

СТРАНА	РС	ИК	МЖ	НИ
Дания	88	74	16	23
Финляндия	33	63	26	59
Франция	68	71	43	86
Германия	35	67	66	65
Япония	54	46	95	92
Страны Балтии	40	60	30	50
Нидерланды	38	80	14	53
Россия	95	50	40	90
Саудовская Аравия	95	25	60	80
Швеция	31	71	5	29
США	40	91	62	46

РС – чем меньше цифра, поставленная в таблице, тем меньше расстояние в силе.

ИК – маленькая цифра означает слабый индивидуализм.

МЖ – маленькое значение показателя означает слабую мужественность.

НИ – маленькое значение означает слабое избегание неопределенности.

Особое внимание следует уделять двум показателям национальной культуры: расстояние в силе и избегание неопределенности связаны с образом организации в культуре.

Стремление к общим ценностям способно объединять людей в группы, создавая мощную силу в достижении поставленных целей. Данный аспект можно использовать весьма эффективно, с целью направления активности людей на достижение поставленных целей.

Литература

1. Занковский А. Н. Организационная психология : [учебное пособие] / Занковский А. Н. – М. : ФОРУМ, 2009 (2000, 2002). – 648 с.
2. Иванова Т. Ю. Теория организации : [учебник] / Иванова Т. Ю. – Иркутск : КноРус, 2010. – 432 с.
3. Масютин С. А. Механизмы корпоративного управления : [научная монография] / Масютин С. А. – М. : ЗАО «Финстатинформ», 2002. – 240 с.

Надійшла 05.04.2011

УДК 658.147:658.148

Ю. А. ЧЕРНЕЦЬКА

Одеський державний економічний університет

ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена дослідженню проблеми оптимізації структури капіталу. Досліджуються методи та критерії оптимізації структури капіталу. Автором пропонується своє бачення проблеми оптимізації співвідношення власного і позикового капіталу.

The article is devoted to the research of problem of optimization of capital structure. Methods and criteria of optimization of capital structure are examined. An author offers the vision of problem of optimization of correlation of owner's equity and loan capital.

Ключові слова: оптимізація структури, власний капітал, позиковий капітал.

Результат і ефективність діяльності підприємства залежать від того, наскільки раціонально використовується капітал. Дотримуючи певні пропорції власного і позикового капіталу, можна забезпечити необхідний рівень фінансової незалежності, рентабельності, а також максимізувати ринкову вартість підприємства. В ринкових умовах виникає необхідність обґрунтування оптимальної структури капіталу.

Аналіз літературних джерел свідчить про високу зацікавленість вчених та практиків у питаннях оптимізації. Однак, незважаючи на досить велику кількість праць, присвячених цій проблемі, окремі її аспекти недостатньо розроблені та висвітлені в економічній літературі.

Метою даної статті є узагальнення теоретичних підходів та методів формування раціональної структури капіталу підприємства.

Для українських промислових підприємств при виборі структури капіталу характерними є наступні особливості: у багатьох з них фінансовий стан незадовільний, при прогнозуванні результатів діяльності українських компаній застосовуються моделі, що не дозволяють правильно прогнозувати динаміку їх фінансового важеля, основні засоби сильно зношені і вимагають великих інвестицій для заміни, існуючі

методи ухвалення інвестиційно-фінансових рішень не повною мірою враховують інтереси держави, власників компаній і пов'язаних з ним осіб; значна частина акціонерів не відчують себе повною мірою власниками [1].

Тому виникає необхідність в управлінні структурою капіталу, яке включає її оптимізацію.

Відповідно до визначення, наведеного в тлумачному словнику економічних термінів, оптимізація – це пошук найбільш прийнятної розв'язку – компромісу – щодо багатьох різних фіксованих критеріїв оптимальності. Знайдений розв'язок є найбільш прийнятним з багатьох точок зору (критеріїв) одночасно, хоча швидше за все й не найкращим за кожним із критеріїв оптимальності окремо [2, с. 356].

Дійсно, сутність принципу оптимізації складається з обрання такого рішення, яке щонайкраще враховувало б внутрішні можливості й зовнішні умови діяльності підприємства. Оптимізація – це обрання деякого економічного показника, який дозволяє порівнювати ефективність будь-яких рішень.

На думку І.О. Бланка, оптимальна структура капіталу становить таке співвідношення використання власних і позикових коштів, за умови якого забезпечується ефективна пропорційність між коефіцієнтом фінансової рентабельності (коефіцієнтом власного капіталу) та коефіцієнтом стійкості підприємства, тобто максимізується його ринкова вартість [3, с. 213].

Схоже визначення оптимізації структури капіталу дають Т.В. Головка та С.В. Сагова [4, с. 8].

В.О. Подольська та О.В. Ярш вважають: “Оптимізація структури капіталу – це ...таке співвідношення між власним і позиковим капіталом, за якого забезпечується найефективніша пропорційність між дохідністю та фінансовою стійкістю підприємства” [5, с. 355].

До основних методів управління структурою капіталу підприємства можна віднести наступні:

1) оптимізація структури капіталу за критерієм максимізації рівня рентабельності власного капіталу, яка включає різноманітні розрахунки з використанням механізму фінансового левериджу.

2) оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації вартості капіталу, заснована на попередній оцінці вартості власного й позикового капіталу при різних умовах його залучення і здійснення різноманітних розрахунків середньозваженої вартості капіталу.

3) оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації фінансового ризику, яка пов'язана із процесом диференційованого вибору джерел фінансування різних складових частин активів підприємства, залежно від відношення власників або менеджерів до фінансових ризиків [6].

У кожному конкретному випадку можна використовувати той або інший критерій оптимізації структури капіталу. Серед науковців існують різні погляди на вирішення цієї проблеми. Деякі з них вважають за необхідне максимізацію рівня фінансової рентабельності поряд з рівнем фінансової стійкості, проте даного положення важко досягти на практиці [3]. Інша група економістів пропонує послідовне використання усіх трьох методів і формування показника структури капіталу з урахуванням їх граничних значень, що також є трудомістким процесом і не дає однозначної відповіді [6]. Існують також думки з приводу доповнення зазначених методів показниками кредитоспроможності і платоспроможності, левериджу в майновій структурі капіталу тощо [7, 8].

Таким чином, в економічній літературі мають місце різні думки щодо методики оптимізації структури капіталу. Але вирішення цього питання, на нашу думку, потребує комплексного підходу.

На сьогоднішній день найбільшого поширення набули розроблені західними теоретиками-фінансистами дві основні теорії, які конкурують між собою, – статична і ієрархічна теорії структури капіталу.

Статична теорія структури капіталу пов'язана зі встановленням цільового відношення заборгованості до вартості активів, і поступово підприємство рухається в даному напрямку.

Ієрархічна теорія структури капіталу представлена у вигляді фінансової ієрархії, де підприємство віддає перевагу внутрішньому фінансуванню над зовнішнім і борг – власному капіталу. В даній теорії структура не має чіткого цільового відношення рівня заборгованості до вартості активів [1].

Більшість економістів, фінансових менеджерів підкреслюють, що жодна з теорій не відповідає реальній фінансовій практиці вибору структури капіталу. На практиці менеджери вважають за краще користуватися не теоріями і моделями, а простими евристичними підходами, під якими розуміють алгоритми розв'язання задачі, що не має строгого обґрунтування, але дає прийнятне рішення в більшості практично значимих випадків [2].

Ми вважаємо, що при формуванні певної структури капіталу необхідно провести ряд дій. По-перше, вважатимемо, що на підприємстві априорі існує певна структура. При подальшому аналізі ми розглядатимемо підприємства, які працюють на ринку деякий час, тобто знаходяться на стадії зростання або зрілості життєвого циклу організації, на відміну від підприємств, що знаходяться на стадії створення, структура капіталу, яких формується під впливом інших чинників.

На даному етапі дослідження ми схильні до того, щоб в структурі капіталу переважала величина власного капіталу. Це пов'язано із змінною ринковою ситуацією, фінансово-економічною кризою, політикою кредитування господарюючих суб'єктів та ін. Загальновідомо, що власний капітал простіше залучити, при цьому забезпечується фінансова стійкість підприємства, його платоспроможність в довгостроковому періоді. Але відмовитися повністю від позикового капіталу неможливо, оскільки його залучення призводить

до збільшення отриманого підприємством прибутку. Однак, треба врахувати, що підприємство повинне виплатити основну суму кредиту і відсотки. Для знаходження граничної величини використання позикового капіталу для кожного конкретного підприємства здійснюють розрахунок ефекту фінансового левериджу, який дозволяє визначити оптимальну структуру капіталу з позицій найбільш вигідного його використання.

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 підприємства у виборі певних джерел формування структури капіталу. Ми вважаємо, що найбільш раціональним є планування структури капіталу на рік, тобто в поточному плані.

Процедура вибору раціональної структури складається з ряду наступних дій (рис.1).

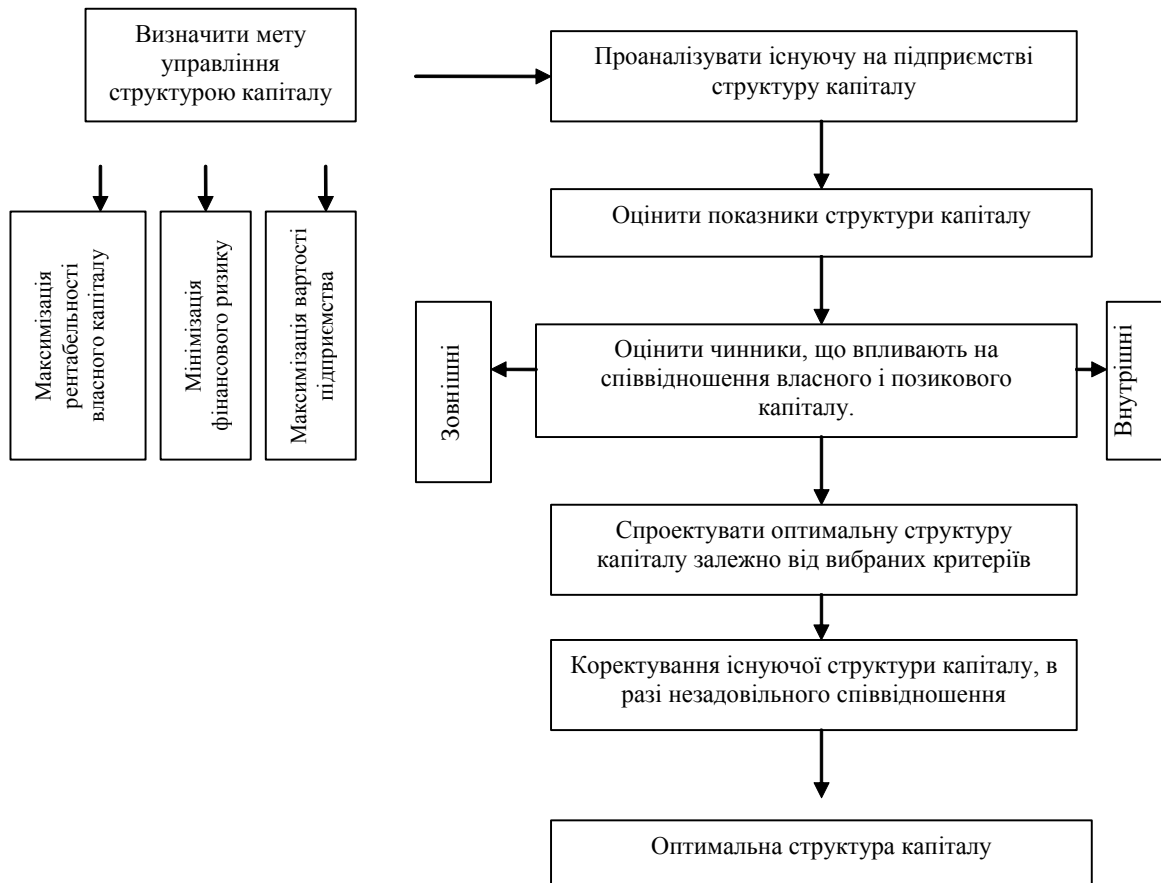


Рис. 1. Система дій при оптимізації структури капіталу підприємства

Таким чином, керуючись запропонованою схемою, можна визначити оптимальне співвідношення власного та позикового капіталу. Ми бачимо, що оптимізація структури капіталу залежить від ряду чинників, критеріїв. Кожне окреме підприємство керується тим критерієм, який вважається найбільш доцільним. Тому поняття оптимальної структури капіталу набуває значного суб'єктивного змісту.

Висновки

Підбиваючи підсумки наведеного вище вивченого матеріалу, слід зазначити наступне:

1. Оптимальна структура капіталу становить таке співвідношення використання власних і позикових коштів, за умови якого забезпечується ефективна пропорційність між коефіцієнтом фінансової рентабельності (коефіцієнтом власного капіталу) та коефіцієнтом стійкості підприємства, тобто максимізується його ринкова вартість.

2. Формування оптимальної структури капіталу підкоряється тим або іншим критеріям. Ці критерії для кожного окремого господарюючого суб'єкта індивідуальні. При формуванні певної структури капіталу приймаються до уваги різні умови, які характеризують операційну, інвестиційну, фінансову діяльність підприємства.

3. Деякі економісти, менеджери вважають необхідною максимізацію рівня фінансової рентабельності поряд з рівнем фінансової стійкості, інша група економістів пропонує послідовне використання усіх трьох методів і формування показника структури капіталу з урахуванням їх граничних значень. Існують також думки з приводу доповнення зазначених методів показниками кредитоспроможності і платоспроможності, левериджу в майновій структурі капіталу.

Література

1. Шумила А.И. Проблема оптимизации структуры капитала предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.rusnauka.com/10_NPE_2010/Economics/60674.doc.htm. – Заголовок з екрану.
2. Толковый словарь экономических терминов / [сост. В. Коноплицкий, А. Филина]. – К. : Изд-во «Альтерпресс», 2000. – 450 с.
3. Бланк И.А. Управление формированием капитала / Бланк И.А. – К. : Ника-Центр, Эльга, 2002. – 512 с.
4. Головки Т. В. Стратегічний аналіз : [навч.-метод. посіб.] / Т. В. Головки, С. В. Сагова. – К. : КНЕУ, 2002. – 198 с.
5. Подольська В. О. Фінансовий аналіз : [навч. посіб.] / В. О. Подольська, О.В. Яріш. – К. : Центр навч. л-ри, 2007. – 488 с.
6. Гончаров А. Б. Фінансовий менеджмент : [навч. посіб.] / Гончаров А. Б. – Х. : ІНЖЕК, 2007. – 237 с.
7. Викиданець І. В. Методи оптимізації структури капіталу підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdnuet/econ/2009_3/27.pdf.
8. Семенов Г.А. Оптимізація структури капіталу підприємства / Г.А. Семенов, А.В. Пелешко // Держава та регіони. – 2010. – № 4. – С. 164–169.

Надійшла 13.04.2011

УДК 69.003

О. М. ЯСТРЕМСЬКА

Харківський національний економічний університет, м. Харків

Д. В. РАЙКО

Національний технічний університет “Харківський політехнічний інститут”, м. Харків

ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В роботі удосконалено організаційну структуру департаменту маркетингу на крупному промисловому підприємстві, особливість якої полягає у виокремленні трьох відділів – маркетингових досліджень, розвитку бізнесу та комунікацій, що зумовлюється змістом функцій, які властиві маркетингу як основі розвитку підприємства. Запропонована організаційна структура департаменту маркетингу забезпечує якісне формування та ефективне впровадження маркетингової стратегії в процесі стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності підприємства.

The work improved the organizational structure of marketing department at large industrial enterprises, that lies in the selection of three departments - marketing research, business development and communications, conditional content features that are inherent in marketing as the basis for enterprise development. Proposed organizational structure of marketing department provides quality and efficient formation implementation of marketing strategy in the strategic management of the development of marketing activities enterprise.

Ключові слова: департамент маркетингу, промислове підприємство, система «споживач—підприємство—партнер», відділ розвитку бізнесу, відділ маркетингових досліджень, відділ комунікацій.

Вступ. В умовах ситуації, що швидко змінюється, і жорсткої конкурентної боротьби підприємства мають не тільки концентрувати увагу на стані справ у їх внутрішньому середовищі, а й розробляти довгострокову стратегію, яка давала б їм можливість адаптуватися до змін, що відбуваються в їх оточенні. Досягнення цієї мети неможливе без планування та оптимізації організаційної структури підприємства, зокрема, завдяки створенню умов для найуспішнішої реалізації потенціалу співробітників усіх підрозділів виробничого підприємства, результатам маркетингової діяльності в умовах підвищених вимог споживачів до якості товарів і послуг.

Набуваючи все більшого значення в діяльності підприємств, маркетинг поступово знайшов своє відображення у побудові організаційно-управлінських структур і їх функцій, що в свою чергу, призвело до зростання кількості маркетологів у кадровому складі підприємства або збільшення кількості різних підрозділів (відділ збуту, обслуговування, комунікацій, досліджень та розробок, маркетингу тощо). Так, маркетинг перетворився у повномасштабну службу, яка має сильний і визначальний вплив на всі сторони господарської діяльності підприємства.

В контексті розгляду організаційної структури підприємства слід зазначити усталені точки зору науковців щодо визначення поняття «організаційна структура» [1–4]: організаційна структура підприємства є сукупністю елементів системи (підрозділів підприємства) та організації взаємозв'язків між ними. Найбільш чітким визначенням організаційної структури відповідно до положень запропонованого концептуального підходу стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності в роботі слід вважати визначення організаційної структури за Г.Б. Клейнером [1], який виділяє департамент маркетингу як самостійний підрозділ в структурі підприємства.