною і має назву шкали бажаності.

За допомогою  $f$  бажаності відбувається оцінка параметрів об'єктів або виробів з погляду їх придатності до використання або бажаності стосовно якогось конкретного застосування. Кожному конкретному значенню  $f$  відповідає певний рівень конкурентоспроможності (табл.1):

Таблиця 1

### Параметри функції бажаності

Значення $f$	Характеристики якості об'єкта або виробу
1,00	Відповідає кращому рівню якості, поліпшення якого є недоцільним
0,99 – 0,80	Відмінні характеристики, які відповідають кращому світовому аналогу
0,79 – 0,64	Добрі показники, рівень яких є вищим від середньосвітових
0,63	Середньосвітовий рівень показників виробів-аналогів
0,62 – 0,38	Задовільний стан показників, який перевищує мінімально допустимий рівень, але потребує поліпшення
0,37	Мінімально допустимий рівень показників (гранична рентабельність)
0,36 – 0,21	Погані показники, збиткове виробництво
0,00	Зовсім недопустимий рівень показників

Для графічної інтерпретації:

Прологарифмуємо обидві частини рівняння

$$\ln f = \ln 1 - \ln \sqrt[e^x]{e} = -\ln e^{\frac{1}{e^x}} = -\frac{1}{e^x} \quad (5)$$

$$e^x = -\frac{1}{\ln f} \quad (6)$$

проводимо повторне логарифмування:

$$x = -\ln[-\ln f] \quad (7)$$

з метою забезпечення можливості використання функції бажаності для оцінки параметрів різної розмірності та порядку, здійснюється приведення параметрів виробу ( $P_i$ ) до значення приведенного параметру  $x$  функції бажаності  $f$ , для чого за відомими параметрами  $x$  та  $P$  в межах інтервалу функції бажань будується апроксимуюча функція т визначаються її параметри. Найбільш простою є лінійна функція:  $x=a+bp$ , де  $a$  і  $b$  – коефіцієнти апроксимації.

Процедура отримання оцінки рівня параметру виробу за шкалою бажаності складається з таких етапів:

Визначення значень приведенного параметру  $x$ , які відповідають ключовим точкам шкали бажаності.

Визначення значень параметру  $P$ , які відповідають межах інтервалів шкали бажаності  $f$  (згідно до таблиці 1).

Визначення коефіцієнтів апроксимації за даними  $x$  та  $P$ . Визначення значення  $x$  для конкретного значення  $P$ . Визначення значень  $f$  для параметру, що оцінюється.

Маючи значення окремих параметрів виробу, розрахуємо рівень конкурентоспроможності виробу за допомогою узагальненої функції бажаності  $F$

$$F = \sqrt[n]{f_1 f_2 \dots f_i \dots f_n}, \quad (8)$$

де  $f_i$  – значення функції бажаності для  $i$ -го параметру виробу;  $n$  – кількість параметрів, що аналізується.

Чим ближче  $F$  буде наближатися до 1, тим більш конкурентоспроможним буде виріб.

Визначення конкурентоспроможності за методом Магомедова

Конкурентоспроможність визначається окремо за рівнем якості та економічними параметрами. За допомогою експертної оцінки визначають вагомість кожного з показників, після чого визначають інтегрований коефіцієнт конкурентоспроможності:

$$K_{\text{я}} \frac{P_n}{P_0}, \quad (9)$$

де  $K_y$  – коефіцієнт конкурентоспроможності, що оцінюється за рівнем якості;  $P_n, P_o$  – рівень якості відповідно нового і базового товарів.

$$K_e = \frac{(B_o - D_o)}{(B_n - D_n)}, \quad (10)$$

де  $K_e$  – коефіцієнт конкурентоспроможності за економічними характеристиками;  $B_o, B_n$  – витрати, що пов'язані з придбанням (ціна, транспортні витрати, мито тощо) та з експлуатацією (ремонт, профілактика тощо) відповідно базового та нового виробів;  $D_o, D_n$  – сума додаткових благ, які не враховуються в ціну товару (запчастини, доставка, сервіс, моральні збитки тощо) відповідно для базового та нового товару.

Інтегрований коефіцієнт:

$$I_k = K_y m_y + K_e m_e, \quad (11)$$

де  $m_y$  та  $m_e$  – коефіцієнт вагомості показників.

Якщо  $K > 1$  товар конкурентоспроможний.

Існують методи визначення конкурентоспроможності товару на підставі ціни споживання.

Ціна в більшості методик вважається одним з найбільш вагомих факторів конкурентоспроможності.

Але слід зважати на те, що ціна споживання базується на визначенні витрат на придбання і витрат на експлуатацію.

Перша група – це одночасні або капітальні витрати:

затрати на придбання – фактично сплачена ціна (слід враховувати цінову еластичність за фактом покупки);

затрати на транспортування – вантажно-розвантажувальні роботи, страхування в дорозі, складування і зберігання, обслуговування і установочні та пусконаладжувальні роботи.

Поточні витрати:

– витрати на оплату праці обслуговуючого персоналу;

– витрати на паливо та енергію;

– витрати на основні та допоміжні матеріали;

– витрати на ремонт, запчастини тощо.

Загальна формула ціни споживання:

$$C_{cn} = \sum_{i=1}^n C_i, \quad (12)$$

де  $i$  – коефіцієнт, який вказує кількість цінкових параметрів;

$C_i$  – вартість цих параметрів у новому товарі.

Загальний корисний ефект набуває вигляд:

$$E_i = \frac{K_i m_i}{C_i} \quad (13)$$

Метод експрес-аналізу рівня конкурентоспроможності продукції

Цей метод будується на оцінці конкурентоспроможності на підставі порівняння ціни продукції за певний період часу на певному ринку і показників якості, які визначають корисний ефект і витрати на всіх етапах її життєвого циклу після придбання.

Здійснюємо підбір  $n$  найбільш значимих для оцінки конкурентоспроможності показників:  $P_{ik}$ ;  $i$  –  $1, 2, \dots, n$  – індекс показника параметру;  $k$  –  $1, 2, \dots, n$  – кількість видів продукції, що порівнюється

Здійснюємо переведення показників параметрів  $P_{ik}$  у безрозмірні величини. При переведенні кращому значенню показника має відповідати більше значення безрозмірного показника.

Для кожного з обраних показників оцінюється важливість при оцінці рівня конкурентоспроможності. Оцінка здійснюється або експертами або одноосібно. Вагові коефіцієнти призначаються для кожного з параметрів  $m_i$ ,  $i$  –  $1, 2, \dots, n$ , пропорційно для важливості кожного показника для оцінки рівня конкурентоспроможності.

Для кожного з видів продукції здійснюється підсумовування добутоків безрозмірних значень показників та відповідні вагові коефіцієнти.

$$I_k = \sum_{i=1}^n m_i P_{ik}, \quad (14)$$

де  $I_k$  – сума зважених показників

$$E_k = \frac{C_k}{I_k}, \quad (15)$$

де  $C_k$  – порівняльна ціна.

Для оцінки конкурентоспроможності за нематеріальними параметрами Глухов пропонує використовувати принципи формування „атрибуту”.

Атрибут – це користь.

Користь – це сукупність факторів які можуть задовілити потребу.

Корисність – це суб’єктивна оцінка атрибуту.

Виходячи з піраміди потреб за Маслоу, можна виділити кілька рівнів потреб, у відповідності до яких формується відокремлена потреба. Для кожної відокремленої потреби здійснюється підбір атрибутів, які уявляють з себе сукупність нематеріальних властивостей, та задовольняють її.

На прикладі промислових товарів (побутова техніка) можна запропонувати декілька ознак відокремленої корисності, які можна запропонувати у вигляді опитувальника. Цікавою з погляду урахування етапів життєвого циклу інновації є і методика, запропонована представником Національного університету «Львівська політехніка».

Перший етап фактично охоплює метод експрес-аналізу який пропонує Кононенко, але дані автори пропонують оцінити рівень конкурентоспроможності через визначення ціни споживання нового виробу та базового.

$$C_{cg} = C_m + B_{ex}^{pv} \quad (16)$$

де  $C_m$  – ціна виробництва товару + транспортні витрати + витрати на навчання персоналу;

$B_{ex}^{pv}$  – „теперішня вартість” щорічних експлуатаційних витрат протягом періоду служби виробу.

$$C_m = CB + PP \quad (17)$$

де  $PP$  – норма прибутку по відношенню до собівартості

$$B_{ex}^{pv} = \sum_{t=1}^T \left[ B_{ex} \cdot \frac{1}{(1+i)^t} \right] \quad (18)$$

де  $B_{ex} \cdot t$  експлуатаційні витрати за рік;

$t$  – рік експлуатації;

$T$  – нормативний термін служби;

$i$  – ставка дисконту (ставка рефінансування – % інфляції).

Новий виріб буде конкурентоспроможним, якщо його ціна споживання  $C_{cn}^n$  не є більшою від ціни споживання аналога  $C_{cn}^a$ , скоригований на комплексний показник усвідомленої якості нового виробу.

$$I_k^{n-a} = \frac{C_{cn}^a \cdot K_{як}^n}{C_{cn}^n}, \quad (19)$$

якщо співвідношення ціна-якість  $I_k^{n-a} \geq 1$ , виріб є конкурентоспроможним.

Визначена умова є необхідною, але недостатньою для того, щоб новий товар вважався конкурентоспроможним.

Вважається за необхідне провести оцінку і «сервісних» факторів.

Проаналізувавши існуючі підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства нами були виявлені їх переваги та недоліки. Наведемо загальну характеристику кожної з груп методів оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Група методів, що оцінюють інтенсивність конкуренції та позицію підприємства на ринку. Оцінювання конкурентоспроможності проводиться на основі аналізу конкурентної боротьби в галузі та позиції підприємства на ринку. Зазначена група методів використовує описову інформацію, коефіцієнти відіграють допоміжну роль, а висновки будуються у вигляді аналітичної записки. Така оцінка дозволяє охопити багато факторів конкурентоспроможності підприємства, але потребує високої компетенції аналітика і не може бути алгоритмізована.

Група методів, що характеризують ефективність управління підприємством. Методики орієнтовані на використання закритої інформації. В центрі уваги знаходиться ефективність діяльності менеджерів підприємства в конкретному ринковому контексті. Результати оцінки представляються у вигляді матриць та схем. Нами пропонується звернути особливу увагу на оцінювання ефективності маркетинг-логістичного управління підприємством, як основи конкурентоспроможності підприємства.

Група методів, що оцінюють конкурентоспроможність підприємства за конкурентоспроможністю його продукції. Конкурентоспроможність товару або динаміки частки ринку, яку займає продукція підприємства розглядається як єдиний або найбільш істотний чинник конкурентоспроможності підприємства. Ці методи є достатньо простими у використанні та можуть бути застосовані при наявності мінімуму інформації. Ми вважаємо, що застосування методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства за конкурентоспроможністю його продукції доцільно застосовувати при умові, що підприємство виробляє один або декілька видів продукції.

Група методів, що характеризують фінансово-економічну діяльність підприємства. Метод орієнтується на використання фінансової звітності підприємства, результати представляються у вигляді сукупності показників та аналітичної записки. Перевагами даного методу є визначення конкурентоспроможності підприємства за результатами фінансово-економічної діяльності, але разом з тим не враховується характеристика конкурентної позиції підприємства на ринку, сильних та слабких сторін діяльності підприємства, маркетинг-логістичного забезпечення, стилю управління підприємством.

Група методів, що досліджують сукупність факторів конкурентоспроможності підприємства є найчисленнішою. Сюди входять методики, метою яких є оцінка комплексного впливу різних факторів на рівень конкурентоспроможності підприємства. Варто зазначити, що в більшості методів використовується закрита інформація підприємств. Результатом використання методик є визначення коефіцієнтів та рейтингів, які часто не зважуються зовсім, або зважуються на основі думок експертів. Недоліками даних методів є здебільшого суб'єктивність оцінювання конкурентоспроможності підприємства за рахунок використання думок експертів, але разом з тим дана група методів має і найбільше позитивних сторін, так як враховує досить багато факторів впливу на конкурентоспроможність підприємства.

Підсумовуючи результати аналізу методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства, вважаємо, що перевагу необхідно віддати методикам оцінювання інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства при умові використання надійних експертних оцінок та врахування показників маркетингового забезпечення діяльності підприємства.

### Література

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг : [підручник для вузів] / Гаркавенко С.С. – К. : Лібра, 1998. – 384 с.
2. Мороз Л.А. Маркетинг : [навч. посібник] / Л.А. Мороз, Н.І. Чухрай. – Львів : ДУ “Львівська політехніка”, 1999. – 244 с.
3. Примак Т.О. Маркетинг : [навч. посіб.] / Примак Т.О. – К. : МАУП, 2001. – 200 с.
4. Реструктуризація підприємства : [навч. посіб. для вищ. навч. закл. / за ред. В. М. Заболотного]. – К. : Міленіум, 2001. – 440 с.
5. Ковальчук С.В. Конкурентоспроможність та проблеми оцінки якості харчової продукції вітчизняних товаровиробників / С.В. Ковальчук, С.Г. Цімарна // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє : щорічник. – Тернопіль : Збруч, 2002. – С. 108–112.

Надійшла 18.08.2011

УДК 330

О. В. СОЛОЇД

Хмельницький національний університет

## АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

*У статті проведено аналіз сучасного стану функціонування вітчизняних малих підприємств, тенденцій їх розвитку, розглянуті напрями державної політики підтримки малого підприємництва та проблеми їх реалізації.*

*In the article the current state of functioning of domestic small businesses is analyzed. It has been considered trends in their development, areas of government policy to support small business and the problems of implementation.*

*Ключові слова: малі підприємства, державна політика, підтримка, проблеми функціонування.*

**Вступ.** Мале підприємництво є своєрідним індикатором загального стану справ в економіці та господарській кон'юктурі. Розвиток малих підприємств сприяє насиченню внутрішнього товарного ринку та структурній перебудові економіки; формуванню конкурентного середовища та подоланню монополізму; здійснює обслуговування та стратегічне партнерство з великими підприємствами; реалізує інновації, прискорює науково-технічний розвиток; сприяє вирішенню проблем зайнятості та досягненню соціально-



політичної стабільності в суспільстві.

Як провідний сектор ринкової економіки малі підприємства мають ряд переваг, що відрізняють їх від великих підприємств:

- високий рівень спеціалізації, що сприяє підвищенню якості продукції і зниженню витрат на виробництво;
- висока маневреність та мобільність, можливість швидкого перепрофілювання виробництва, більш активна і швидка реакція на запити споживачів;
- висока готовність до інновацій, виправданого ризику, пов'язаного з впровадженням результатів науково-технічного прогресу у виробництво;
- висока самостійність та ініціативність, тому що в більшості випадків керівником і власником малого підприємства є одна і та сама особа, гнучкість та оперативність у прийнятті управлінських рішень;
- демократичність, простота звітності і форм управління, що дозволяє втрачати мінімум часу при впровадженні нововведень;
- надання сприятливих можливостей працівникам у розкритті свого творчого потенціалу при веденні справ, при прийнятті рішень по удосконалюванню функціонування підприємства;
- сприяння у вирішенні проблем зайнятості;
- швидка адаптація до постійно мінливої кон'юнктури ринку.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Розвиток малого підприємництва в Україні значно відстає не тільки від розвинутих країн, але і від країн СНД. На відміну від багатьох зарубіжних країн в Україні мале підприємництво не відіграє вагомій ролі в соціально-економічному розвитку суспільства.

Для того, щоб мале підприємництво у повній мірі могло виконувати свої функції необхідна комплексна та всебічна підтримка, забезпечення його життєздатності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагомий внесок у дослідження малого підприємництва зробили такі вчені, як А. Гринюк, В. Величко, З. Варналій, Н. Колесник, О. Кужель, П. Буряк, Р. Рудик, С. Румянцева, Т. Соколова, Ю. Єхануров та ін. Проте аналіз показав, що деякі аспекти цієї тематики потребують подальшого дослідження.

**Постановка завдання.** Метою даного дослідження є аналіз сучасного стану вітчизняних малих підприємств, тенденцій його розвитку, напрямів державної політики підтримки малого підприємництва та проблем їх реалізації.

Розглядаючи рівень розвитку малих підприємств в цілому по Україні слід зазначити, що його визнано недостатнім порівняно із загальноприйнятими показниками у світі.

Таблиця 1

**Основні показники розвитку малого підприємництва в Україні [3]**

Показники	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Кількість МП на 10 тис. чол. населення	48	53	57	60	63	72	76	72	75
- темп приросту (% до минулого року)	9,1	10,4	7,5	5,3	5,0	14,3	5,6	-5,3	4,2
Середньорічна кількість найманих працівників на МП, тис. чол.	1807,6	1918,5	2034,2	1928,0	1834,2	2158,5	2154,3	2156,8	2067,87
- темп приросту (% до минулого року)	5,7	6,1	6,0	-5,2	-4,9	17,7	-0,2	0,1	-4,1
Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) у % до обсягу по економіці в цілому	7,1	6,7	6,6	5,3	5,5	18,8	18,1	16,3	16,6
Питома вага підприємств, що одержали збиток, %	38,1	38,2	37,1	35,5	35,2	33,7	32,8	37,3	39,9

Як бачимо, кількість малих підприємств в Україні постійно зростає, проте аналіз динаміки приросту малих підприємств, розрахований у таблиці 1, свідчить про постійне уповільнення зростання їхньої кількості. Скорочення кількості малих підприємств у 2008 році було спричинено фінансовою кризою, але у 2009 році ситуація стабілізувалася і знову спостерігаємо збільшення їх кількості (рис. 1).

Суб'єкти малого підприємництва є важливим джерелом формування робочих місць. На малих підприємствах зайнято 11% працюючого населення країни. Протягом останніх років даний показник знизився (рис. 2).

Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) малими підприємствами значно збільшився у 2006 році, проте зниження даного показника у 2009 році на фоні збільшення кількості малих підприємств свідчить про їх неефективну діяльність (рис. 3).

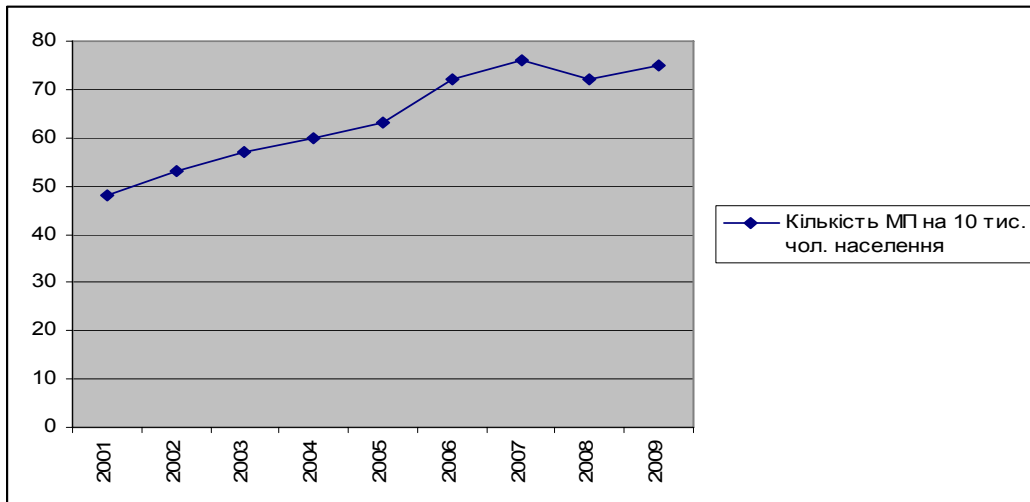


Рис. 1. Динаміка показника кількості малих підприємств на 10 тис. чол. населення

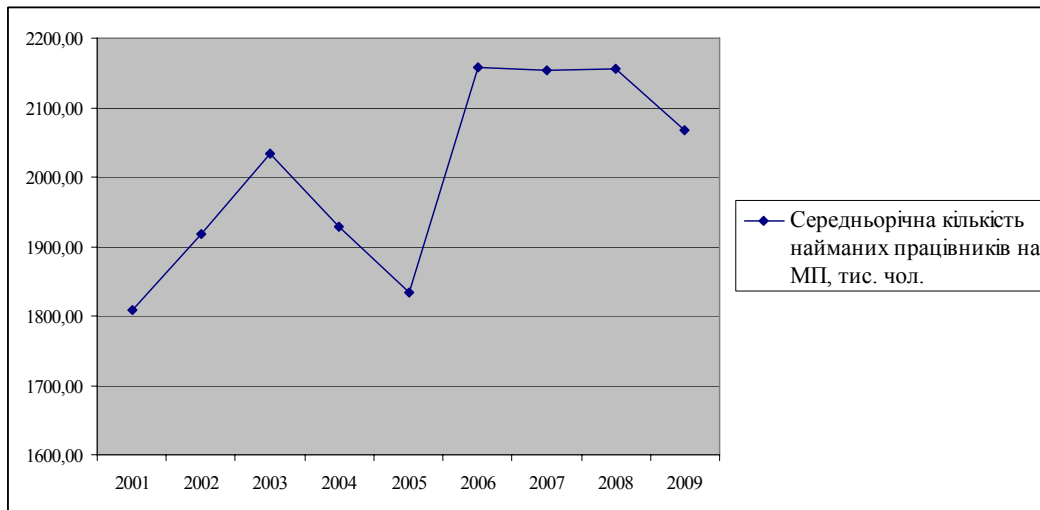


Рис. 2. Динаміка показника середньорічної кількості найманих працівників на малих підприємствах

Внесок малих підприємств в обсяг реалізованої продукції в 2009 р. становив лише 16,6%, незважаючи на їх переважаючу кількість над великими підприємствами.

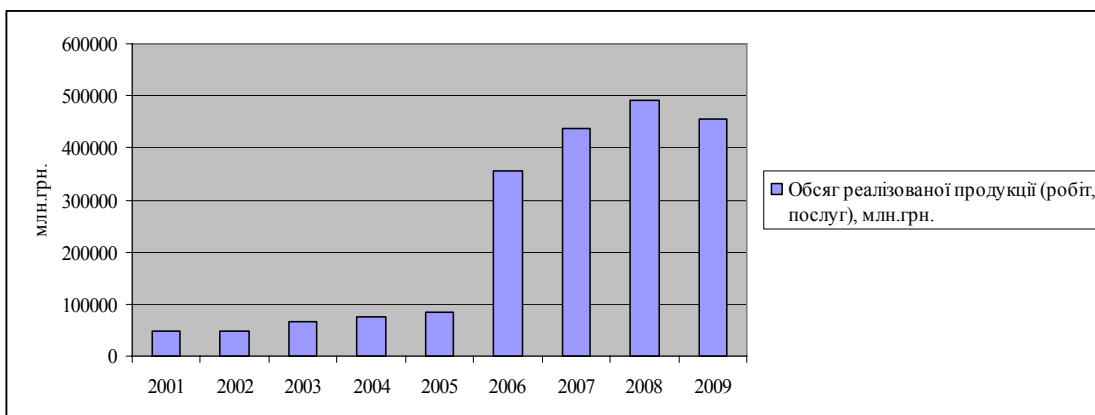


Рис. 3. Динаміка показника обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) малими підприємствами

Малі підприємства в процесі функціонування зустрічаються із певними загрозами, основними з яких є: недостатній обсяг фінансових ресурсів; підвищений рівень ризику банкрутства; висока чутливість до несприятливих економічних (інфляція, податковий тиск тощо) та неекономічних (корупція) чинників;

низька соціальна захищеність найманих працівників; недосконалість податкової політики, суперечливість законодавства та інші перешкоди у здійсненні підприємницької діяльності; відсутність у керівників-власників малих підприємств відповідного управлінського досвіду.

Зважаючи на сутність проблем, пов'язаних із здійсненням господарської діяльності малими підприємствами, на сучасному етапі метою державної політики повинно стати забезпечення більшої дієвості програмних задач розвитку цього сектора економіки. Відкритість доступу та легкість започаткування діяльності, а також соціально-психологічні переваги, пов'язані з специфічністю мотивації до праці, дозволяють говорити про необхідність подальшого розвитку сектору малого бізнесу та його подальшої підтримки з боку держави.

Підтримка малого підприємництва здійснюється відповідно до Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні [1], а також регіональних та місцевих програм, які затверджуються відповідно до законодавства.

Напрямки державної підтримки малих підприємств систематизовано та відображено на рис. 4.

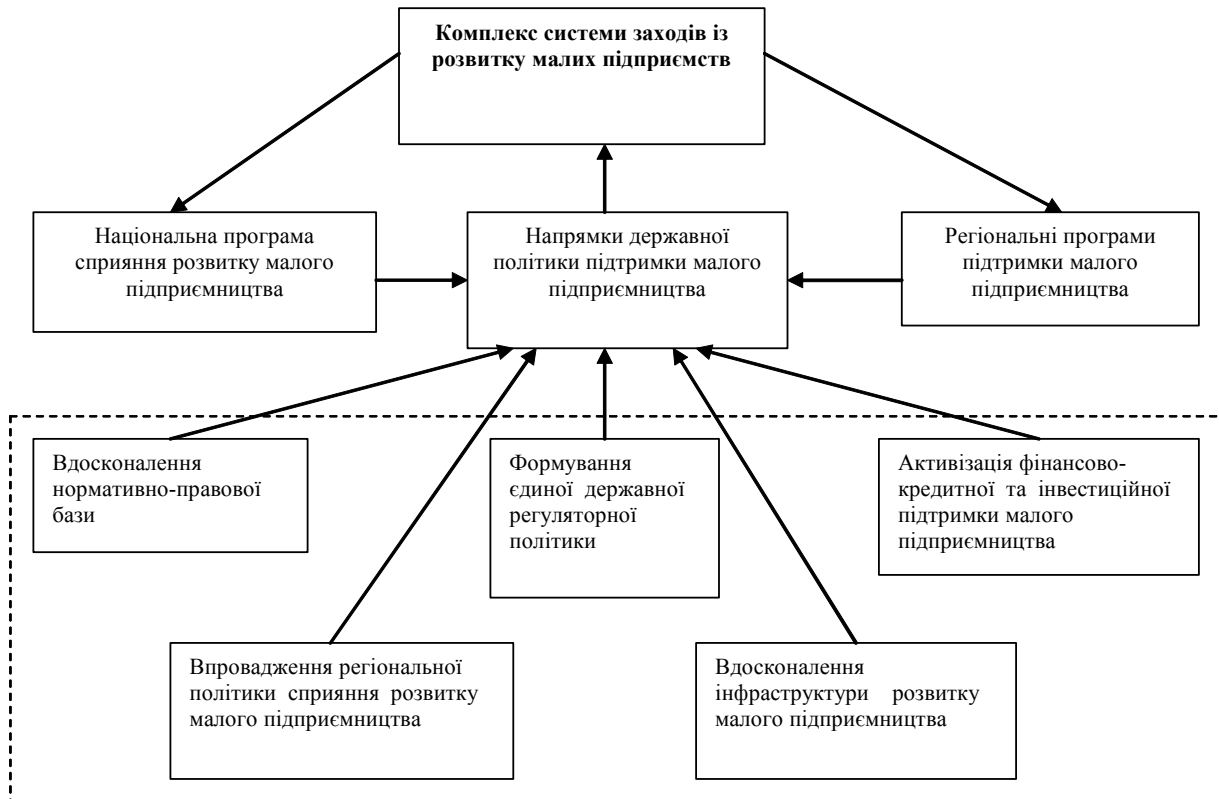


Рис. 4. Напрямки державної підтримки малих підприємств

Основними напрямками регіональних програм підтримки малого підприємництва є подальше вдосконалення нормативного регулювання на місцевому рівні через встановлення стимулюючих розмірів місцевих податків і зборів, орендних ставок на користування державним майном, диференційованих за видами діяльності, реалізація заходів з регуляторної політики, створення та забезпечення функціонування реєстраційних та єдиних дозвільних центрів, фінансово-кредитна підтримка суб'єктів малого бізнесу, підвищення освітнього рівня підприємців з питань ведення бізнесу, формування відповідної мережі об'єктів інфраструктури.

До комплексу системи заходів щодо підтримки малих підприємств слід віднести наступні:

- стимулювання залучення інвестицій у сферу розвитку малого бізнесу;
- концентрація фінансової допомоги на пріоритетних напрямках шляхом цільової підтримки;
- оптимізація та упорядкування місцевих податків і зборів;
- поглиблення міжрегіонального і міжнародного співробітництва;
- перепрофілювання підприємств на випуск продукції, що користується платоспроможним попитом;
- зміцнення кооперації між великими і малими підприємствами;
- створення умов для добросовісної конкуренції;

- адресна підтримка бізнес-проектів суб'єктів малого підприємництва, що мають максимальний соціальний, економічний та інший ефект на розвиток регіону окремої території.

Виконання заходів будь-якої програми залежить від фінансового забезпечення, а основна проблема реалізації Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва – відсутність джерел

фінансування. Безумовно хронічне недофінансування відповідно вплинуло на якість її результатів. У 2007–2008 роках виділено 1,8-2 млн грн, що складає лише 1% від необхідної суми [2]. У 2009 році на фінансування заходів Національної програми взагалі було передбачено лише 400 тис. грн, у 2010 році – 700 тис. грн.

Таке обмежене фінансування або взагалі його відсутність робить неможливим комплексне вирішення проблем у сфері малого підприємництва, не дозволяє впроваджувати інноваційні технології, виробляти та просувати наукоємну продукцію.

**Висновки.** Отже, для виживання і розвитку малого та середнього бізнесу актуальними є превентивні заходи державної політики, зокрема:

- підтримка інноваційного підприємництва (впровадження інноваційних енергозберігаючих та екобезпечних технологій, виробництво імпортозамінної та високотехнологічної продукції);
- створення мережі бізнес-інкубаторів, технопарків, індустріально-промислових парків, широке залучення науково-технічного потенціалу регіонів;
- навчання персоналу з питань запровадження систем управління якістю, бенчмаркінгу, охорони праці і навколишнього середовища, захисту інтелектуальної власності відповідно до норм і стандартів ЄС;
- посилення кооперації малих і великих підприємств;
- сприяння малим підприємствам у просуванні наукоємної продукції і технологій в інші регіони та зовнішні ринки, поглиблення міжрегіонального та міжнародного співробітництва.

Для України, що досі знаходиться на початковому етапі розвитку ринкових відносин, саме розвиток сектора малого підприємництва повинний стати основою соціальної реструктуризації суспільства, що забезпечує підготовку населення і перехід усього господарства країни до ринкової економіки.

### Література

1. Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні : закон України : [прийнято ВР 21.12.2000 р. № 2157-III] // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 7. – С. 35.
2. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні : національна доповідь / [К.О. Ващенко, З.С. Варналій, В.Є. Воротін та ін.]. – К. : Держкомпідприємство, 2008. – 226 с.
3. Щорічник України 2009 : [статистичний збірник / ред. О. Г. Осауленко]. – К. : Державний комітет статистики України, 2010. – 566 с.

Надійшла 19.08.2011

---

Підп. до друку 03.09.2011. Ум. друк. арк. 31,88. Обл.-вид. арк. 19,93  
Формат 30x42/4, папір офсетний. Друк різнографією.  
Наклад 100, зам. № 521

---

Тиражування здійснено з оригінал-макету, виготовленого  
редакцією журналу “Вісник Хмельницького національного університету”

---

Редакційно-видавничий центр Хмельницького національного університету  
29016, м. Хмельницький, вул. Інститутська, 7/1, тел. (8-0382) 72-83-63