

ISSN 2307-5740

Науковий журнал

ВІСНИК

**Хмельницького
національного
університету**

Економічні науки

2014, № 2, Том 2

Scientific journal

HERALD

of Khmelnytskyi national university

Economic sciences

2014, Issue 2, Part 2

Хмельницький 2014

ВІСНИК

Хмельницького національного університету

Затверджений як фахове видання

Постановою президії ВАК України від 16.12.2009 № 1-05/6

(http://vak.org.ua/docs//prof_journals/journal_list/whole.pdf)

Засновано в липні 1997 р.

Виходить 6 разів на рік

Хмельницький, 2014, № 2, Т. 2 (210)

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

Включено до наукометричної бази

РИНЦ http://elibrary.ru/title_about.asp?id=37650
Google Scholar <http://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&user=nDupjDAAAAAJ>

Головний редактор **Скиба М. Є.**, д. т. н., професор, заслужений працівник народної освіти України, член-кореспондент Національної академії педагогічних наук України, ректор Хмельницького національного університету

Заступник головного редактора **Параска Г. Б.**, д. т. н., професор, проректор з наукової роботи Хмельницького національного університету

Голова редакційної колегії серії “Економічні науки” **Войнаренко М. П.**, д. е. н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, проректор з науково-педагогічної роботи, перший проректор Хмельницького національного університету

Відповідальний секретар **Гуляєва В. О.**, завідувач відділом інтелектуальної власності Хмельницького національного університету

Ч л е н и р е д к о л е г і ї

Альохін О.Б., д.е.н.; Асаул А.М., д.е.н. (Російська Федерація); Благун І.С., д.е.н.; Бондаренко М.І., к.е.н.; Ведерніков М.Д., д.е.н.; Вишковська Зофія, д.е.н. (Польща); Геєць В.М., д.е.н.; Григорук П.М., д.е.н.; Дудко В.М., д.е.н. (Російська Федерація); Завгородня Т.П., д.е.н.; Йохна М.А., к.т.н.; Ковальчук С.В., д.е.н.; Кругляк Б.С., д.е.н.; Кулинич О.І., д.е.н.; Лук'янова В.В., д.е.н.; Любохинець Л.С., к.е.н.; Мікула Н.А., д.е.н.; Микитенко В.В., д.е.н.; Нижник В.М., д.е.н.; Орлов О.О., д.е.н.; Стадник В.В., д.е.н.; Тельнов А.С., д.е.н.; Ткаченко І.С., д.е.н.; Троціковські Тадеуш, к.е.н. (Польща); Тюріна Н.М., к.е.н.; Савіна Г.Г., д.е.н.; Семикіна М.В., д.е.н.; Скоробогата Л.В., к.е.н.; Федотов О.В., д.е.н. (Російська Федерація); Філіппова С.В., д.е.н.; Хрущ Н.А., д.е.н.; Церуйова Тетяна, д.е.н. (Словакія); Чорна Л.О., д.е.н.

Відповідальний за випуск: д. е. н. Орлов О. О., к. е. н. Гончар О. І.

Технічний редактор: Яремчук В. С.

Редактор-коректор: Чопенко О. В.

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради Хмельницького національного університету,
протокол № 11 від 29.05.2014 р.

Адреса редакції: **Україна, 29016, м. Хмельницький, вул. Інститутська, 11, Хмельницький національний університет**
редакція журналу “Вісник Хмельницького національного університету”

☎ (03822) 2-51-08

e-mail: **vagvestnik@rambler.ru**

web: **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, 2014

© Редакція журналу “Вісник Хмельницького національного університету”, 2014

ЗМІСТ

Загальні проблеми планування. Планування витрат

| | |
|--|----|
| ОРЛОВ О. А. СИСТЕМА “СVP”. МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ. ВОЗМОЖНОСТИ ВЫХОДА ИЗ ТУПИКА..... | 7 |
| АЛЁХИН А. Б., ВАНИНА Н. Н. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО И ОПТИМИЗАЦИОННОГО ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ..... | 14 |
| ХРИСТИАНОВСКИЙ В. В., ЩЕРБИНА В. П., УМАНЕЦ Т. В. ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ НЕЧЕТКОЙ ЛОГИКИ ПРИ ОЦЕНКЕ МОТИВАЦИИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ..... | 20 |
| ДУБІНІНА М. В., ЧЕБАН Ю. Ю., СКОРОЗІНСЬКА А. В. ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ КОМЕРЦІЙНИХ ТА УПРАВЛІНСЬКИХ ВИТРАТ..... | 29 |
| ПОЛОВЯН Н. С. ОПЕРАТИВНИЙ АНАЛИЗ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ К РИСКУ БАНКРОТСТВА..... | 33 |
| ГОЛОВАЧ Т. В. РИЗИК ТА ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР..... | 38 |
| ГЕДЕЛЕВИЧ С. В. ВИРОБНИЧИЙ ПРОЦЕС ЯК СКЛАДОВА ОПЕРАЦІЙНОГО РИЗИКУ..... | 42 |
| КАРАТНЮК А. Н., МЕДЖИБОВСКАЯ Н. С. АНАЛИЗ МОДЕЛИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК ПРИ УСЛОВИЯХ МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ И ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ..... | 47 |
| ГОНЧАРУК П. А. INFORMATION SYSTEMS IN BUSINESS MANAGEMENT..... | 52 |
| Планування ресурсного забезпечення підприємства | |
| БЕЛЬТЮКОВ Є. А., БЕЗНОЩЕНКО Н. О. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК ТЕХНОЛОГІЧНОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ..... | 56 |
| БЕЛЯВЦЕВ М. І., ВОРОБІЙОВ А. А. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОКАЛЬНОГО РИНКУ: НЕОБХІДНІСТЬ, ЗНАЧЕННЯ ТА ПРОБЛЕМИ В УМОВАХ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ..... | 61 |
| ГРИЦЕНКО С. И. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ УКРАИНЫ..... | 66 |
| КОЛОДІЗЄВ О. М. ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ..... | 70 |
| МЕЛЬНИКОВА М. В., БОГАЧОВ О. С. АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ НАДАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ..... | 74 |
| ГОНЧАР О. І., МОКРЕНКО Д. С. ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ..... | 78 |

| | |
|---|-----|
| ДИХА М. В. ФІСКАЛЬНІ ІННОВАЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ | 81 |
| ДОБЕРЧАК Н. І. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ПРОГРАМИ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ | 89 |
| КУЗНЕЦОВА Л. В. МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПЛАНУВАННЯ КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ БАНКІВ..... | 93 |
| ЛЕВКІВ Г. Я., КАНЬОСА А. М., ПОРТНОВА А. В. ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ІНОВАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АПК | 98 |
| РАДЕЦЬКА О. О., ТАЛАЙЛО С. І. ОЦІНКА СИСТЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ДЕПОЗИТНИХ КОШТІВ ПАТ “УКРСИББАНК” | 103 |
| СИСОЙ Ю. В. ПЛАНУВАННЯ ОБСЯГІВ ЗОВНІШНЬОГО ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА..... | 107 |
| АНДРЕЄВА Я. С. ТРАНСПАРЕНТНІСТЬ КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ: НЕОБХІДНІСТЬ, СУТНІСТЬ, ВЛАСТИВОСТІ..... | 111 |
| ЄРЬОМЕНКО Г. С. АНАЛІЗ ТРАДИЦІЙНИХ СИСТЕМ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ..... | 115 |
| КУЗНЕЦОВ А. М. ПЛАНУВАННЯ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ..... | 121 |
| НАМ'ЯСЕНКО В. М., ГАЙВОРОНСЬКА Т. Г. КОНЦЕПТУАЛЬНА КЛАСИФІКАЦІЯ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ | 125 |
| ШАХОВАЛОВА Є. О. ФІНАНСОВІ МЕТОДИ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ | 128 |
| Структурні зміни в економіці | |
| ДОРОФІЄНКО В. В., ЛОСКУТОВА В. В. НАПРЯМИ ПЕРЕТВОРЕННЯ ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА У СТАРОПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНАХ НА ШЛЯХУ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ... | 134 |
| МИКОЛАЙЧУК Н. С., МИКОЛАЙЧУК М. М. OBJECTIVES FOR GOVERNMENTAL SUPPORT OF COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES OF REGION | 138 |
| СКЛЯР Г. П. СВІДОМИЙ РОЗВИТОК ПАРТНЕРСТВА У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ..... | 142 |
| ГРИНЕВИЧ Л. В. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ..... | 146 |
| КРАСНОНОСОВА О. М., ПЕДОРЕНКО Д. А. АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО СТАНУ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ | 149 |
| ПЕТЕНКО А. В. СУЧАСНИЙ СТАН І ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ДЕПРЕСИВНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ | 153 |
| СКРИННИК Н. В. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРИВАТИЗАЦІЇ І ПРИЧИН, ЯКИМИ ВОНИ ОБУМОВЛЕНІ ПІДХОДИ ДО ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ МІЖНАРОДНИМИ КОМПАНІЯМИ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ | 158 |

| | |
|--|-----|
| ГРУШЕВИЦЬКА А. Б. ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ | 164 |
| МАТЄХА А. С. МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖРЕГІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА | 170 |
| ГОЦЕЛЮК А. Ю. СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ – ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЕКОНОМІКИ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ | 174 |
| МОСКВІН Б. Ю. ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ “ПОВЕДІНКА ПІДПРИЄМСТВ” НА РИНКУ КОРПОРАТИВНОГО КОНТРОЛЮ УКРАЇНИ..... | 178 |
| Зовнішньоекономічна діяльність | |
| НОВІКОВ О. Є., САДРІДІНОВ Т. Ш. СИСТЕМАТИЗАЦІЯ НАУКОВИХ ПОГЛЯДІВ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ТЕРМІНА “ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ” | 183 |
| КЛЮЧНИК А. В. РОЛЬ ЕТИКИ У РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... | 187 |
| ЛЫСЕНКО Н. С. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ МОРСКОГО ТРАНСПОРТА ПРИ ЗАМЕДЛЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА..... | 191 |
| ТЮРИНА Н. М., ШЕЛЕСТ Є. О., КАРВАЦКА Н. С. ОЦІНЮВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ЙОГО РОЗВИТКУ | 195 |
| ГЕТЬМАНЕНКО Ю. О. ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ..... | 202 |
| ЛЕОНТЬЄВ В. А. РЕТРОСПЕКТИВА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ЯК СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ | 206 |
| ПЕРЕПЕЧ В. М., ДЕМИТЕР О. М. РОЛЬ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВОЇ ПАЛАТИ В АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ..... | 210 |
| ПАЗИНІЧ О. В. ПІДХОДИ ДО ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ МІЖНАРОДНИМИ КОМПАНІЯМИ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ..... | 213 |
| ПЕТЕНКО І. В. ТРАНСФОРМАЦІЯ ПАРАДИГМ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ | 217 |
| СИДОРЕНКО Т. Н. РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ..... | 222 |
| ТАРАНЕНКО С. М. НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЗА СЛАБКИМИ СИГНАЛАМИ | 225 |

СИСТЕМА “CVP”. МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ. ВОЗМОЖНОСТИ ВЫХОДА ИЗ ТУПИКА

На основі аналізу праць зарубіжних вчених, у статті доводиться, що ці вчені, прагнучи дотриматись основного обмеження системи “CVP” в умовах багатомономенклатурного виробництва – незмінність структури асортименту, практично, хоча і в неявній формі, виходять на використання маржинального прибутку при розподілі постійних витрат між видами продукції.

Ключові слова: прибуток, витрати, затрати, постійні, змінні, управління, планування, управлінські рішення, розрахунки, обсяги, виробництво, рентабельність.

SYSTEM “CVP”. MYTHS AND REALITIES. POSSIBILITIES OF BREAKING THE DEADLOCK

Abstract – Analyzing the work of foreign scientists we proved that these scientists trying to keep the main limitation of the system “CVP” in condition of multiproductive production – almost immutability assortment’s structure, although in implicitly, overlook the use of the contribution margin profit while allocation of fixed expenses between types of products. The distribution of fixed expenses by a coefficient break-even has no special analytical value. The main thing in understanding the content of this process is that it creates the conditions for flexible leading of management expenses and profit in changing market conditions. Really changing the structure of product assortment, prices of products and materials, changing wage, etc., usage of marginal approach allows quickly get new indicators of expenses and profits, and take appropriate decisions.

Key words: profit, expenses, costs, fixed, variable, management, planning, management decisions, settlements, volumes, production and profitability.

Анализ взаимозависимостей в системе “затраты, объем реализации, прибыль” (CVP) по мнению многих отечественных и зарубежных экономистов является одним из наиболее эффективных средств планирования и прогнозирования деятельности предприятия. Ключевым элементом в системе “CVP” является “точка безубыточности”, которая рассчитывается путем деления постоянных затрат на маржинальную прибыль изделия. Из формулы расчета “точки безубыточности” можно вывести ряд формул позволяющих осуществлять любые вариантные расчеты (изменять цену, переменные и постоянные затраты, объем заказа). Однако реальные возможности этой системы весьма ограничены. “Модель “затраты/объем выпуска/прибыль”, – утверждает А. Апчерч, – предполагает один вид продукции (услуг) или структура ассортимента продукции неизменна при любых объемах выпуска выше нуля” [1, с. 173].

Вопросом использования “CVP” при управлении затратами и прибылью занимаются многие зарубежные и отечественные ученые: А. Апчерч, К. Друри, Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер, Ш. Детар, Е. Стоянова, М. Вахрушина, А. Соколов, В. Савчук и др.

Изучая работы этих ученых мы заметили одну закономерность. Западные ученые практически весь анализ “CVP” проводят в условиях однопродуктового производства, а при многопродуктовом производстве анализ сводится только к определению влияния на суммарную прибыль и безубыточность производства, с построением графиков безубыточности производства, но при этом, расчеты не доводятся до показателей прибыли и рентабельности по видам продукции.

Дело в том, что слабым звеном в системе “CVP” являются постоянные затраты, точнее проблема их распределения между видами продукции. Поскольку все традиционные методы распределения постоянных затрат серьезно искажают показатели прибыли и рентабельности по видам продукции западные ученые, очевидно четко понимают, что в этой ситуации нарушается основное ограничение системы “CVP” – “неизменность структуры ассортимента”.

Украинских и российских ученых эта ситуация, почему-то, не смущает и они при анализе многономенклатурного производства широко используют различные методы распределения постоянных затрат, с расчетом безубыточных оборотов, прибыльности и рентабельности по видам продукции.

Так Е. Стоянова считает, что наилучшей базой распределения постоянных затрат является выручка от реализации продукции и приводит пример распределения затрат по двум видам продукции (товар А и товар В). При расчете безубыточных оборотов в приведенном примере существенно изменяется структура ассортимента. Так, если в исходном варианте выручка от товара “А” составила 45,4 %, а “В” – 54,6 %, то в безубыточном обороте соответственно 62,5 и 37,5. Особо следует отметить, что по убыточному товару “В” “точка безубыточности” превышает плановую выручку на 36,36 %, что не должно быть по прибыльному в целом предприятию [6, с. 213].

В фундаментальной работе В. Савчука “Практическая энциклопедия. Финансовый менеджмент” выделен специальный раздел: “Анализ безубыточности и условия планирования прибыли” (CVP-анализ), где проводится анализ безубыточности для многономенклатурного производства [3, с. 306].

В работе В. Савчука не указано, каким методом он распределял постоянные затраты, но ситуация примерно такая же, как и при распределении их пропорционально выручке. В результате этих расчетов удельный вес “продукта “З” вырос с 57,81 % до 79,1 %, а в целом безубыточный оборот на 1236 единиц больше, чем в исходном варианте. Безубыточный оборот может быть больше, чем в исходном варианте, только если предприятие убыточно, а в данном примере прибыль равна 33 ед.

Аналогичная ситуация приведена в работе А. Соколова “Управленческий учет накладных расходов” [4, с. 325]. В результате распределения накладных расходов изделие “Д” занимало в исходных данных 30 % от общего выпуска продукции в натуральном выражении, а в расчете же “точки безубыточности” на него пришлось всего 13 %. Величина безубыточного оборота в сумме по всем изделиям на 25 % больше безубыточного оборота по предприятию. “Если выбрать в качестве базы распределения другой носитель затрат, – отмечает А Соколов, – то результаты будут иными” [4, с. 325].

Если исходить из такой позиции, то для одного и того же набора ассортимента, в зависимости от выбранной базы распределения, будет несколько себестоимостей, прибылей и точек безубыточности по видам продукции, то очевидно и решений должно быть несколько? Такая позиция говорит о бесперспективности принятия правильных решений в системе “CVP” в условиях многономенклатурного производства. Заметим также, что в таких расчетах всегда увеличивается удельный вес наименее рентабельных изделий. Так, в приведенной работе В. Савчука удельный вес самого неэффективного изделия (коэффициент маржинальной прибыли всего 0,0267) в исходном варианте был 57,81 %, то при расчете “точки безубыточности” он возрос до 79,1 %. Понятно, что такая ситуация, когда для достижения безубыточности увеличивают удельный вес самых низкорентабельных изделий, явно противоречит здравому смыслу.

Эти примеры, на наш взгляд, объясняют, почему западные экономисты при анализе системы “CVP” в условиях многономенклатурного производства избегают распределения постоянных затраты и не доводят расчеты до показателей прибыли и рентабельности по видам продукции.

“Цель анализа ЗВП, – отмечает К. Друри, – установить, что произойдет с финансовыми результатами, если изменится уровень деятельности или объем производства” [5, с. 239]. Таким образом, речь идет об изменении только объема производства. Однако и А. Апчерч, К. Друри и другие западные ученые при анализе “CVP” в условиях многономенклатурного производства рассчитывают точки безубыточности по видам продукции и строят соответствующие графики.

Интересно проанализировать, как им это удается, если учесть что, как известно, точка безубыточности рассчитывается по формуле:

$$T_{\sigma} = ПЗ / ПМ, \quad (1)$$

где ПЗ – постоянные затраты на объем по виду продукции; ПМ – маржинальная прибыль по виду продукции.

Эти ученые в своих расчетах нигде величину ПЗ не используют.

Рассмотрим подробно это на многопродуктовой модели представленной в работе английского ученого Алана Апчерча “Управленческий учет: принципы и практика”. Приведем этот пример, используя обозначения принятые в статье.

Таблица 1

Франшиза на изготовление ключей

| Показатель | Наименование ключа | | |
|-----------------------------|--------------------|----------------|---------------|
| | для дома | цилиндрические | автомобильные |
| Количество ключей | 4000 | 2400 | 1600 |
| Цена одного ключа | 2,5 ф.ст. | 3,7 ф.ст. | 2 ф.ст. |
| Удельные переменные затраты | 0,6 ф.ст. | 1,00 ф.ст. | 0,8 ф.ст. |

Постоянные затраты на год составляют 4570 ф.ст. [1, с. 267]. Обратим внимание, что для сохранения структуры ассортимента (основного ограничения системы “CVP”) А. Апчерч сразу отмечает, что расчеты должны отражать **структуру ассортимента**, т.е. доли выпуска ключей каждого вида в суммарном количестве. Тип ключа, процент (%): для дома – 50; цилиндрические – 30; автомобильные – 20. Эти доли автор использует для расчета средневзвешенного удельного вклада:

$$50 \% \cdot [2,50 - 0,60] + 30 \% \cdot [3,70 - 1,00] + 20 \% \cdot [2,00 - 0,80] = 2,00.$$

Далее автор рассчитывает “безубыточный оборот с помощью “средневзвешенного удельного вклада”:

$$\frac{\text{Постоянные затраты}}{\text{Средневзвешенный удельный вклад}} = \frac{4750 \text{ фст}}{2,00 \text{ фст}} = 2375 \text{ ед.}$$

Исходя из удельных весов рассчитывается величина безубыточных оборотов (“точек безубыточности”) по видам продукции:

$$\begin{aligned} 2375 \cdot 0,5 &= 1187,5 \text{ ед.} \\ 2375 \cdot 0,3 &= 712,5 \text{ ед.} \\ 2375 \cdot 0,2 &= 475 \text{ ед.} \\ \hline \text{Итого} &= 2375 \text{ ед.} \end{aligned}$$

Между тем, все эти расчеты можно произвести гораздо проще, используя предложенный нами еще в 2001 г. показатель “коэффициент безубыточности” K_{σ} , который представляет собой частное от деления постоянных затрат ($ПЗ$ на маржинальную прибыль M в целом по предприятию [6, с. 48]:

$$K_{\sigma} = ПЗ / M, \quad (2)$$

Точка безубыточности в натуральном выражении определяется по формуле:

$$T_{\sigma}^n = K_{\sigma} \cdot N_i, \quad (3)$$

где N_i – количество i -х изделий в исходном варианте.

В данном примере постоянные затраты равны 4750 ф.ст., а маржинальная прибыль 16000 ф.ст., отсюда $K_{\sigma} = 4750 / 16000 = 0,296875$. Следовательно “безубыточный оборот” по продукции будет равен:

$B_{\sigma}^n = 8000 \cdot 0,296875 = 2375$ ед. По видам продукции будет равен:

$$\begin{aligned} 4000 \cdot 0,296875 &= 1187,5 \text{ ед.} \\ 2400 \cdot 0,296875 &= 712,5 \text{ ед.} \\ 1600 \cdot 0,296875 &= 475 \text{ ед.} \\ \hline \text{Итого} &= 2375 \text{ ед.} \end{aligned}$$

С помощью K_{σ} можно также рассчитать непосредственно “безубыточный оборот” в целом по предприятию и отдельным видам продукции в стоимостном выражении:

$$B_{\sigma\sigma}^c = K_{\sigma} \cdot B, \quad (4)$$

где B – суммарная стоимость выручки; $B_{\sigma\sigma}^c = 0,296875 \cdot 22080$ ф.ст. = 6555 ф.ст.

Из представленных расчетов ясно видно насколько проще их можно произвести с помощью K_{σ} , особенно если учесть, что изделий будет не три, а несколько десятков и изменение количества любого из них потребует пересчета всех удельных весов. При использовании K_{σ} необходимо только внести коррективы в величину маржинальной прибыли. Однако главная наша цель иллюстрации многосложного подхода к определению “точек безубыточности” данного в работе А. Апчерча (подобные расчеты представлены у многих зарубежных авторов) состоит вовсе не в критике сложности расчетов, хотя само по себе это тоже важно. Дело в том, что анализируя эти расчеты невольно задаешься вопросом, а почему эти авторы не пошли дальше, а именно, имея данные о “точке безубыточности” по видам продукции не рассчитали последовательно постоянные затраты, себестоимости, прибыль и рентабельность по этим продуктам?

У А. Апчерча, К. Друри и других авторов анализ “СVP” в условиях многопродуктовой модели сводится лишь к определению точек безубыточности, построению соответствующих графиков и расчетов в целом по предприятию. А имеет ли смысл ограничиться только этими расчетами?

На наш взгляд, расчеты “точек безубыточности” и тем более построение “графиков безубыточности” в условиях многопродуктового производства особого аналитического значения не имеют. Допустим, предприятие убыточно и по одному из изделий фактический выпуск равен 400 ед., а безубыточный оборот – 440 ед. Это вовсе не означает, что при увеличении объема производства этого изделия на 10 % оно будет находиться в состоянии безубыточности. Дело в том, что это произойдет лишь в том случае, если выпуск и остальных видов продукции тоже увеличится на 10 %, но в реальной рыночной экономике такое явно не происходит. Как правило выпуск одних изделий может увеличиться, других остаться на прежнем уровне, а третьих наоборот уменьшится. Кроме того, во многих работах по ценообразованию на новую продукцию часто предлагают формирование цен обеспечивающих безубыточность конкретного изделия. В условиях многопродуктового производства это практически невозможно, поскольку решение по одному продукту нельзя принимать в отрыве от всей номенклатуры продукции. Очень просто у убыточного изделия увеличить цену на размер убытка, но при расчете в целом по предприятию это изделие не будет в состоянии безубыточности, пока аналогичные расчеты не будут проведены и по остальной номенклатуре продукции.

Таким образом, система “СVP” в условиях многопродуктового производства практически не имеет особого аналитического значения, если не обеспечить выход на показатели прибыли и рентабельности по видам продукции.

Между тем, положение можно легко исправить, так как у А. Апчерча, К. Друри и других авторов, хоть и несколько иным способом, но все же, рассчитаны точки безубыточности по видам продукции, то этой информации вполне достаточно, чтобы определить величины постоянных затрат, себестоимость, прибыль и рентабельность по видам продукции. Из формулы расчета точки безубыточности: $T_{\sigma}^n = ПЗ / ПМ$, следует, что постоянные затраты по изделиям равны:

$$ПЗ_i = T_{\sigma}^n \cdot ПМ_i. \quad (5)$$

Следовательно, если известна “точка безубыточности”, то рассчитать постоянные затраты, себестоимость и прибыль по видам продукции несложно. Приведем этот расчет на основе примера из книги А. Апчерча для изделия – “ключи для дома”: $ПЗ_i = 1187,5 \cdot 1,9 = 2256,25$ ф.ст. Переменные затраты равны: $4000 \cdot 0,4 = 2400$ ф.ст.; себестоимость: $2256,25 + 2400 = 4656,25$ ф.ст.; выручка: $4000 \cdot 2,5 = 10000$ ф.ст.; прибыль: $10000 - 4656,25 = 5343,75$ ф.ст. Если подобные расчеты провести и по другим изделиям, то получим следующие показатели прибыли:

| | |
|----------------------|----------------------|
| Ключи для дома | 5343,75 ф.ст.; |
| Цилиндрические | 4556,25 ф.ст.; |
| <u>Автомобильные</u> | <u>1350,00 ф.ст.</u> |
| Итого: | 11250 ф.ст. |

С помощью предлагаемого нами метода эти расчеты можно произвести гораздо проще, используя показатель тесно связанный с K_{σ} – “запас надежности” Z_n .

$$Z_n = 1 - K_{\sigma}. \quad (6)$$

“Запас надежности” позволит непосредственно рассчитать прибыль по видам продукции. В приведенном примере величина Z_n равна: $Z_n = 1 - 0,296875 = 0,70313$.

Прибыль по видам продукции можно непосредственно рассчитать по формуле:

$$П_i = Z_n \cdot (B_i \cdot ПМ_i). \quad (7)$$

| | |
|----------------|---|
| Ключи для дома | $0,70313 \cdot (4000 \cdot 1,9) = 5343,5$ ф.ст.; |
| Цилиндрические | $0,70313 \cdot (2400 \cdot 2,7) = 4556,25$ ф.ст.; |
| Автомобильные | $0,70313 \cdot (1600 \cdot 1,2) = 1350,0$ ф.ст. |
| <u>Итого:</u> | <u>$0,70313 \cdot 16000 = 11250$ ф.ст.</u> |

Все расчеты приведенные в книге А. Апчерча полностью совпали с нашими, только потому, что на самом деле автор практически, хотя и в неявной форме использовал распределение постоянных затрат пропорционально маржинальной прибыли, поскольку только в этом случае соблюдается основное ограничение систем “СVP” – неизменность структуры ассортимента продукции, которая при использовании в качестве базы распределения выручки, прямой зарплаты, материалов и т.п. обязательно нарушается. Отсюда, следует признать, что наиболее рациональным методом распределения постоянных затрат является предложенный нами метод их распределения пропорционально маржинальной прибыли, поскольку, только в этом случае, имеет экономический смысл построение графиков безубыточности и другие методические расчеты предлагаемые зарубежными и отечественными экономистами.

Однако главная цель этого распределения, а по сути покрытия маржинальной прибылью постоянных затрат как на уровне предприятия, так и отдельного изделия, является создание на этой основе системы гибкого управления затратами и прибылью.

Вернемся к системе “СVP”. Основными элементами системы являются: объем производства продукции B , сумма переменных затрат по предприятию $ИП$, маржинальная прибыль M , постоянные затрат $ПЗ$, прибыль до налогообложения $П$. Причем маржинальную прибыль можно рассчитать двумя способами:

$$M = B - ИП, \quad (8)$$

$$M = ПЗ + П. \quad (9)$$

Рассматривая первый способ, сразу отметим, что здесь маржинальная прибыль прямо пропорционально зависит от изменения величины выручки и переменных затрат, такой зависимости нет во втором способе расчета маржинальной прибыли. Маржинальная прибыль здесь не зависит от величины постоянных затрат. Если первый способ характеризует метод расчета маржинальной прибыли, то второй ее функциональное назначение – **покрытие постоянных затрат**.

На поверхности наблюдается следующее явление, – любой метод распределения постоянных затрат как бы делит маржинальную прибыль по видам продукции на постоянные затраты и прибыль. Возможно, разработчики и исполнители традиционных методов распределения затрат, а также и метода ABC и не подозревают об этом, но в этом легко можно убедиться сложив постоянные затраты и прибыль (убыток) по

конкретным изделиям и в итоге обязательно получим маржинальную прибыль. Однако, на самом деле, маржинальная прибыль по видам продукции не делится на постоянные затраты и прибыль, она остается неизменной как разница между ценой и переменные затратами. На самом деле, происходит процесс не “деления постоянных затрат между видами продукции”, а “покрытие” маржинальной прибылью изделия приходящихся на его долю постоянных затрат. Такой подход принципиально по-новому ставит проблему распределения постоянных затрат. Нет необходимости отслеживать причинно-следственные связи между величинами постоянных затрат и выручкой, прямой оплатой труда, материальными затратами, нормо-часами и т.д., поскольку для большей части постоянных затрат ее просто не существует. Каждое изделие в соответствии с величиной маржинальной прибыли берет на себя покрытие постоянных затрат в строго определенной пропорции в соответствии с коэффициентом безубыточности. К такому функциональному назначению маржинальной прибыли можно подойти с позиции фонологии. Так многие авторы вместо термина маржинальная прибыль используют термины, – “вклад”, “величина покрытия”. Отсюда следует полагаться, что своей маржинальной прибылью изделие вносит “вклад” в “покрытие постоянных затрат”. Но само по себе покрытие постоянных затрат, а в итоге их распределение по видам продукции не представляют особого аналитического значения. Главное в понимании содержания этого процесса состоит в том, что он позволяет по-новому подойти к гибкому управлению затратами и прибылью в условиях часто меняющейся рыночной конъюнктуры. В этой ситуации “коэффициент безубыточности” играет вспомогательную роль (позволяет распределить постоянные затраты, рассчитать безубыточные обороты), а основная роль в этом процессе принадлежит “запасу надежности”. В экономической литературе используются также термины – “запас безопасности”, “порог безопасности” и т.п.

Обычно этот показатель рассчитывают по формуле:

$$Z_n = \frac{B - B_{об}}{B} \cdot 100. \quad (10)$$

Выражение в числителе формул обычно называют “запасом финансовой прочности” и он показывает насколько выручка от реализации продукции превышает безубыточный оборот. Его сумма показывает, до какого уровня может упасть “выручка”, чтобы не было убытка. А “ Z_n ” отражает эту зависимость в процентах. Собственно этим и исчерпывается роль “запаса безопасности” описываемого во многих учебниках и монографиях. В предлагаемом нами подходе роль этого показателя и функции, которые он может выполнять гораздо шире. Этот показатель является фактически инструментом гибкого управления затратами и прибылью. Он позволяет минуя процесс распределения постоянных затрат, расчета себестоимости как суммы переменных и постоянных затрат, рассчитать непосредственно прибыль, рентабельность по видам продукции и даже “силу влияния операционного левериджа” ($w = 1/Z_n$):

$$P_i = Z_n \cdot ПМ_i, \quad (11)$$

$$P_{ni} = \frac{Z_n \cdot ПМ_i}{Ц - (Z_n \cdot ПМ_i)}. \quad (12)$$

Причем эти расчеты легко алгоритмируются и их можно производить в альтернативных вариантах с учетом изменения рыночной конъюнктуры.

Проведем эти расчеты исходя из примера по книге А. Апчерча, учитывая, что $Z_n = 0,70313$.

Таблица 2

Анализ прибыли и рентабельности продукции по видам продукции

| Тип ключа | Цена, ф.ст. | Маржинальная прибыль, ф.ст. | Прибыль, ф.ст. | Рентабельность, % | Коэффициент маржинальной прибыли |
|----------------|-------------|-----------------------------|----------------|-------------------|----------------------------------|
| Домашние | 2,5 | 1,9 | 1,336 | 114,8 | 0,76 |
| Цилиндрические | 3,7 | 2,7 | 1,9 | 105,3 | 0,73 |
| Автомобильные | 2,0 | 1,2 | 0,84 | 72,65 | 0,6 |

Заметим, что в этом расчете рентабельность изделий точно коррелирует с показателем потенциальной рентабельности – коэффициентом маржинальной прибыли.

В своей книге А. Апчерч рассматривает также вариант изменения ассортимента продукции, таким образом, что первые два изделия составляют уже по 20 %, а третье наименее рентабельное – 60 %, от общего выпуска в натуральном выражении. Однако, весь анализ опять сводится к расчету “безубыточной выручки” точек безубыточности и построению графиков безубыточности и констатации того факта, что поскольку в новом ассортименте преобладает наименее рентабельный тип ключей, то это приводит к снижению “порога безопасности” и более высоким безубыточным оборотам [1, с. 271]. Эти изменения вполне можно было предположить, не проведя никаких расчетов. Гораздо больший интерес представляет маржинальный анализ в ситуации с изменением ассортимента продукции. После таких структурных изменений в ассортименте продукции маржинальная прибыль и прибыль уменьшилась на 2800 ф.ст. (16000–13120). По наименее рен-

табельному изделию маржинальная прибыль увеличилась на 3840 ф.ст. (5760–1920), а по первым двум изделиям (наиболее рентабельным) уменьшилась на 6720 ф.ст. (14080–7360). В результате “сумма покрытия” постоянных затрат уменьшилась и естественно у всех изделий снизилась прибыль и рентабельность.

Коэффициент безубыточности возрос до 0,362 (4750/13120), а запас надежности соответственно уменьшился: $Z_n = 1 - 0,362 = 0,638$. Прибыль по видам продукции соответственно составит: 1,21; 1,72 и 0,76 ф.ст., а рентабельность 93,8 %, 86,8 % и 61,3 %. Возможные оппоненты предлагаемого нами метода скажут, что могут быть определенные неточности в связи с проблемами расчета величин переменных и постоянных затрат и т.д. Однако, нужно ли при расчете себестоимости и прибыли по видам продукции добиваться абсолютной точности. Кстати это не обеспечивает любой метод, в том числе и усиленно рекламируемый многими зарубежными и отечественными учеными метод ABC.

При решении вопросов о распределении постоянных затрат, степени точности этого распределения следует руководствоваться концепцией существенности, которая устанавливает, что незначительные события могут не приниматься во внимание, но вся важная информация должна быть раскрыта полностью. (эта концепция – одна из составных частей “общепринятых” принципов бухгалтерского учета (система GAAP)).

Дело в том, что себестоимость по видам продукции это своеобразная “бегающая мишень” она может изменяться в течении месяца в связи с изменением в структуре ассортимента. Собственно для чего нужна информация о себестоимости по видам продукции? Для сравнительной оценки рентабельности лучше использовать “коэффициент маржинальной прибыли”, который рассчитывается как отношение маржинальной прибыли к цене. Это показатель потенциальной рентабельности и он не искажен неадекватным распределением постоянных затрат, не зависит от степени активности предприятия, и отлично характеризует рентабельность по видам продукции. В приведенном примере из книги А. Апчерча хорошо видно, что чем выше K_m , тем выше и рентабельность изделия.

Нет необходимости в расчете полной себестоимости продукции для обоснования цен, поскольку себестоимость сильно зависит от степени активности предприятия, и, кроме того, может быть искажена неадекватным распределением постоянных затрат. Сторонники активного ценообразования высказываются весьма категорично по поводу учета полных затрат при формировании цены. “Если при установлении цены исходят из полных затрат, утверждали Р. Долан и Г. Саймон, – как это часто имеет место на практике, цена определяется постоянными затратами, а это логически неверно” [7, с. 46]. Единственное, для чего необходимо определять себестоимость по видам продукции – это для сравнения с себестоимостью аналогичной продукции у конкурентов и с ценами сложившимися на рынке. Но основная цель предполагаемого нами метода не столько в расчете себестоимости по видам продукции, сколько в возможности быстро проектировать различные варианты в связи с изменением рыночной конъюнктуры, т.е. в создании механизма гибкого управления затратами и прибылью.

Таким образом, из изложенного, можно сделать следующие выводы.

1. Система “CVP” в том виде, как она представлена в работах многих зарубежных ученых может быть использована только в однопродуктовом производстве и, на наш взгляд, это связано с тем, что эти ученые не видят возможности в условиях многопродуктового производства обеспечить основное ограничение системы “CVP” – “неизменность структуры ассортимента продукции”.

2. Российские и украинские ученые в своих работах используют систему “CVP” в условиях многопродуктового производства применяя с этой целью различные традиционные методы распределения постоянных затрат. Проведенный анализ показал, что в этих расчетах нарушается основное ограничение системы “CVP” – неизменность структуры ассортимента и продукции.

3. Западные ученые в условиях многопродуктового производства все расчеты сводят к расчету прибыли в целом по предприятию, “точек безубыточности по видам продукции”, однако такая информация не может быть использована ни для расчета планируемых изменений “точек безубыточности”, ни для формирования цен на новую продукцию, т.к. эти расчеты нельзя осуществлять в отрыве от выпуска иной продукции предприятия.

4. Западные ученые для расчета “точек безубыточности” и построения соответствующих графиков не приводят данные о величине постоянных затрат по видам продукции, без чего в принципе нельзя рассчитать “точки безубыточности” по видам продукции. Однако с помощью “средневзвешенного вклада” они в итоге рассчитывают “точки безубыточности” по видам продукции. Поскольку эти расчеты полностью совпадают с нашими расчетами при распределении постоянных затрат пропорционально маржинальной прибыли, то можно утверждать, что они хотя и в неявной и весьма усложненной форме практически распределяют постоянные затраты пропорционально маржинальной прибыли. В этой ситуации логично было бы согласиться с тем, что единственным адекватным методом распределения постоянных затрат является метод “покрытия” маржинальной прибылью постоянных затрат по видам продукции и в целом по предприятию.

5. Само по себе распределение постоянных затрат с помощью коэффициента безубыточности не представляет особого аналитического значения. Главная в понимании содержания этого процесса состоит в том, что он создает условия для гибкого управления затратами и прибылью в условиях меняющейся рыночной конъюнктуры. Действительно при изменении структуры ассортимента продукции, цен на продукцию и материалы, изменяя в оплате труда и т.д., использование маржинального подхода позволяет быстро получить новые показатели затрат и прибыли, и принять соответствующие решения.

Литература

1. Апчерч А. Управленческий учет: принципы и практика / А. Апчерч ; пер. с англ. ; под ред. Я. В. Соколова, И. А. Смирновой. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 952 с.
2. Финансовый менеджмент: теория и практика / под ред. Е. С. Стояновой. – М. : Перспектива, 1996. – 656 с.
3. Савчук В. П. Финансовый менеджмент. Практическая энциклопедия / В. П. Савчук. – К. : Максимум, 2003. – 884 с.
4. Соколов А. Ю. Управленческий учет накладных расходов / А. Ю. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 2004 – СПб. : Питер, 2002. – 496 с.
5. Друри К. Управленческий учет : учебник / К. Друри ; пер. с англ. – М. : ЮНИТИ ДАНА, 2002. – 1071 с.
6. Орлов О. А. Всегда ли цель оправдывает средства? Как распределяет условно-постоянные издержки / О. А. Орлов, Е. Г. Рясных // *Економіст*. – 2001. – № 5. – С. 45–49.
7. Долан Р. Дж. Эффективное ценообразование / Р. Дж. Долан, Г. Саймон. – М. : Экзамен, 2005. – 416 с.

References

1. Apcherch A. Upravlenchesky`j uchet: pry`ncy`py y` prakty`ka / A. Apcherch ; per. s angl. ; pod red. Ya. V. Sokolova, Y`. A. Smy`rnoj. – M. : Fy`nansy y` staty`sty`ka, 2002. – 952 s.
2. Fy`nansovyj menedzhment: teory`ya y` prakty`ka / pod red. E. S. Stoyanovoj. – M. : Perspekty`va, 1996. – 656 s.
3. Savchuk V. P. Fy`nansovyj menedzhment. Prakty`cheskaya ency`klopedy`ya / V. P. Savchuk. – K. : Maksy`mum, 2003. – 884 s.
4. Sokolov A. Yu. Upravlenchesky`j uchet nakladny`x raschodov / A. Yu. Sokolov. – M. : Fy`nansy y` staty`sty`ka, 2004. – SPb. : Py`ter, 2002. – 496 s.
5. Drury` K. Upravlenchesky`j uchet: uchebny`k / K. Drury` ; per. s angl. – M. : YuNY`TY` DANA, 2002. – 1071 s.
6. Orlov O. A. Vsegda ly` cel` opravdyvaet sredstva? Kak raspredelyaet uslovno-postoyannye y`zderzhky` / O. A. Orlov, E. G. Ryasny`x // *Ekonomist*. – 2001. – # 5. – S. 45–49.
7. Dolan R. Dzh. Effekty`vnoe cenoobrazovany`e / R. Dzh. Dolan, G. Sajmon. – M. : Ekzamen, 2005. – 416 s.

Надіслана/Written: 20.05.2014 р.
Надійшла/Received: 24.05.2014 р.

А. Б. АЛЁХИН

Одесский национальный политехнический университет

Н. Н. ВАНИНА

Первомайский политехнический институт

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО И ОПТИМИЗАЦИОННОГО ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ

На основі відносно простих математичних моделей гіпотетичного промислового підприємства досліджено вплив на результати оцінки економічного потенціалу функціонального та оптимізаційного підходів. Показано, що за допомогою моделей оптимізаційного типу, які дозволяють урахувати адаптаційні можливості підприємства, вдається отримати більш адекватні оцінки економічного потенціалу та комплекс значимих факторів.

Ключові слова: потенціал підприємства, системний підхід, математичне моделювання, методи оцінки.

A. B. ALYOKHIN

Odessa National Polytechnic University

N. N. VANINA

Pervomaysky Polytechnic Institute

COMPARATIVE ANALYSIS OF FUNCTIONAL AND OPTIMIZATION APPROACHES TO MEASUREMENT OF ENTERPRISE ECONOMIC POTENTIAL

Abstract – The purpose of this paper is a comparative analysis of functional and optimization approaches to estimation of the enterprise potential and impact of types of models on the properties of the potential functions.

Based on relatively simple mathematical models of hypothetical industrial enterprises it is studied the effect of optimization and functional approaches to the evaluation of the economic potential. The study was performed using the methods of Monte Carlo (for the tabulation of the potential function of the enterprise) and many-dimensional statistical analysis (for analyze of the statistical properties of potential functions given in tabular form).

It is shown that the use of optimization models of type provides a more adequate assessment of the economic potential of the company.

Key words: enterprise potential, system approach, mathematical modelling, estimation methods.

Постановка проблеми. Активно розвиваємий в останні роки системний підхід к измерению синтетических признаков экономических субъектов всех иерархических уровней, таких, в частности, как жизнеспособность, конкурентоспособность и потенциалы предприятий, регионов и отраслей, а также национальных экономик, опирается на методологию и методы экономико-математического моделирования и оптимизации. Следствием этого является очевидная зависимость результатов измерения – оценок уровня указанных признаков – от используемых для описания оцениваемых предприятий математических моделей.

Относительно высокий объем вычислений, необходимый для оценки потенциалов на основе моделей экономических субъектов, служит побудительным мотивом для применения в этих целях сравнительно простых математических описаний. Существенно упрощает процедуру оценки потенциалов с вычислительной точки зрения использование аналитических моделей. Однако платой за это служит невозможность достаточно адекватно описать и учесть при измерении потенциалов целевое поведение экономических субъектов и, в частности, их способность адаптироваться к изменению параметров внешней экономической среды.

Вопрос влияния типа моделей экономических субъектов на результаты оценивания их потенциалов является практически неисследованным, что обосновывает актуальность его изучения как самостоятельного объекта научных исследований.

Анализ последних исследований и публикаций. Идея рассмотрения экономического потенциала предприятия не как скалярной величины, а как потенциальной функции, отражающей зависимость максимально возможного чистого дохода предприятия от состояния внешней среды функционирования предприятия, выдвинутая И.Н. Карапейчиком в цикле публикаций [1–5], кардинально изменила не только сам методологический подход к измерению потенциалов, но и комплекс методов и методических приемов, применяемых при оценивании потенциалов.

В такой интерпретации задача измерения потенциалов и с методологических, и с методических позиций стала подобной задачам измерения таких признаков предприятий, как жизнеспособность и конкурентоспособность предприятий, а также ряда других синтетических признаков, имеющих скрытую, латентную природу [6–9, 11]. Для развиваемой авторами упомянутых публикаций теории измерения обобщенных экономических признаков экономических субъектов различного типа характерны следующие особенности:

– носитель оцениваемого признака, например, предприятие, заменяется его экономико-математической моделью;

– модель экономического субъекта обычно имеет оптимизационный характер;

– оценкой уровня измеряемого признака служит оптимальное значение функции цели оптимизационной задачи, вследствие чего такая оценка зависит от параметров задачи оптимизации – модели субъекта экономики, среди которых выделяют эндогенные параметры (параметры состояния предприятия) и экзогенные параметры (параметры внешней среды);

- полное представление о данном признаке субъекта экономики дает множество оценок, каждая из которых соответствует одному из всевозможных сочетаний экзогенных параметров;
- в силу оптимизационного характера моделей экономического субъекта формирование и анализ указанных признаков возможен только с помощью количественных методов;
- основу таких методов составляют методы математического моделирования и оптимизации, статистических испытаний и многомерного статистического анализа.

В публикациях последних лет [6, 7, 9, 10, 12–15]) содержатся результаты апробации указанных методов на примере оценки жизнеспособности, конкурентоспособности и экономического потенциала предприятий и отмечается, что результаты такого оценивания определенно зависят от вида моделей. В тоже время сам вопрос влияния типа моделей объектов – носителей оцениваемых признаков – на результаты оценивания в научной литературе практически еще не рассматривался.

Формулирование целей статьи. С учетом всего изложенного выше целью настоящего исследования является изучение влияния функционального и оптимизационного типов моделей промышленных предприятий на свойства потенциальных функций при измерении экономического потенциала.

Изложение основного материала. Ключевой особенностью модели (чистого дохода) предприятия, описание и результаты исследования которой приведены в предыдущей статье авторов [7], является то, что чистый доход предприятия как функция параметров внешней экономической среды задается в аналитическом виде. Это существенно упрощает сложность и объем вычислений, необходимых для табулирования данной функции и количественного анализа ее свойств. Однако функциональный подход ограничивает описание адаптационных возможностей предприятий в ответ на изменение состояние внешней среды, учет которых может оказаться принципиально важным в экономической теории потенциалов и, в частности, в задачах измерения уровня потенциалов предприятий.

Для изучения этого вопроса на основе простых теоретических моделей предприятия в настоящем исследовании рассмотрены две почти идентичные модели, одна из которых принадлежит к классу функциональных, а вторая – к классу оптимизационных моделей.

За основу функциональной модели гипотетического промышленного предприятия положена модель, подробно рассмотренная в [7]. Указанная модель описывает предприятие, которое выпускает продукцию одного вида, используя для этого капитал K , труд L и материальные ресурсы R . Величины основного капитала и трудовых ресурсов предприятия фиксированы и используются для производства продукции в полном объеме. Объем производства продукции Q диктуется рыночным спросом на продукцию предприятия Q' . Ресурсы в объеме R , необходимые для производства продукции в объеме Q , $Q=Q'$, приобретаются предприятием по ценам рынка p_R . Цены трудовых ресурсов p_L и продукции предприятия p_Q также диктуются рынком. Таким образом, рынок материальных ресурсов считается для предприятия неограниченным, и предприятие не может влиять на уровень рыночных цен на факторы производства и продукцию.

Зависимость объемов выпуска продукции в указанной модели задается с помощью мультипликативной производственной функции вида:

$$Q = A \cdot K^{\alpha_K} \cdot L^{\alpha_L} \cdot R^{\alpha_R}, \quad (1)$$

где A , α_K , α_L , α_R – известные параметры модели, характеризующие технологические особенности производства.

Затраты C на производство продукции в объеме Q (текущие затраты предприятия) в модели определяются по формуле:

$$C = p_R \cdot R + p_L \cdot L + C_0, \quad (2)$$

где C_0 – условно-постоянные (накладные) расходы, а валовую прибыль предприятия V' – по формуле:

$$V' = p_Q \cdot Q - (C + \delta'_K \cdot K), \quad (3)$$

где δ'_K – норма амортизации, а величина R рассчитывается по формуле (1) с учетом того, что $Q=Q'$.

В отличие от модели, изложенной в [7], в которой величина спроса Q' задавалась в виде функции от рыночных цен на продукцию p_Q , для унификацию этой модели с оптимизационной моделью предприятия в настоящем исследовании величина спроса считается заданной извне и рассматривается как один из параметров внешней среды предприятия.

В рассматриваемой модели отражены основные формы налогообложения, для чего использованы следующие обозначения: δ_V , δ_L , δ''_K – ставки налогов на прибыль, фонд оплаты труда и налоговых отчислений, пропорциональных величине основного капитала, что отвечает предположению о том, что налогообложению подлежит прибыль предприятия (налоги и отчисления, пропорциональные объемам производства), основной капитал (налоги и отчисления, пропорциональные масштабам предприятия) и труд (налоги и отчисления, пропорциональные затратам на оплату труда).

С учетом этого чистая прибыль предприятия V (прибыль после уплаты налогов и отчислений) рассчитывается по формуле:

$$V = (1 - \delta_V) \cdot \phi(V') - (\delta_K'' \cdot K + \delta_L \cdot L), \quad (4)$$

где

$$\phi(x) = \begin{cases} x, & x > 0, \\ 0, & x \leq 0. \end{cases} \quad (5)$$

Таким образом, в модели (1)–(5) показатель чистой прибыли является функцией эндогенных параметров $A, \alpha_K, K, \alpha_L, L, \alpha_R, C_0$ и параметров внешней среды $p_Q, p_L, p_R, \delta_V, \delta_L, \delta_K'', Q'$.

Отличия оптимизационной модели от модели (1)–(5) состоят в следующем. Величины K, L и R рассматриваются как управляющие переменные, составляющие вектор управляющих переменных $U=(K, L, R)$. Тем самым предполагается, что предприятие вправе самостоятельно определять уровень использования факторов производства для выпуска продукции (и, тем самым, объемы производства продукции) в рамках имеющихся производственных мощностей K' , трудовых ресурсов L' и ограничений рынка ресурсов R' . При этом, для полной унификации с функциональными моделями (1)–(5) величина R' определяется на основании спроса Q' по формуле (1).

Равновесие предприятия U_{opt} и максимально возможная чистая прибыль предприятия P_2 определяются как решение задачи оптимизации вида:

$$P_2 = \max_U V(U) \quad (6)$$

при следующих ограничениях:

$$0 \leq K \leq K', 0 \leq L \leq L', 0 \leq R \leq R', 0 \leq Q \leq Q'. \quad (7)$$

В соответствии с экономической теорией потенциалов, развиваемых автором работ [1–3], потенциальными функциями предприятия Ψ_1 и Ψ_2 , описываемого соответственно моделями (1)–(5) и (1)–(7), являются функции $V(\Omega)$ – обозначим эту функцию как P_1 и $P_2(U, \Omega)$, где $\Omega = (p_Q, p_L, p_R, \delta_V, \delta_L, \delta_K'', Q')$.

Для табулирования этих функций в соответствии с рекомендациями, содержащимися в [5, 13–15], использован метод статистических испытаний, предусматривающий случайное “зондирование” зоны неопределенности параметров внешней среды Ω и расчет экономического потенциала (величин P_1 и P_2) при каждом сгенерированном таким образом сочетании экзогенных параметров.

Исследование потенциальных функций Ψ_1 и Ψ_2 выполнено на основе условных моделей с числовыми параметрами, приведенными в таблице 1. В качестве зоны неопределенности экзогенных параметров использован прямоугольный параллелепипед в пространстве этих параметров со значениями в диапазоне $\pm 30\%$ от значений, указанных в таблице 1.

Таблица 1

Численные параметры моделей предприятия

| Параметр предприятия | Значение | Параметр внешней среды | Значение |
|----------------------|----------|------------------------|----------|
| A | 0,35 | p_Q | 8 |
| K | 100 | p_L | 2 |
| L | 50 | p_R | 4 |
| α_K | 0,6 | δ_V | 0,2 |
| α_L | 0,2 | δ_L | 0,25 |
| α_R | 0,6 | δ_K | 0,15 |
| | | Q' | 800 |

Количество статистических испытаний каждой модели равнялось 1000, что и определило размер статистических выборок графиков функций Ψ_1 и Ψ_2 .

Характер распределения элементов указанных множеств иллюстрирует диаграмма рис. 1.

Как видно из приведенных диаграмм, наиболее характерные отличия потенциальных функций заключаются в следующем. Отклик функции Ψ_1 характеризуется более высоким уровнем варибельности (размах наблюдаемых значений выше на 10 %, коэффициент вариации составляет 0,525 против 0,723 для оптимизационной модели), более низким положительным значением асимметрии (коэффициент асимметрии равен 0,41 против 0,59: гистограмма графика функции Ψ_1 смещена влево относительно графика функции Ψ_2). Распределение частот значений функции Ψ_1 , является более пологим по сравнению с распределением, соответствующим функции Ψ_2 . (значения эксцесса для указанных выборок составляют $-0,54$ и $-0,18$ соответственно). Все эти признаки свидетельствуют о большей адаптивности равновесного поведения предприятия (оптимизационная модель) к факторами внешней среды и немаловажной роли механизма адаптации при формировании (и оценке) экономического потенциала предприятия.

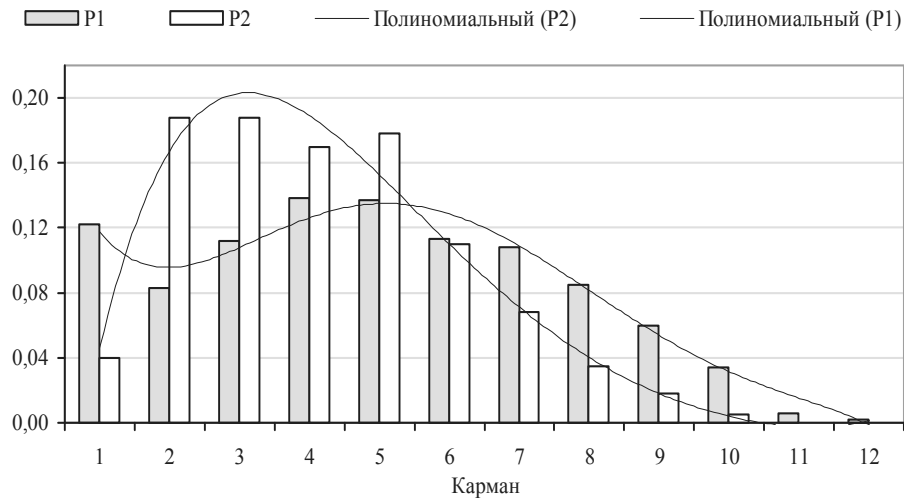


Рис. 1. Распределение частот величины экономического потенциала

О сходстве и различии тесноты связи уровня экономического потенциала обеих моделей и экзогенных параметров можно судить по данным корреляционного анализа (табл. 2). Как следует из этих данных, характер и сила статистической связи исследованных параметров функциональной и оптимизационной моделей по существу одинаковы.

Таблица 2

**Коэффициенты парной корреляции
между оценками экономического потенциала и внешними параметрами**

| | p_Q | p_L | p_R | δ_V | δ_K | δ_L | Q' |
|-------|-------|--------|--------|------------|------------|------------|--------|
| P_1 | 0,816 | 0,019 | -0,505 | -0,036 | -0,017 | 0,043 | -0,063 |
| P_2 | 0,840 | -0,009 | -0,472 | -0,159 | -0,0900 | 0,028 | -0,030 |

Сходные результаты дает и регрессионный анализ исследуемых статистических совокупностей (табл. 3).

Таблица 3

**Коэффициенты линейных регрессионных зависимостей
оценок экономического потенциала от внешних параметров**

| | | p_Q | p_L | p_R | δ_V | Q' |
|-------|-------|---------|---------|----------|------------|--------|
| b | P_1 | 568,250 | - | 753,330 | -1869,79 | -0,390 |
| | P_2 | 488,880 | -49,280 | -543,880 | -2094,970 | 0,180 |
| b^* | P_1 | 0,799 | - | -0,531 | -0,065 | -0,056 |
| | P_2 | 0,845 | -0,0230 | -0,486 | -0,094 | 0,033 |

Согласно данным этой таблицы и с учетом экономической интерпретации коэффициентов линейной регрессии (коэффициенты b) величина экономического потенциала в обоих случаях наиболее чувствительна к вариациям цен на готовую продукцию p_Q и цен на материальные ресурсы p_R . Вместе с тем состав существенных факторов (факторов, включенных в регрессионное уравнение переменных как результат применения метода пошаговой регрессии пакета STATISTICA), оказывающих статистически достоверно влияние на уровень потенциала, в случае оптимизационной модели оказался шире, а соотношение влияния двух основных факторов (переменные p_Q и p_R) смещено по сравнению с функциональной моделью в пользу первого из них.

В целом на основании полученных результатов, несмотря на предельно упрощенный характер моделей предприятия, можно утверждать, что измерение потенциалов промышленных предприятий на основе оптимизационных моделей является более адекватным с содержательной точки зрения (за счет учета имманентно присущему любому предприятию целевого (адаптивного) поведения) и позволяет более точно определить значимые факторы и уровень их влияния на формирование величины экономического потенциала.

Выводы. Результаты измерений экономического потенциала промышленного предприятия, основанных на применении методов системного моделирования, в значительной степени определяются конкретной экономико-математической моделью предприятия. С учетом принципа множественности моделей, в соответствии с которым возможно построение сколь угодно большого числа относительно равноценных моделей одного и того же объекта, это обстоятельство обуславливает важность обоснования в каждом конкретном случае оценки потенциалов предприятий выбора не только конкретной модели, но и типа моделей.

В настоящее время для анализа потенциалов предприятий активно развивается подход, предусматривающий широкое применение статистических методов анализа, включая метод статистических испытаний, а также методы корреляционного, факторного и регрессионного анализа. Основной особенностью этого подхода является большое число вычислений, необходимых для табулирования потенциальных функций объекта оценки и последующего анализа статистических свойств потенциалов.

К числу оригинальных и наиболее трудоемких процедур относится процедура статистических испытаний модели предприятия, в то время как для статистического анализа результатов испытаний имеются широко известные пакеты программ статистической обработки данных. Одним из путей существенного снижения вычислительной сложности оценивания потенциалов является построение функциональных моделей предприятий – объектов оценки. В то же время такие модели существенно ограничивают возможности описания процессов адаптации предприятий к изменению внешних условий, что может приводить к искажению получаемых на основе таких моделей оценок потенциалов.

Сопоставление результатов оценки потенциала на основе весьма простых численно идентичных моделей гипотетического предприятия, одна из которых задана в аналитическом виде, а вторая – в виде оптимизационной задачи, оптимальное решение которой определяет равновесие предприятия, выполненное авторами настоящего исследования, позволило установить, что тип модели может оказывать заметное влияние как на величину оценки экономического потенциала, статистические свойства их распределения, так и на статистические связи между уровнем потенциала и различными факторами внешней экономической среды. Последнее обстоятельство особенно важно в задачах принятия решений, поскольку основное предназначение оценок потенциалов предприятий многие исследователи видят в их использовании для решения вопроса о выборе приоритетных направлений развития предприятия.

Как показали проведенные исследования, совокупность так называемых критических факторов, выявляющих наиболее узкие места предприятий, может различаться при применении функциональных и оптимизационных моделей предприятий. При этом результаты оценки потенциалов предприятий на основе оптимизационных моделей представляются более обоснованными и точными.

Литература

1. Карапейчик И. Н. Понятие потенциала в экономике: общая концепция [Электронный ресурс] / И. Н. Карапейчик // *Ефективна економіка*. – 2011. – № 12. – Режим доступа: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=820>.
2. Карапейчик И. Н. О сущности и соотношении понятий экономического и производственного потенциалов / И. Н. Карапейчик // *Бизнес Информ*, 2012. – № 3. – Ч. 1. – С. 8–12.
3. Карапейчик И. Н. Потенциальные функции и задача систематизации потенциалов в экономике / И. Н. Карапейчик // *Інноваційна економіка*. – 2012. – № 4 (30). – С. 9–15.
4. Карапейчик І. М. Потенціали та інші граничні характеристики підприємств як об'єкт економічних досліджень / І. М. Карапейчик // *Держава та регіони*. – 2013. – № 1 (70). – С. 114–118.
5. Карапейчик І. М. Кількісний аналіз потенційної функції підприємства з урахуванням комплексної дії ендогенних та екзогенних факторів / І. М. Карапейчик // *Держава та регіони*. – 2013. – № 4 (73). – С. 75–82.
6. Алёхин А. Б. Жизнеспособность промышленных предприятий: формализация и оценка / А. Б. Алёхин // *Вісн. Маріуп. держ. університету. Економіка*. – 2012. – Вип. 3. – С. 22–31.
7. Алёхин А. Б. Измерение жизнеспособности предприятия как задача принятия решений в условиях неопределенности (математические интерпретации) / А. Б. Алёхин, Н. Н. Ванина // *Вісн. Хмельниц. нац. університету. Економічні науки*. – 2012. – № 5, т. 1. – С. 11–18.
8. Алёхин А. Б. Измерение конкурентоспособности на национальном и микроэкономическом уровнях: методологические аспекты / А. Б. Алёхин // *Вісн. Хмельниц. нац. університету. Економічні науки*. – 2011. – № 4, т. 2. – С. 7–12.
9. Брутман А. Б. Конкурентоспособность предприятий: оценка на основе их потенциалов : монография / А. Б. Брутман. – Запорожье : ООО “ЛИПС” ЛТД, 2012. – 220 с.
10. Диленко В. А. Экономико-математическое моделирование инновационных процессов / В. А. Диленко. – О. : Феникс, 2012. – 344 с.
11. Савчук С. И. Основы теории конкурентоспособности / С. И. Савчук. – Мариуполь : Рената, 2007. – 520 с.
12. Диленко В. А. Математические модели формирования и анализа экономического потенциала // В. А. Диленко, О. В. Захарова // *Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект : сб. науч. трудов*. – Донецк, 2009. – С. 202–208.
13. Карапейчик И. Н. Обобщенный анализ потенциала предприятия как функции параметров внешней среды (теоретический подход) / И. Н. Карапейчик // *Проблеми економіки*. – 2013. – № 3. – С. 199–207.
14. Карапейчик И. Н. Анализ потенциальных функций предприятия методами классификации / И. Н. Карапейчик // *Вісн. Хмельниц. нац. університету. Економічні науки*. – 2013. – № 3, т. 2. – С. 85–93.
15. Карапейчик И. Н. Анализ влияния эндогенных факторов на потенциал промышленного предприятия / И. Н. Карапейчик // *Уральский научный вестник*. – 2013. – № 6 (59). – С. 44–57.

References

1. Karapychuk Y. N. Ponyatyie potentsyala v ekonomyke: obshchaya kontseptsyya [Elektronnyy resurs] / Y. N. Karapychuk // *Efektivna ekonomika*. – 2011. – # 12. – Rezhym dostupa: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=820>.

2. Karapeychuk Y. N. O sushchnosti y sootnoshenyy ponyatyuy ekonomycheskoho y proyzvodstvennoho potentsyalov / Y. N. Karapeychuk // *Byznes Ynform*, 2012. – # 3. – Chast' 1. – S. 8–12.
3. Karapeychuk Y. N. Potentsyal'nye funktsyy y zadacha systematyzatsyy potentsyalov v ekonomyye / Y. N. Karapeychuk // *Innovatsiyni ekonomika*. – 2012. – # 4 (30). – S. 9–15.
4. Karapeychuk I. M. Potentsyaly ta inshi hranychni kharakterystyky pidpryyemstv yak ob'yekt ekonomichnykh doslidzhen' / I. M. Karapeychuk // *Derzhava ta rehiony*. – 2013. – # 1 (70). – S. 114–118.
5. Karapeychuk I. M. Kil'kisnyy analiz potentsiynoi funktsiyi pidpryyemstva z urakhuvannyam kompleksnoi diyi endohennykh ta ekzohennykh faktoriv / I. M. Karapeychuk // *Derzhava ta rehiony*. – 2013. – # 4 (73). – S. 75–82.
6. Alëkhyn A. B. Zhyznesposobnost' promyshlennykh predpryyatuy: formalyzatsyya y otsenka / A. B. Alëkhyn // *Visnyk Mariupol's'koho derzhavnoho universytetu*. – 2012. – Vyp. 3, Seriya "Ekonomika". – S. 22–31.
7. Alëkhyn A. B. Yzmerenye zhyznesposobnosti predpryyatyya kak zadacha prunyatyia reshenyy v uslovyakh neopredelennosti (matematycheskye ynterpretatsyy) / A. B. Alëkhyn, N. N. Vanyna // *Visnyk Khmel'nyts'koho universytetu. Ekonomichni nauky*. – 2012. – # 5, t. 1. – S. 11–18.
8. Alëkhyn A. B. Yzmerenye konkurentosposobnosti na natsyonal'nom y mykroekonomycheskom urovnnyakh: metodolohycheskye aspekty / A. B. Alëkhyn // *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky*. – # 4, t. 2. – 2011. – S. 7–12.
9. Brutman A. B. Konkurentosposobnost' predpryyatuy: otsenka na osnove ykh potentsyalov : monohrafiya / A. B. Brutman. – Zaporozh'e : OOO "LYPS" LTD, 2012. – 220 s.
10. Dylenko V. A. Ekonomyyko-matematycheskoe modelyrovanye ynnovatsyionnykh protsessov / V. A. Dylenko. – Odessa, Feniks, 2012. – 344 s.
11. Savchuk S. Y. Osnovy teoryy konkurentosposobnosti / S. Y. Savchuk. – Maryupol' : Renata, 2007. – 520 s.
12. Dylenko V. A. Matematycheskye modely formyrovanyia y analiza ekonomycheskoho potentsyala / V.A. Dylenko, O.V. Zakharova // *Problemy razvytyia vneshneekonomycheskykh svyazey y pryvlechenyya ynost-rannnykh ynvestytsyy: rehyo-nal'nyy aspekt : sb. nauch. tr.* – Donetsk, 2009. – S. 202–208.
13. Karapeychuk Y. N. Obobshchennyy analiz potentsyala predpryyatyya kak funktsyy parametrov vneshney sredy (teoretycheskyu podkhod) / Y. N. Karapeychuk // *Problemy ekonomiky*. – 2013. – # 3. – S. 199–207.
14. Karapeychuk Y. N. Analiz potentsyal'nykh funktsyy predpryyatyya metodamy klassyfykatsyy / Y. N. Karapeychuk // *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky*. – 2013. – # 3, t. 2. – S. 85–93.
15. Karapeychuk Y. N. Analiz vlyuanyia endohennykh faktorov na potentsyal promyshlennoho predpryyatyya / Y. N. Karapeychuk // *Ural'skyu nauchnyy vestnyk*. – 2013. – # 6 (59). – S. 44–57.

Надіслана/Written: 20.05.2014 р.
Надійшла/Received: 24.05.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

В. В. ХРИСТИАНОВСКИЙ, В. П. ЩЕРБИНА

Донецкий национальный университет

Т. В. УМАНЕЦ

Одесский национальный экономический университет

ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ НЕЧЕТКОЙ ЛОГИКИ ПРИ ОЦЕНКЕ МОТИВАЦИИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Розглянуто питання застосування формальних методів при аналізі мотивації трудової діяльності. Проаналізовано як працює алгоритм Мамдами при співставленні експертних оцінок щодо переваг у мотивації зі сторони роботодавців та працівників. Обґрунтовано вибір засобів нечіткої логіки для оцінки мотивації трудової діяльності.

Ключові слова: трудова діяльність, працівники, мотиви, стимули, мотивація, фактори, система, етапи, умови, переваги, моделі, правила, нечітка логіка, змінні, градація, функції.

V. V. HRISTIANOVSKY, V. P. SCHERBYNA

Donetsk National University

T. V. UMANETS

Odessa National Economic University

APPLICATION LOGIC NECHETKOY PRACTICE IN LOCATION MOTIVATION IN WORK ACTIVITIES

Abstract – How is working Proanalyzyrovanno algorithm Mamdany at sopostavlenyy ekspertnyh otsenok Advantages Relatively building a motivation co storony employers and employees. In practice realnoy There dostatochno lot Variety As co storony enterprise incentives, and so predpochtenyy yndyvuduuma. ODO it's uchest in rassmatryvaemyh rules algorithm, have mercy osuschestvlyat vsevozmozhny busting incentives and predpochtenyy and neobhodimo kompyuternyy To do this, the algorithm enumeration.

Obosnovan Choice funds nechetkoy logic for evaluation of motivation in work activities.

Key words: trudovaya Deyatelnost, employee, motyvy, stymuly, motivation, factors, system etapy, terms, Benefits, models, rules nechetkaya logic, peremennyye, hradatsyya, function.

При применении формальных методов анализа мотивации трудовой деятельности человека, коллектива, предприятия и т. д. чаще всего используют подход, заключающийся в построении регрессионных моделей, в которых в качестве экзогенных переменных выбирают факторы, описывающие как характеристические особенности объекта исследования (пол, возраст, профессия) так и факторы – стимулы (различные показатели оплаты труда, условий работы и т.д.). Все эти факторы с точки зрения логики имеют различные отношения к мотивации, и объединять их в одну систему не совсем корректно.

В работе [1, с. 88] мы подошли к анализу мотивации с другой стороны. Прежде всего, мы разбили все факторы на две группы: факторы – идентификаторы объекта исследования и факторы – стимулы. При этом факторы – стимулы, учитывая физиологический закон Вебера [2, с. 247], в свою очередь рассматриваются с двух точек зрения: факторы – стимулы, которые устанавливает работодатель и факторы – предпочтения, которые высказывает относительно предлагаемой работы работник. По специальному алгоритму, описанному в работе [1], действие всех групп факторов объединялось в одну оценку мотивации, которая, по нашему мнению, учитывала все особенности этого сложного процесса.

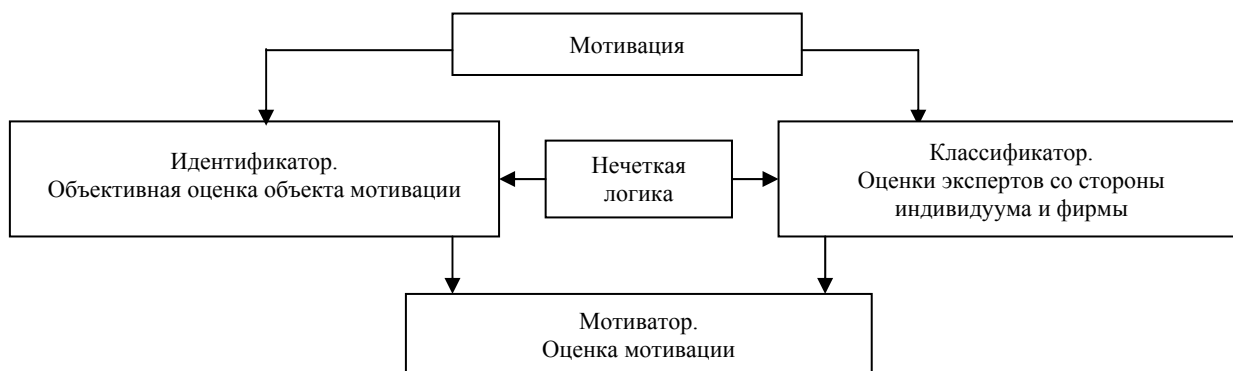


Рис. 1. Схема оценки мотивации с использованием нечеткой логики

При отборе факторов и их сравнении с разных точек зрения возникает необходимость в использовании множества экспертных оценок. Так как мнения экспертов всегда имеют большой характер субъективности, мы предлагаем использовать для получения различных оценок при обобщении мнения экспертов

подход, заключающийся в применении аппарата нечеткой логики. Это важно потому, что аппарат нечеткой логики более тонко учитывает различия в субъективных оценках экспертов и позволяет получать более объективные оценки их коллективного мнения.

В настоящей работе мы хотим показать, как работает известный алгоритм Мамдами при сопоставлении экспертных оценок со стороны работника и работодателя. Для этого мы выбираем фрагмент анализа процесса мотивации трудовой деятельности работника фирмы и на этом примере подробно описываем процедуру математических расчетов по алгоритму Мамдами. Этот алгоритм позволяет учитывать не очень четкие требования как работников, так и работодателей и сопоставлять их между собой в одной оценке. В этом, в основном, и заключается преимущество этого подхода к решению данной проблемы (см. рис. 1).

Будем считать лингвистические переменные стимулов со стороны предприятия входными переменными, а предпочтения работника – выходными переменными.

Рассмотрим фрагмент работы мотиватора, логику которого подробно описано в работе [1]. Для этого рассмотрим таблицу 1.

Таблица 1

Стимулы со стороны предприятия и предпочтения индивидуума

| Стимулы со стороны предприятия | Предпочтения индивидуума |
|---|---|
| 1. Материальные (зарплата, премии и др.). | 1. Материальная оценка своего труда (зарплата, премии и др.). |
| 2. Производственно-бытовые условия. | 2. Интерес к работе. |
| 3. Обеспечение социальных льгот. | 3. Желание работать. |
| 4. Возможность улучшать жилищные условия. | 4. Уважение и доверие к руководителям |
| 5. Уверенность в завтрашнем дне. | |
| 6. Безопасность труда | |

В реальной практике существует достаточно большое многообразие как стимулов со стороны предприятия, так и предпочтений индивидуума. Чтобы все их учесть в рассматриваемых правилах алгоритма, надо осуществлять всевозможный перебор стимулов и предпочтений, а для этого необходим компьютерный алгоритм перебора. Для примера мы рассмотрим только фрагмент (десять правил) возможных последствий перебора по схеме, указанной в таблице.

Последовательность этапов алгоритма Мамдами следующая [3]: формирование базы правил; фазификация входных переменных; агрегирование подусловий; активизация подзаключений; аккумуляция заключений; дефазификация выходных переменных.

На первом этапе сформируем базу правил, для чего каждому подзаключению ввода сопоставляем определённый вывод. При составлении правил будем использовать три градации лингвистических переменных: низкие, средние и высокие. На практике можно устанавливать их количество в зависимости от необходимой глубины различий получаемого обобщения. Правила относительно задания схемы анализа выглядят следующим образом.

Правило 1. Если материальные стимулы высокие **И** производственно – бытовые условия высокие, **ТО** желание работать высокое;

Правило 2. Если материальные стимулы высокие **И** производственно – бытовые условия низкие, **ТО** желание работать среднее;

Правило 3. Если материальные стимулы низкие **И** производственно – бытовые условия низкие, **ТО** желание работать низкое;

Правило 4. Если обеспечение социальных льгот высокое **ИЛИ** возможность улучшать жилищные условия средняя, **ТО** интерес к работе высокий;

Правило 5. Если обеспечение социальных льгот среднее **И** возможность улучшать жилищные условия высокая, **ТО** интерес к работе средний;

Правило 6. Если обеспечение социальных льгот низкое **ИЛИ** возможность улучшать жилищные условия средняя, **ТО** интерес к работе низкий;

Правило 7. Если уверенность в завтрашнем дне высокая **И** безопасность труда высокая, **ТО** материальная оценка труда высокая **И** уважение и доверие к руководителям высокое;

Правило 8. Если уверенность в завтрашнем дне высокая **И** безопасность труда низкая, **ТО** материальная оценка труда средняя;

Правило 9. Если уверенность в завтрашнем дне низкая **И** безопасность труда низкая, **ТО** желание работать низкое **И** уважение и доверие к руководителям низкое;

Правило 10. Если уверенность в завтрашнем дне высокая **И** обеспечение социальных льгот среднее, **ТО** материальная оценка труда высокая **И** уважение и доверие к руководителям среднее.

При большом количестве правил желательно составлять программу для осуществления их формирования. Для этого введём следующие размерности переменных: n – количество правил; m – количество входных переменных; s – количество выходных переменных; k – число подусловий в правилах; q – число подзаключений в базе правил. В дальнейшем эти обозначения будут использоваться в формулах данного алгоритма.

На втором шаге алгоритма проведём фазсификацию входных переменных, для чего выбираем следующее множество лингвистических переменных: материальные условия; производственно – бытовые условия; обеспечение социальных льгот; возможность улучшать жилищные условия; уверенность в завтрашнем дне; безопасность труда – входные лингвистические переменные, а материальная оценка своего труда; интерес к работе; желание работать; уважение и доверие к руководителям – выходные лингвистические переменные.

Задачей второго этапа является получение значений истинности $b_i (i = \overline{1, m})$ для всех подусловий входных лингвистических переменных. Для этого находят значения b_i по формуле:

$$b_i = \mu_i(a_i), (i = \overline{1, m}), \tag{1}$$

где $b_i (i = \overline{1, m})$ – значение истинности i -й входной переменной; $\mu_i(\cdot)$ – функция принадлежности для i -й входной переменной; a_i – экспертная оценка значения i -й входной переменной, полученной экспериментально или каким-то другим экспертным способом.

Как видно из формулы (1), самым важным в ней является функция принадлежности лингвистической переменной, то есть степень уверенности в выделенных посылах.

Предположим, что экспертным путем получены оценки входных переменных $a_i, (i = \overline{1, 6})$: они выбираются в баллах из 100 и записаны в таблице 2.

Таблица 2

| Действие | Балл |
|--|------|
| 1. Материальные (зарплата, премии и др.) | 95 |
| 2. Производственно-бытовые условия | 65 |
| 3. Обеспечение социальных льгот | 75 |
| 4. Возможность улучшить жилищные условия | 85 |
| 5. Уверенность в завтрашнем дне | 40 |
| 6. Безопасность труда | 90 |

Строим графики функций принадлежности условий в правилах и с их помощью находим значения истинности лингвистических переменных. При построении графиков функций принадлежности считаем, что на интервале, на котором существует полная уверенность в истинности лингвистической переменной, функция принадлежности равна единице, а на интервале, на котором мы полностью уверены в невозможности рассматриваемого события, функция принадлежности равна нулю. Полученные результаты заносим в таблицу 3.

Таблица 3

Лингвистические переменные и их градации для входов

| Лингвистическая переменная | Градации лингвистических переменных | | |
|---|-------------------------------------|---------|---------|
| | Низкие | Средние | Высокие |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Материальные условия (зарплата, премии и др.) | | | |
| Производственно-бытовые условия | | | |
| Обеспечение социальных льгот | | | |
| Возможность улучшать жилищные условия | | | |

Продолжение таблицы 3

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|------------------------------|---|---|---|
| Уверенность в завтрашнем дне | | | |
| Безопасность труда | | | |

Так как значение выводов являются искомыми величинами, то представим для наглядности и дальнейших расчётов только вид функций принадлежности выводов в правилах (табл. 4).

Таблица 4

Функции принадлежности выводов в правилах

| Лингвистическая переменная | Градация лингвистической переменной | | |
|---|-------------------------------------|---------|---------|
| | Низкие | Средние | Высокие |
| Желание работать | | | |
| Интерес к работе | | | |
| Материальная оценка своего труда (зарплата, премии и др.) | | | |
| Уважение и доверие к руководителям | | | |

На основании таблицы 3 построим таблицу 5, отражающую результаты проведенного анализа.

Таблица 5

| Лингвистическая переменная входных переменных $\mu_r(x)$ | Градация лингвистической переменной $\mu_r(x)$ | | |
|---|--|---------|---------|
| | Низкая | Средняя | Высокая |
| Материальная оценка своего труда (зарплата, премии и др.) | 0,2 | 0,8 | 0,85 |
| Производственно-бытовые условия | 0,1 | 0,3 | 0,8 |
| Обеспечение социальных льгот | 0,1 | 0,4 | 0,8 |
| Возможность улучшить жилищные условия | 0,15 | 0,7 | 0,75 |
| Уверенность в завтрашнем дне | 0,25 | 0,4 | 0,9 |
| Безопасность труда | 0,2 | 0,7 | 0,9 |

Условие правил может быть составным, когда термы связаны между собой при помощи логических операций “и” или “или”. Поэтому целью следующего этапа является определение степени истинности условий для каждого правила. Для этого, если имеется логическая операция “и”, то в этом случае находим минимальное значение истинности его подусловий, а если “или”, то максимальное значение его подусловий. Далее с помощью правил логики необходимо сделать везде логическую операцию “и”.

Обычно в качестве расширения операций “и” и “или” выбирают операции взятия минимума и максимума соответственно, то есть используют максиминный логический базис. Вообще, тот или иной логический базис задается априори, но существуют и другие точки зрения относительно выбора логического базиса [4]. Наиболее распространенным является максиминный ограниченный алгебраический базис, которого мы и придерживаемся. В этом случае степень истинности условий для каждого правила определяется по следующей формуле:

$$c_j = \begin{cases} \min \{b_{ji}\}, & \text{если операция "и" в условиях } j\text{-го правила} \\ \max \{b_{ji}\}, & \text{если операция "или" в условиях } j\text{-го правила} \end{cases} \begin{matrix} (j = \overline{1, n}; \\ i = \overline{1, q_j}) \end{matrix}, \quad (2)$$

где b_{ji} – подусловия в j -м правиле.

Вычислим степени уверенности посылок правил для нашего примера, воспользовавшись формулой (2). Информацию получаем следующим образом.

Правило 1. Если материальные стимулы высокие и производственно-бытовые условия высокие, тогда $\min(0,85; 0,8) = 0,8$.

Правило 2. Если материальные стимулы высокие и производственно-бытовые условия низкие, тогда $\min(0,85; 0,1) = 0,1$.

Правило 3. Если материальные стимулы низкие и производственно-бытовые условия низкие, тогда $\min(0,2; 0,1) = 0,1$.

Правило 4. Если обеспечение социальных льгот высокое или возможность улучшать жилищные условия среднее, тогда $\max(0,8; 0,7) = 0,8$.

Правило 5. Если обеспечение социальных льгот среднее и возможность улучшать жилищные условия высокая, тогда $\min(0,4; 0,75) = 0,4$.

Правило 6. Если обеспечение социальных льгот низкое или возможность улучшать жилищные условия средняя, тогда $\max(0,1; 0,7) = 0,7$.

Правило 7. Если уверенность в завтрашнем дне высокая и безопасность труда – высокая, тогда $\min(0,9; 0,9) = 0,9$.

Правило 8. Если уверенность в завтрашнем дне высокая и безопасность труда – низкая, тогда $\min(0,9; 0,2) = 0,2$.

Правило 9. Если уверенность в завтрашнем дне низкая и безопасность труда – низкая, тогда $\min(0,25; 0,2) = 0,2$.

Правило 10. Если уверенность в завтрашнем дне высокая и обеспечение социальных льгот среднее, тогда $\min(0,9; 0,4) = 0,4$.

Полученные значения вносим в таблицу 6, отражающую результаты агрегирования.

Таблица 6

| Правило | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| c_j | 0,8 | 0,1 | 0,1 | 0,8 | 0,4 | 0,7 | 0,9 | 0,2 | 0,2 | 0,4 |

Далее осуществляем операцию активизации подзаклучений, для чего переходим к анализу заключений. Для каждого подзаклучения находим степень его истинности, исходя из условия произведения степени истинности по формуле (3).

$$d_r = c'_r F_r \quad r = \overline{1, q}, \quad (3)$$

где d_r – степень истинности r -го подзаклучения (всего подзаклучений q); F_r – весовые коэффициенты r -го подзаклучения, определяемые экспертами, которые отражают степень уверенности в истинности получаемого подзаклучения; c'_r – степень истинности условий в правиле, которое соответствует r -му подзаклучению.

Отметим, что c'_r представляет собой по новому перенумерованные c_j с учетом того, что некоторые c_j последовательно повторяются столько раз, сколько подзаключений в j -м правиле. Каждому r -му подзаключению сопоставляем множество D_r с новой функцией принадлежности μ'_r , которую определяем следующим образом:

$$\mu'_r(x) = \min(d_r, \mu_r(x)) \quad (r = \overline{1, q}). \quad (4)$$

Находим степень истинности подзаключений. Предположим, что весовые коэффициенты пропорциональности равны соответственно выбранным требованиям с учётом градации лингвистических переменных и представлены в таблице 7.

Таблица 7

| | | | | | | | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|----------|----------|----------|
| F_1 | F_2 | F_3 | F_4 | F_5 | F_6 | F_7 | F_8 | F_9 | F_{10} | F_{11} | F_{12} | F_{13} |
| 1 | 0,9 | 0,8 | 0,8 | 0,3 | 0,5 | 1 | 0,7 | 0,9 | 0,6 | 0,8 | 1 | 1 |

Тогда по формуле (3) рассчитаем значения степени истинности высказываний. Результаты представим в таблице 8.

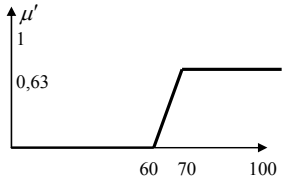
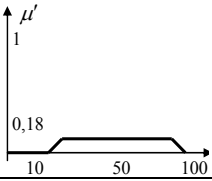
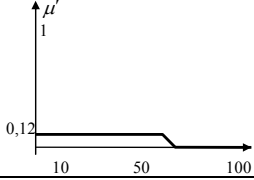
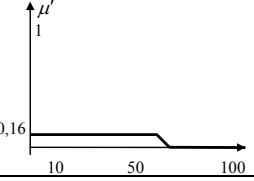
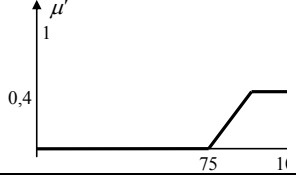
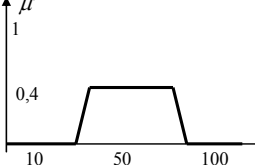
Таблица 8

| | | | | | | | | | | | | | |
|------------------|-----|------|------|------|------|------|-----|------|------|------|------|-----|-----|
| Подзаключение | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| c'_r | 0,8 | 0,1 | 0,1 | 0,8 | 0,4 | 0,7 | 0,9 | 0,9 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,4 | 0,4 |
| F_r | 1 | 0,9 | 0,8 | 0,8 | 0,3 | 0,5 | 1 | 0,7 | 0,9 | 0,6 | 0,8 | 1 | 1 |
| $d_r = c'_p F_r$ | 0,8 | 0,09 | 0,08 | 0,64 | 0,12 | 0,35 | 0,9 | 0,63 | 0,18 | 0,12 | 0,16 | 0,4 | 0,4 |

Целью следующего этапа является получение совокупности активированных нечетких множеств D_r для каждого из подзаключений в базе правил. По формуле (4) рассчитаем новые функции принадлежности для выходных переменных и исправленные функции принадлежности представим в таблице 9. В этой таблице будем указывать только те функции принадлежности, которые фигурируют в правилах, а поэтому некоторые клетки в ней будут пустыми. Также в этой таблице указана последовательность номеров заклочений в выходных переменных.

Таблица 9

| Лингвистическая переменная $\mu'_r(x)$ | Градация ответов $\mu'_r(x)$ | | |
|---|------------------------------|---------|---------|
| | Низкие | Средние | Высокие |
| I | 2 | 3 | 4 |
| | 3 | 2 | 1 |
| Желание работать | | | |
| | 6 | 5 | 4 |
| Интерес к работе | | | |
| | | | 7 |
| Материальная оценка своего труда (зарплата, премии и др.) | | | |

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|--|--|---|
| | | | 8 |
| Уважение и доверие к руководителям | | |  |
| | | 9 | |
| Материальная оценка своего труда (зарплата, премии и др.) | |  | |
| | 10 | | |
| Желание работать |  | | |
| | 11 | | |
| Уважение и доверие к руководителям |  | | |
| | | | 12 |
| Материальная оценка своего труда (зарплата, премии и др.) | | |  |
| | | 13 | |
| Уважение и доверие к руководителям | |  | |

Дальше переходим к этапу аккумуляции заключений. На этом этапе для функций принадлежности предпочтений индивидуума осуществляем объединение функций принадлежности градаций лингвистических переменных. Объединение двух функций осуществляется по правилу:

$$\mu_r''(x) = \max(\mu_{r_1}'(x), \mu_{r_2}'(x)), \quad (6)$$

где r_1 и r_2 индексы лингвистических функций одинаковой градации в переменных с индексом r .

С помощью (6) определяем функции принадлежности для выходных переменных, для которых рассматриваем 13 и 14 подзаключений. Результаты анализа заносим в таблицу 10.

Последним шагом алгоритма Мамдами является дефаззификация выходных переменных. Целью дефаззификации является получение количественного значения для каждой из выходных лингвистических переменных. Для этого рассматривается t -ая выходная переменная и относящееся к ней множество E_t , которое является частью множества D_t .

Таблица 10

Объединение функций принадлежности выводов

| Лингвистическая переменная | Градации термов | |
|---|-----------------|---------|
| | Низкие | Высокие |
| Желание работать | | |
| Материальная оценка своего труда (зарплата, премии и др.) | | |

Итоговое количественное значение выходной переменной определяется по формуле:

$$x_t = \frac{\sum_{t=\underline{x}}^{\bar{x}} x_t \mu_t(x_t)}{\sum_{t=\underline{x}}^{\bar{x}} \mu_t(x_t)} \quad (t = \overline{1, s}), \tag{7}$$

где x_t – результат дефаззификации; $\mu_t''(x_t)$ – функция принадлежности множества E_i ; \underline{x}, \bar{x} – границы нечетких множеств, задаваемые экспертами.

Значения x_t являются центром тяжести площадей, ограниченных линиями $y = \mu_t''(x)$, $y = 0$, $x = \underline{x}$ и $x = \bar{x}$. Делая объединения, получаем функции принадлежности для начальных выходных переменных, значения которых вносим в таблицу 11.

Таблица 11

| | | |
|-------------------------|------------------------------------|------------------|
| Потребности индивидуума | Материальная оценка труда | Интерес к работе |
| Функции принадлежности | | |
| Потребности индивидуума | Уважение и доверие к руководителям | Желание работать |
| Функции принадлежности | | |

По функциям принадлежности, представленным в таблице 11, проводим дефаззификацию, значение признаков по которой вносим в таблицу 12.

Таблица 12

| Потребности индивидуума | | Материальная оценка труда | Интерес к работе | Уважение и доверие к руководителям | Желание работать |
|---------------------------|-------|---------------------------|------------------|------------------------------------|------------------|
| Результаты дефаззификации | D_i | 0,92 | 0,91 | 0,72 | 0,87 |
| Весовые коэффициенты | k_i | 0,4 | 0,13 | 0,19 | 0,28 |

Обобщённая оценка мотивации труда работника с использованием результата анализа экспертных оценок с элементами нечёткой логики определяется по формуле:

$$M = \sum_{l=1}^s D_l k_l . \quad (8)$$

Величина оценки мотивации труда работника M , определяемой по формуле (8), реально может изменяться в пределах от 0 до 2, что легко объясняется экспериментально. Если $M = 1$, то это означает, что существует полное совпадение между предлагаемыми работнику стимулами и его предпочтениями. Если $M > 1$, то это означает, что работодатель усилил стимулирующие факторы и можно некоторые из них даже уменьшить без ущерба для предпочтений работника. Если же $M < 1$, то работник стимулирован не полностью и его отношение к выполняемой работе будет не совсем качественным. Это говорит о том, что надо либо добавить количество стимулирующих факторов, либо усилить самые весомые из них.

В нашем примере $M = 0,87$, что соответствует третьему случаю и работодатель должен усилить действие стимулирующих факторов. Рейтинг стимулирующих факторов определяется весовыми коэффициентами в формуле (8).

Литература

1. Христиановский В. В. Построение экономико-математических моделей для оценки трудовой деятельности работников фирмы / В. В. Христиановский, В. П. Щербина // Вісн. Донец. нац. університету. Серія В, "Економіка і право". Спецвипуск. – 2012. – Т. 2. – С. 86–98.
2. Вебер М. Избранные произведения / М. Вебер ; пер. с нем. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с.
3. Дьяконов В. Математические пакеты расширения MATLAB : спец. справочник / В. Дьяконов, В. Круглов. – СПб. : Питер, 2001. – С. 307–309.
4. Последние достижения / пер. с англ. ; под ред. Р. Р. Ягера. – М. : Радио и связь, 1986.

References

1. Хры`sty`anovsky`j V. V. Postroeny`e ekonomy`ko-matematy`chesky`x modelej dlya ocenky` trudovoj deyatel`nosti` rabotny`kov fy`rmy : speczvy`pusk / V. V. Хры`sty`anovsky`j, V. P. Shherby`na // Visny`k Donecz`kogo nacional`nogo univ`ersy`tetu. Seriya V "Ekonomika i pravo". – 2012. – Т. 2. – С. 86–98.
2. Veber M. Y`zbrannyye proy`zvedeny`ya / per. s nem. – М. : Progress, 1990. – 808 s.
3. D`yakonov V. Matematy`chesky`e pakety` rasshy`reny`ya MATLAB : specy`al`nyj spravochny`k / V. D`yakonov, V. Kruglov. – Sankt-Peterburg : Py`ter, 2001. – S. 307–309.
4. Posledny`e dosty`zheny`ya / per. s angl. ; pod red. R. R. Yagera. – М. : Rady`o y` svyaz`, 1986.

Надіслана/Written: 20.05.2014 р.
Надійшла/Received: 24.05.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

**ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ
КОМЕРЦІЙНИХ ТА УПРАВЛІНСЬКИХ ВИТРАТ**

Розглядаються особливості управління комерційними та управлінськими витратами для великих сільськогосподарських підприємств. Досліджено особливості проведення контролю за поточними витратами. Доведено важливість виділення витрат подвійного призначення у великих сільськогосподарських підприємствах та сформовано їх перелік на прикладі ТОВ СП "НІБУЛОН".

Ключові слова: витрати, управлінські витрати, витрати подвійного призначення.

M. V. DUBININA, U. U. CHEBAN, A. V. SKOROZINSKA
National Agrarian University, Mykolayiv

FEATURES RECORDING AGRICULTURAL ENTERPRISES COMMERCIAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

Abstract – The features of managing commercial and management costs in large farms. The peculiarities of conducting control over operating expenses. Importance allocation of costs of dual-use in large farms, and formed their list as an example of "NIBULON". The list of factors that shape the need to determine the size and structure of the company's expenses for large farms, it was concluded that cost management is an objective necessity profitability of companies. The list of factors that shape the need to determine the size and structure of the company's expenses for large farms, it was concluded that cost management is an objective necessity profitability of companies.

Keywords: costs, administrative costs, costs of dual-use

Постановка проблеми. Однією з найважливіших особливостей управління, яку слід враховувати на підприємстві незалежно від форм власності та розмірів виробництва є функція контролю, оскільки контроль є критично важливим та всеосяжним, і не може залишатися прерогативою виключно менеджера або його помічників. Отже, кожна посадова особа має здійснювати контрольні функції у межах своїх посадових обов'язків.

Управління витратами є важливим для будь-якої галузі економіки, зокрема для крупних підприємств. Контроль за поточними витратами забезпечує динамізм та стійкість управління.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичну основу дослідження питань обліку адміністративних та комерційних витрат склали закони України, інструкції та Положення з бухгалтерського обліку, наукові праці зарубіжних та вітчизняних вчених, таких як: В.Н. Добровський, Ф.Ф. Бутинець, П.В. Іванюта, Г.О. Партин, П.Л. Сук, Л.К. Сук, В.В. Сопко, Н. Соколовська, В.П. Ярмоленко та ін. Продовження дискусій з цих питань потребують подальших досліджень в напрямку обліку та розподілу адміністративних витрат.

Виклад основного матеріалу. Визначення міри, як якісної чи кількісної форми прояву властивостей, за переконанням низки представників різних філософських шкіл, зумовлена не тільки об'єктивним чинником, а відбувається під великим суб'єктивним впливом творців матеріальних економічних систем [2].

Заперечують його наявність тільки представники матеріалістичної філософії, вважаючи міру об'єктивною інтенсивністю розвитку певної властивості матеріальної системи. За їхнім переконанням, вартість складної матеріальної системи, такої як підприємство, виступає як економічна категорія, що формується без суб'єктивного впливу чи волі індивідуума та існує незалежно від нього. Основним критерієм цінності окремих благ чи цінностей господарської системи вони вважають розмір економічних витрат на придбання чи виготовлення цінностей [2].

Для вимірювання таких витрат достатньо використати наявні фізичні одиниці вимірювання шляхом простого накладання на об'єкти або наявний математичний апарат. Це зумовлено тим, що ідентичні елементи природних систем мають практично однакові характеристики, унаслідок чого їх вплив на систему є стабільним і залежить лише від фізичного обсягу.

На етапах існування простого товарного виробництва або в сучасних малих підприємствах цього цілком достатньо, аби виміряти фізичний і номінальний обсяг об'єкта обліку, виходячи з його основних характеристик: ціни придбання, ступеня зношення та ін. Однак ускладнення бізнесу, зростання його обсягів та концентрації капіталу практично не змінили підходів до оцінювання об'єктів фінансового обліку, які використовують нині практичні працівники.

Вимірювання у економічних системах, незважаючи на суттєве їхнє ускладнення на мікро-, макро- і мегарівні, донині часто має формальний, інтуїтивний, адитивний і вибірковий характер.

Контроль за витратами крупних сільськогосподарських підприємств є чи не найголовнішим фактором у здійсненні діяльності, адже будь які витрати несуть у собі зменшення абсолютного розміру чистого прибутку для такого підприємства.

Завдяки забезпеченню внутрішнього і зовнішнього контролю, належну увагу управлінню витратами приділяють, наприклад, у найбільшому зернотрейдері України ТОВ СП "НІБУЛОН", який, незважаючи на розміри виробництва, не увійшов до найбільших аграрних підприємств України [5].

Зважаючи на обсяги виробництва і збуту продукції крупних підприємств, контроль є початковою стадією управління витратами. Тут використовують наукове прогнозування, систему комплексного аналізу і контролінгу планування, нормування, тощо. Це, як правило, підтверджено організаційною структурою підприємств. Так, у ТОВ СП «НІБУЛОН» поряд із бухгалтерією здійснюють свою діяльність планово-економічний відділ, юридичний відділ, відділ моніторингу і маркетингу. Отже контроль за витратами діяльності крупних сільськогосподарських підприємств має певну послідовність (рис. 1).

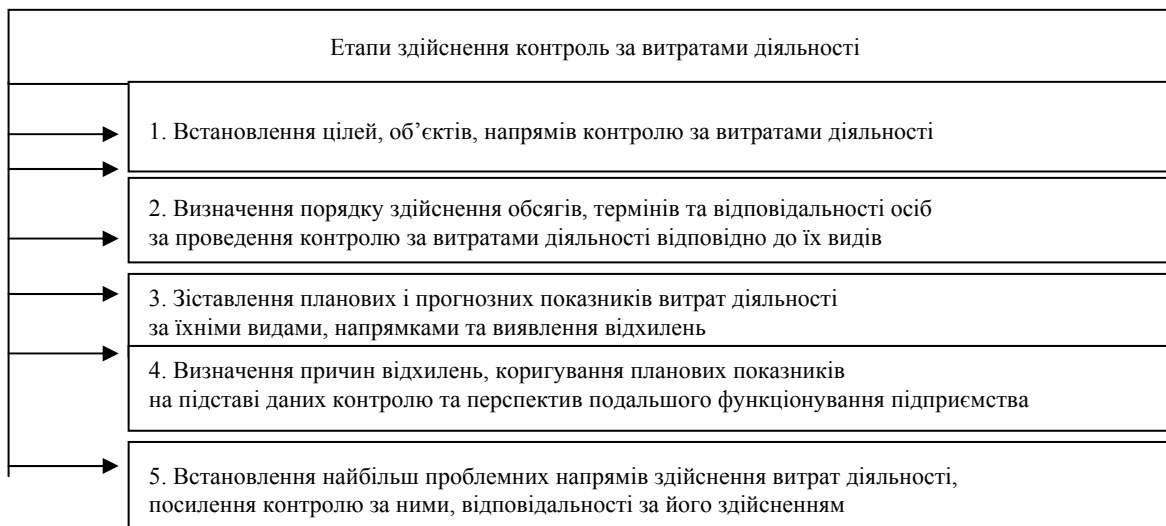


Рис. 1. Контроль за витратами діяльності

Забезпечення ефективного управління витратами обумовлює потребу в якісній організації внутрішнього контролю, який у свою чергу дозволяє не тільки відшукати резерви зменшення витрат, а й відчутно збільшити результати діяльності.

Внутрішньогосподарський контроль витрат – це складова системи внутрішньогосподарського контролю підприємства, який спрямований на забезпечення ефективної фінансово-господарської діяльності підприємства шляхом дії суб'єктами (власниками, посадовими особами підприємства (наприклад – директор, головний бухгалтер), працівниками, на яких покладено здійснення контрольних функцій) на об'єкти (непрямі витрати: загальногосподарські, адміністративні, витрати на збут, інші операційні витрати) за допомогою контрольних дій (сукупності методичних прийомів та процедур, політики щодо контролю).

Враховуючи автоматизацію обліку на крупних сільськогосподарських підприємствах, можливості програм, які забезпечують ведення обліку і формування звітності, стан синтетичного і аналітичного обліку, зокрема і обліку витрат, доцільним є використання аналітичних рахунків до таких витратних рахунків як 92 “Адміністративні витрати” та 93 “Витрати на збут”. Це дозволить більш точно і достовірно формувати інформацію щодо зазначених витрат, враховуючи можливість їхнього подвійного призначення та безпосереднього списання на фінансові результати (табл. 1).

Таблиця 1

Запропоновані напрями відкриття аналітичних рахунків з обліку управлінських та комерційних витрат для крупних аграрних підприємств

| | | | |
|---------------------------------|--|---|---|
| Рахунок 93 “Витрати на збут” | За каналами збуту (вітчизняні, зарубіжні та/або за юридичними особами) | Рахунок 92 “Адміністративні витрати” | За видами витрат |
| | За власними торговими точками | | За місцями їх виникнення (адміністрація, бухгалтерія, юридичний відділ тощо) |
| | За структурними підрозділами – філіями | | Залежно від виду діяльності (обов'язкові, пов'язані з основною діяльністю, її обслуговуванням тощо) |

Дослідження змісту і значення витрат подвійного призначення підтверджує необхідність їхнього точного тлумачення. Витрати подвійного призначення – це витрати, які за відповідних обставин можуть зменшувати об'єкт оподаткування чи тільки суму, що не перевищує максимальної величини, встановленої податковим законодавством. Ці витрати регулюються ст. 140 ПКУ [8]. Оскільки зазначені витрати завжди перебувають під пильним наглядом зовнішніх контролюючих органів, нами сформовано перелік витрат подвійного призначення для ТОВ СП «НІБУЛОН» (табл. 2).

Перелік витрат подвійного призначення ТОВ СП "НІБУЛОН"

| Витрати подвійного призначення | Д-т рахунку (субрахунку), пов'язаного з витратами подвійного призначення | | | | |
|--|--|------------------------------|----------------------|---|---|
| | 91 "Загально-виробничі витрати" | 92 "Адміністративні витрати" | 93 "Витрати на збут" | 941 "Витрати на дослідження і розробки" | 949 "Інші витрати операційної діяльності" |
| На охорону праці | | | | | |
| На соціальну інфраструктуру | | | | | |
| На дослідження і розробки | | | | | |
| На юридичні послуги | | | | | |
| На проведення аудиту | | | | | |
| На маркетингові дослідження | | | | | |
| На інформаційно-консультаційні послуги | | | | | |
| На гарантійне обслуговування та ремонт | | | | | |
| На рекламу | | | | | |
| Представницькі | | | | | |
| На страхування | | | | | |
| На відрядження | | | | | |
| На телефонний зв'язок та Інтернет | | | | | |
| На навчання, перепідготовку та підвищення кваліфікації | | | | | |

Пропонуємо також розглянути і затвердити на таких підприємствах номенклатуру витрат до рахунку 93 "Витрати на збут", поділивши їх на витрати комерційні і витрати на маркетинг, при цьому комерційні витрати (субрахунок 931) включатимуть заробітну плату адміністративного персоналу; заробітну плату відділу маркетингу; ЄСВ; витрати на утримання приміщень, споруд, інвентарю; поштові, канцелярські, телефонні, телеграфні витрати; витрати на утримання складів, майданчиків тощо; витрати на навантажувально-розвантажувальні роботи; витрати на тару; транспортні витрати з відвантаження продукції. Витрати на маркетинг (субрахунок 932) включатимуть заробітну плату відділу маркетингу; ЄСВ; утримання приміщень, споруд, інвентарю; поштові, канцелярські, телефонні, телеграфні витрати; витрати на рекламу; витрати, пов'язані з вивченням ринку і попиту; Послуги сторонніх організацій [7]. Зазначена номенклатура витрат дозволить здійснювати аналіз, планування та прогнозування такого роду витрат, що позитивно впливатиме на управління ними.

Доволі часто великі сільськогосподарські підприємства розробляючи положення про облікову політику, обирають не раціональне або таке що не відповідає методології віднесення витрат на рахунок 93 "Витрати на збут". Так, наприклад, якщо вантажний автотранспорт перевозить пшеницю до перевантажувального терміналу, і призначення цієї продукції – подальша реалізація, то витрати на перевезення відносять на рахунок 93 "Витрати на збут". Зазначені витрати можна трактувати як транспортно-заготівельні, оскільки реалізація відбувається не відразу після доставки. Таким чином, доцільним є віднесення на збільшення вартості пшениці, розподіляючи і списуючи транспортно-заготівельні витрати. Отже, вважаємо за доцільне наявність у наказах про облікову політику положення про склад та класифікацію витрат, калькулювання та облік собівартості продукції, робіт, послуг як внутрішнього документу підприємства для більш достовірного обліку і ефективного управління витратами і переліку додатків (рис. 2).

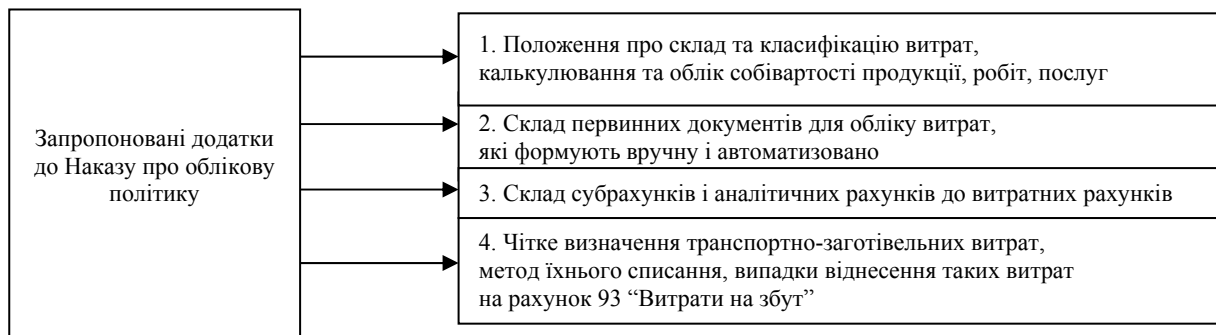
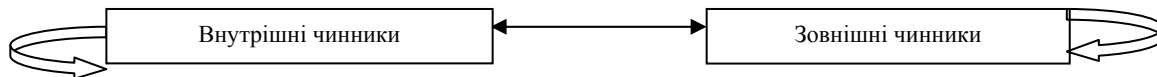


Рис. 2. Запропоновані додатки до наказу про облікову політику

Для ефективного управління витратами на великих за розміром та обсягами виробництва підприємствах виникає об'єктивна необхідність визначення величини і структури витрат, що зумовлена певною низкою чинників. Вивчивши їх перелік, визначений В.А. Дерій та доопрацювавши його, можна його поділити на внутрішні і зовнішні (рис. 3) [8]. Вважаємо, що урахування впливу чинників впливатиме на планування і прогнозування витрат підприємства.



| | |
|---|--|
| Нагальність і невідворотність здійснення витрат для створення, функціонування, розширення, згорання чи призупинення діяльності | Система оподаткування (повна чи спрощена) |
| Вид і обсяг діяльності та форма власності | Спосіб суспільного виробництва і тип економіки (ринкова, традиційна, перехідна, змішана) |
| Вид витрат, їх періодичність, умови здійснення | Місце розташування підприємства та його сегментів |
| Вимір часу і фаза розвитку підприємства | Народні звичаї, традиції, обряди країни, регіону, місцевості |
| Належність керівництва підприємством до певної суспільно-політичної групи та характер офіційних і неофіційних зв'язків з представниками органів влади | Питома вага підприємства у певному сегменті ринку та необхідність підтримки і збільшення цієї ваги в умовах жорсткої конкуренції |
| Морально-психологічні, культурно-освітні якості і душевний стан осіб, яким надано право здійснювати витрати | Державне і місцеве управління, самоврядування та врегулювання суспільно-політичних процесів, вплив і ступінь залежності від них |
| Організаційно-правова форма підприємства | Можливість закупки дешевих ресурсів і маневрування ними чи їх відсутність |
| Ступінь організованості та синхронності діяльності підприємства та його сегментів | Форс-мажорні обставини, через які суттєво збільшуються непродуктивні витрати |
| Умови праці та можливості кар'єрного і творчого зростання працівників | Соціально-економічні, політичні, природно-кліматичні, природоохоронні умови, які впливають на політику витрат підприємства |
| Рівень матеріально-технічного і кадрового забезпечення | |
| Вид, форма і система оплати праці | |
| Рівень дотримання мінімальної внутрішньої та зовнішньої безпеки підприємства і захисту від недобросовісної конкуренції і неконтрольованого виходу конфіденційної інформації | |

Рис. 3. Чинники, які є об'єктивною необхідністю визначення величини і структури витрат підприємства

Отже, можна зробити висновок, що управління витратами є об'єктивною необхідністю прибутковості підприємств. Хоча за принципом розумної приблизності К.К. Цзе "Цена совершенства делает его нецелесообразным, приблизительность обходится дешевле", витрати на виробництво не можуть бути приблизними, адже той хто не може порахувати витрати, управляти ними, ніколи не отримає прибутку.

Література

1. Податковий кодекс України від 2.12.2010 р. № 2755 – VI (зі змінами та допов.) [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Верхов. Ради України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Пушкар Р. М. Креативний облік (створення операції для менеджерів) : монографія / Р. М. Пушкар. – Т. : Карт-бланш, 2006. – 334 с.
3. <http://www.nibulon.com/r/main.php>.
4. http://storage.library.opu.ua/online/conference/tez_47/6-50.pdf
5. Агробізнес – NCH/FORBES. – серпень, 2012. – С. 50–51.
6. Берка К. Измерения: понятия, теории, проблемы / К. Берка. – М. : Прогресс, 1987. – 319 с.
7. Ильенков Э. В. Диалектическая логика. Очерки истории и теории / Э. В. Ильенков. – М. : Политиздат, 1984. – 320 с.
8. Дерій В. А. Витрати і доходи підприємств у системі обліку і контролю : монографія / В. А. Дерій. – Т., 2009. – 272 с.

References

1. Podatkovyy kodeks Ukrayiny vid 2.12.2010r. #2755 – VI (zi zminamy ta dopovnennyamy) [Elektronnyy resurs] / Ofitsiynyy sayt Verkhovnoyi Rady Ukrayiny. – Rezhym dostupu: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Pushkar R.M. Kreatyvnyy oblik (stvorennya operatsiyi dlya menedzheriv) : monohrafiya / R. M. Pushkar. – Ternopol' : Kart-blansh, 2006. – 334 s.
3. <http://www.nibulon.com/r/main.php>.
4. http://storage.library.opu.ua/online/conference/tez_47/6-50.pdf
5. Ahrobiznes – NCH / FORBES. – serpen', 2012. – S. 50–51.
6. Berka K. Yzmerenyya: ponyatyaya, teoryy, problemy / K. Berka. – M. : Prohress, 1987. – 319 s.
7. Yl'enkov Э. V. Dyalektycheskaya lohyka. Ocherky ystorryy y teoryy / Э. V. Yl'enkov. – M. : Polytyzdat, 1984. – 320 s.
8. Deriy V.A. Vytraty i dokhody pidpryyemstv u systemi obliku i kontrolyu : monohrafiya / V. A. Deriy. – Ternopol', 2009. – 272 s.

Надіслана/Written: 20.05.2014 р.
Надійшла/Received: 24.05.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ОПЕРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ К РИСКУ БАНКРОТСТВА

Обґрунтовано необхідність створення комплексної методики управління ризиками. Розглянуто критерії вибору ризик – рішення, які передбачають розробку меж ризику, динаміку зміни витрат залежно від обсягу продажів, розміру витрат, зміни цін, інфляції тощо. Запропоновано укрупнену схему взаємодії усіх елементів системи розвитку суспільства та виділено роль ризику у цій взаємодії. Обґрунтовано доцільність при аналізі фінансово-економічного стану підприємства використовувати модифіковану з урахуванням впливів навколишнього середовища і ринкових механізмів Z-модель. Запропоновано спеціальний модуль для оперативного аналізу стійкості підприємства до ризику банкрутства.

Ключові слова: управління ризиками, банкрутство, аналіз ризику, ідентифікація небезпек, оцінка ризику.

N. S. POLOVYAN

Donetsk National University

STABILITY ANALYSIS OF OPERATIONAL RISK BUSINESS BANKRUPTCY

Abstract – In this paper, goal – to justify the need to develop an integrated risk management techniques and the development of tools for rapid analysis of the stability of the enterprise to the risk of bankruptcy.

The paper substantiates the necessity of creating a comprehensive risk management techniques. The criteria selection risk - solutions that provide for the development boundaries of risk dynamics losses depending on sales volume, cost size, price changes, inflation, etc. Proposed integrated scheme of interaction of all elements of the development of society and highlighted the role of risk in this interaction. Expediency in the analysis of financial – economic condition of the enterprise to use a modified taking into account environmental effects and market mechanisms Z-model. We propose a special module for rapid analysis of the stability of the enterprise to the risk of bankruptcy.

The proposed method of statistical analysis to evaluate the enterprise whether the enterprise is on the verge of bankruptcy and to identify the main causes of the deterioration of financial stability and also allow to develop measures to reduce the financial risks to the company in bankruptcy.

Key words: risk management, bankruptcy, risk analysis, hazard identification, risk assessment.

Постановка проблеми. В связи с развитием рыночных отношений хозяйственная деятельность предприятий в Украине осуществляется в условиях неопределенности и быстро изменяющихся экономических и политических обстановок. В таких условиях будет актуальным разработка инструментария для быстрой предварительной оценки финансово-экономического состояния предприятия.

Анализ публикаций. Проблема управления рисками была рассмотрена такими учеными, как Исаев Д.В. [1], Калянов Г.Н. [2], Ковалев П.П. [3], Рогов М.А. [4], Сафарян К.В. [5] и др. Они раскрыли содержание управления рисками, изучали перспективы развития риск-менеджмента с позиций научных парадигм. Математический инструментарий, который используется при анализе и оценке рисков рассмотрен в трудах Банка В.Р. [6], Дика В.В. [7], Полтеровича В.М. [8]. Широкий спектр эмпирико-фундаментальных вопросов в области различных аспектов риска и управления им разрабатывался К. Dowd [9], Follett M.P. [10], A. Shah [12], Thomas S. [13] и др. Вместе с тем, ряд актуальных вопросов, связанных с научным совершенствованием экономического механизма управления рисками на предприятиях, позволяющих повысить их хозяйственную стабильность в современный период, остается недостаточно изученным, что и обусловило выбор темы исследования.

Выделение нерешенной проблемы. Анализ риска является частью системного подхода к принятию политических решений, процедур и практических мер в решении задач предупреждения или уменьшения опасности для ущерба имуществу и окружающей среде, называемого – управлением риском. При этом анализ риска определяется как систематическое использование имеющейся информации для выявления опасностей и оценки риска. Применение понятия риска позволяет переводить опасность в разряд измеряемых категорий. Фактор риска может возникнуть и оказывать свое влияние на любое предприятие, независимо от степени его устойчивости на рынке. Это влияние, как правило, носит негативный характер и может довести предприятие до кризиса. Поэтому актуальным является вопрос поиска необходимого инструментария, который позволит оперативно определять финансово-экономическое состояние предприятия и проводить предварительную оценку приемлемости того или иного вида риска.

Целью исследования является обобщение опыта моделирования рискованных ситуаций и обоснование целесообразности применения разработанного модуля для оценки устойчивости предприятий к риску.

Результаты исследования. Анализ риска является частью системного подхода к принятию решений, процедур и практических мер в решении задач предупреждения или уменьшения опасности для жизни человека, заболеваний или травм, ущерба имуществу и окружающей среде, называемого управлением риском. При этом анализ риска определяется как систематическое использование имеющейся информации для выяв-

ления опасностей и оценки риска для отдельных лиц или групп населения, имущества или окружающей среды. Анализ риска заключается в идентификации опасностей и оценке риска. Между компонентами любой системы существуют связи. Связь можно понимать как перенос материальных, энергетических или информационных компонентов от одного объекта к другому. Связи могут быть внутренними и внешними, прямыми и обратными (как положительными так и отрицательными), синергетическими и управляющими.

В теории систем существует понятие синергетической связи. Это результат совместных действий взаимосвязанных элементов как общий эффект, который превышает сумму эффектов, полученных от каждого независимого элемента. Особенностью управляющей связи является то, что она передает компоненты системы, которые способны изменять ее параметры. Кроме связей между компонентами системы выделяют и отношения, которые характеризуются статикой строения самого элемента. Основываясь на основных понятиях теории логики можно сказать, что отношения – это соподчинение одного свойства элемента системы другому. На основе сказанного можно построить схему взаимодействия всех элементов системы развития общества (рис. 1). Ситуация с возможностью нанесения ущерба называется опасностью, а риск – это сочетание частоты или вероятности и последствий определенного опасного события. Применение понятия риска позволяет переводить опасность в разряд измеряемых категорий.

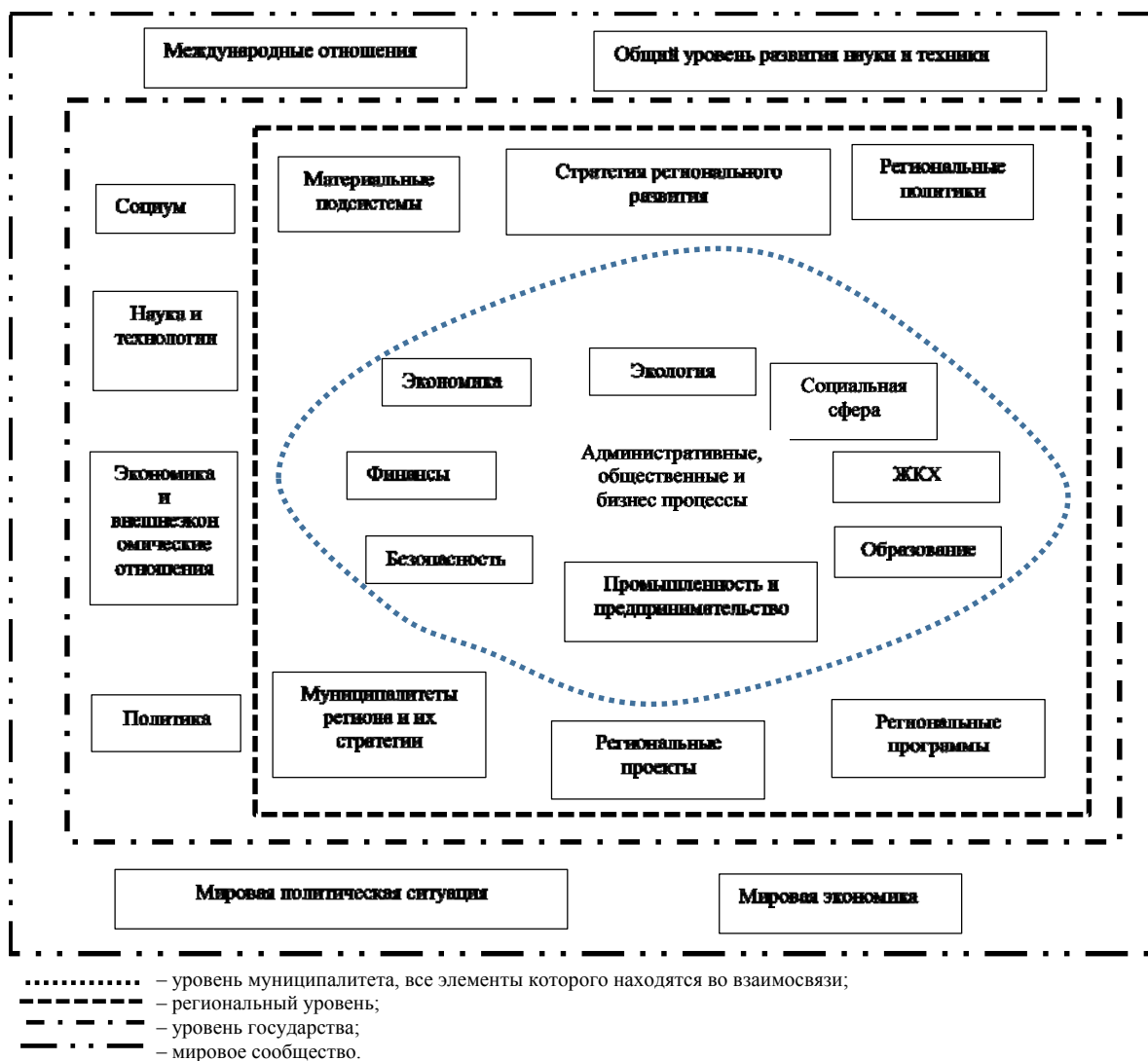


Рис. 1. Схема взаимодействия всех элементов системы развития общества

Методы проведения анализа риска определяются выбранными критериями приемлемого риска. При этом критерии могут задаваться нормативно-правовой базой или определяются на этапе планирования. Понятие риска используется для измерения опасности и обычно относится к индивидууму или группе населения, имуществу или окружающей среде. Уровни приемлемого риска, в том числе и индивидуального, определяются в каждом конкретном случае. Такой подход расширяет сферу использования метода анализа риска.

Большое распространение получили критерии приемлемого риска на основе результатов экспертных оценок. При таком подходе высокий уровень риска считается, как правило, неприемлемым, промежу-

точный требует выполнения программы работ по уменьшению уровня риска, низкий уровень считается приемлемым, а незначительный вообще не рассматривается.

Основным требованием к выбору критерия приемлемого риска при проведении анализа риска является не его строгость, а обоснованность и определенность. Правильный выбор приемлемого риска и его меры позволит сделать и процедуру, и результаты анализа риска ясными и понятными, что существенно повысит эффективность управления риском. На разных этапах жизненного цикла опасного объекта могут определяться конкретные цели анализа риска.

Наиболее распространенным подходом к анализу рисков банкротства предприятий является подход Альтмана, который состоит в следующем [14]:

1. Относительно определенной страны и временного диапазона формируется система финансовых показателей, которые на основе предварительного анализа, оказывают наиболее существенное влияние на предрасположенность предприятия к банкротству. Пусть таких показателей N .

2. В N -мерном пространстве строится гиперплоскость, которая отделяет успешные предприятия от предприятий банкротов (на основе статистических исследований). Уравнение такой плоскости имеет вид:

$$Z = \sum_{(i)} \alpha_i K_i, \quad (1)$$

где K_i – функции показателей бухгалтерской отчетности, α_i – веса, полученные в результате анализа.

3. Выполняя параллельный перенос плоскости (1), можно наблюдать за перераспределением предприятий, которые будут попадать в различные подобласти. При этом устанавливаются пороговые нормативы Z_1 и Z_2 : когда $Z < Z_1$, риск банкротства предприятия высокий, когда $Z > Z_2$ – риск банкротства – низкий, $Z_1 < Z < Z_2$ – состояние предприятия определить таким образом затруднительно и необходимо использовать другие методы. Причем по умолчанию предполагается, что рост отдельного показателя K_i связано со снижением степени риска банкротства, если наблюдается противоположная тенденция, то при анализе его не обязательно заменить противоположным. Каждому показателю K_i сопоставляют уровень его значимости r_i .

При выполнении анализа рисков основным критерием приемлемости риска выступает его обоснованность и определенность. Правильный выбор приемлемого риска позволяет сделать результаты анализа четкими и понятными, что существенно повышает эффективность управления рисками.

Основываясь на изложенном, был разработан специальный модуль, который помогает быстро определить в каком финансово-экономическом состоянии находится предприятие и оценить уровень приемлемости конкретного вида риска для него риска (рис. 2).

Рис. 2. Разработанный модуль для определения финансово-экономического состояния предприятия

Выводы и рекомендации. Предложенная методика статистического анализа предприятия позволяет оценить является ли предприятие на грани банкротства и выявить основные причины ухудшения финансовой устойчивости, а также позволяют разработать мероприятия для снижения финансовых рисков, угрожающих предприятию банкротством.

Эффективность оценки риска зависит от уровня разработанности и точности применяемых методик, используемых баз данных систем получения информации. Существенное влияние на такую оценку оказывает организация анализа, включающая вопросы выбора объекта анализа, финансирования и способов привлечения высококвалифицированных специалистов.

Оценка риска является частью оценки эффективности управленческого процесса как процесса разработки и реализации рискованного решения. Результаты такой оценки являются основанием для корректировки элементов системы управления риском. При управлении определенными рисками этот процесс детализируется с учетом определенной ситуации, факторов, влияющих на тенденции развития и особенности проявления вероятных последствий.

Методы проведения анализа риска определяются выбранными критериями приемлемости риска. Эти критерии могут задаваться нормативно-правовой документацией или определяться на этапе планирования. Уровни приемлемого риска определяются отдельно в каждом конкретном случае. Такой подход расширяет границы использования предложенного модуля для анализа рисков и придает ему более творческий характер, который необходим при таком анализе.

Литература

1. Юсаев Д. В. Корпоративное управление в стратегическом менеджменте: управленческий аспект / Д. В. Юсаев. – М. : НУ ВШ, 2010. – С. 219.
2. Кальянов Н. Н. Моделирование, анализ, реорганизация и автоматизация бизнес-процессов / Н. Н. Кальянов. – М. : Финансы и статистика, 2007. – С. 240.
3. Ковалев П. П. Банковский риск-менеджмент / П. П. Ковалев. – М. : Финансы и статистика, 2009. – 304 с.
4. Рохов М. А. Риск-менеджмент / М. А. Рохов. – М. : Финансы и статистика, 2001. – С. 206.
5. Сафарян К. В. Инновационный бизнес: практические аспекты оценки активов / К. В. Сафарян. – М. : Дело, 2010. – 188 с.
6. Банк В. Р. Информационные системы в экономике / В. Р. Банк, В. С. Зверев. – М. : Экономист, 2006. – 477 с.
7. Дук В. В. Банковские информационные системы / В. В. Дук. – М. : Экономист, 2006. – 816 с.
8. Полтерович В. М. Элементы теории реформ / В. М. Полтерович. – М. : Экономика, 2007. – 448 с.
9. Dowd K. Beyond Value at Risk: The new science of risk management / K. Dowd. – N.-Y. : John Wiley & sons, 2008. – P. 126–129.
10. Follett M. P. Creating Democracy, Transforming Management / M. P. Follett. – New Heaven : Yale University Press, 2003
11. Pearson N. D. Risk budgeting: portfolio problem solving with Value-at-Risk” / N. D. Pearson. – San Francisco: Wiley Finance, 2002, 2008.
12. Shah A. Market microstructure considerations in index construction / A. Shah, S. Thomas. – Chicago : CBOT Research Symposium Proceedings, 2006. – P. 173–193.
13. Thomas S. Derivatives markets in India, Tata / S. Thomas. – McGraw-Hill, 2007, Ch. 24, Pp. 225–233.
14. Altman E. I. Further Empirical Investigation of the Bankruptcy Cost Question / E. I. Altman // Journal of Finance, September 1984. – P. 1067–1089.

References

1. Ysaev D. V. Korporatyvnoye upravlenye y stratehicheskyy menedzhment: ynformatsyonnyy aspekt / D. V. Ysaev. – M. : NU VShЭ, 2010. – 219 s.
2. Kalyanov H. N. Modelyrovanye, analiz, reorhanyzatsyya y avtomatyzatsyya byznes-protsessov / H. N. Kalyanov. – M. : Fynansy y statystyka, 2007. – 240 s.
3. Kovalev P. P. Bankovskyy risk-menedzhment / P. P. Kovalev. – M. : Fynansy y statystyka, 2009. – 304 s.
4. Rohov M. A. Rysk-menedzhment: Value at risk: portfel'nyy podkhod, stress-testynh / M. A. Rohov. – M. : Fynansy y statystyka, 2001, 2006.
5. Safaryan K. V. Ynnovatsyonnyy byznes: praktycheskiye aspekty otsenky aktyvov / K. V. Safaryan. – M. : Delo ANKh, 2010. – 188 S.
6. Bank V. R. Ynformatsyonnyye systemy v ekonomyyke / V. R. Bank, V. S. Zverev. – M. : ЭКОНОМУСТЬ, 2006. – 477 s.
7. Dyk V. V. Bankovskyye ynformatsyonnyye systemy / V. V. Dyk. – M. : ЭКОНОМУСТЬ, 2006. – 816 s.
8. Polterovych V. M. Elementy teoryy reform / V. M. Polterovych. – M. : Ekonomyyka, 2007. – 448 s.

9. Dowd K. Beyond Value at Risk: The new science of risk management / K. Dowd. – N.-Y. : John Wiley & sons, 2008. – P. 126–129.
10. Follett M. P. Creating Democracy, Transforming Management / M. P. Follett. – New Heaven : Yale University Press, 2003.
11. Pearson N. D. Risk budgeting: portfolio problem solving with Value-at-Risk” / N. D. Pearson. – San Francisco : Wiley Finance, 2002, 2008.
12. Shah A. Market microstructure considerations in index construction / A. Shah, S. Thomas. – Chicago : CBOT Research Symposium Proceedings, 2006. – P. 173–193.
13. Thomas S. Derivatives markets in India, Tata / S. Thomas. – McGraw-Hill, 2007, Ch. 24, Pp. 225–233.
14. Altman E. I. Further Empirical Investigation of the Bankruptcy Cost Question / E. I. Altman // Journal of Finance, September 1984. – P. 1067–1089.

Надіслана/Written: 24.05.2014 р.
Надійшла/Received: 27.05.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. Л. С. Сьтник

РИЗИК ТА ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Викладено зміст поняття “економічна стійкість підприємства”. Наведено класифікацію підприємницьких структур залежно від ступеня економічної стійкості. Визначено основні причини нестійкого розвитку сучасних підприємницьких структур. Розглянуто інструменти ризик-менеджменту для досягнення сталого розвитку підприємства.

Ключові слова: стійкість, економічна стійкість, ризик, класифікація видів ризику, інструменти ризик-менеджменту.

T. V. GOLOVACH
Khmel'nitsky National University**RISK AND ECONOMIC STABILITY BUSINESS STRUCTURES**

Abstract – In a market economy, independent, autonomous entities will not be able to operate successfully in the market, without providing the economic stability of their enterprises. Recently, even on existing successful business growth is mainly due to extensive development factors. However, these factors have now exhausted their potential impacts and do not provide adequate returns. The modern market is constantly changing. The rate of change is so great that it adapt to becoming a significant advantage in competing businesses. The article presents the concept of “economic sustainability of the enterprise”. We consider the classification of business entities, depending on the degree of economic stability. The main causes of unsustainable development of modern businesses. Studied risk management tools for sustainable enterprise development.

Key words: sustainability, economic sustainability, risk classification of risk, risk management tools.

Актуальність теми дослідження. Сучасні економічні умови господарювання підприємств України характеризуються підвищеною нестабільністю дії макроекономічних чинників, до яких в першу чергу відносяться інфляція, валютний курс, податкова система, ціни на ринках капіталу, праці, устаткування, матеріалів і сировини, спонтанні зміни кон'юнктури ринку, різке прискорення темпів науково-технічного прогресу тощо. Невизначеність впливу макроекономічних чинників, а також специфіка внутрішніх факторів виробництва визначають підвищений ризик фінансово-господарської діяльності підприємств України. Тому необхідно розглянути проблеми стабільності, стійкості функціонування підприємств, що є свого роду індикаторами ефективності адаптаційних механізмів в умовах невизначеності зовнішнього середовища і, тим самим, – подолання ризиків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальнотеоретичну та методологічну базу дослідження проблем економічної стійкості та впливу ризиків на діяльність підприємства склали праці таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як: Р.А. Коренченко, В.І. Аверін, С.І. Утробін, М.Н. Марценюк, В.П. Боголепов, Ю.М. Климантовіч, А.І. Чухлому, А. Файоль, Ерроу, Дж. Добре, А.Л. Бобров, А.В. Козаченко, Т.Т. Краснова, А.С. Тува, І.М. Євстюхіна, І.І. Білий, А.П. Альгін, І.Т. Балабанова, П.І. Верченко, В.В. Вітлінський, В.В. Лук'янова, О.Л. Устенко, Е.А. Уткін, В.В. Черкасов, Г.В. Чернова, Д.А. Штефаніч та ін.

Виклад основного матеріалу. Сучасне підприємство є відкритою системою, внутрішня стабільність якої багато в чому залежить від умов, особливостей і тенденцій розвитку зовнішнього середовища. Слід розрізняти стійкість середовища та стійкість підприємства.

Стійкість підприємства – це такий стан матеріально-речової, вартісної структури виробництва, реалізації продукції і така її динаміка, при якій забезпечується стабільно високий результат функціонування підприємства. В основі досягнення стійкості лежить принцип активного реагування на зміну внутрішніх і зовнішніх факторів. Стійкість середовища розуміється насамперед в аспекті її стабільності, детермінованості дії факторів, що визначають базові характеристики її стану. Зовнішня, стосовно підприємства, стійкість визначається насамперед стабільністю економічного середовища, в рамках якої здійснюється діяльність підприємства: вона досягається відповідними механізмами управління ринковою економікою в масштабах всього господарства.

Стійкість підприємства може розглядатися в якості свого роду компенсаційного механізму, що дозволяє підприємству адаптуватися до дестабілізуючого впливу як внутрішньої, так і зовнішнього середовища в процесі досягнення своїх цілей. Тому стійкість підприємства необхідно розглядати у двох аспектах – як внутрішню і як зовнішню стійкість. При цьому внутрішні і зовнішні ризики, так само як і стійкість, впливають на один і той же процес – досягнення цілей, але діють при цьому в протилежних напрямках: чим вище стійкість підприємства, тим менше ризик в сенсі можливого відхилення від очікуваного результату і навпаки.

Економічна стійкість характеризує такий стан фінансово-економічних ресурсів підприємства, за якого раціональне розпорядження ними є гарантією стабільної прибутковості та забезпечення процесу розширеного відтворення. Чим вища економічна стійкість підприємства, тим більше воно незалежне від різних коливань ринкової кон'юнктури, втрати провідних конкурентних позицій на ринку. Забезпечення економічної стійкості підприємства в сучасних умовах господарювання, яким характерні невизначеність та нестабіль-

ність, є найважливішим питанням сьогодення. Більш детальну класифікацію видів та складових економічної стійкості за різними ознаками наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Класифікація видів та складових економічної стійкості підприємства

| Класифікаційна ознака | Вид економічної стійкості |
|---|---|
| 1. Стосовно об'єкта господарювання | 1. Внутрішня (здатність протистояти й адаптуватися до впливу змін внутрішнього середовища, ресурсів підприємства) |
| | 2. Зовнішня (здатність адаптуватися до впливу змін зовнішнього економічного середовища) |
| 2. Стосовно ресурсів суб'єкта господарювання | 1. Фінансова (ефективне використання фінансових ресурсів) |
| | 2. Кадрова (ефективне використання трудових ресурсів) |
| | 3. Виробничо-технічна (стабільність виробничого циклу, ресурсного забезпечення, ефективне використання виробничих фондів) |
| | 4. Інформаційна (ефективне використання інформаційних ресурсів) |
| 3. Стосовно сфер діяльності суб'єкта господарювання | 1. Операційна (забезпечення рентабельної операційної діяльності) |
| | 2. Фінансова (стійкість фінансової діяльності) |
| | 3. Інвестиційна (ефективна інвестиційна діяльність) |
| 4. За функціональним скеруванням | 1. Організаційна (стійкість організаційної структури, оперативність і налагодженість зв'язків між центрами відповідальності) |
| | 2. Комерційна (стійкість комерційної структури) |
| 5. Стосовно періоду встановлення і тривалості існування | 1. Поточна (в поточному періоді) |
| | 2. Перспективні (прогнозована або спланована в майбутньому періоді) |
| | 3. Короткострокова |
| | 4. Довгострокова |
| 6. Стосовно стратегії підприємства | 1. Цінова (оптимальний механізм ціноутворення) |
| | 2. Кадрова (стабільність складу трудових ресурсів належної кваліфікації) |
| | 3. Збутова (ефективна збутова діяльність) |
| | 4. Зовнішньоекономічна |
| | 5. Інноваційна (здатність до впровадження нових технологій, видів робіт, способів організації виробництва) |
| | 6. Маркетингова (ефективна маркетингова діяльність) |
| 7. Стосовно визначення показників стійкості | 1. Абсолютна (здатність підприємства адаптуватися в будь-яких умовах, при цьому мати високу рентабельність, платоспроможність, ліквідність) |
| | 2. Достатня (здатність підприємства адаптуватися в кризових умовах, мати достатню рентабельність, наявність нормальних джерел покриття запасів та витрат, достатню платоспроможність, ліквідність тощо) |
| | 3. Нестійка (нездатність підприємства адаптуватись в кризових умовах, при цьому мати низьку рентабельність, недостатність джерел покриття запасів і витрат, недостатню платоспроможність) |
| | 4. Кризова (нездатність підприємства адаптуватись в кризових умовах, наявність збитковості, неплатоспроможності тощо) |
| 8. Стосовно фаз економічного циклу підприємства та походження | 1. Набута (фаза становлення, зрілості) |
| | 2. Успадкована (фаза створення – результат сформованого запасу стійкості) |
| | 3. Авансована (фаза створення – придбана при купівлі одного підприємства іншим) |
| 9. За рівнем контрольованості | 1. Контрольована (розуміння та сприйняття негативних наслідків) |
| | 2. Неконтрольована (неможливість реагувати на негативні наслідки) |

Ця класифікація універсальна, адаптована до сучасних умов господарювання. Рівень розвитку кожного виду стійкості впливає на загальну економічну стійкість підприємства.

Процедура оцінки економічної стійкості підприємства передбачає розрахунок ряду показників, що характеризують стан підприємства в стані рівноваги. Висновок про економічну стійкість або нестійкість, її рівень, повинен спиратися на оцінку значення відповідного показника (групи, сукупності показників). Оцінка значення показника з точки зору відповідності рівню економічної стійкості повинна здійснюватися шляхом порівняння з нормою, нормативом або середньогалузевим значенням або значенням цього показника у конкурента. Забезпечення економічної стійкості з позицій ризик-менеджменту означає, в першу чергу, пошук ризикових ситуацій (слабких місць) в діяльності підприємства та застосування стратегій щодо їх зменшення.

Об'єктом оцінки ризику економічної стійкості є економічна діяльність, пов'язана із її внутрішнім і зовнішнім середовищем. Суб'єктом оцінки ризику економічної стійкості є безпосередньо підприємницькі структури. Метою оцінки є підвищення економічної стійкості організації, яка повинна ґрунтуватися на вивченні потреб суспільства, ринку, аналізі конкурентів і економічної діяльності підприємницьких структур, обробці отриманих результатів і створенні плану практичних заходів на короткострокову та довгострокову перспективу. До завдань оцінки ризику економічної стійкості підприємництва відносяться: визначення потреб суспільства і ринку, порівняння їх з іншими організаціями та конкурентами; виявлення факторів, які

позитивно і негативно впливають на суб'єкт оцінки; визначення фінансових, трудових, виробничих резервів, необхідних для підвищення економічної стійкості; розробка (уточнення) стратегії щодо підвищення економічної стійкості.

Розглянемо різні види економічної стійкості по відношенню до певного виду ризику (табл. 2).

Таблиця 2

Види економічної ризикостійкості

| Вид ризику | Коротка характеристика економічної стійкості по відношенню певного виду ризику | Цілі інтегрованої оцінки економічної стійкості щодо певного виду ризику |
|---------------------------------|---|--|
| 1. Ціновий | Забезпечення оптимального механізму ціноутворення продукції, що дозволяє з найбільшим ефектом планувати достатній рівень прибутку | Оцінка рівня внутрішніх витрат і планування достатнього рівня прибутку, коригування не-платежів, проведення заходів щодо зниження собівартості для досягнення беззбитковості |
| 2. Управлінський | Означає здатність кваліфікованого персоналу управляти виробництвом, проводити грамотний маркетинг, аналізувати роботу організації, а також забезпечувати надійне інформаційне поле для розробки подальшої стратегії | Стратегічне ціле покладання, встановлення оптимальних пропорцій у структурі управління, розрахунок оптимального обсягу витрат на управління |
| 3. Фінансовий | Передбачає оптимізацію основних фінансових факторів, що викликали зміни в економічному стані об'єкта управління, виявлення доступних джерел коштів і оцінка доцільності їх мобілізації з метою збільшення прибутковості | Забезпечення ефективності використання власних і позикових коштів, основних фондів і оборотних коштів, а також платоспроможності |
| 4. Ризик конкурентоспроможності | Передбачає оптимізацію змін у просторово-часовому розрізі, прогноз основних тенденцій в господарсько-економічному становищі організації, а також розробка стратегії, орієнтованої на подальше підвищення конкурентоспроможності | Забезпечення високої ділової активності порівняно з конкурентами, розрахунок і попередження різного роду підприємницьких ризиків, побудова сценаріїв розвитку |

Управління сучасними підприємницькими структурами з метою забезпечення економічної стійкості вимагає комплексного підходу щодо врахування максимальної кількості параметрів фінансово-господарської діяльності: забезпечення конкурентоспроможності організації, товарів (послуг); надійності функціонування підприємницьких структур; їх гнучкості та адаптивності до зовнішнього середовища; ефективного управління ризиками; економічної безпеки підприємницьких структур. Залежно від ступеня економічної стійкості можна виділити наступні підприємницькі структури (табл. 3).

Таблиця 3

Класифікація підприємницьких структур залежно від ступеня економічної стійкості

| Вид підприємницької структури | Коротка характеристика економічної стійкості підприємницької структури |
|--------------------------------------|--|
| 1. З високою економічною стійкістю | З незначним впливом факторів ризику і невизначеності, що характеризується стабільністю виробничої і соціальної ситуації, мінімальними додатковими витратами, незначними збоями і відмовами системи при створенні кінцевої продукції, високим прибутком |
| 2. З середньою економічною стійкістю | Періодично відзначається зростанням додаткових витрат виробництва за наявності в системі незначних збоїв і відмов. В таких організаціях середній рівень використання потенціалу, середня ступінь стабільності виробничої і соціальної ситуації, вони відчувають істотний вплив факторів ризику та невизначеності і отримують середній прибуток |
| 3. З низькою економічною стійкістю | Постійно зростають додаткові витрати виробництва, відбуваються збої і відмови, низький рівень використання потенціалу, нестабільна виробничо і соціальна ситуація, значно вплив факторів ризику та невизначеності, невисокий прибуток |
| 4. З кризовою економічною стійкістю | Характеризується різким зростанням додаткових витрат при створенні кінцевої продукції, нестабільністю виробничої і соціальної ситуації, низьким рівнем використання потенціалу, частими збоями і відмовами в системі, відсутністю прибутку і наявністю збитків |
| 5. В ситуації банкрутства | Нульове використання потенціалу, велика кількість збоїв і відмов, немає прибутку, великі збитки, відсутня здатність задовольнити вимоги кредиторів, неможливо виконання обов'язкових платежів |

Перш, ніж приймати управлінське рішення щодо коригування економічної стійкості організації, необхідно оцінити її рівень на поточний момент, визначити фактори впливу і причини, які необхідно усунути або нівелювати, визначити основні види ризиків.

Найчастіше причини нестійкого положення сучасних підприємницьких структур пов'язані із їх внутрішнім середовищем. Тому сталий розвиток організації повинен бути забезпечений орієнтацією на ринок і конкуренцію; підвищенням керованості і гнучкості організаційної структури; застосуванням дієвого

механізму зниження втрат від ризику; підвищенням інвестиційної та інноваційної активності; забезпеченням прибутковості; зростанням ринкової вартості підприємства тощо. Для досягнення сталого розвитку і подолання ризикових ситуацій можна застосовувати наступні інструменти ризик-менеджменту:

– моніторинг діяльності організації (дослідження, оцінка та інформування суб'єкта управління щодо адекватності та ефективності функціонування підрозділів; забезпечення своєчасного виконання фінансових та інших договірних зобов'язань; прогнозування економічного розвитку);

– управлінський облік (забезпечення оперативної інформації про фактичні, планові та прогнозні дані функціонування організації в цілому, у розрізі її структурних підрозділів, центрів відповідальності тощо);

– бюджетування (забезпечення господарського процесу необхідними грошовими ресурсами та на підвищення ефективності управління грошовими коштами в цілому);

– контролінг (створення системи управління поточними завданнями організації для прийняття своєчасних рішень щодо оптимізації діяльності);

– маркетинг (створення переваг на підставі аналітичної (вивчення ринку, споживачів товару, внутрішнього середовища), виробничої (організація виробництва нової продукції, матеріально-технічного забезпечення, управління якістю та конкурентоспроможністю), збутової (рух товару, формування попиту та позиції, товарна і цінова політика) та управлінської (стратегічне і оперативне планування, інформаційне забезпечення, зворотні зв'язки) функцій);

– логістика (планування, організація, управління і контроль руху матеріальних та інформаційних потоків, обслуговування замовників, управління запасами, виробниче планування і проектування систем логістики тощо).

Висновки. У ринковій економіці незалежні, самостійні суб'єкти господарювання не зможуть успішно діяти на ринку, не забезпечивши економічну стійкість своїх підприємств. Протягом останнього часу навіть на успішно діючих підприємствах економічне зростання відбувається переважно завдяки екстенсивним чинникам розвитку. Однак, зараз ці чинники вже вичерпали свої можливості впливу і не забезпечують належної прибутковості. Сучасний ринок постійно змінюється. Швидкість змін така велика, що саме пристосування до них стає суттєвою перевагою підприємств у конкурентній боротьбі. У цих умовах підприємства, які прагнуть зміцнити свої конкурентні позиції, повинні орієнтуватися на нові підходи, принципи і методи організації та ведення бізнес-процесів, заснованих на удосконаленні саме внутрішнього механізму управління сталим функціонуванням підприємств. Головним компонентом такої організації є економічна стійкість та оцінювання ризиків, які на неї впливають.

Література

1. Ареф'єва О. В. Економічна стійкість підприємства: сутність, складові та заходи з її забезпечення / О. В. Ареф'єва, Д. М. Городянська // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 8 (86). – С. 83–90.
2. Бабич Д. В. Сутність та особливості стійкого функціонування підприємства / Д. В. Бабич, І. В. Шишова // Сучасна економіка : зб. наук. праць. – Вип. 1. – К. : 2010. – С. 31–41.
3. Верхоглядова Н. І. Управління стійкістю функціонування підприємства як економічним процесом / Н. І. Верхоглядова, І. В. Кононова // Економічний простір : зб. наук. праць. – Вип. 42. – Д., 2010. – С. 160–167.
4. Семененко І. М. Економічна стійкість підприємства: сутність і поняття / І. М. Семененко // Вісн. Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля : зб. наук. праць. – Вип. 2 (144). – Луганськ, 2010. – С. 78–82.
5. Фешур Р. В. Економічна стійкість підприємства – становлення понятійного базису [Електронний ресурс] / Р. В. Фешур, Х. С. Баранівська. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/18804/1/59-284-290.pdf>
6. <http://www.dslib.net/econom-teoria/obespechenie-jekonomicheskoy-ustojchivosti-firmy.html>
7. http://www.misbfm.ru/sites/all/files/2012-3_str125_136.pdf

References

1. Aref'yeva O. V., Ekonomichna stijkist' pidpry'emstva: sutnist', skladovi ta zahody` z yiyi zabezpechennya / O. V. Aref'yeva, D. M. Gorodyans'ka // Aktual'ni problemy` ekonomiky`. – 2008. – # 8 (86). – S. 83–90.
2. Baby'ch D. V. Sutnist' ta osobly'vosti stijkogo funkcionuvannya pidpry'emstva / D. V. Baby'ch, I. V. Shy'shova // Suchasna ekonomika : zb. nauk. pr. – Vy'p. 1. – K. : 2010. – S. 31–41.
3. Verxoglyadova N. I. Upravlinnya stijkisty funkcionuvannya pidpry'emstva yak ekonomichny'm procesom / N. I. Verxoglyadova, I. V. Kononova // Ekonomichny`j prostir : zb. nauk. pr. – Vy'p. 42. – D., 2010. – S. 160–167.
4. Semenenko I. M. Ekonomichna stijkist' pidpry'emstva: sutnist' i ponyattya / I. M. Semenenko // Visnyk Sxidnoukr. nacz. un-tu imeni Volody`my`ra Dalya: zb. nauk. pr. – Vy'p. 2 (144). – Lugans'k, 2010. – S. 78–82.
5. Feshhur R. V. Ekonomichna stijkist' pidpry'emstva – stanovlennya ponyatijnogo bazy'su [Elektronny`j resurs] / R. V. Feshhur, X. S. Baraniv's'ka. – Rezhym dostupu: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/18804/1/59-284-290.pdf>
6. <http://www.dslib.net/econom-teoria/obespechenie-jekonomicheskoy-ustojchivosti-firmy.html>
7. http://www.misbfm.ru/sites/all/files/2012-3_str125_136.pdf

Надіслана/Written: 24.05.2014 р.
Надійшла/Received: 27.05.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ВИРОБНИЧИЙ ПРОЦЕС ЯК СКЛАДОВА ОПЕРАЦІЙНОГО РИЗИКУ

Здійснення операційної діяльності промислових підприємств пов'язане з багаточисельними ризиками. Обґрунтовано необхідність використання класифікації ризиків на етапі їх ідентифікації. За допомогою класифікації показано зв'язок між операційними та виробничими ризиками, а також важливу складову виробничого ризику – виробничий процес. Запропоновано класифікацію ризиків операційної діяльності промислового підприємства, що є передумовою використання відповідних методів управління ними.

Ключові слова: промислові підприємства, ризики, класифікація ризиків промислових підприємств за сферою походження, операційний ризи, виробничий ризик, виробничий процес.

E. V. HEDELEVYCH

Khmelnytskyi National University

PRODUCTION PROCESSES AS A COMPONENT OF OPERATIONAL RISK

Abstract – Operating activity of an industrial enterprise is subject to numerous risks. The necessity to classify the risks at the stage of their identification is substantiated in the article. Using classification shows the relationship between the operational and production risks, as well as an important component of production risk is the production process. The author introduces a typology of risks operating activity of an industrial enterprise, which proves to be the ground for the choice of corresponding risk management techniques.

Key words: industrial enterprises, risks, risk classification of industrial enterprises by sector of origin, operating risks, production risks, production process.

Постановка проблеми. Операційна діяльність промислових підприємств пов'язана з багаточисельними ризиками, які впливають на результати їх діяльності. Тому здійснення цієї діяльності в умовах нестабільного внутрішнього та зовнішнього середовища підвищує рівень відповідальності вищого керівництва підприємств при прийнятті управлінських рішень через високий рівень ймовірності недоотримання запланованого прибутку, що змушує більше уваги приділяти ефективному управлінню ризиками. Ефективність організації системи управління ризиками значною мірою визначається класифікацією ризиків, під якою розуміється їх розподіл на конкретні групи за певними ознаками. Необхідність класифікації ризиків є важливою та складною проблемою, яка потребує розгляду та вирішення, враховуючи також несприятливі, в більшості випадків, умови діяльності промислових підприємств в Україні у зв'язку зі впливом глобальної економічної кризи. Значна кількість та різний характер ризикованих ситуацій, які виникають під час здійснення операційної діяльності промисловими підприємствами, призводить до необхідності описати кожне джерело невизначеності своїм видом ризику.

Для будь-якого підприємства оцінка і вивчення ризиків необхідні, щоб визначити настання подій з негативними наслідками, а також небезпеку виникнення непередбачених втрат, збитків, недотримання доходів, прибутку порівняно із запланованим варіантом. Однак класифікувати ризики важко через їхні взаємозв'язки, одночасну дію [1].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема класифікації ризиків досліджується як вітчизняними, так і зарубіжними економістами, зокрема: Балабановим І.Т., Байдою Н.В., Бочніковим В.П., Верченко П.І., Вітлінським В.В., Войтко С.В., Гранатуровим В.М., Грушко В.І., Ілляшенко С.М., Зайцевою І.А., Занорою В.О., Леоною В.В., Лапустою М.Г., Лук'яною В.В., Машиною Н.І., Пилипенко О.І., Редхедом К., Хюсом С., Харко А.Ю., Цвігун Т.В. та ін. Аналіз опублікованих робіт свідчить про те, що генезису та класифікації ризиків промислових підприємств залишається недостатньо розробленою.

Метою статті є дослідження та систематизація ризиків, що супроводжують діяльність промислових підприємств та обґрунтувати зв'язок операційних та виробничих ризиків, а також те, що виробничі процеси є складовою виробничого та операційного ризиків.

Виклад основного матеріалу. Діяльність промислового підприємства визначається наявністю різних зв'язків, завжди пов'язаних з ризиком, внаслідок настання якого діяльність підприємства може бути порушена або навіть припинена. Особливо гостро ця проблема постає в умовах ринкової економіки. Тут ризик проявляється у всьому своєму розмаїтті. Тому виникає необхідність наукового підходу до дослідження можливих ризиків операційної діяльності підприємства, їх класифікації щодо даного комплексу підприємств, аналізу та оцінки ризику, його управління, що є важливою складовою частиною планової системи, а також обов'язковому страхуванню від можливих втрат, що сприятливим чином позначиться на економіці промислового комплексу та економіці країни в цілому.

Однак проведене дослідження показало, що не всі проблеми управління ризиками промислових підприємств достатньою мірою вивчені. На сьогодні залишається актуальним питання про неузгодженість наукових уявлень про сутність ризиків, методи їх попередження й управління. Практично відсутні дослідження специфічних особливостей ступеня впливу ризикоформуючих факторів на діяльність підприємств різної галузевої приналежності. У зв'язку з цим менеджери промислових підприємств позбавлені відпо-

відної теоретичної та методичної бази, а також інструментарію, що дозволяє своєчасно ідентифікувати, оцінювати ризики та розробляти програми з управління ризиками.

Процеси, що відбуваються в Україні, мінливі умови діяльності вимагають переорієнтації роботи промислових підприємств на аналіз та оцінку різноманітних зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на ефективність їх діяльності. Промислові підприємства стикаються з необхідністю здійснювати виробничу діяльність у нових умовах, що характеризуються неоднозначністю та мінливістю законодавства, нестійкістю економічного середовища, інформаційною невизначеністю. Ризикова складова господарювання, яка останнім часом значно збільшилася, диктує необхідність відповідних теоретичних розробок у сфері її управління.

На підставі проведеного через основні характеристики порівняльного аналізу визначень категорії “ризик”, визначені багатьма авторами і прослідковані в історичному аспекті, можна зробити висновок, що термін “ризик” не має однозначного розуміння в українській економіці. Це пов’язано з тим, що ризик – це складне багатоаспектне явище, яке знаходиться в постійному розвитку і динамічному русі, має безліч основ і передумов неспівпадаючих, а іноді протилежних визначень поняття “ризик”.

Ризик – параметр функціонування промислового підприємства, який відображає загальну ефективність прийнятих управлінських рішень, спрямованих на усунення невизначеності в умовах неминучого вибору для досягнення поставлених цілей. На думку автора, сутність ризику промислового підприємства полягає в можливості недосягнення суб’єктом господарювання мети, очікуваних результатів реалізації прийнятого управлінського рішення через об’єктивно наявну невизначеність. Отже, в основі ризику лежить імовірність недоотримання планованих доходів в умовах невизначеності, супутньої діяльності підприємства.

Причиною відсутності загальноприйнятої і досить повної класифікації ризиків виступає різноманіття ризиків у діяльності промислового підприємства. Внаслідок тісного взаємозв’язку та заміщення ризиків, їх важко класифікувати. Класифікація ризиків в тій чи іншій мірі відображає сприйняття ризику, що склалося в суспільстві, і залежить безпосередньо від точки зору, що може призвести до переходу ризику з одного виду в інший [2]. Більш продуктивною буде класифікація ризиків промислових підприємств за сферою їх виникнення. У зв’язку з цим всі ризики можна розділити на дві великі групи: внутрішні ризики та зовнішні ризики. Внутрішні ризики відносяться за ступенем впливу умовно-регульовані підприємством, а зовнішні – слабо або нерегульовані.

Розглянемо детальніше внутрішні ризики. До внутрішніх ризиків відносяться ризики, поява яких обумовлена діяльністю самих промислових підприємств. Причинами можливих негативних фінансових результатів діяльності підприємства стають такі три рівня: операційний, інвестиційний та фінансовий. На цих рівнях виникають відповідно операційні, інвестиційні та фінансові ризики. Сукупний (господарський або підприємницький) ризик розраховується як сумарна величина ризиків за всіма видами діяльності. Рівень сукупного ризику підприємства знаходиться під впливом багатьох факторів [3].

Для промислових підприємств найбільш суттєвим в діяльності виступає операційна діяльність, що відповідно зумовлює операційний ризик. Складнощі в управлінні операційними ризиками зумовлені природою їхнього виникнення і масштабністю, що обтяжує кількісну оцінку таких ризиків, і, відповідно, прогноз їхнього впливу на бізнес, в цьому випадку діяльність промислових підприємств.

Операційний ризик – економічний термін який описує групу ризиків, що виникають в процесі поточної діяльності (операцій) банку чи підприємства, це ризик прямих або непрямих втрат, викликаних помилками або недосконалістю процесів, систем в організації, помилками або недостатньою кваліфікацією персоналу організації або несприятливих зовнішніх подій нефінансової природи (наприклад, шахрайство або стихійне лихо). У це визначення входить і юридичний ризик (тобто ризик, який виникає через недотримання вимог законодавства, договорів, прийнятої практики, а також через можливість двозначного тлумачення законів та правил), але не входить стратегічний та репутаційний ризики.

Класифікація операційних ризиків:

- персоналу – ризик витрат, пов’язаний із можливими помилками співробітників, шахрайством, недостатньою кваліфікацією персоналу, можливістю несприятливих змін у трудовому законодавстві тощо;
- процесу – ризик витрат, пов’язаний із помилками в процесах проведення операцій і розрахунків за ними, їхнього обліку, звітності, ціноутворення тощо;
- технологій – ризик витрат, обумовлений недосконалістю технологій, що використовуються тощо;
- середовища – ризики витрат, пов’язані з нефінансовими змінами в середовищі, в якому діє організація – змінами в законодавстві, політичними змінами, змінами системи оподаткування тощо;
- фізичного втручання – ризики витрат, пов’язані з безпосереднім фізичним втручанням у діяльність організації – стихійними лихами, пожежами, пограбуваннями, тероризмом тощо [4].

Враховуючи сказане та здійснений аналіз різноманітних класифікацій за сферою їх впливу, розроблено класифікацію виділених факторів ризику за сферою походження з метою встановлення впливу факторів ризику, які більшою мірою впливають на ризик діяльності промислових підприємств (див. рис. 1) [3, 5–12]. Форс-мажорні, соціально-політичні й кримінальні фактори ризику, що становлять окремі групи, з аналізу виключені, тому що їх вплив передбачити неможливо. Доцільність класифікації побудована на основі необхідності ретельного вивчення специфічних особливостей процесів, що відбуваються в окремо взятій сфері життєдіяльності підприємства й можливості розробки спеціальних рекомендацій з локалізації загроз і підвищення безпеки відповідної сфери.

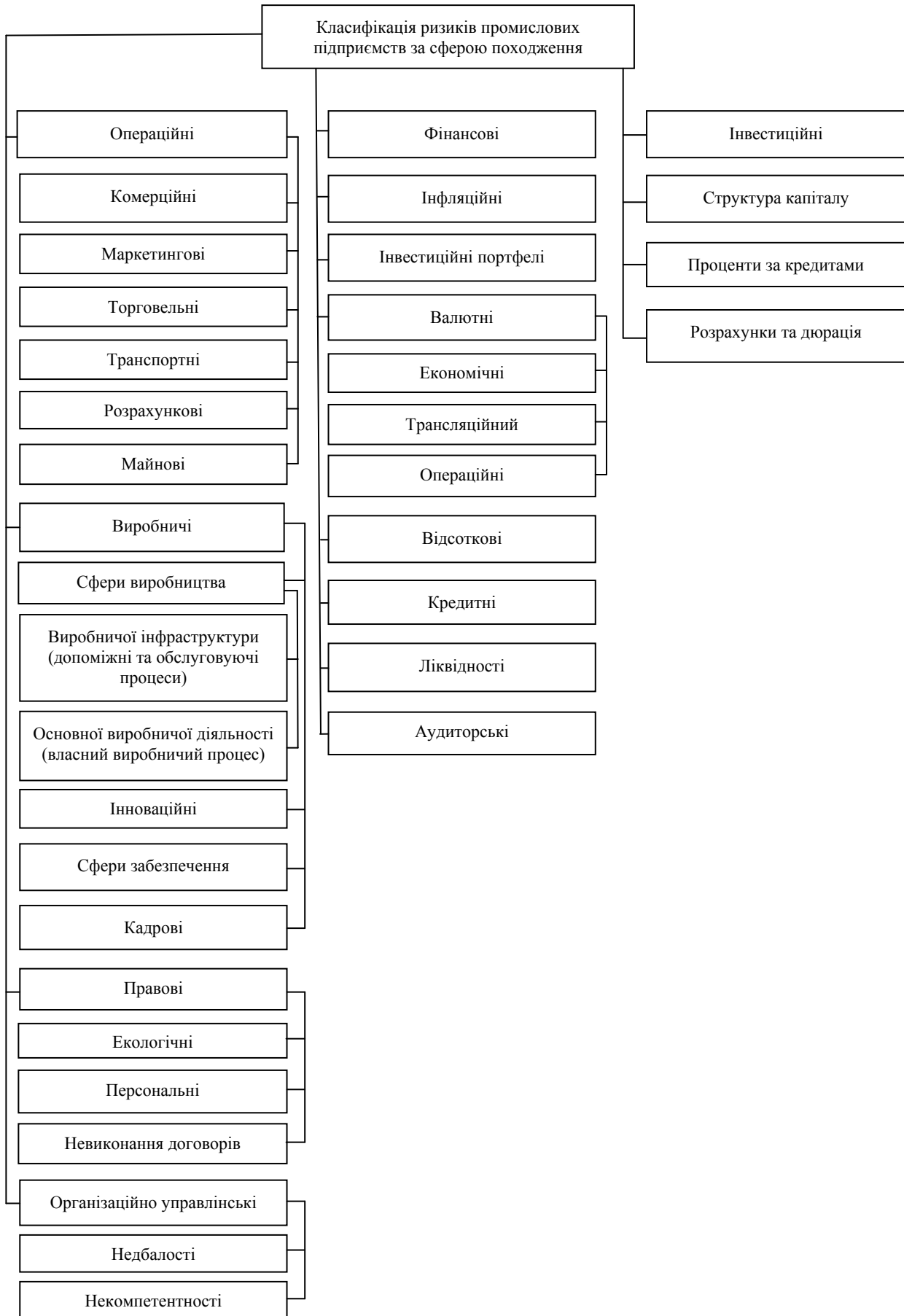


Рис. 1. Класифікація ризиків промислових підприємств за сферою походження

Аналізуючи рис. 1 можна припустити, що найбільш істотно на ризик діяльності підприємств впливають: відмова або неможливість споживача придбати продукцію, вироблену підприємством; помилки в дослідженні ринку, в ефективності реклами; штрафи, пені, неустойки, судові витрати; зупинка виробничого процесу; перебої у сфері забезпечення; затримка або несплата дебітором боргів; падіння ліквідності підприємства.

Таким чином, за класифікацією видно, що виробничі ризики входять до складу операційних ризиків, а також виробничі процеси у супроводі відповідним ризиком – виробнича сфера у складі виробничих ризиків.

Оскільки промислові підприємства мають певні спеціалізації, то для них основним є ефективне здійснення виробничого процесу, який можна моделювати за допомогою чотирьох факторів (робоча сила, капітал, земля та підприємливість), а також враховуючи дану класифікацію вивчити відповідний ризик для ефективного управління промисловим підприємством.

Для ефективності системи управління ризиками на промислових підприємствах необхідно визначити поняття системи управління ризиками промислового підприємства. Система управління ризиками на промисловому підприємстві – це сукупність елементів організаційної структури підприємства, які взаємопов'язані функціями управління ризиками і процедурами, що забезпечують реалізацію управління ризиками методичним, інформаційним, технічним, кадровим та іншими ресурсами. На промисловому підприємстві управління ризиками буде результативним і ефективним тільки в тому випадку, якщо воно буде здійснюватися в межах системи менеджменту промислового підприємства. Однією з основних тенденцій сучасного ризик-менеджменту є безперервне вдосконалення процесу управління ризиками [3].

Отже, аналіз наведених видів ризиків, оцінка їхнього внеску у формування кризових ситуацій промислового підприємства є одним з основних етапів управління його ефективною діяльністю. Результати даного аналізу є основою розроблення випереджаючих впливів, спрямованих на ефективну ліквідацію наслідків від настання ризиків.

Висновки. Нині позитивна репутація серед партнерів, стабільність і надійність роботи промислового підприємства, чітко налагоджені процеси, особливо виробничі процеси, і грамотний персонал (кадри) є головними конкурентними перевагами і основою для підвищення ефективної діяльності промислових підприємств. При плануванні операційного ризику (містить значний вплив на діяльність промислових підприємств), що містить виробничі ризики, основний вплив на якого здійснює ефективне управління виробничим процесом, на початковому етапі і функціонуванні промислового підприємства дає змогу ефективно діяти за умов динамічності, спричинених зовнішніми і внутрішніми змінами.

Таким чином, враховуючи зазначене, можна стверджувати, що для операційного ризику, який зумовлений операційною діяльністю, з усіх складових є основним спеціалізованим ризиком зумовлений виробничим процесом. Оскільки, промисловість через науково-технічний прогрес швидкими темпами розвивається, то весь час потребує вдосконалення управління виробничим процесом промислових підприємств.

Література

1. Войтко С. В. Класифікація ризиків виробничо-комерційної діяльності промислового [Електронний ресурс] / С. В. Войтко, В. О. Занора. – Режим доступу: <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/4291/стр.84.pdf?sequence=1>
2. Клименко О. В. Основні підходи до визначення, класифікації та методів управління ризиками на промислових підприємствах [Електронний ресурс] / О. В. Клименко. – Режим доступу: http://www.kpi.kharkov.ua/archive/Наукова_періодична/vestnik/Актуальні_проблеми_управління/2012/45/ОСНОВНІ_ПІДХОДИ_ДО_ВИЗНАЧЕННЯ,_КЛАСИФІКАЦІЇ_ТА_МЕТОДІВ_УПРАВЛІННЯ_РИЗИКАМИ.pdf
3. Буковинська бібліотека. Фінансовий менеджмент. Класифікація ризиків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/26510/>
4. Вікпедія. Операційний ризик [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Операційний_ризик
5. Вікпедія. Виробничий процес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Виробничий_процес
6. Вікпедія. Виробнича інфраструктура [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Виробнича_інфраструктура
7. Українські підручники он-лайн: Бондар О. В. Ситуаційний менеджмент [Електронний ресурс]: Класифікація управлінських ризиків. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/16011013/menedzhment/klasifikatsiya_upravlinskih_rizikiv
8. Українські підручники онлайн: Донець Л. І. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків [Електронний ресурс]: Класифікація ризиків. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/17061002/ekonomika/klasifikatsiya_rizikiv
9. Українські підручники онлайн: Гриньова В. М. Організація виробництва [Електронний ресурс]: Виробничий процес і організаційні типи виробництва. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/12461220/ekonomika/virobnichiy_protse_organizatsiyni_tipi_virobnitstva
10. Сайт Наукові конференції [Електронний ресурс]: Цвігун Т. В. Комерційний ризик – один з основних ризиків діяльності підприємства. – Режим доступу: <http://intkonf.org/tsvigun-t-v-komertsiyniy-rizik-odin-z-osnovnih-rizikiv-diyalnosti-pidpriemstva/>

11. Блажко М. О. Підходи до класифікації ризиків у сучасній ризикології [Електронний ресурс] / М. О. Бражко. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/11_EISN_2011/Economics/14_84899.doc.htm
12. Левченко М. О. Генезис та класифікація ризиків у діяльності промислових підприємств [Електронний ресурс] / М.О. Левченко // Вісн. Хмельниц. нац. університету. Економічні науки. – Хмельницький : ХНУ, 2009. – № 5, т. 2. – С. 174–178. – Режим доступу: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_5_2/174-178.pdf

References

1. Voytko S.V. Klasyfikatsiyaryzykivvyrobnycho-komertsiynoyidiyal'nostipromyslovoho [Elektronnyy resurs] / S. V. Voytko, V. O. Zanora. – Rezhym dostupu: <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/4291/str.84.pdf?sequence=1>
2. Klymenko O. V. Osnovni pidkhody do vyznachennya, klasyfikatsiyi ta metodiv upravlinnya ryzykamy na promyslovykh pidpryyemstvakh [Elektronnyy resurs] / O. V. Klymenko. – Rezhym dostupu: http://www.kpi.kharkov.ua/archive/Naukova_periodychna/vestnik/Aktual'niproblemyupravlinnya/2012/45/OSNOVNIPIDKHO DYDOVYZNACHENNYa, KLASYFIKATsIYiTAMETODIVUPRAVLINNYaRYZYKAMY.pdf
3. Bukovyns'ka biblioteka. Finansovymenedzhment. Klasyfikatsiya ryzykiv [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://buklib.net/books/26510/>
4. Vikipediya. Operatsiynnyy ryzyk [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://uk.wikipedia.org/wiki/Operatsiynnyy_ryzyk
5. Vikipediya. Vyrobnychyy protses [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://uk.wikipedia.org/wiki/Vyrobnychyy_protse
6. Vikipediya. Vyrobnycha infrastruktura [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://uk.wikipedia.org/wiki/Vyrobnycha_infrastruktura
7. Ukrayins'ki pidruchnyky onlayn: Bondar O. V. Sytuatsiynnyy menedzhment [Elektronnyy resurs]: Klasyfikatsiya upravlins'kykh ryzykiv. – Rezhym dostupu: http://pidruchniki.ws/16011013/menedzhment/klasyfikatsiya_upravlinskih_ryzykiv
8. Ukrayins'ki pidruchnyky onlayn: Donets' L. I. Obgruntuvannya hospodars'kykh rishen' ta otsinyuvannya ryzykiv [Elektronnyy resurs]: Klasyfikatsiya ryzykiv. – Rezhym dostupu: http://pidruchniki.ws/17061002/ekonomika/klasifikatsiya_ryzykiv
9. Ukrayins'ki pidruchnyky onlayn: Hryn'ova V. M. Orhanizatsiya vyrobnytstva [Elektronnyy resurs]: Vyrobnychyy protsesi orhanizatsiyni typu vyrobnytstva. – Rezhym dostupu: http://pidruchniki.ws/12461220/ekonomika/virobnichiy_protse_organizatsiyni_tipi_virobnitstva
10. Sayt Naukovi konferentsiyi [Elektronnyy resurs]: Tsvihun T. V. Komertsiynnyy ryzyk – odyn zosnovnykh ryzykiv diyal'nosti pidpryyemstva. – Rezhym dostupu: <http://intkonf.org/tsvigun-t-v-komertsiyniy-rizik-odin-z-osnovnih-rizikiv-diyalnosti-pidpriemstva/>
11. Blazhko M. O. Pidkhody do klasyfikatsiyi ryzykiv u suchasnyy ryzykolohiyi [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.rusnauka.com/11_EISN_2011/Economics/14_84899.doc.htm
12. Levchenko M. O. Henezys ta klasyfikatsiya ryzykiv udiyal'nosti promyslovykh pidpryyemstv / M. O. Levchenko // Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky. – Khmel'nyts'kyu : KhNU, 2009. – № 5, т. 2. – P. 174–178. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_5_2/174-178.pdf

Надіслана/Written: 24.05.2014 р.

Надійшла/Received: 27.05.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. В. В. Лук'янова

АНАЛИЗ МОДЕЛИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК ПРИ УСЛОВИЯХ МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ И ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Розглянуто теоретико-ігровий похід до моделювання задачі конкурентних ланцюжків поставок в умовах олігополістичної конкуренції. Використовуваний обчислювальний підхід, який заснований на прогнорозованих динамічних системах, повністю використовує можливості мережевої структури завдання і закритих форм вирішення на кожному кроці. Описана сучасна концепція управління ланцюгів поставок, а також основні етапи їх проектування і моделювання. Обґрунтовано вибір теоретико-ігрового підходу до моделювання даної задачі. Розглянуто модель проектування мережі ланцюгів поставок за умови олігополістичної конкуренції. Проаналізовано основні відмінності розглянутої моделі від спочатку розроблених моделей проектування мереж ланцюга поставок.

Ключові слова: ланцюги поставок, управління ланцюгами поставок, проектування мережі ланцюгів поставок, максимізація прибутку, олігополістична конкуренція, теорія ігор.

A. N. KARATNIUK, N. S. MEDZHYBOVSKA
Odessa National Economic University

THE ANALYSIS OF SUPPLY CHAIN NETWORK DESIGN MODEL UNDER PROFIT MAXIMIZATION AND OLIGOPOLISTIC COMPETITION

Abstract – The purpose of this paper is analysis of the supply chain design model that takes into account factors which maximize profit of the companies competing in an oligopolistic market. This article discusses the game-theoretic modeling tasks trek to competitive supply chains in terms of oligopolistic competition. Used a computational approach, which is based on the projected dynamical systems, has taken full advantage of the network structure of the problem and closed-form solution at each step. Considered a model of supply chain network design subject to oligopolistic competition. Analyzes the main differences between this model originally developed models of network design supply chain. Results. Describes the modern concept of supply chain management, as well as the main stages of their design and simulation. The choice of the game-theoretic approach to modeling this problem. Considered a model of supply chain network design subject to oligopolistic competition. Analyzes the main differences between this model originally developed models of network design supply chain.

Key words: supply chain, supply chain management, network design supply chain, profit maximization, oligopolistic competition, game theory.

Постановка проблеми. Современная концепция SCM стала реальным инструментом ведения бизнеса в большинстве экономически развитых стран и сделала возможным [1, с. 63–65]:

- сокращение затрат, соблюдение договорной дисциплины и повышение эффективности управления за счет трансформации линейной последовательной цепи поставок в реактивную сеть поставок;
- повышение качества продукции и уровня обслуживания потребителей по всей цепи поставок на основе интеграции бизнес-процессов разработки продукции, снабжения, поддержания производства и распределения среди всех участников сети поставок;
- достижение клиенто-ориентированности бизнес-процессов, их открытость к обмену знаниями между бизнесами-партнерами;
- сокращение времени выхода на рынок, устранение дорогостоящих ошибок и неудачных начинаний за счет сотрудничества в области планирования, организации, мотивации и контроля по всей сети поставок;
- повышение социальной ответственности бизнеса, учет современных требований охраны окружающей среды и регулирования общественных процессов;
- рост шансов на успех при расширении бизнеса за счет координации специфических бизнес-возможностей с существующими производственными графиками и без дорогостоящей модернизации программного обеспечения;
- сокращение стоимости используемого программного обеспечения за счет системной интеграции на основе адаптации функционально-богатой общесистемной платформы, которая реализует гибкость бизнес-процессов.

Управление цепями поставок – это организация, планирование, контроль и регулирование товарного потока, начиная с получения заказа поставок и закупки сырья и материалов для обеспечения производства товаров, и далее через производство и распределение доведение его с оптимальными затратами ресурсов до конечного потребителя в соответствии с требованиями рынка.

Сегодняшние сложные глобальные цепи поставок отличаются высоким уровнем неопределенности. Такие факторы, как нестабильная экономическая ситуация и волатильность потребительского спроса, требуют, чтобы цепи поставок были способны прогнозировать, контролировать и реагировать на нарушения и изменения, причем во взаимодействии с клиентами, поставщиками и контрагентами в области логистики. Для восстановления стабильности цепи поставок компании ищут способы оптимизации операций в своих глобальных цепях поставок в нужное место и в нужное время.

Ранее моделирование и проектирование цепей поставок считались процедурами, которые нужно выполнять раз в три–пять лет. Сегодня моделирование и проектирование цепей поставок стали актуальнейшими задачами бизнеса, требующими постоянного внимания и исполнения. Ведущие компании постоянно перестраивают и совершенствуют свои цепи поставок. Они используют технологии моделирования для изучения “поведения” цепи поставок в самых разнообразных условиях, а также анализируют разницу между затратами, обслуживанием и рисками. Компании, которые придерживаются этих реальных цифровых моделей цепи поставок от первого до последнего звена, способны оперативно перестраивать и заново оптимизировать свои цепи поставок при изменении рыночных условий, а также следить за верностью и вероятностью своих прогнозов. Логистическая модель компании должна включать в себя все наиболее существенные элементы цепи поставок, согласно которым возможна их оптимизация.

При проектировании цепей поставок необходимо найти оптимальное сочетание решений, связанных с производством новых видов продукции и приостановкой производства определенных линий продукции; структурой сети цепей поставок с учетом спроса на эту продукцию; ролью каждого узла сети в рамках каждого вида продукции, с его возможностями по поставкам и его политикой запасов.

Создавая “живые” модели цепей поставок, компании получают возможность изучить, что произойдет с цепями поставок в различных рыночных условиях, и проанализировать, как это может отразиться на ценах, качестве сервиса и рисках. Именно дизайн и моделирование цепи поставок могут максимально оптимизировать такие показатели, как издержки, качество сервиса, оборотный капитал, устойчивый рост и риски. Принимая во внимание такие факторы современной реальности, как непостоянство, сложность и быстрые изменения, разработка дизайна цепи поставок становится абсолютно необходимым для бизнеса. Прудентные компании постоянно пересматривают схемы цепей поставок, моделируя ситуации, чтобы проверить их функциональность в различных рыночных условиях и произвести анализ изменений цен, качества сервиса и рисков.

Преимуществами применения моделирования для логистических систем является комплексное понимание процессов и характеристик логистической цепи с помощью графиков; возможность моделировать случайные события, используя распределения вероятностей, в конкретных областях и выявлять их влияния на логистическую цепь; применение многошаговой процедуры проектирования, что позволяет учитывать сложность принятия решений, большое количество решающих правил и критериев оптимизации; обеспечение минимизации риска изменения плана путем предварительного анализа и моделирования возможных сценариев развития событий в цепи поставок.

Анализ последних исследований и публикаций. Научные исследования, посвященные логистике и управлению цепями поставок, проектированию цепей поставок посвящены работы Аникина Б.А., Баулрскока Д.Дж., Бродецкого Г.Л., Иванова Д.А., Кюсса Д.Дж., Лукинскогo В.С., Неруша Ю.М., Родкиной Т.А., Сергеева В.И., Степанова В.И., Титюхина Н.Ф. и др. Вопросами моделирования бизнес-процессов занимались такие авторы, как Браун Д., Дудорин В.И., Калянов Г.Н., Нагурней А., Робсон М., Тельнов Ю.Ф., Хаммер М., Чампи Дж., Шапиро Дж., Шеер А.-В. и др. Так, Нагурней А. рассматривает моделирование явной цепи поставок в контексте олигополий, состоящих из фирм, которые конкурируют в рамках теории равновесия Нэша-Курно. Как отмечают Браун Д. и другие, большинство фирм сейчас понимают потенциальные выгоды от контроля цепи поставок в целом. В рамках данной модели предполагается, что фирмы производят однородный товар и конкурируют некооперативным способом. Каждую фирма отображается как сеть ее экономической деятельности в производстве, хранении и распределении на рынках спроса.

В условиях олигополистической конкуренции необходимо использование моделей проектирования сетей цепей поставок, учитывающих изменчивость рыночной ситуации посредством использования непрерывных переменных, которые более адекватно отражают происходящие изменения, чему и посвящена статья.

Целью статьи является анализ модели проектирования цепи поставок, которая учитывает факторы максимизации прибыли компаний, конкурирующих на олигополистическом рынке.

Изложение основного материала. Олигополии являются фундаментальной экономической организационной структурой и захватывают многочисленные отрасли промышленности, а также связанные с ними продукты и услуги, начиная от авиакомпаний до конкретных розничных продавцов, а также от производителей высоких технологий, телекоммуникационных компаний до конкретных поставщиков энергии. Таким образом, формулировка, анализ и решение проблемы олигополий является насущной задачей и выходит за рамки решения чисто теоретической задачи. Кроме того, растет интерес к моделированию олигополий в контексте цепей поставок. Происходит это в результате недавних заметных слияний и приобретений фирм в таких отраслях, как производство напитков, авиаперевозки, предоставление финансовых услуг, нефтедобыча [2, с. 281]. В силу этого растет потребность в выявлении и количественном определении потенциального взаимодействия данных компаний.

В модели проектирования сети цепей поставок введены явные конструктивные переменные, связанные с максимизацией прибыли, конкурирующими фирмами и их цепями поставок. В модели, во-первых, явно рассматривается олигополистическое поведение и ассоциированные в функции рыночного спроса цены на рынках спроса, во-вторых предполагается, что производственные мощности фиксированы и присваиваются априори. Кроме того, данная модель существенно расширяет первоначально разработанную модель

олигополистических цепей поставок [3], допуская конкуренцию со стороны производства, распределения, хранения, и, наконец, через рынки спроса. Для гибкости, ясности и непрерывности, множественности фирм и множественности рынков, рассматриваемая модель проектирования сети цепей поставок формулируется как задача вариационного неравенства, которая также содержит часть истории эволюции сетевых моделей фирм и многочисленные базовые экономические модели.

Рассматриваемая модель, в отличие от существующих, значительно подробнее, поскольку она находится на уровне фирм. Кроме того, модель охватывает аспекты проектирования олигополистических фирм, которые максимизируют прибыль, а также фирм, соревнующихся в нескольких функциях производства, распределения и хранения, и которые стремятся определить не только количество продукции, но и потенциал различных производственных предприятий, распределительных центров и т.д. В отличие от большей части классической литературы сетевых цепей поставок, в рамках данной модели не используются дискретные переменные, а используются исключительно непрерывные переменные. Линейные расходы в данной модели не ограничены, но более адекватно модель может обрабатывать нелинейные расходы, описывающие поведение современных сетей, начиная от транспортировки до телекоммуникаций, которые в свою очередь могут быть перегружены, и при которых цепи поставок зависят от их функциональных возможностей.

В данной модели фирмы стремятся определить производственные возможности, связанные с заводами-изготовителями, распределительными центрами, а также каналами отгрузки товаров и объемами производства таким образом, чтобы максимизировать свою прибыль и удовлетворить соответствующий спрос на нескольких рынках спроса. Конкуренция в сфере добычи, распределения и хранения состоит в том, чтобы в рамках данной модели разрешить основным функциям влиять на потоки не только конкретной фирмы, а в целом на потоки продукции всех фирм. Кроме того, предполагается, что цена спроса на продукт на конкретном рынке в любой момент может зависеть от спроса на данный однородный продукт на других рынках. Для решения предлагается теоретико-игровая постановка задачи, которая руководится условиями равновесия по Нэшу-Курно, и обеспечивает альтернативу вариационным формулировкам неравенства. Для решения модели проектирования сети цепочек поставок, а также для решения вариационных задач неравенства используется метод Эйлера, который является частным случаем общей итерационной схемы для определения стационарных точек проектируемой динамической системы. В рамках данной модели метод Эйлера разбивает задачу проектирования цепей поставок на подзадачи, которые можно решить на каждой итерации.

Рассмотрим конечное число фирм I , с типичной фирмой обозначенной через i , которая участвуют в производстве, хранении и распространении однородного продукта и которая конкурирует олигополистическим методом. Считается, что каждая фирма представлена в качестве исходной сети своей экономической деятельности (рис. 1).

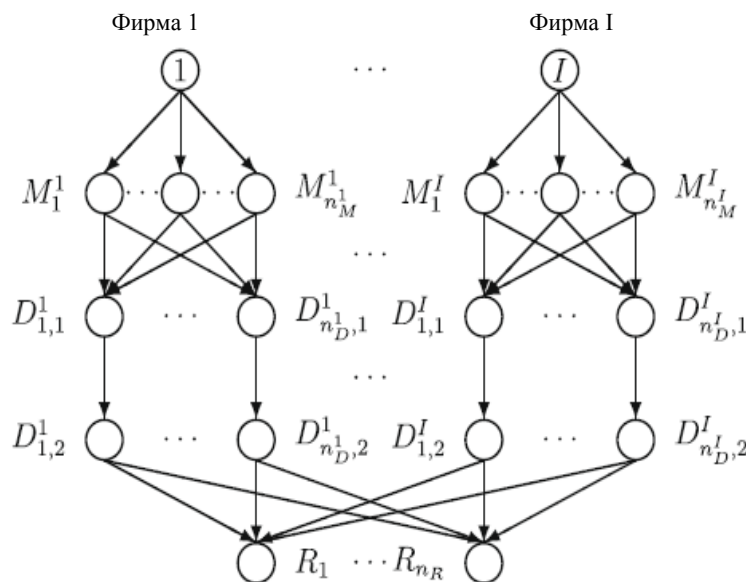


Рис. 1. Первоначальная топология сети цепи поставок в условиях олигополии

Каждая фирма стремится определить оптимальный канал связи. Каждая фирма i ; $i = 1, \dots, I$, следовательно, рассматривает n^i_M производственных объекты/заводы; n^i_D распределительные центры и служит как n^i_R – предприятие розничной торговли/рынки спроса. Пусть L^i – множество направленных каналов связи, представляющих экономические виды деятельности, связанные с фирмой i ; $i = 1, \dots, I$, и пусть n_{L^i} – количество каналов связи L^i с n_{L^0} – обозначающее общее количество каналов связи в исходной сети L^0 , где $L^0 \equiv \cup_{i=1, \dots, I} L^i$. Пусть $G^0 = [N^0; L^0]$ обозначает граф, состоящий из множества узлов N^0 и набор ссылок L^0 ,

Каналы связи высшего звена многоуровневых узлов $i; i = 1, \dots, I$, представляющие соответствующую фирму, на рис. 1 соединены с производственными узлами соответствующей фирмы i , которые обозначены, соответственно как $M_{i1}^i, \dots, M_{iM_i}^i$ и эти звенья представляют собой производственные каналы связи.

Каналы связи производственных узлов, в свою очередь, соединены с узлами распределительного центра каждой фирмы $i; i = 1, \dots, I$, которые обозначены как $D_{i1}^i, \dots, D_{iD_i}^i$. Эти звенья соответствуют звеньям отгрузки между производственными заводами и распределительными центрами, где храниться продукция. Звенья соединяют узлы $D_{i1}^i, \dots, D_{iD_i}^i$ с узлами $D_{i1}^i, \dots, D_{iD_i}^i$ для $i = 1, \dots, I$, которые соответствуют звеньям хранения. Наконец, возможно, что каналы отгрузки соединяют каналы $D_{i1}^i, \dots, D_{iD_i}^i$ для $i = 1, \dots, I$, и звенья рыночного спроса R_{i1}, \dots, R_{iR_i} .

Топология сети на рисунке, что соответствует G^0 , приводится исключительно для описательных целей. На самом деле, модель, описанная в данной статье, может обрабатывать любую предлагаемую топологию цепи поставок при условии, что существует канал связи высшего звена представления каждой фирмы и каналы связи нижнего звена, которые представляют собой рынки спроса с последовательно направленными звеньями, соответствующими, по крайней мере, одной траектории, соединяющей каждый канал связи высшего звена с каждым каналом связи нижнего звена. Решение всей модели будет определять, какие звенья имеют положительную производительность и, следовательно, должны быть сохранены в конечной сети цепи поставок. Звенья a, b etc. обозначены как общие эксплуатационные расходы на канал связи (звено) а как C_a и общие проектные расходы π_a для всех звеньев $a \in L^0$. Так d_{R_k} обозначен спрос на продукт на рынке $R_k; k = 1, \dots, n_R$. Через x_p обозначен неотрицательный поток продукта на траектории p , соединяющий канал связи $i = 1, \dots, I$ со звеньями рынка спроса. Тогда уравнения потока должно иметь вид:

$$\sum_{p \in P_{iR_k}^0} x_p = d_{R_k}, \quad k = 1, \dots, n_R, \quad (1)$$

где $P_{iR_k}^0$ – обозначает множество траекторий соединяющие звенья $i = 1, \dots, I$, с рыночным спросом R_k .

В соответствии с рис. 1, спрос на продукт на каждом рынке спроса должен быть равен сумме потоков продукции всех фирм, которые конкурируют на рынке. Предполагается, что существует функция спроса, связанная с продукцией на каждом рынке спроса. Обозначим цену спроса на рынке спроса как R_k для R_k и тогда функция спроса будет иметь вид:

$$p_{R_k} = p_{R_k}(d), k = 1, \dots, n_R, \quad (2)$$

где d является n_R -мерным вектором потребностей на рынках спроса.

Все векторы в данной модели являются векторами-столбцами. Обратите внимание, что рассматривается общая ситуация, когда цена на продукт на определенном рынке спроса может в целом, зависеть от спроса на продукт на других рынках. Предполагается, что функции спроса являются непрерывными, непрерывно дифференцируемыми и монотонно убывающими. Потребители на каждом рынке спроса равнодушны к тому, какая фирма произвела данный однородный продукт.

Функцией прибыли U_i фирмы $i = 1, \dots, I$ является разница между общими доходами фирмы и общими расходами:

$$U_i = \sum_{k=1}^{n_R} p_{R_k}(d) \sum_{p \in P_{iR_k}^0} x_p - \sum_{a \in L^0} C_a(f) - \sum_{a \in L^0} \pi_a(u_a) \quad (3)$$

Учитывая (1)–(3) можно записать:

$$U = U(X), \quad (4)$$

где U является I -мерным вектором прибыли фирм.

Выводы. В статье рассмотрена модель проектирования сети цепей поставок при условии олигополистической конкуренции. В данной модели фирмы выбирают не только оптимальные потоки продукции, но и производственные возможности, связанные с различными цепями поставок деятельности предприятия (производство, хранение и распределение, отгрузка). Модель позволяет графически визуализировать предлагаемую топологию сети цепи поставок и окончательный оптимальный (равновесный) проект сети. Важно отметить, что в рамках данной модели доказано, что подобные вопросы могут быть сформулированы и решены без использования дискретных переменных, а с использованием непрерывных переменных.

Перспективами дальнейшего развития модели проектирования сети цепей поставок являются:

1. В данную модель возможно введение в более явной степени международного (глобального) влияния на конкурирующие фирмы, с включением курсов валют и связанных с ними рисков.
2. Целесообразно будет разработать цепь поставок, перепроектированную под олигополистические модели.

Литература

1. Меджибовская Н. С. Электронный бизнес: компендиум и практикум : учеб. пособие / Н. С. Меджибовская. – О. : ВМВ, 2013. – 196 с.
2. Nagurney A. Supply chain network design under profit maximization and oligopolistic competition / A. Nagurney // Transportation Research. – 2010. – Part 46. – P. 281–294.
3. The Kellogg company optimizes production, inventory and distribution / G. Brown, J. Keegan, B. Vigus, K. Wood // Interfaces. – 2001. – № 31. – P. 1–15.
4. Смирнова Е. А. Управление цепями поставок : учеб. пособие / Е. А. Смирнова. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 120 с.

References

1. Medzhybovskaya N. S. Elektronnyy byznes: kompendyum y praktykum : uchebnoye posobyе N. S. Medzhybovskaya. – Odessa : VMV, 2013. – 196 p.
2. Nagurney A. Supply chain network design under profit maximization and oligopolistic competition / A. Nagurney // Transportation Research. – 2010. – Part 46. – P. 281–294.
3. The Kellogg company optimizes production, inventory and distribution / G. Brown, J. Keegan, B. Vigus, K. Wood // Interfaces. – 2001. – Vol. 31. – P. 1–15.
4. Smyrnova E. A. Upravlenye tsepyamy postavok : uchebnoye posobyе / E. A. Smyrnova. – SPb. : Yzd-vo SPbHUEF, 2009. – 120 p.

Надіслана/Written: 24.05.2014 р.
Надійшла/Received: 27.05.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Проведено дослідження використання інформаційних технологій та систем в управлінні підприємства для оптимізації його діяльності на сучасному етапі розвитку економіки.

Ключові слова: інформаційні технології, автоматизація, сучасні технології, інформаційні системи, інформація, управління.

P. A. GONCHARUK

Classic Private University, Zaporizhzhya

INFORMATION SYSTEMS IN BUSINESS MANAGEMENT

Abstract – Objectives – research areas of misuse of information technologies and business management systems. The article studies usage of information technology and management systems in business management in terms to optimize operations in the enterprise in the framework of current economic development. Practice of business management, on one hand, takes a balanced approach to the information support of business decisions; on the other hand, there is no special service department that would be responsible for providing information. Other words, searching of reliable information relies on each separately taken service or department. But we cannot consider this being a mistake, because today business entities conducting effective system of automation and computerization, providing reliable operation of information within the enterprise. At the same time, it is likely that external information can be unreliable. Since the management system cannot operate without reliable, prompt, relevant information and its analytical processing, there is an urgent need for an entity to implement modern information systems. Information support is a complex and multifaceted process that uses all the achievements of modern information technology, latest computer technology, all of which allow the successful management of interaction between departments. Well-organized information system as a mechanism of structural units' interaction provides new opportunities to organize relevant information according to specific needs of managerial staff of the company.

Key words: information technology, automation, advanced technology, information systems, information, management.

Problem statement. Implementation of advanced management information systems and information technology is one of the most effective areas of management in an organization. The newest information technology is an essential and necessary tool for enterprise management, that allows you to provide executive staff and company's management team with required qualitative information at appropriate time; to optimize the personnel, which is engaged in the collection, storage, accounting and data processing; to get information quickly, carry out proficient record-keeping and data processing, store and protect the information you need; conduct analysis and forecasting of the company, as well as proficiently, promptly make needed managerial decisions.

Analysis of recent research and publications. In order to optimize production, to the issue of information technology and information management systems in the company addressed a number of studies of domestic and foreign scientists, including: Tereshchenko M.A. [1], Harasym M.P. [2], Sayko L.Ya. [2], Pyrih D.Z. [3], Zayats V.M. [4], Kostyanyk N.V. [5] and others.

Allocation of unsolved aspects of the problem. Today, information systems and technologies are developing very rapidly, and data flows that circulate in the world are massive, and it is inherent in tendency to increase. Therefore, in any business, there are problems of information management, receiving its full and on time, which will provide the most efficient operation. Nowadays, dominant role of management and information systems and technologies, continual development, adapting to any change and improve them in order to ensure the efficient operation of the enterprise becomes apparent. This determines the relevance of the research topic.

Goal of research. The research directions of misuse of information technologies and business management systems.

Statement of basic research material. Wide informatisation of all present areas fundamentally strengthens the role of data and information technology. Particularly relevant these issues are for economic entities where management is an ongoing process of processing large volumes of diverse information.

Information service of the company generally is not allocated to a separate division. It is an integrated part of the process of doing business and its management is as essential as the main production, marketing service or financial accounting. To combine separate divisions of the entity into a single unit and ensure an effective economic activity the enterprise creates an integrated information system. It allows to provide an exchange of information in the company: information about the work of each department and the external changes is recorded, analyzed, summarized and used in decision making process, which, in turn, is brought to people in charge of this decisions implementation. In medium-sized enterprises control function over activities and troubleshooting of information systems rely on the System Administration, and in small enterprises the following functions could be relayed on external specialist or part-time employee.

The basic approach to the use of information available to the company is the creation and application of information systems in management [6].

According to Voytyushenko N.N., information system means a combination of data, physical hardware and software and technological means, telecommunications, databases, methods and data processing, personnel mana-

gement, which realize the collection, processing and accumulation of information for preparation and adoption of effective management decisions [7].

The control system cannot operate without reliable, prompt, relevant information and its analytical processing. Information Management & Analysis System plays a critical part in the operation of enterprise management system, providing interaction between different structural subdivisions and respond to changing internal and external environment.

The information system as a management system is closely related to the storage system and providing information, as well as systems which provide information in the management process. In addition, the management system encompasses a set of tools and techniques that allow the user to capture, store, transmit and process the selected information. Information systems exist since the advent of society due to importance of managing at each stage of its development. The mission of the system requires production of information that is needed for a business entity, it is appropriate for the effective resource management, creation of informational and technical environment to manage.

Today, the information age, almost every information system uses computer technology. A variety of information systems is growing every year. Depending on the functional purpose of the system are the following: control systems (DCS, ASUV), designing (CAD), scientific research (ASND, expert systems), diagnostic modeling, preparation of decision making (DSS), and depending on the scope of use – administrative, economic, industrial, medical, educational, environmental, forensic, military and so on.

The main factors that affect the implementation of information systems is the needs of enterprises and users, as well as the availability of appropriate facilities for their formation. The most significant for the information systems development were the advances in computer hardware and telecommunication networks [2].

When developing Technology Development Strategies, in particular by implementing of modern information systems especially should take into account the opportunities the enterprise in such a development, organizational, economic and social aspects of implementation. Traditionally, choose one of two alternative concepts:

1) information technology adapts to the existing organizational structure and occurs only upgrading of working methods;

2) new information system is focused on the future organizational structure and provides full development of communications and the development of new organizational relationships.

The advantages of the first concept should include a minimum level of risk and cost. The disadvantages could become underdeveloped communications and the necessity of continuous changes in forms of delivering information tailored to specific technological methods and technical means that in general will reduce the efficiency of decision-making.

According to the second concept, the system effectiveness accomplished by continuous creation and combination of its subsystems. It enables to get rid of duplication and ensure the multiple use of information and to establish integrative connections, limit the number of indicators to increase the degree use of the information.

The disadvantages of this concept are significant expenditures at an early stage associated with the development of a general survey of all business units, as well as the psychological tension caused by predictable changes in the structure of the company.

Appropriate Management Information System tends to create proper conditions to maximize the use of available information in terms to achieve its strategy and current goals, increase the market value of the enterprise and gain competitive advantage in a dynamic market environment. Advantage of such a system that constructed on the basis of computer technologies lies in convenience in use, processing and maintaining of information about current activities as well as on a planned [8].

Implementation of new information technologies in the management of appropriate primarily focus on improving management information systems (MIS), decision support systems (DSS) and using of Project Management Information System (PMIS). To some extent, these systems are the basis of information management and the development of innovative capacity of enterprises. Thus improvement of MIS must be targeted at the internal needs of management and external communication links with enterprise customers. At the same time, IT should not form new elements in management, but using only the functional components of the company IT have to expand and deepen their information capabilities.

On this basis MIS can be defined as a complex of processes, equipment and staff, which carries out search, collection, processing, transformation and dissemination of necessary information in management and production

Decision Support Systems – a special interactive MIS, which include computers, software, databases, mathematical models of management processes. That was created to support separate stages of structured and unstructured decision-making in the process of modeling for specific technologies.

DSS is not focused on the description of the process, but it focused on a set of formal possibilities that are elected by leader in interactive mode. They define a number of alternatives that depend on the selected parameters (features), but do not determine clearly defined process. Such creative job with DSS requires from the head deep knowledge of object-business management, high competence and professional knowledge of computer systems [3].

The reasons, that motivate enterprises to implement information systems, on the one hand, are determined by the desire to increase the productivity of daily activities or avoid repeated conduct, on the other hand – by the desire to increase the effectiveness of management of the Company, by taking optimal and rational management decisions. The first reason is quite clear and implementation of standardized system of information processing is enough for its implementation.

Successful functioning of enterprises largely depends on successful management that based on the justification of future development concepts according to timely, accurate and complete information that can supply adequate information systems. Primary goal of management information system is subordinated to all internal processes of the main goals.

This requires coordinated processes, which related with the activities of the enterprises, so that they provide the maximum performance of the tasks in a single information field. Only information equipment of the entity begins to directly affect the efficiency of its operations. This requires coordinated processes, so they provide the maximum performance of the tasks in a common information realm. Only then information equipment of the enterprises begins to directly influence on the efficiency of its operations.

To the main areas of information management activities automation in the organizational framework belongs:

– Automation of documentary processing with the implementation of systems for processing and automate exchange of information through various forms of communication (which include enterprise PBXs, videoterminal system, a local computer network, copy machines, video information systems);

– Automation of manager's activities on computer based integrated information systems that provide assistance in decision-making, as well electron secretaries that contribute to upgrade the organizational management.

Implementation of information systems provides for manager a quick access to the accumulated information in order to continue using it efficiently to address the objectives (in the areas of analysis, marketing, finance, etc.) [2].

Modern IT based on the professional use of information resources enable managers to operate effectively while minimizing risk. Depending on the managerial assignments can be applied the following types of information-management technologies:

– Nonvolatile IT (reduce expenses, save natural and financial resources, but not significantly affect the change of state and functioning of the enterprise) transmit data from sender to recipient, not responsible for the essence of information transmitted and its using by recipient;

– Rationalizing IT – responsible for the information using;

– Constructive IT that “produces” new knowledge, convey and implement them to improve the level of management. Requirements for the professionals who prepare information for managers: fundamental training in management theory and practice, understanding the essence of functional load of relevant managers, knowledge of decision-making;

– Professional IT – means being skilled in information preparation. Managers must adhere to certain guidelines, including such as arrangement of data flow;

– Ensure the completeness and accuracy of all aspects of enterprise accounting;

– IT aimed to minimize information noise and limit information overload by the requirements of reliability;

– IT aimed to provide continuous communication between the external and internal information and decision-making at all levels of the management hierarchy [1].

The basis of the modern computer information technology is the artificial intelligence systems, which can be divided into the following groups:

– Intelligent information storage and retrieval system (IRS) that support nonprofessional users' interaction with database at professional language close to the natural;

– Accounting and logical systems that enable users to solve mathematical problems on a computer in interactive mode without being experts either in mathematics or in programming;

– Expert systems that allow to computerize spheres in which knowledge can be represented in the expert narrative form, so that the use of mathematical models is difficult either impossible [4].

Most developed countries economy entered a new period that is called post-industrial economy. Definition of the new socio-economic system requires the term “information society”.

In terms of new economic framework organization should be guided and in decisions-making as well by integrated information created within the company, and information about the surrounding economic environment.

The scale of data processing necessitated the further development of information and network technologies, that are technical maintenance of enterprise management system [5].

Information technology (IT) utilization refers to the most controversial issues intrafirm. Enterprise management often refuses to deal with them since feel being not competent enough, and the decision is usually assigned to the CIOs or specialized external agencies.

Commercial risks associated with IT are constantly increasing, and it is uncertain until when enterprises top management would underestimate the importance of this strategic resource. However, lately senior management became more attentive to IT. It must proceed from their decisive initiatives to change the situation in this area

Summary. Practice of business management, on one hand, takes a balanced approach to the information support of business decisions; on the other hand, there is no special service department that would be responsible for providing information. Other words, searching of reliable information relies on each separately taken service or department. But we cannot consider this being a mistake, because today business entities conducting effective system of automation and computerization, providing reliable operation of information within the enterprise. At the same time, it is likely that external information can be unreliable. Since the management system cannot operate without reliable, prompt, relevant information and its analytical processing, there is an urgent need for an entity to implement modern information systems.

Information support is a complex and multifaceted process that uses all the achievements of modern information technology, latest computer technology, all of which allow the successful management of interaction between departments. Well-organized information system as a mechanism of structural units' interaction provides new opportunities to organize relevant information according to specific needs of managerial staff of the company.

Література

1. Терещенко М. А. Інформаційні технології в системі управління підприємством / М. А. Терещенко // зб. наук. пр. Таврійськ. держ. агротехнолог. університету. Економічні науки. – 2012. – № 1, т. 2. – С. 193–200.
2. Гарасим М. П. Необхідність інформаційних систем і технологій в управлінні підприємством / М. П. Гарасим, Л. Я. Сайко // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : зб. наук. пр. / відпов. ред. О. Є. Кузьмін. – Л. : Вид-во НУ “Львівська політехніка”, 2012. – С. 327–332.
3. Пиріг Д. З. Застосування інформаційних технологій в управлінні розвитком інноваційного потенціалу / Д. З. Пиріг // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 5. – С. 135–142.
4. Заяць В. М. Роль інформаційних технологій у формуванні стратегічного мислення менеджера / В. М. Заяць // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 6. – С. 280–288.
5. Костяник Н. В. Розвиток форм обліку з використанням інформаційних комп'ютерних технологій / Н. В. Костяник // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 8. – С. 259–265.
6. Хоменко А. Г. Організація інформаційної системи підприємства / А. Г. Хоменко // Економічний простір : зб. наук. праць. – 2009. – № 25. – С. 230–237.
7. Войтюшенко Н. Н. Інформаційна система – необхідна складова ефективного функціонування підприємства [Електронний ресурс] / Н. Н. Войтюшенко, Г. А. Янголя. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=26826>
8. Голіонко Н. Г. Вплив інформаційних технологій на управління підприємством [Електронний ресурс] / Н. Г. Голіонко. – Режим доступу: http://joomla.spkneu.org/index.php?option=com_content&view=article&id=177:golionko3&catid=44:tezy2011section3&Itemid=114

References

1. Tereshchenko M. A. Informatsiyni tekhnolohiyi v systemi upravlinnya pidpryyemstvom / M. A. Tereshchenko // zb. nauk. pr. Tavriys'koho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu. Ekonomichni nauky. – 2012. – No 1, vol. 2. – P. 193–200.
2. Harasym M. P. Neobkhidnist' informatsiynykh system i tekhnolohiy v upravlinni pidpryyemstvom / M. P. Harasym, L. Ya. Sayko // Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku : zb. nauk. pr. – Lviv, Vydavnytstvo L'vivs'koyi politekhniki, 2012. – No 722. – P. 327–332.
3. Pyrih D. Z. Zastosuvannya informatsiynykh tekhnolohiy v upravlinni rozvytkom innovatsiynoho potentsialu / D. Z. Pyrih // Aktual'ni problemy ekonomiky, 2010. – No 5. – P. 135–142.
4. Zayats' V. M. Rol' informatsiynykh tekhnolohiy u formuvanni stratehichnoho myslennya menedzhera / V. M. Zayats' // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2009. – No 6. – P. 280–288.
5. Kostyanyk N. V. Rozvytok form obliku z vykorystanniam informatsiynykh komp'yuternykh tekhnolohiy / N. V. Kostyanyk // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2009. – No 8. – P. 259–265.
6. Khomenko A. H. Orhanizatsiya informatsiynoyi systemy pidpryyemstva / A. H. Khomenko // Ekonomichnyy prostir : zb. nauk. pr. – 2009. – No 25. – P. 230–237.
7. Voytyushenko N. N. Informatsiyna systema – neobkhidna skladova efektyvnoho funktsionuvannya pidpryyemstva “Naukove tovarystvo Ivana Kushnira” [Elektronnyy resurs] / N. N. Voytyushenko, H. A. Yanolya. – Rezhym dostupu: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=26826>.
8. Holionko N. H. Vplyv informatsiynykh tekhnolohiy na upravlinnya pidpryyemstvom, “Informatsiynyy portal kafedry stratehiyi pidpryyemstv Kyuyivs'koho natsional'noho universytetu im. Vadyma Het'mana” [Elektronnyy resurs] / N. H. Holionko. – Rezhym dostupu: http://joomla.spkneu.org/index.php?option=com_content&view=article&id=177:golionko3&catid=44:tezy2011section3&Itemid=114.

Надіслана/Written: 24.05.2014 р.

Надійшла/Received: 27.05.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. А. М. Ткаченко

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК ТЕХНОЛОГІЧНОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ

З'ясовано особливості поняття конкурентоспроможності підприємства та надано його визначення. Розглянуто особливості управління та ключові аспекти забезпечення конкурентоспроможності. Зауважена важливість такого фактора як технологія, а також розглянуто її особливості та аспекти формування в розрізі теорії технологічних укладів.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, управління, забезпечення, технологія, технологічний уклад, технологічне вдосконалення.

E. A. BEL'TJUKOV, N. O. BEZNOSHCHENKO
Odessa National Polytechnic University

PROVIDING OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE DUE TO A TECHNOLOGICAL IMPROVEMENT

Abstract – The aim of the research - to find the ways of decisions of the noted problems, which must be directed on the search of key factors of providing of enterprise competitiveness.

Competitiveness of enterprise – one of major categories of market economy which characterizes possibility and efficiency of adaptation of enterprise to the terms of market environment. A process of providing of competitiveness is the inalienable stage of strategic management an enterprise and related to the decision of problem of the most rapid achievement of the planned results in the conditions of changeable internal environment and situation at the market. A basic way to providing of competitiveness is technical and technological perfection of enterprise. Every technology, deciding the problem of production of separate product, has technological limits which determine possibilities of this technology and predetermine passing to more perfect technological processes are certain. In opinion of many scientists, development of technology is characterized by the technological mode which prevails. scientists select seven technological modes. Science and high-tech is main sources of the economic growing of the state.

Thus, only due to consideration of unity of economic, technological and institutional aspects of development enables to provide the competitiveness of enterprise in long duration period.

Key words: competitiveness of enterprise, management, providing, technology, technological mode, technological improvement.

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність підприємства – одна з найважливіших категорій ринкової економіки, що характеризує можливість і ефективність адаптації підприємства до умов ринкового середовища. Процес забезпечення конкурентоспроможності є невід'ємним етапом стратегічного управління підприємством та пов'язаний з вирішенням проблеми найшвидшого досягнення запланованих результатів в умовах мінливого внутрішнього середовища і ситуації на ринку. Протягом довгого періоду часу основними джерелами економічного зростання вважались матеріальні ресурси та робоча сила. Багато тисячоліть знадобилось людині, щоб до фізичної сили підключити інтелектуальну силу розуму та побудувати сучасну цивілізацію, засновану на знаннях та їх технологічному застосуванні [1]. Тому, основним шляхом до забезпечення конкурентоспроможності в умовах пріоритетності інноваційного розвитку економіки України й необхідності переходу до нового технологічного укладу є технічне та технологічне вдосконалення підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різні аспекти проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства висвітлювались у працях таких зарубіжних і вітчизняних вчених, як І. Ансофф, Г.Л. Азоев, О.А. Горбашко, І.М. Герчикова, А.П. Градов, В.Л. Дикань, Ю.Б. Иванов, П.С. Зав'ялов, Ф. Котлер, В.Я. Маштабей, М.М. Мельникова, М. Портер, Ю.Б. Рубін, А. Томпсон, Р. Уотермен, Р.А. Фатхутдінов, А.Ю. Юданова та ін.

Дослідженням питання техніко-технологічної бази підприємства та шляхів її вдосконалення займаються такі вчені, як І.М. Бойчик, Т.М. Литвиненко, Б. А. Маліцький, М.П. Нахаба, С.Ф. Покропивний, А.В. Шегда, Г.М. Тарасюк та ін. Однак, не зважаючи на велику кількість робіт, присвячених даній проблемі, єдиної концепції та механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства не знайдено.

Формулювання цілі статті. Метою статті є пошук шляхів вирішення зазначених проблем, які мають бути спрямовані на пошук ключових факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність виявляється лише в умовах конкуренції і через конкуренцію. Відмінності в трактуванні та основні розбіжності відносно визначення поняття конкурентоспроможності між авторами пов'язані з:

- ототожненням конкурентоспроможності підприємства та конкурентоспроможності продукції (послуг);
- розглядом конкурентоспроможності на регіональному, національному або світовому ринку (підприємство, галузь, країна);
- заміною одного поняття іншим (конкурентний статус, конкурентний рівень);

– характеристикою будь-якої складової конкурентоспроможності підприємства – конкурентоспроможність виробничого, трудового потенціалу.

Складність конкретизації поняття “конкурентоспроможність підприємства” витікає з його особливостей, виділених в сучасній економічній літературі різними вченими, стосовного того, що конкурентоспроможність: 1) як адаптивність не є якістю, притаманною підприємству; 2) виникає і може бути оцінена тільки при наявності конкурентів; 3) є відносним поняттям і має різний рівень по відношенню до різних конкурентів; 4) залежить від рівня конкурентоспроможності продукції, галузі, країни; 5) залежить від рівня конкурентних переваг і шляхів їх здобуття тощо.

Конкурентоспроможність підприємства відповідає наступним принципам і положенням [2, с. 31–32]:

- 1) формується на основі впровадження нововведень, поліпшень та змін (реструктуризація);
- 2) стосується всієї системи створення цінностей – це весь набір видів діяльності, які взаємодіють у процесі створення, виробництва і реалізації продукції;
- 3) повинна постійно підтримуватися безперервним удосконаленням;
- 4) може забезпечуватися різними методологічними підходами і характеризується різноманітними способами досягнення;
- 5) забезпечується завдяки наявності конкурентних переваг, які формують конкурентоспроможність продукції;
- 6) конкурентна перевага, що забезпечує конкурентоспроможність підприємства, може формуватись в різних площинах діяльності підприємства: менеджменті, маркетингу, логістиці, фінансовій діяльності, підприємстві, і реалізуватися за допомогою різноманітних методичних підходів;
- 7) дослідження конкурентоспроможності підприємства передбачає ретельний розгляд всіх складових, елементів, факторів внутрішнього і зовнішнього середовища діяльності підприємства;
- 8) існуючі методики оцінки конкурентоспроможності підприємства і конкурентоспроможності продукції дозволяють більш поглиблено проаналізувати стан і рівень конкурентоспроможності діючих підприємств.

Проаналізувавши існуючі визначення конкурентоспроможності підприємства та з огляду на пріоритетність інноваційного розвитку економіки України й необхідності переходу до нового технологічного укладу (5-6), можна запропонувати наступне її тлумачення: **конкурентоспроможністю підприємства** є ступінь переваги підприємства відносно інших підприємств даної галузі всередині країни та поза її межами за такими характеристиками, як: рівень технології, форми організації процесів, рівень стратегічного і поточного планування, якість продукції та виробництва, якість систем управління, комунікації, навички та знання персоналу, інформаційне та ресурсне забезпечення тощо, та можливість утримання протягом тривалого періоду часу конкурентних переваг.

Конкурентоспроможність продукції й конкурентоспроможність підприємства співвідносяться між собою як частина й ціле. Можливість підприємства конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару, а також від сукупності економічних методів управління діяльністю підприємства, що мають вплив на результати конкурентної боротьби.

Як сучасна концепція, управління конкурентоспроможністю знаходиться на етапі свого становлення і передбачає серйозну трансформацію всіх форм і методів традиційного менеджменту, підпорядкування їх ідей найбільш повній реалізації основних конкурентних переваг підприємства [2, с. 78]. Наразі існує велика кількість наукових підходів до управління конкурентоспроможністю, які не дублюють, а доповнюють один одного. Деякі з них застосовуються в різних сферах діяльності.

Система управління конкурентоспроможністю є частиною системи управління підприємством, а її основним завданням є забезпечення максимально високого і максимально стійкого рівня конкурентоспроможності підприємства шляхом участі у формуванні управлінських впливів, що реалізуються в системі управління підприємством.

Управління конкурентоспроможністю підприємства пропонуємо розглядати як систему послідовних цілеспрямованих дій, взаємопов'язаних з основними підсистемами (управляючою; підсистемою, якою управляють; цільовою; підсистемами ресурсного, правового, інформаційного та методичного забезпечення), які регулюють процес вибору стратегії розвитку підприємства для підвищення його конкурентних можливостей, зміцнення конкурентних позицій на вітчизняному і світовому ринках та забезпечення стійкого розвитку.

Система має бути чутливою, гнучкою та здатною швидко адаптуватися до динамічних змін внутрішнього та зовнішнього середовища. На сучасному етапі функції управління конкурентоспроможністю реалізуються в п'ять етапів: планування діяльності у сфері забезпечення конкурентоспроможності; організація процесу; мотивування працівників, які здійснюють процеси; контролювання та регулювання процесу забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства – це сукупність послідовних дій керуючої підсистеми, сфери забезпечення (інформаційної, наукової, правової, нормативної, ресурсної), що здійснюють взаємовплив на керовану підсистему (техніко-технологічну, соціально-трудова, організаційно-економічну, фінансово-інвестиційну складові) для досягнення конкурентоспроможності на ринку [3].

Для досягнення довготривалого успіху робота по забезпеченню конкурентоспроможності підприємства має здійснюватися в усіх сферах та по всіх аспектах його діяльності. Звідси випливає, що ключовими **аспектами забезпечення конкурентоспроможності підприємства** є [4, с. 338]:

– виробничий – ключове значення мають номенклатура й асортимент товарів, якість продукції, характер технології, масштаби виробництва, забезпеченість основними видами ресурсів, якість ресурсів, гнучкість виробництва;

– маркетинговий – велике значення мають дослідження й прогнозування ринку, система просування та збуту товару, ціноутворення, рекламна діяльність, обслуговування споживача;

– фінансовий – головне значення мають ступінь ліквідності, активність, доходність, платоспроможність підприємства, залучення зовнішніх фінансових ресурсів, інвестування наявних коштів, загальний фінансовий стан підприємства;

– інноваційний – першочергове значення мають здійснення науково-дослідних та досвідно-конструкторських робіт (НДДКР) власними силами, використання запозичених результатів НДДКР, ступінь оновлювання продукції, технології, ступінь використання інформаційних технологій;

– кадровий та організаційно-культурний – ключове значення мають кількісний та якісний склад персоналу, тип лідера, характер організаційних цінностей, комунікації та процедури;

– управлінський – головними є тип організаційної структури управління (ОСУ), гнучкість та раціональність ОСУ, стиль та методи управління, адаптаційні можливості, гнучкість та гомеостатичність підприємства.

Технологічна революція трансформує продуктивні сили суспільства та створює небачені раніше умови для формування у людей в різних країнах світу одних й тих же цінностей. Пріоритет отримують ті, які ідентифікуються з кращими умовами життя і праці людей, політичними свободами, суверенністю держави. На основі усвідомлення цих пріоритетів та співставленні їх з реальним життям люди роблять свій новий вибір.

Всі ці фундаментальні феномени взаємопов'язані. Більш того, суспільство, яке не спроможне змінюватись технологічно, одночасно з економічними та соціальними змінами, проречене на відставання.

Наука та високі технології – головні джерела економічного зростання держави [5]. Тому одним з найважливіших факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємства, на нашу думку, є технологія.

Розвиток досліджень у галузі економічної теорії технологічних змін призвів до того, що раніше загальний, невизначений, навіть аморфний науково-технічний прогрес почав набувати чітких контурів на основі його структуризації. З цього процесу виокремили технологію як відносно стабільне поняття. Знаряддя праці, як найбільш рухлива складова продуктивних сил, швидко розвиваються та удосконалюються, з'являються нові зразки техніки, але все це відбувається в межах певної технології. І, лише через досить значний проміжок часу, виникає і поширюється нова технологія. Наукове пізнання й осмислення процесів технологічного розвитку спричинили появу понять і термінів, що характеризують їхній рух: технологічна межа, технологічний розрив, технологічний стрибок, технологічний уклад та ін.

Технологія як визначена послідовність виробничих операцій і процесів підпорядкована досягненню певного результату, тобто виготовленню продукту праці. Кожна технологія, розв'язуючи проблему виробництва окремого продукту, має певні технологічні межі, що визначають можливості цієї технології та зумовлюють перехід до досконаліших технологічних процесів. Причому один і той самий продукт виробляють за різними технологіями. Тобто в межах технології, яка переважає, можна знайти ліпші та гірші способи виробництва, що залежить від рівня знань цих процесів і вміння обирати найефективніший з них.

Застосування і використання нової техніки і технології дають змогу зменшувати індивідуальні витрати виробництва до рівня нижче суспільно необхідних і досягати вищих, ніж середні, суспільних результатів виробництва.

На думку багатьох вчених, розвиток технології характеризується технологічним укладом, який переважає [6].

Технологічний уклад характеризує стан техносфери більш високого рівня досконалості, при якому в системах технологій, машин та пристроїв, що засновані на нових принципах дії, використовуються відповідні компоненти, матеріали та енергоносії. Кожний уклад складається з поколінь техніки та технологій, що по черзі змінюють одне одного, розвиток кожного з яких визначається своїм пріоритетним науковим техніко-технологічним напрямком. В кожному технологічному укладі тимчасово можуть функціонувати технологічні системи з попереднього рівня досконалості та елементи перспективних систем в силу еволюції техносфери. В якості загального підходу до характеристики технологічного розвитку приймається переважання одного технологічного укладу у “епіцентрах технологічного розвитку” [7, с. 22–23]. На сьогодні деякі вчені виокремлюють п'ять великих циклів (див. табл. 1). Ми погоджуємось з авторами [7], які виокремлюють сім технологічних укладів (див. рис. 1) [6, с. 225–226].

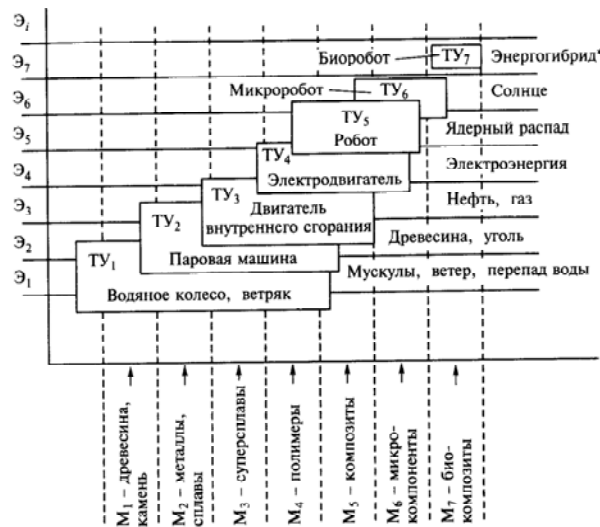
Шостий технологічний уклад буде другим технологічним укладом після наступного технологічного способу виробництва, що відповідає постіндустріальній цивілізації. Він може переважати у 2020–2030-х рр. Його основи закладені вже сьогодні.

Вищим укладом є біомехатронний – штучне злиття інтересів виживання біосфери та розвитку техносфери на основі мінеральних ресурсів геосфери в просторі біомехатронної оболонки Землі – ноосфери – сфери інтелекту, що було передбачено в працях академіка В.І. Вернадського [7].

Аналіз свідчить, що технологічний уклад на першому етапі діяльності утверджується як втілення певних техніко-технологічних принципів, а потім, коли виникали адекватні виробничі відносини, сприятливі для сприйняття технологічних нововведень, останні перетворювалися на реальність, більше реалізовувалися у господарській практиці.

Періодизація технологічних укладів

| Технологічний уклад | Період домінування | Країна-лідер | Технологія, що переважає |
|---------------------|--------------------|---|--|
| Перший | 1770–1830 рр. | Велика Британія, Франція, Бельгія | Водяний двигун, виплавка чавуну і обробка заліза, будівництво каналів |
| Другий | 1840–1880 рр. | Велика Британія, Франція, Бельгія, США, Німеччина | Паровий двигун, вугільна промисловість, машино- та верстатобудування, чорна металургія |
| Третій | 1890–1930 рр. | Велика Британія, Франція, США, Німеччина | Електротехнічне і важке машинобудування, виробництво сталі, неорганічна хімія, важке озброєння, кораблебудування, лінії електропередач, стандартизація |
| Четвертий | 1940–1980 рр. | США, Західна Європа, Японія | Синтетичні матеріали, органічна хімія, кольорова металургія, автомобілебудування, атомна енергетика |
| П'ятий | 1980–2020 рр. | США, Євросоюз, Японія, країни Південно-Східної Азії | Обчислювальна техніка, телекомунікації, роботобудування, мікро- і оптиковолоконні технології, штучний Інтелект, біотехнології |



* Енергогібрид – комбінований енергоносіє

Рис. 1. Матеріали (Мі) та енергоносії (Еі) технологічних укладів ТУ

Технологія як важлива складова продуктивних сил завжди існує у певній суспільно-економічній формі, що визначається виробничими відносинами, які переважають. Тому за умови єдності технологічного та економічного аспектів суспільного виробництва між ними обов'язково виникають невідповідності й суперечності [6, с. 227]. Учення про технологічні уклади має не лише теоретичне, але й практичне значення, значно поглиблюючи розуміння структури економіки, тенденції її розвитку шляхом урахування змін співвідношення між технологічними укладами.

Аналіз свідчить, що технологічна структура економіки – необхідна умова формування економічної політики, визначення її пріоритетів. Так, під час оцінювання технологічної структури економіки України експертами отримали такі результати: на частку п'ятого укладу припадає 4,7 % (військово-космічна техніка, засоби зв'язку); четвертий уклад становить майже 42,4 і третій – 52,8 %. В економіці зберігаються усі складові реліктових укладів (першого та другого). Як видно, технологічна структура чітко характеризує рівень розвитку економіки, її техніко-технологічну відповідність до сучасності. В Україні переважають третій і четвертий технологічні уклади, тобто вони ґрунтуються на електродвигуні та двигуні внутрішнього згорання [6, с. 229–230]. Отже, економіка залишається на індустріальному етапі, а тому відстає від розвинених країн на технологічну епоху. Технологічна структура економіки – це надійно основа визначення напрямів спрямування інвестицій, забезпечення розвитку економіки шляхом прогресивних зрушень, послідовного зростання науково-технічного рівня економіки, поступового збільшення складових інформаційної економіки, економіки знань [6].

Висновки. Врахування єдності економічного, технологічного, інституціонального аспектів розвитку, детальне з'ясування взаємозв'язку економіки, технології та інституціонального середовища дають змогу не лише повніше розкрити сутність процесів, але й збагачує власне методологію пізнання економіки та механізмів її функціонування і розвитку. І, навпаки, недооцінювання технології та інститутів збіднює процес аналізу і ступінь обґрунтованості висновків та пропозицій. Як зазначалося, концепція технологічних укладів не лише розкриває технологічну структуру економіки, але й свідчить про ступінь її прогресивності, характеризує науково-технологічний рівень економіки країни, шляхи удосконалення її структури. Варто відзначити, що технологічне вдосконалення можливе лише за умови його поєднання з менеджментом, плануванням, організацією, маркетингом тощо. Тобто, лише комплексний підхід до забезпечення конкурентоспроможності може призвести до довготривалого успіху підприємства.

Література

1. Малицький Б. А. Неолібералізм и кризис інноваційного розвитку економіки. Формула кризи / Б. А. Малицький. – К. : Фенікс, 2009. – 64 с.
2. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія / О. І. Драган. – К. : ДАКККіМ, 2006. – 160 с.
3. Олійник І. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / І. Олійник // Матеріали студ. конф “Соціально-економічний розвиток України на початку ХХІ століття”. – Режим доступу: http://feu.kneu.edu.ua/ua/confere_nce/conf_social_dev_ukr_12/section5/oliynik/
4. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посібник / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабас, А. В. Вакулєнко. – К. : Вид-во КНЕУ, 2008. – 520 с.
5. Малицький Б. А. Прикладне наукознавство / Б. А. Малицький. – К. : Фенікс, 2007. – 464 с.
6. Чухно А. А. Інституціонально-інформаційна економіка : підручник / А. А. Чухно, П. М. Леоненко, П. І. Юхименко ; за ред. акад. НАН України А. А. Чухна. – К. : Знання, 2010. – 687 с.
7. Кочетов В. В. Інженерна економіка : учебник / В. В. Кочетов, А. А. Колобов, И. Н. Омельченко ; под ред. А. А. Колобова, А. И. Орлова. – М. : Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2005. – 668 с. : с ил.

References

1. Malytskyy B. A. Neolyberalyzm y kryzys innovatsyonnoho rozvytyya ekonomyyky. Formula kryzysa / B. A. Malytskyy. – K. : Fenyks, 2009. – 64 s.
2. Drahan O. I. Upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryyemstv: teoretychni aspekty : monohrafiya / O. I. Drahan. – K. : DAKKKiM, 2006. – 160 s.
3. Oliynyk I. Stratehiya zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Elektronnyy resurs] / I. Oliynyk // Materialy student-s'koyi konferentsiyi “Sotsial'no-ekonomichnyy rozvytok Ukrayiny na pochatku KhKhI stolittya”. – Rezhym dostupu: http://feu.kneu.edu.ua/ua/confere_nce/conf_social_dev_ukr_12/section5/oliynik/
4. Upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryyemstva : navch. posibn. / S. M. Klymenko, T. V. Omel'yanenko, D. O. Barabas', A. V. Vakulenko. – K. : Vyd-vo KNEU, 2008. – 520 s.
5. Malits'ky B. A. Prykladne naukoznavstvo / B. A. Malits'ky. – K. : Feniks, 2007. – 464 s.
6. Chukhno A. A. Instytutsional'no-informatsiyna ekonomika : pidruchnyk / A. A. Chukhno, P. M. Leonenko, P. I. Yukhymenko ; za red. akad. NAN Ukrayiny A. A. Chukhna. – K. : Znannya, 2010. – 687 s.
7. Kochetov V. V. Ynzhenernaya ekonomyyka : Uchebnyk / V. V. Kochetov, A. A. Kolobov, Y. N. Omel'chenko ; pod red. A. A. Kolobova, A. Y. Orlova. – M. : Yzd-vo MHTU ym. N.E. Baumana, 2005. – 668 s. : s yl.

Надіслана/Written: 27.05.2014 р.
Надійшла/Received: 30.05.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

**МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОКАЛЬНОГО РИНКУ:
НЕОБХІДНІСТЬ, ЗНАЧЕННЯ ТА ПРОБЛЕМИ
В УМОВАХ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Систематизовані та узагальнені підходи до визначення маркетингових досліджень, на основі чого сформовано авторське визначення маркетингових досліджень локального ринку. Розглянуто маркетингові дослідження локального ринку як джерело достовірної та надійної інформації для підприємства. Доведено доцільність використання маркетингових досліджень як центральної керівної функції управління підприємством на локальному ринку.

Ключові слова: локальний ринок, маркетингові дослідження локального ринку, маркетингова інформація, системи процесів маркетингового дослідження локального ринку.

A. A. VOROBIOV, M. I. BELEVTSSEV
Donetsk National University

**MARKETING RESEARCH OF THE LOCAL MARKET: THE NEED, IMPORTANCE
AND CHALLENGES IN THE MODERN DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY**

Abstract – Marketing research of the local market should be seen as a source of credible information that enabled the company to develop effective marketing efforts to influence consumer behavior.

In the article systematization and generalization of going is given near determination of marketings researches, what author determination of marketings researches of local market is formed on the basis of. Marketings researches of local market as reliable and reliable information generator are considered for an enterprise. Expedience of drawing on marketings researches is well-proven as a central leading function of management an enterprise at the local market. Development of methodologies adaptation management companies in the local market to the dynamic market development provided systematization of internal marketing and research functions of the enterprise is the direction of further research.

Key words: local market, marketings researches of local market, marketing information, systems of processes of marketing local market research.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку національної економіки, яка характеризується турбулентними змінами у функціонуванні підприємств різних форм власності, поступово зростає значення своєчасної та достовірної маркетингової інформації, яка дозволить підприємствам вижити в конкурентній боротьбі та забезпечить стабільність роботи на локальних ринках в довгостроковій перспективі. Важливість інформаційної складової у маркетинговій діяльності підприємства підкреслюється тим, що першочерговою функцією маркетингу підприємств на локальних ринках є дослідницька або аналітична. За своєю сутністю дослідницька (аналітична) функція маркетингу являє собою фундамент усієї маркетингової діяльності підприємства та охоплює усю підготовку, що сприяє прийняттю будь-якого рішення щодо комплексу маркетингу. Без ґрунтовного дослідження стану та перспектив розвитку маркетингового середовища, без аналізу внутрішнього середовища підприємства практично неможливо здійснювати господарську та комерційну діяльність. У зв'язку з цим для підприємств на локальних ринках актуальним є питання щодо створення цілісної системи маркетингових досліджень як найважливішої маркетингової функції підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми здійснення маркетингових досліджень в рамках локальних ринках розглядаються багатьма вченими, як вітчизняними, так й зарубіжними, а саме: Багієв Г., Балабанова Л., Беляєвський І., Бойко І., Козловський С., Голубков Є., Котлер Ф., Полторак В., Райзберг Б., Садеков А., Старостіна А., Черчіль Г., Чумаченко М., Шубін О. та ін. При цьому, сучасний стан та можливості розвитку національної економіки потребують корегування класичних підходів щодо проведення маркетингових досліджень та створення адаптованої системи маркетингових досліджень підприємств, які функціонують на локальних ринках.

Постановка завдання. Головною метою статті є формування концептуальних засад створення системи маркетингових досліджень підприємства на локальних ринках, яка має розглядатися як центральна керівна функція маркетингового управління.

Виклад основного матеріалу. Зазвичай метою маркетингових досліджень на локальних ринках є виявлення можливостей підприємства для оволодіння конкурентними позиціями на конкретному ринку, зниження рівня невизначеності та комерційного ризику, збільшення ймовірності успіху маркетингової діяльності підприємства на ринку. Результатом маркетингових досліджень локальних ринків є обґрунтоване планування маркетингової діяльності підприємства, ідентифікація маркетингових можливостей та загроз, а також формування гнучкої системи реагування на зміни чинників маркетингового середовища. Поза цим становлення цілісної системи маркетингових досліджень локального ринку є досить проблемним напрямом діяльності у сфері маркетингу. Низка проблем, пов'язаних з маркетинговими дослідженнями локальних ринків, виникає внаслідок кількох причин. По-перше, на рівні територіальних меж ринку зникає безпосередній контакт між виробником і споживачем товару, що зазвичай призводить до відсутності у виробника

достовірної інформації. По-друге, внаслідок глобалізації ринків, загострення конкуренції, диференціації товарів і зростання кількості виробників, у покупця збільшується кількість варіантів вибору між продавцями, які функціонують на ринку, та їхніми товарами. По-третє, потрібен попередній прогноз щодо змін ситуації на ринку впродовж певного періоду для ухвалення обґрунтованих маркетингових рішень, що дає змогу досягти більшої узгодженості між потенціалом виробника та потребами споживачів.

Характер маркетингових рішень підприємства, яке функціонує на локальному ринку, зумовлений низкою чинників, а визначення ступеня та інтенсивності їхнього впливу пов'язане як з кількістю цих чинників, так і з труднощами щодо передбачуваності дії більшості з них [7]. Підпорядкування всіх аспектів діяльності підприємства завданням прибутковості бізнесу робить вивчення широкого спектру чинників ринку і проявів їхньої дії вихідним пунктом для ухвалення будь-якого господарського рішення.

Слід зазначити, що існують різні види трактувань поняття маркетингових досліджень, які концептуально не відрізняються одне від одного, але мають певні специфічні особливості [2]. При цьому доцільно здійснити їх структурний аналіз з метою виявлення ключових значень та з'ясувати етимологію структури самого поняття (табл. 1).

Таблиця 1

Конкретизація ключового значення та етимологічної структури поняття “маркетингові дослідження”

| Автор поняття | Ключове значення | Визначена мета | Етимологічна структура |
|---------------------------------|--|--|--|
| Котлер Ф. | Визначення кола даних | – | Дані – ситуація – збір, аналіз, звіт |
| Черчилль Г. | Функція зв'язку із споживачем | Виявлення та визначення можливостей та проблем | Розробка – уточнення – оцінка – контроль |
| Голубков Є. | Функція зв'язку з ринками, споживачами, конкурентами | Аналіз маркетингової діяльності | Збір – відображення – аналіз даних |
| Старостіна А. | Розробка рекомендацій | Досягнення кінцевих результатів | Постановка цілей – ідентифікація обсягів – збір – аналіз – розробка рекомендацій |
| Берман Б., Еванс Дж.Р. | Проблеми маркетингу товарів та послуг | – | Збір – відображення – аналіз |
| Багієв Г., Тарасевич В., Анн Х. | Процес | Прийняття рішення | Пошук – збір – обробка даних – підготовка інформації |
| Березін І. | З'ясування кола даних | Надання рекомендацій | Визначення кола даних – збирання – аналіз – звіт (висновки та рекомендації) |
| Райзберг Б. | Вивчення та прогноз ринку | Просування товарів та послуг | Вивчення – прогноз – просування |
| Кулібанова В. | Система | Проблеми маркетингу | Пошук – збір – обробка – інтеграція |
| Беляєвський І. | Дослідницька діяльність | Забезпечення потреб маркетингу | Збір – обробка – зведення аналізу – прогнозування |
| Ковальов А. | Процеси | Зменшення невизначеності | Збір – обробка – аналіз |
| Економічна енциклопедія | Процес | Прийняття рішень | Збір – обробка – аналіз |
| Полторак В. | Дослідження | – | Збір – відображення – аналіз |

Таким чином, зазначимо, що найбільш коректним та правомірним є тлумачення маркетингових досліджень локального ринку як системи процесів. До цього схиляється досить велика кількість авторів [4–6, 9]. Що ж до тлумачення досліджень як функції, то тут відзначимо, що за своєю сутністю дослідження є інструментом за допомогою або на основі якого приймаються рішення. Отже можна зробити висновок, що основу науково-методичного підходу до маркетингового дослідження локального ринку складає система процесів (див. рис. 1).

Таким чином, систематизація й узагальнення підходів до визначення маркетингових досліджень дозволяють сформувати визначення, згідно з яким маркетингові дослідження локального ринку є системою процесів, що спрямовані на здійснення зворотного зв'язку підприємства з елементами ринкового середовища на основі реалізації процесів, які мають на меті отримання інформації щодо можливостей для підприємства або шляхах розв'язання проблемної ситуації, що дозволяє значно знизити ризик прийняття рішень та сприяє розумінню процесів, що відбуваються у маркетинговому середовищі.

Відомо, що загальні цілі маркетингового дослідження можуть бути [9]:

- пошуковими, тобто передбачати збір попередніх даних, що висвітлюють проблему;
- описовими – передбачати опис певних явищ чи процесів, наприклад, з'ясувати чисельність потенційних споживачів конкретного виду товару на визначеному сегменті ринку;
- експериментальними – передбачати перевірку гіпотези, наприклад, що зниження ціни на товар на 5 % викличе зростання споживання на 10 %.



Рис. 1. Визначення складових системи процесів маркетингового дослідження локального ринку

Однак, щодо мети маркетингових досліджень локального ринку, то вона є варіативною складовою, і залежить від проблем, які постають перед підприємством та вимагають вирішення. Дослідження авторських підходів до розуміння мети маркетингових досліджень сприяло визначенню та систематизації цілей з їх конкретизацією (рис. 2).



Рис. 2. Конкретизація, систематизація та взаємозв'язок цілей маркетингового дослідження локального ринку

Предметом дослідження локальних ринків можуть бути: споживачі, мотиви їх поведінки, товари, ціни, методи розподілу продукції, методи просування продукції на ринку, конкуренти тощо [8]. В умовах динамічної маркетингової середовища виконання вимог щодо наявності у маркетинговій інформації деяких важливих рис, пов'язано з рішенням проблем, які можуть бути розглянуті як проблеми, які пов'язано з характеристикою маркетингової середовища; проблеми організації дослідницької діяльності і проблеми, які пов'язані з характеристикою маркетингової інформації.

Особливості маркетингової середовища локального ринку, яка є сукупністю різноманітних об'єктів маркетингових досліджень, визначає періодичність оновлення та швидкість старіння інформації. Інформація на

локальному ринку динамічно оновлюється тому, що на неї впливають такі фактори як технічний розвиток, конкурентний тиск, підвищення вимог зі сторони споживачів та ін. Динамічність локального середовища призводить до того, що інформація застаріває та її якість знижується вже на стадії обробки та реєстрації. Відповідно до цього необхідно визначити проблеми отримання маркетингової інформації на локальному ринку (рис. 3).

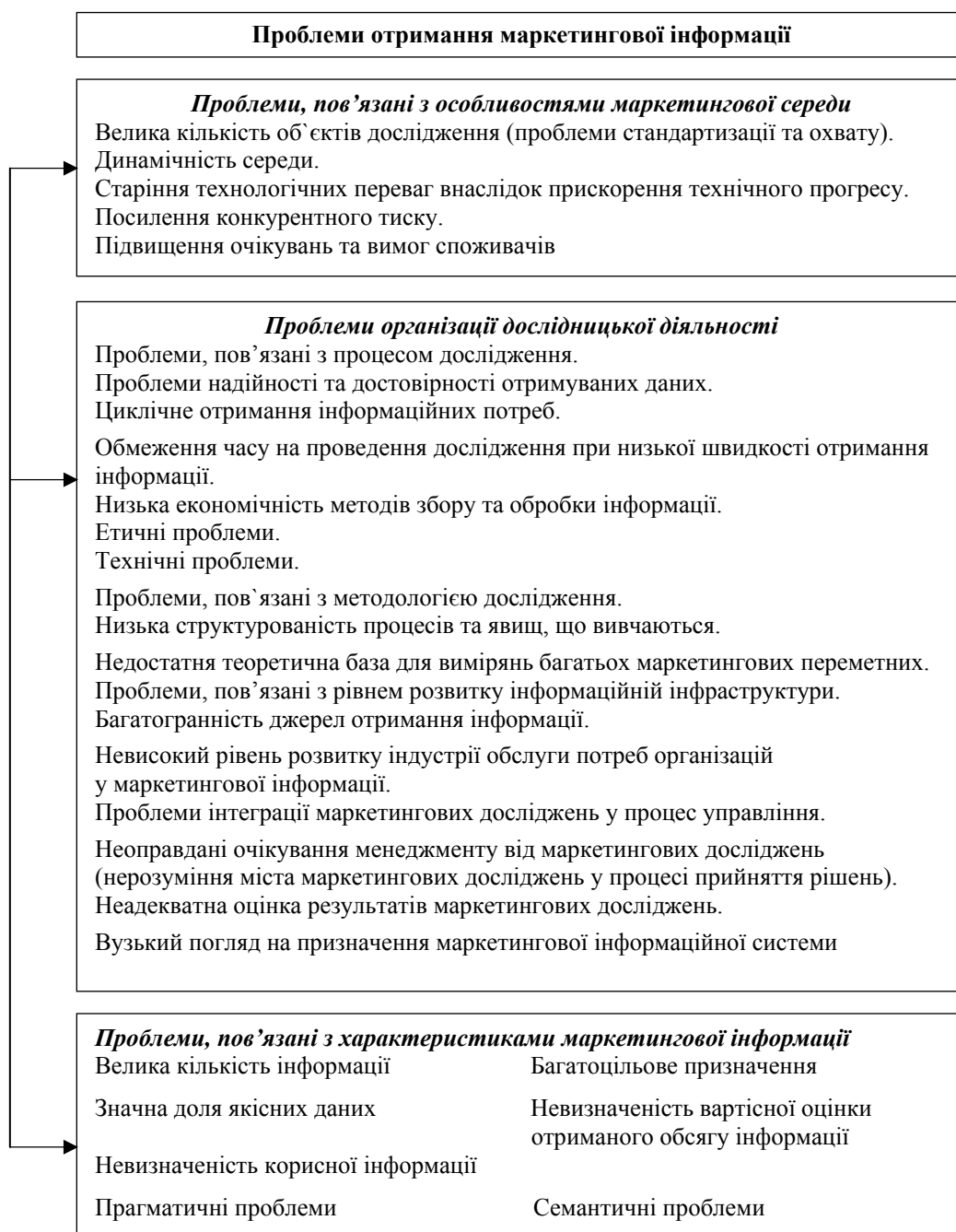


Рис. 3. Проблеми отримання інформації в умовах динамічної маркетингової середовища локального ринку [1]

Отже, теоретична база маркетингових досліджень локальних ринків ще недостатньо розвинута, для того щоб пояснити усі маркетингові процеси, які трапляються на ринку, та розробити маркетингові моделі. Труднощі збору й обробки даних обумовлюють важливість використання технічних засобів, навчання персоналу методам роботи з інформацією. Виходячи з цього, усі види дослідження локальних ринків необхідно розглядати як завдання загального маркетингового дослідження, які проводять підприємства.

Характер дослідження локальних ринків також залежить від регулярності його проведення. Є.П. Голубков вказує на комплексний характер маркетингових досліджень [3, с. 86]. При цьому він відзначив складність виділення одного напрямку. Внаслідок виникнення економічних причин дослідник може обмежити коло питань, що розглядаються і провести часткове дослідження. Таким чином, за ступенем охоплення проблеми дослідження локального ринку слід виділяти повне та часткове дослідження. Коли дослідження

одного й того ж об'єкту систематичне повторюється, можна говорити про багаторазове дослідження, у протилежному випадку його можна назвати разовим.

Узагальнення класифікаційних ознак та виділення у зв'язку з цим видів маркетингових досліджень подана у таблиці 2.

Таблиця 2

Класифікація маркетингових досліджень

| Класифікаційна ознака | Вид дослідження |
|---|--|
| За напрямом дослідження | – зовнішніх перемінних; – внутрішніх перемінних |
| За територіальним охопленням | – локальне, регіональне, національне, міжнародне |
| За видом переслідуваних цілей | – пошукові, описові, каузальні, тестові, прогнозні |
| За кількістю переслідуваних цілей | – одно- та багатоцільові |
| За характером обґрунтування результатів | – кількісні, якісні |
| За ступенем охоплення проблеми | – повне, часткове |
| За регулярністю проведення | – одно- та багаторазове |
| За кількістю представлених інтересів | – індивідуальне, колективне |

Таким чином, дані класифікаційні ознаки спроможні розкрити істотні риси, за якими розрізняються дослідження, для того щоб охопити увесь обсяг поняття маркетингові дослідження локального ринку.

Висновки. Маркетингові дослідження локального ринку слід розглядати як джерело достовірної та надійної інформації, яка б дала змогу підприємству розробляти ефективні маркетингові заходи для впливу на поведінку споживача. Бажана поведінка споживача при цьому для кожного підприємства полягає у виникненні в нього (споживача) відповідних реакцій щодо вибору продукції та установи, яка її пропонує. Таке трактування маркетингових досліджень локального ринку спрямовано на підвищення уваги до системи маркетингу як центральної керівної функції управління будь-яким підприємством, до чого більшість з них та їх керівний апарат поки що не готові. Внаслідок цього, розробка методологій адаптації управління підприємств локального ринку до динамічного ринкового розвитку за умови систематизації маркетингової внутрішньої системи та дослідницької функції підприємства є напрямом подальшого наукового пошуку.

Література

1. Бойко И. И., Козловский С. И. Основы аналитического маркетинга / И. И. Бойко, С. И. Козловский. – К. : Вид. дім “КМ Academia”, 1999. – 409 с.
2. Дэй Дж. Стратегический маркетинг / Дж. Дей. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2002. – 640 с.
3. Количественные методы анализа в маркетинге / под ред. Т. П. Данько, И. И. Скоробогатых. – СПб. : Питер, 2005. – 384 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1992. – 736 с.
5. Черчилль Г. А. Маркетинговые исследования / Г. А. Черчилль. – СПб. : Питер, 2000. – 752 с.

References

1. Boiko I. I. Fundamentals of analytical marketing / I. I. Boiko, S. Kozlovsky. – K. : Izd. home “km Academia”, 1999. – 409 s.
2. Day J. Strategic marketing / J. Day. – M. : EKSMO-Press, 2002. – 640 s.
3. Quantitative analysis methods in marketing / ed. by Tspanel, Sib. – SPb. : Peter, 2005. – 384 s.
4. Kotler F. Marketing Basics / F. Kotler ; per. s angl. – M. : Progress, 1992. – 736 s.
5. Churchill G. A. Market research / G. A. Churchill. – St. Petersburg : Piter, 2000. – 752 s.

Надіслана/Written: 27.05.2014 р.

Надійшла/Received: 30.05.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. М. І. Белявцев

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ УКРАИНЫ

Обґрунтовано вибір базової стратегії розвитку бізнесу на ринку телекомунікаційних послуг. Проведено діагностику внутрішнього і зовнішнього середовища компанії ПАТ “Укртелеком”, проаналізовано портфель наданих послуг. Запропоновано маркетингову стратегію розвитку продукту, а саме модернізацію технології широкопasmового доступу з використанням технології FTTB (Fiber To The Building). Ця технологія дозволить задовольнити вимогу користувачів до отримання високих швидкостей, а також попит на додаткові послуги, які вимагають широкопasmового каналу зв'язку. Використання стратегії розвитку продукту дозволить компанії закріпити лідерство на ринку широкопasmового доступу до мережі Інтернет і істотно збільшити прибутки.

Ключові слова: маркетинг, стратегічне управління, бізнес-портфель фірми, маркетингові стратегії зростання, телекомунікаційні послуги, фіксований і мобільний широкопasmовий доступ до мережі Інтернет, модернізація.

S. I. GRITSENKO
Donetsk National University**THE STRATEGIC MANAGEMENT MARKETING ACTIVITIES IN THE TELECOMMUNICATIONS MARKET OF UKRAINE**

Abstract – The choice of basic strategy of development of business in the market of telecommunication services is reasonable.

Internal and external environment diagnostic of the “Ukrtelecom” company was carried out, the package of the provided services was analyzed. The marketing strategy of the product is offered, specifically the modernization of broadband technology FTTB (Fiber To The Building). This technology will allow to satisfy the requirement of users to the receipt of high-rate, and also demand on additional services which require a broadband communication channel. To such services it is possible to take services for business (video conference call, remote studies, telemedicine) and entertainment services (Video on Demand, digital broadcasting, on-line games et cetera). The strategy use of development product will allow companies to fasten leadership at the market of broadband access to the network the Internet and substantially to increase values.

Key words: marketing, strategic management, business – brief – case of firm, marketing strategies of increase, telecommunication services, fixed and mobile broadband access to the network the Internet, modernization.

Постановка проблеми. Долгосрочная эффективность деятельности, обеспечение высоких темпов развития и повышения конкурентоспособности предприятий в условиях рыночной экономики в значительной мере зависят от уровня разработанности маркетинговых стратегий. Вследствие этого проблема их формирования находится в ряду наиболее важных теоретических и практических аспектов экономической науки. Исследования показывают, что главным фактором, препятствующим устойчивому экономическому развитию предприятий, является недостаточная разработка маркетинговых стратегий или их отсутствие.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием проблем теории и практики стратегического управления, реализации маркетинговых стратегий в повседневной деятельности компаний занимались многие отечественные и зарубежные ученые, среди которых можно выделить работы Аакера Д.А., Веснина В.Р., Довгань Л.С., Ламбена Ж.-Ж., Котлера Ф. и др.

Формулирование цели статьи. Обоснование стратегии развития бизнеса на рынке телекоммуникационных услуг Украины в современных условиях.

Изложение основного материала. Выбор стратегии, как и ее реализация составляют основную часть содержания деятельности по стратегическому управлению. В стратегическом управлении стратегия рассматривается как долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и форм ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде. Для достижения успеха часто одновременно используется несколько стратегий, главная из которых сегодня – маркетинговая [1, с. 18]. Маркетинговая стратегия – элемент стратегии деятельности предприятия, направленный на разработку, производство и доведение до покупателя товаров и услуг, наиболее соответствующих его потребностям.

Выбор одной из нескольких базовых стратегий нельзя считать нейтральным решением, так как все они связаны с различными видами рисков и разными приоритетами для организации [2, с. 362]. Поэтому считается необходимым ограничивать их число. Цель большинства стратегий в компаниях направлена на рост.

Стратегии концентрированного роста дают возможность ответить на вопросы, в каком направлении развиваться предприятию, чтобы лучше соответствовать требованиям рынка, а также достаточно ли собственных ресурсов для этого или необходимо пойти на внешние приобретения и диверсификацию своей деятельности. Выполнение стратегий влечет за собой преобразование стратегического плана компании в конкретные действия и затем – в результаты.

Стратегии концентрированного роста охватывают формирование целей, средств, которые связаны со сменой продукта и (или) рынка [1, с. 26; 3, с. 258]. При использовании этой стратегии компания пытается

улучшить или производить новый продукт, не меняя сферы деятельности. Компания ведет также поиск возможностей улучшения своего положения на существующем рынке или выхода на новый рынок.

Конкретные типы стратегий концентрированного роста:

- усиления позиции на рынке, когда компания делает все, чтобы с продуктом на рынке завоевать лучшие позиции. Реализация этой стратегии предусматривает большие маркетинговые усилия, осуществление горизонтальной интеграции, при которой компания пытается установить контроль над конкурентами;
- развития рынка сводится к поиску новых рынков для уже произведенного продукта;
- развития продукта направлена на рост за счет производства нового продукта, который будет реализовываться на уже освоенном компанией рынке.

Разработка нового товара для существующего рынка может принимать разнообразные формы. К ним относятся расширение функций товара, создание продуктов нового поколения и разработка новых товаров для существующего рынка [4, с. 360].

Телекоммуникационная отрасль Украины, одна из самых прибыльных секторов экономики, динамично развивается в течение длительного времени.

Украинский рынок телекоммуникационных услуг характеризуется устойчивостью рыночных позиций ключевых операторов, стабильным спросом на услуги, а также высокой конкуренцией в сегменте смежных продуктов. Доли основных игроков рынка телекоммуникаций в доходах отрасли в 2013 г.: группа Vimpelcom (Киевстар) – 34 %, МТС Украина – 24 %; ПАО “Укртелеком” – 15 %; Астелит (Life) – 9 %; другие – 18 % [5]. Основными сегментами на рынке телекоммуникационных услуг остаются мобильная, фиксированная и широкополосная связь, общая доля которых, в общих доходах от предоставления телекоммуникационных услуг по итогам 2013 г. составила 94,0 % [5]. Мобильная связь остается крупнейшим сегментом телекоммуникационного рынка Украины. В 2013 г. в структуре доходов отрасли она занимала 65,0 %. Доходы от фиксированного доступа к сети Интернет занимают небольшую долю в структуре доходов отрасли (10,0 %), но имеют наибольшие темпы роста (5,0 %).

Публичное акционерное общество “Укртелеком” – одна из крупнейших компаний Украины, предоставляющая полный спектр телекоммуникационных услуг во всех регионах страны.

Наиболее сильные позиции компания имеет на рынке услуг доступа к сети Интернет и фиксированной телефонии. ПАО “Укртелеком” является лидером рынка широкополосного фиксированного доступа к сети Интернет и занимает доминирующее положение на рынке фиксированной телефонии.

Сегодня ПАО “Укртелеком” – это предприятие, организационная структура которого сформирована по вертикальному принципу управления финансами, технологическими процессами, персоналом. В составе компании функционируют 33 филиала (в т.ч. 27 региональных филиалов) [5].

Доля ПАО “Укртелеком” на рынке Украины (по доходам) в 2013 г. по данным Государственной службы статистики Украины: рынок телекоммуникаций – 15 %; местная телефонная связь – 61 %; между-городная и международная телефонная связь – 76 %; компьютерная связь – 28 %, в т.ч. Интернет – 29 % [5].

Компания предлагает своим клиентам практически все виды современных телекоммуникационных услуг, таких как: международная, междугородная и местная телефонная связь; услуги передачи данных и построения виртуальных частных сетей; Интернет-услуги, в т.ч. услугу “ОГО” – скоростной доступ к сети Интернет для абонентов сети фиксированной телефонной связи; услуги Дата-Центра; услуги Контакт-центра; предоставление в пользование выделенных некоммутируемых каналов связи; видеоконференц-связь; проводное вещание; телеграфная связь; мобильные услуги по технологии UMTS/WCDMA (оператор “ТриМоб”).

Одной из основных особенностей деятельности предприятий телекоммуникационной отрасли является стабильный спрос на услуги, при стабильно высокой конкуренции внутри отрасли. Не менее важным этапом разработки стратегии предприятия является оценка потенциальных возможностей предприятия и его маркетинговых позиций на рынке. Для того чтобы получить оценку сил предприятия и ситуации на рынке, проводится SWOT-анализ, который подчеркивает, что стратегия должна как можно лучше сочетать внутренние возможности компании (её сильные и слабые стороны) и внешнюю ситуацию (частично отраженную в возможностях и угрозах).

При проведении SWOT-анализа изначально необходимо определить сильные и слабые стороны, а также благоприятные возможности и угрозы компании, данные представлены в виде таблицы (см. табл. 1).

По данным SWOT-анализа ПАО “Укртелеком” занимает лидирующие позиции в стране по предоставлению услуг связи. Как широкий спектр предоставляемых услуг связи, так и охват различных категорий потребителей услуг (население, юридические лица, операторы связи) являются несомненными плюсами в конкурентной борьбе за рынок. Привлечение новых клиентов обеспечивается использованием новейших технологий и доступными для клиентов ценами. Но есть и свои минусы. Негативным фактором являются частые неполадки на линиях передачи данных в части услуг предоставления Интернета, а также ограниченная скорость. В последние несколько лет конкуренция на рынке предоставления Интернет-услуг значительно повысилась, и в борьбе за потребителя качество предоставляемых услуг является немаловажным фактором.

ПАО “Укртелеком” стремится сохранить свои позиции на рынке и увеличить абонентскую базу. Для достижения желаемого результата с таким высоким уровнем конкуренции, необходимо иметь прочную финансовую основу. Одним из способов укрепления устойчивого финансового состояния предприятия является формирование наиболее прибыльного портфеля услуг.

Анализ внутренних и внешних факторов ПАО “Укртелеком”

| Внутренняя среда | |
|---|---|
| Сильные стороны | Слабые стороны |
| <ul style="list-style-type: none"> – высокая доля рынка в стране и регионе; – собственные сети передачи данных (преимущество по издержкам); – опыт постоянной разработки и внедрения новых услуг и новых тарифных планов; – квалифицированный и опытный персонал и менеджмент; – высокая узнаваемость и конкурентоспособность торговой марки; – административный ресурс (является поставщиком услуг связи для органов региональной власти); – ориентация на потребителя; – большая зона покрытия; – использование современных технологий; – предприятие не только предоставляет услуги связи населению и юридическим лицам, но и является поставщиком для операторов связи; – доступные для населения цены на услуги; – широкий ассортимент услуг | <ul style="list-style-type: none"> – слабая мотивация сотрудников предприятия; – частые неполадки на линиях по предоставлению услуги Интернет, по причине которых население переходит к другим операторам связи; – ограниченная скорость предоставления услуги Интернет; – низкая мотивация менеджмента к внедрению инноваций – в связи с высоким проникновением на рынок и высокой узнаваемостью торговой марки; – недостаточная организация маркетинговой деятельности; – недостаток финансирования подразделений, ответственных за выработку новых стратегий поведения предприятия на рынке; – большие издержки на обслуживания сети; – низкая ценность инноваций для потребителя (неоправданность внедрения новых услуг, неготовность большинства абонентов оценить новые возможности и соответственно нести дополнительные расходы за них); – постоянное сокращение пунктов обслуживания, что влечет за собой неудобство для клиентов |
| Внешняя среда | |
| Возможности | Угрозы |
| <ul style="list-style-type: none"> – постоянно растущий спрос на услуги связи и появление новых клиентов; – появление новых услуг и технологий; – высокая способность персонала к повышению квалификации, что позволяет быстро внедрять новые технологические решения в производственный цикл; – благоприятные демографические изменения (повышение рождаемости); – снижение уровня конкуренции (позволит уменьшить расходы на рекламу, и не снижать цены на услуги); – увеличение уровня доходов населения; – рост спроса на дополнительные услуги сети; – снижение цен на взаимодополняющие товары и услуги (повлечет за собой спрос на услуги компании); – снижения налогов и сборов (позволит снизить цены на услуги связи и тем самым стимулировать спрос, увеличить прибыль) | <ul style="list-style-type: none"> – появление на рынке конкурентов с более выгодными тарифными планами для разных категорий пользователей; – замедление роста рынка проводной телефонной связи и проводных сетей передачи данных; – повышение требований рынка по качеству услуг проводной и беспроводной связи; – изменение характера спроса на различные виды услуг связи; – падение спроса на отдельные виды услуг связи; – снижение уровня дохода населения; – неблагоприятные демографические изменения в регионе; – расширения зоны покрытия конкурентами (повлияет на уровень конкуренции особенно в населенных пунктах, которые до этого не были освоены другими операторами); – выход на рынок новых услуг заменителей (появление на рынке новых более привлекательных услуг связи); – повышение тарифов (регулирует НКРСИ); – повышение уровня безработицы; – изменение потребностей и вкусов потребителей |

С помощью матрицы “Рост/Доля рынка” Бостонской консультационной группы [6, с. 121–22] был проанализирован уже имеющийся портфель услуг компании “Укртелеком” и было выявлено, что услуги проводного вещания и телеграфной связи, характеризующиеся низкой относительной долей на медленно растущих рынках были отнесены к категории “Собаки”.

Фиксированная телефонная связь занимает лидирующее положение среди других операторов по доле рынка в 76 %, при снижении темпов роста рынка являясь “Денежными дойными коровами”, данную услугу необходимо стимулировать и поддерживать. Компания реализует экономию на масштабах и получает высокие доходы. Услуга фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет имеет большую долю рынка и растет наибольшими темпами, она была отнесена к категории “Звезды”. Относительно услуги мобильного широкополосного доступа к сети Интернет, то темп роста данной категории также постоянно возрастает, а что касается доли рынка, то она мала, всего 1,9 %. Данный вид услуги был отнесен к категории “Вопросительные знаки”. Выделяют мобильный широкополосный доступ (мобильный ШПД) и фиксированный широкополосный доступ. Фиксированный ШПД строится на основе проводных соединений, в то время как мобильный ШПД включает в себя передачу данных по беспроводным соединениям.

Технология предоставления широкополосного доступа к сети Интернет ADSL, используемой ПАО “Укртелеком”, устарела и уже не вызывает такой интерес как раньше. Поэтому для уменьшения оттока абонентов ADSL на Ethernet-сети, сохранения компанией лидирующих позиций, получения прибыли и развития компании, необходимо применять стратегию развития продукта на уже освоенном компанией рынке, а именно производить модернизацию технологии широкополосного доступа ADSL и переходить на исполь-

зование технологии Fiber To The B или FTTB. FTTB (Fiber-To-The-Building) переводится с английского как “оптика в дом” и означает использование оптического кабеля вместо медных проводов. Оптический кабель выгодно отличается тем, что позволяет подключать всего по одному кабелю сразу интернет, телефон и кабельное телевидение: пропускная способность оптического кабеля свободно выдерживает такую нагрузку. Главной задачей становится определение времени выхода модернизированной продукции на рынок – не слишком рано, чтобы не нанести ущерб продажам товаров (услуг) текущего ассортимента, но и не слишком поздно, до того как обновленный товар конкурентов приобретет высокую репутацию [6, с. 447].

Выводы. Планирование рыночной стратегии играет огромную роль в деятельности предприятия.

Предложенная маркетинговая стратегия развития продукта, а именно модернизации существующей сети с заменой используемой технологии ADSL (медные провода) на современную технологию FTTB (оптоволокно), которая позволит удовлетворить требование пользователей к получению высоких скоростей, а также спрос на дополнительные услуги, которые требуют широкополосного канала связи. К таким услугам можно отнести услуги для бизнеса (видеоконференц-связь, удаленное обучение, телемедицина) и развлекательные услуги (видео по запросу, цифровое вещание, HDTV, on-line игры и т.д.). Это позволит компании закрепить лидерство на рынке широкополосного доступа к сети Интернет и существенно увеличить доходы.

Таким образом, чем продуманнее стратегия и чем меньше просчетов при ее исполнении, тем больше вероятность того, что организация в полной мере использует все свои потенциальные возможности.

Литература

1. Веснин В. Р. Стратегическое управление : учебник / В. Р. Веснин. – М. : Проспект, 2014. – 328 с.
2. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. – СПб. : Питер, 2008. – 720 с.
3. Довгань Л. Є. Стратегічне управління : навч. посібник / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. – К. : ЦУЛ, 2011. – 440 с.
4. Аакер Д. А. Стратегическое рыночное управление / Д. А. Аакер. – СПб. : Питер, 2003. – 544 с.
5. Укртелеком – официальный вэб сайт ПАО “Укртелеком” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrtelecom.ua/>
6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2005. – 800 с.

References

1. Vesnyn V. R. Stratehycheskoe upravlenye: uchebnyk / V. R. Vesnyn. – M. : Prospekt, 2014. – 328 s.
2. Lamben Zh.-Zh. Menedzhment, oryentyrovanny na rynok / Zh.-Zh. Lamben, R. Chumpytas, Y. Shulynh. – SPb. : Pyter, 2008. – 720 s.
3. Dovhan' L. Ye. Stratehichne upravlinnya : navch. posib. / L. Ye. Dovhan', Yu. V. Karakay, L. P. Artemenko. – K. : Tsentr uchbovoyi literatury, 2011. – 440 s.
4. Aaker D. A. Stratehycheskoe rynochnoe upravlenye / D. A. Aaker. – SPb. : Pyter, 2003. – 544 s.
5. Ukrtelekom – ofytsyal'nyy vэb sayt PAO “Ukrtelekom” [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupa: <http://www.ukrtelecom.ua/>
6. Kotler F. Marketynh menedzhment / F. Kotler. – SPb. : Pyter, 2005. – 800 s.

Надіслана/Written: 27.05.2014 р.
Надійшла/Received: 30.05.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ

На основі теоретичного узагальнення існуючих поглядів науковців уточнено визначення сутності поняття “фінансове планування діяльності банку”, а також запропоновано підходи до оцінювання ефективності фінансового планування діяльності банку на основі системи фінансових показників, сформованої за допомогою методу апіорного ранжування.

Ключові слова: діяльність банку, фінансове планування, система показників, оцінка ефективності фінансового планування.

О. М. KOLODIZIEV

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF FINANCIAL PLANNING ACTIVITIES BANK

Abstract – The article is based on a theoretical generalization of existing views of scholars clarified the definition of the essence of the concept of “financial planning activities of the bank” and suggested approaches to evaluating the effectiveness of the financial planning of the bank on the basis of financial indicators, formed by the method of a priori ranking.

Key words: activity bank, financial planning, metrics, evaluating the effectiveness of financial planning.

Постановка проблеми. Проблема ефективного управління фінансами є однією із головних в загальній системі фінансового менеджменту усіх суб'єктів господарювання: як підприємств, так і банків. Але, як свідчить практика реалізації сучасних фінансових відносин, ефективність управління вітчизняними фінансами є недостатньою. Сьогодні в загальній системі менеджменту не існує єдиної загальноприйнятої системи фінансового планування діяльності банку.

В ринкових умовах господарювання діяльність будь-якої фінансової установи (банку) потребує високого рівня управління, без якого неможливе досягнення поставлених цілей, забезпечення його конкурентоспроможності та ефективності.

Великі обсяги та значна різноманітність банківських операцій, необхідність їх узгодження для оптимізації кінцевого результату висувають жорсткі вимоги щодо якості фінансового менеджменту, який охоплює управління та оптимізацію фінансів, що перебувають у компетенції банку, та його основної складової – фінансового планування. Саме фінансове планування дає початок процесу фінансового управління банком, визначає його мету, перспективу, певну послідовність дій, вибір методів та засобів діяльності, їх необхідні пропорції. Фінансове планування дозволяє заглянути в майбутнє банку, передбачити цілі, сфери, масштаби і можливі результати його діяльності порівняно з джерелами і витратами [1, с. 10].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різним аспектам фінансового планування банку присвячені праці багатьох вчених-економістів, а саме: Г.М. Азаренкової, О.В. Васюренка [1], А.Г. Грязнєвої [2], О.В. Демуха [3], А.М. Ковальнової [4], А.Ф. Кононенка [5], Т.П. Куніцина [6], С.М. Лаптева [7], Л.О. Омельянович, О.О. Папаїки [5], Г.Г. Старостенка [3], Є.Г. Юріна [6] та ін.

Невирішені частини проблеми. Актуальним в умовах сьогодення є необхідність переосмислення існуючих теоретичних підходів до розуміння сутності поняття фінансового планування як одного з ключових економічних понять. Вимоги сучасності передбачають, що стабільний розвиток банку та його прибутковість здебільшого залежать від рівня фінансового планування банку. Відповідно до даного вихідного положення обґрунтування системи показників для оцінки фінансового планування банку є важливим та актуальним завданням.

Узагальнення результатів досліджень науковців дозволяють зробити висновок щодо глибокого вивчення теоретичних та практичних аспектів фінансового планування банку. Проте питання щодо визначення ключових показників оцінки ефективності фінансового планування діяльності банку й досі залишається дискусійним та недостатньо опрацьованим.

Формулювання цілі статті. Метою є аналіз існуючих підходів щодо визначення сутності поняття “фінансового планування” та, на підставі їх теоретичного узагальнення, уточнення сутності поняття “фінансове планування діяльності банку”, а також обґрунтування системи показників з метою адекватного оцінювання рівня ефективності фінансового планування діяльності банку.

Виклад основного матеріалу. Узагальнюючи трактування сутності поняття “фінансове планування”, доцільно розглянути існуючі в економічній літературі точки зору провідних науковців.

На підставі аналізу літературних джерел залежно від рівня фінансового планування можна виокремити декілька підходів до розкриття його сутності, а саме: залежно від рівня ієрархії – фінансове планування на рівні країни та на рівні суб'єкта господарювання (підприємства, банку).

До першого підходу – фінансового планування на рівні країни, можна віднести наступні найбільш поширені визначення, а саме:

– планування процесів формування, розподілу, перерозподілу і використання фінансових ресурсів. Метою фінансового планування є забезпечення відповідності фінансових ресурсів і потреб у них загалом, а також за видами, спрямуванням, об'єктами й територіями [7];

– цілеспрямована діяльність держави, окремих ланок і суб'єктів господарювання щодо обґрунтування ефективності прийнятих економічних та соціальних рішень з урахуванням їх забезпеченості джерелами фінансування, оптимізації намічених завдань і досягнення позитивних кінцевих результатів [3].

До другого підходу належать визначення поняття “фінансове планування” на рівні суб'єкта господарювання (підприємства, банку).

Фінансове планування підприємства розглядається як процес, як складова (елемент), як вид діяльності та як інструмент формування (утворення), розподілу, перерозподілу і використання фінансових ресурсів, який реалізується у системі фінансових планів з метою забезпечення розвитку підприємства у перспективі.

За результатами узагальнення літературних джерел і синтезу найбільш характерних особливостей досліджуваних понять з урахуванням специфіки функціонування банківської сфери автором пропонується визначати “фінансове планування діяльності банку” як сферу управлінської діяльності вищого керівництва банку щодо розробки системи фінансових планів для забезпечення механізму перетворення цілей, завдань, заходів банку у конкретну систему абсолютних та відносних показників і нормативів з метою реалізації стратегії розвитку банку, підвищення його ефективності та забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності.

Фінансове планування діяльності банку – це сфера управлінської діяльності вищого керівництва щодо розробки системи фінансових планів для забезпечення механізму перетворення цілей, завдань, заходів банку у конкретну систему абсолютних та відносних показників і нормативів з метою забезпечення розвитку банку необхідними фінансовими ресурсами, і, як наслідок, – реалізації стратегії розвитку, підвищення ефективності діяльності та забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності [10, с. 159].

Для оцінки ефективності фінансового планування банку пропонується сформулювати й використовувати систему показників, яка буде враховувати основні напрями фінансової діяльності банку.

Процедуру відбору окремих показників при формуванні системи показників оцінювання ефективності фінансового планування банку запропоновано здійснювати за конкретними етапами. Слід зазначити, що така послідовність дій менеджерів дозволить не тільки відібрати найбільш інформативні (вагомні) показники, які характеризують рівень фінансового планування банку, але й знизити розмірність досліджуваного явища. Це дозволить отримувати адекватні якісні характеристики в аспекті формування фінансових планів банку.

Першим етапом є формування переліку показників оцінки фінансового планування діяльності банку на основі узагальнення результатів досліджень фахівців з літературних джерел.

Оскільки вчені-економісти не мають єдиної думки щодо визначення та конкретизації системи показників оцінки фінансового планування діяльності банку, то за результатами вивчення існуючого досвіду сформована й запропонована система, що налічує 138 показників. При цьому слід зауважити, що розрахунок такої кількості показників у повному обсязі є досить тривалим та трудомістким процесом. Тому для врахування найбільш інформативних (ключових) показників оцінки фінансового планування банку доцільним є застосування методу апріорного ранжування, який дозволяє виділити серед великої кількості показників найбільш вагомні та обґрунтовано виключити менш вагомні показники з подальшого розгляду.

Отже, другим етапом процедури відбору показників оцінки фінансового планування діяльності банку є метод апріорного ранжування показників, який включає наступні дії:

1) визначення суми рангів відібраних показників та різниці між сумою рангів кожного показника і середньою сумою рангів.

2) оцінку ступеня узгодженості думок експертів за допомогою коефіцієнта конкордації.

Третім кроком процедури відбору показників є відбір найбільш інформативних (вагомних, ключових) показників для подальшого оцінювання ефективності фінансового планування діяльності банку.

Таким чином, на виході маємо сформовану сукупність визначених показників, які є найбільш інформативними на даному етапі, однак їх кількість є достатньо великою при практичному застосуванні.

Четвертим етапом процедури відбору показників для оцінки фінансового планування є перевірка на мультиколінеарність та виключення ознак, що корелюють, за допомогою розрахунку коефіцієнтів кореляції між показниками. На думку фахівців, якщо величина коефіцієнта парної кореляції дорівнює більше 0,7 – між показниками існує сильний або дуже сильний взаємозв'язок [11]. Якщо ж значення коефіцієнта кореляції складає менше 0,7 – то вважається, що зв'язок незначний і його (показник) не варто розглядати як такий, що має суттєвий вплив на досліджуване явище.

Процедура розрахунку парних коефіцієнтів кореляції дає можливість з усієї сукупності показників (отриманих в результаті методу апріорного ранжування) обрати ті, які дійсно мають вплив на фінансове планування банку.

П'ятим і останнім етапом процедури відбору показників оцінювання ефективності фінансового планування діяльності банку є саме остаточне визначення складу сформованої системи показників. Слід зауважити, що реалізація четвертого та п'ятого етапів запропонованої процедури відбору показників здійснюється окремо для кожного банку або однорідної групи банків. Так для перевірки на мультиколінеарність та виключення корельованих ознак було обрано банки-представники банків Харківської області, яка є однорідною за регіональною ознакою. Станом на 1.01.2013 р. до банків Харківської області належить сім банків [22]:

ПАТ “УкрСиббанк”, ПАТ “МЕГАБАНК”, ПАТ “РЕГІОН-БАНК”, ПАТ “РЕАЛ БАНК”, ПАТ “СХІДНО-УКРАЇНСЬКИЙ БАНК “ГРАНТ”, ПАТ “МЕРКУРІЙ” та ПАТ “БАНК ЗОЛОТІ ВОРОТА”.

За класифікацією НБУ (за розміром активів, за рівнем капіталу банків тощо) та рейтингові Асоціації українських банків (за рівнем показників діяльності: фінансового результату, депозитів юридичних осіб, депозитів фізичних осіб, капіталу, активів та зобов'язань, структури кредитно-інвестиційного портфелю тощо) зазначені банки належать до різних груп. Враховуючи зазначене вище, запропоновані етапи процедури відбору показників для оцінки фінансового планування банку є універсальними, оскільки можуть бути застосовані будь-яким банком або однорідною групою банків.

Наступним кроком є саме перевірка показників на мультиколінеарність та виключення корельованих ознак. Отримані наступні результати значень фінансових показників (табл. 1).

Таблиця 1

Кореляційна матриця фінансових показників банків Харківської області (2008–2012 рр.) [12]

| | K1 | K2 | K3 | K4 | ... | K20 | K21 | K22 | K23 | ... | K39 | K40 | K41 | K42 |
|-----|-------|-------|-------|-------|-----|-------|-------|-------|-------|-----|-------|-------|-------|------|
| K1 | 1 | 0,99 | 0,99 | 0,93 | ... | 0,99 | 0,99 | 0,99 | -0,85 | ... | 0,99 | 0,80 | -0,49 | 0,03 |
| K2 | 0,99 | 1 | 0,99 | 0,93 | ... | 0,99 | 0,99 | 0,99 | -0,85 | ... | 0,99 | 0,81 | -0,49 | 0,04 |
| K3 | 0,99 | 0,99 | 1 | 0,93 | ... | 0,99 | 0,99 | 0,99 | -0,86 | ... | 0,99 | 0,80 | -0,48 | 0,04 |
| K4 | 0,93 | 0,93 | 0,93 | 1 | ... | 0,93 | 0,93 | 0,92 | -0,91 | ... | 0,94 | 0,80 | -0,48 | 0,11 |
| ... | ... | ... | ... | ... | 1 | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| K20 | 0,99 | 0,99 | 0,99 | 0,93 | ... | 1 | 1 | 0,99 | -0,86 | ... | 0,99 | 0,80 | -0,48 | 0,03 |
| K21 | 0,99 | 0,99 | 0,99 | 0,93 | ... | 1 | 1 | 0,99 | -0,86 | ... | 0,99 | 0,80 | -0,48 | 0,03 |
| K22 | 0,99 | 0,99 | 0,99 | 0,92 | ... | 0,99 | 0,99 | 1 | -0,85 | ... | 0,99 | 0,81 | -0,48 | 0,04 |
| K23 | -0,85 | -0,85 | -0,86 | -0,91 | ... | -0,86 | -0,86 | -0,85 | 1 | ... | -0,87 | -0,79 | 0,58 | 0,07 |
| ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | 1 | ... | ... | ... | ... |
| K39 | 0,99 | 0,99 | 0,99 | 0,94 | ... | 0,99 | 0,99 | 0,99 | -0,87 | ... | 1 | 0,85 | -0,52 | 0,04 |
| K40 | 0,80 | 0,81 | 0,80 | 0,80 | ... | 0,80 | 0,80 | 0,81 | -0,79 | ... | 0,85 | 1 | -0,65 | 0,09 |
| K41 | -0,49 | -0,49 | -0,48 | -0,48 | ... | -0,48 | -0,48 | -0,48 | 0,58 | ... | -0,52 | -0,65 | 1 | 0,04 |
| K42 | 0,03 | 0,04 | 0,04 | 0,11 | ... | 0,03 | 0,03 | 0,04 | 0,07 | ... | 0,04 | 0,09 | -0,04 | 1 |

Отже, після здійснення етапу перевірки до сформованої системи показників оцінювання ефективності фінансового планування діяльності банків Харківської області увійшли: дохідність активів (K2), коефіцієнт активності використання залучених коштів у кредитний портфель (K3), коефіцієнт активності залучення ресурсів (K6), коефіцієнт використання активів (K8), коефіцієнт дієздатності (K11), коефіцієнт загальної ліквідності зобов'язань (K13), коефіцієнт інвестиційної активності (K17), коефіцієнт короткострокової ліквідності (K19), коефіцієнт кредитної активності (K20), коефіцієнт ліквідного співвідношення виданих кредитів і залучених коштів (K22), коефіцієнт мультиплікатора капіталу (K24), коефіцієнт надійності (K25), коефіцієнт платоспроможності (K26), коефіцієнт поточної ліквідності (K27), коефіцієнт участі власного капіталу у формуванні активів (K30), коефіцієнт фінансового важеля (K31), маржа прибутку (K32), норматив адекватності основного капіталу (K34), рентабельність (прибутковість) активів (K35), рентабельність (прибутковість) акціонерного капіталу (K36), продуктивність праці середньорічного працівника (K37), рентабельність діяльності за витратами (K38), рентабельність дохідних активів (K39), рентабельність загального капіталу (K40), чиста процентна маржа (K41), чистий спред (K42).

Висновки. Результати теоретичного узагальнення визначень науковців дозволили трактувати поняття фінансове планування діяльності банку як специфічну сферу управлінської діяльності вищого керівництва банку. Також в процесі реалізації етапів запропонованої процедури відбору фінансових показників було обґрунтовано і запропоновано систему показників оцінки фінансового планування банку, яка дозволить керівникам структурних підрозділів отримувати якісну, комплексну та об'єктивну інформацію щодо визначення рівня фінансового планування банку. Запропонований склад фінансових показників можна використовувати у якості основи для формування фінансових планів, оцінювання рівня ефективності фінансового планування діяльності за результатами звітної періоду, а також з при визначенні пріоритетних напрямів розвитку кожного вітчизняного банку.

Література

1. Фінансове планування та прогнозування діяльності банків : монографія / О. В. Васюренко, Г. М. Азаренкова, Н. П. Погореленко та ін. ; за заг. ред. О. В. Васюренка. – К. : УБС НБУ, 2009. – 323 с.
2. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / кол. авторов ; под общ. ред. А. Г. Грязновой]. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 1168 с.
3. Демух О. В. Фінансове планування в комерційному банку / О. В. Демух, Г. Г. Старостенко // Молодь: освіта, наука, духовність : тези доповідей. – К. : Університет “Україна”, 2009. – Ч. 1. – 473 с.
4. Ковалева А. М. Финансы фирмы / А. М. Ковалева, М. Г. Лапуста, Л. Г. Скамай. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 496 с.
5. Фінансовий менеджмент у банку: навч. посібник / Л. О. Омелянович, О. О. Папаїка, А. Ф. Кононенко та ін. ; за заг. ред. Л. О. Омелянович. – Вид 2-ге, перероб. і доп. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2008. – 230 с.

6. Юрін Є. Г. Фінансове планування в діяльності комерційних банків / Є. Г. Юрін, Т. П. Куніцина // II Всеукр. науч.-практ. конф “Социально-экономические ориентиры развития регионов Украины”. – 2011. – № 3. – С. 61–62.
7. Лаптев С. М. Фінансове планування у банку / С. М. Лаптев // Фінанси України. – 2001. – № 8. – С. 102–108.
8. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – К. : Знання, 2007. – 1072 с.
9. Глущенко В. В. Финансы : учеб. пособие / В. В. Глущенко, В. Н. Чехунов. – Х. : Ун-т внутр. дел, 2000. – 160 с.
10. Киркач С. М. Конкретизація сутності поняття фінансового планування з позиції специфіки функціонування підприємства (банку) / С. М. Киркач // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. праць. – Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”. – 2012. – № 34 – С. 145–160.
11. Надь Н. М. Застосування багатофакторного регресійного аналізу у моделюванні економічних процесів / Н. М. Надь // Наук. вісн. Ужгород. університету. Економіка. – 2010. – Вип. 30. – С. 63–66.
12. Колодізов О. М. Формування багаторівневої системи показників фінансування інноваційної діяльності / О. М. Колодізов // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 8(146). – С. 32–44.

References

1. Finansove planuvannya ta prohnozuvannya diyal'nosti bankiv : monohrafiya / O. V. Vasyurenko, H. M. Azarenkova, N. P. Pohorelenko ta in. ; za zah. red. O. V. Vasyurenka. – K. : UBS NBU, 2009. – 323 p.
2. Fynansovo-kredytnyy entsyklopedycheskyy slovar' / kol. avtorov ; pod obshch. red. A. H. Hryaznovoy. – M. : Fynansu y statystyka, 2002. – 1168 p.
3. Demukh O. V. Finansove planuvannya v komertsyynomu banky / O. V. Demukh, H. H. Starostenko // Molod': osvita, nauka, dukhovnist': tezy dopovidey ch.1. – K. : Universytet “Ukrayina”, 2009. – 473 p.
4. Kovaleva A. M. Fynansy fyrmy / A. M. Kovaleva, M. H. Lapusta, L. H. Skamay. – M. : YNFRA-M, 2003. – 496 p.
5. Finansovyy menedzhment u banky : navch. posibnyk / L. O. Omelyanovych, O. O. Papaika, A. F. Kononenko ta in. – Vyd 2-he, pererob. i dop. – Donets'k : DonNUET, 2008. – 230 p.
6. Yurin Ye. H. Finansove planuvannya v diyal'nosti komertsyynikh bankiv / Ye. H. Yurin, T. P. Kunitsyna // II Vseukrayn'skaya nauchno-praktycheskaya konferentsyya “Sotsyal'no-ekonomycheskiye oryentygy razvytyya rehyonov Ukrayny”. – 2011. – # 3. – P. 61–62.
7. Lapytev S. M. Finansove planuvannya u banky / S. M. Lapytev // Finansy Ukrayiny. – 2001. – # 8. – P. 102–108.
8. Zahorodniy A. H. Finansovo-ekonomichnyy slovnyk / A. H. Zahorodniy, H. L. Voznyuk. – K. : Znannya, 2007. – 1072 p.
9. Hlushchenko V. V. Fynansu : ucheb. posobyе / V. V. Hlushchenko, V. N. Chekhunov. – Khar'kov : Yzdvo Un-t vnutr. del, 2000. – 160 p.
10. Kyrkach S. M. Konkretyzatsiya sutnosti ponyattya finansovoho planuvannya z pozytsiyi spetsyfyky funktsionuvannya pidpryyemstva (banku) / S. M. Kyrkach // Problemy i perspektyvy rozvytku bankiv'skoyi systemy Ukrayiny : zbirnyk naukovykh prats'. – Sumy : DVNZ “UABS NBU”. – 2012. – # 34 – P. 145–160.
11. Nad' N. M. Zastosuvannya bahatofaktornoho rehresiyonoho analizu u modelyuvanni ekonomichnykh protsesiv / N. M. Nad'. – Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Ekonomika. – 2010. – Vyp. 30. – P. 63–66.
12. Kolodiziev O. M. Formuvannya bahatorivnevoyi systemy pokaznykiv finansuvannya innovatsiyanoi diyal'nosti / O. M. Kolodiziev // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2013. – # 8 (146). – P. 32–44.

Надіслана/Written: 27.05.2014 р.
Надійшла/Received: 30.05.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ НАДАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО- КОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

Розглянуто питання використання методології маркетингу у сфері надання інформаційно-комунікаційних послуг (ІКП). Визначено особливості провайдерів, які діють на ринку інформаційно-комунікаційних послуг. Охарактеризовано ринок інформаційно-комунікаційних послуг як складову інформаційного ринку. Представлено концепції, стратегії та складові комплексу маркетингу послуг. Розкрито зміст принципів (цілеспрямованості, гнучкості, комплексності, безперервності та взаємодії галузевого та територіального аспектів), яких необхідно дотримуватися при розробці плану маркетингу ІКП. Визначено можливості використання механізму маркетингової взаємодії в процесі надання ІКП. Запропоновано сім основних напрямів здійснення маркетингової діяльності у сфері надання інформаційно-комунікаційних послуг.

Ключові слова: інформаційно-комунікаційні послуги, провайдер, комплекс маркетингу, план маркетингу, механізм маркетингової взаємодії

M. V. MELNIKOVA, O. S. BOGACHOV
Institute of Economic and Legal Research of NAS of Ukraine, Donetsk

ASPECTS OF MARKETING IN THE PROVISION OF INFORMATION AND COMMUNICATION SERVICES

Abstract – The purpose of the article is to justify proposals for the development of marketing in the provision of information-communication services.

Questions about marketing methodologies in the provision of information – communication services were considered. Features were identified providers that operate in the market of information – communication services. Market information – communication services as part of the information market has been characterized. Vision, strategy and marketing mix of services were presented. Content of the principles (focus, flexibility, comprehensiveness, continuity, ensuring the interaction of sectoral and spatial aspects) of marketing planning information-communication services has been disclosed. Were determined using the mechanism of marketing opportunities for synergy in the provision of information-communication services. It was proposed marketing activity providers in the field of information - communication services to implement the seven main areas. Use of proposals for the development of marketing in the provision of information and communication services will enhance the effectiveness of providers in the market

Key words: information-communication services, provider, marketing mix, plan marketing, marketing Mechanism of interaction.

Постановка проблеми. В умовах сучасного динамічно розвиваючого ринку інформаційно-комунікаційних послуг особливого значення набуває вміння професійно використовувати інструменти маркетингу при просуванні наявних і нових послуг з метою досягнення конкурентних переваг на ринковому просторі. Актуальність звернення до методології маркетингу у сфері інформаційно-комунікаційних послуг (ІКП) обумовлена відсутністю єдиного підходу до визначення сутності подібної діяльності провайдерів кабельного телебачення. Це пояснюється тим, що не всі інструменти маркетингу на сьогодні апробовано при просуванні інформаційно-комунікаційних послуг. У цьому зв'язку виникає необхідність проведення дослідження, яке змогло б акумулювати відповідні методи маркетингу при просуванні інформаційно-комунікаційних послуг та управління маркетинговою діяльністю провайдерів з метою отримання конкурентних переваг та подальшого розвитку ринку ІКП.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок у теоретичні та прикладні аспекти маркетингу внесено такими зарубіжними та вітчизняними вченими, як Гилмор А., Кларк Г., Котлер Ф., Іванюк В., Стаханов В., Гайванович Н.В., Ткаченко Л.В., Морохова В.О., Ковальчук О.В., Корокошко Ю.В. [1–9]. У роботах зазначених економістів обговорені різні розділи маркетингу послуг, а також розглянуто питання планування та організації маркетингової діяльності, методи дослідження ринку послуг. При цьому залишаються відкритими питання розробки методичних підходів щодо визначення концепцій, обрання стратегії, розробки плану та використання механізмів маркетингу у сфері надання ІКП.

Формулювання цілі статті. Метою статті є обґрунтування пропозицій щодо розвитку маркетингу у сфері надання інформаційно-комунікаційних послуг.

Виклад основного матеріалу. Сфера надання інформаційно-комунікаційних послуг є достатньо новою сферою, яка достатньо динамічно розвивається в Україні. Так, за даними Державної служби статистики України абонентська база провайдерів кабельного телебачення, які надають інформаційно-комунікаційні послуги, протягом 2010–2013 рр. зростає щорічно у середньому на 1,5 %. Під інформаційно-комунікаційною послугою (ІКП) звичайно розуміється надання провайдером за допомогою комунікацій інформаційного потоку абоненту, спрямоване на задоволення його відповідних потреб. Специфіка інформаційного потоку полягає в тому, що з одного боку він є інструментом, використовуючи який, абонент підключається до мережі Інтернет, цифрового і аналогового телебачення, а з іншого боку, інформаційний потік виступає послугою, яку надає провайдер підключеному до його мережі абоненту для отримання за неї відповідної оплати.

Провайдери кабельного телебачення за територіальною ознакою розподіляються міжрегіональні, регіональні; міські; районні. Міжрегіональний провайдер надає послуги в декількох регіонах країни. Такі

провайдери, як правило, мають гарне технічне оснащення, великий штат співробітників і сервіс-центри в кожному великому місті регіону. При цьому провайдер надає доступ до інформаційно-комунікаційних послуг у всіх регіонах країни за єдиними тарифами і однакової якості; забезпечує якісне обслуговування абонентів як за допомогою безконтактної консультації, так і за допомогою обслуговування в спеціалізованих сервіс-центрах. Регіональний провайдер надає послуги в декількох містах одного регіону країни. Міський провайдер надає послуги в одному місті. Районний провайдер – це провайдер, який надає послуги тільки в одному районі міста або селищі. Незалежно від ступеню розповсюдження послуг практично всі провайдери повинні здійснювати маркетингову діяльність для існування на відповідному ринку ІКП.

Виходячи з визначень маркетингу Ф. Котлера, Американської асоціації маркетингу та Б.А. Соловйова [2, 5, 11] та спираючись на особливості провайдерів, що надають інформаційно-комунікаційні послуги, можна стверджувати, що маркетинг у зазначеній сфері являє собою діяльність на ринку ІКУ, яка поєднує процес формування та реалізації послуг на основі виявлення вимог споживачів і визначення можливостей їх задоволення в конкретних умовах ринкового середовища. Основним принципом, що діє на всіх стадіях маркетингу, є принцип зворотного зв'язку між провайдером, який надає послуги, та абонентом, якій ці послуги отримує.

Ринок ІКП як складова інформаційного ринку; має динамічну кон'юнктуру та достатньо високий ступінь прибутковості [10, с. 42]. Тому на ринку ІКП планування відіграє важливу роль та має відносно дискретний характер. При цьому процес планування ґрунтується на отриманні інформації про стан зовнішнього середовища за допомогою постійних спостережень для того, щоб при розробці маркетингових планових заходів врахувати динаміку розвитку ринку ІКП. Постійне стеження за ринком дозволяє використовувати інформацію про його розвиток для виявлення об'єктивних тенденцій попиту і пропозиції, а також очікувань споживачів послуг.

Зазвичай у процесі здійснення маркетингу використовуються такі основні концепції, як: концепція вдосконалення діяльності підприємства, що надає послугу; концепція вдосконалення послуг; концепція інтенсифікації комерційної діяльності; концепція традиційного маркетингу; концепція соціально-етичного маркетингу [2, 3, 5]. Реалізації цих концепцій у свою чергу сприяє вибір стратегії ринкової присутності. Розробка маркетингової стратегії в сфері послуг є складним процесом, що вимагає проведення глибоких досліджень стану та розвитку ринку послуг, а також оцінки позиції підприємства, яку воно займає цьому ринку. В результаті визначається поведінка підприємства на ринку послуг та обирається відповідна стратегія. Стратегія маркетингу включає комплекс базових рішень і принципів, які враховують оцінку ринкової ситуації та власних можливостей підприємства.

Для досягнення стратегічної мети розробляється та реалізується комплекс маркетингу, який включає: товарну політику, в рамках якої послуга розглядається як особливий товар; цінову політику; політику розподілу послуг; комунікативну політику [10, с. 42]. При цьому не тільки досліджуються основні елементи комплексу маркетингу, а й розробляється конкретна програма з управління ними – план маркетингу. Реалізація плану маркетингу здійснюється поетапно, що дозволяє вирішувати завдання в галузі товарної, цінової, розподільчої та комунікативної політики, і забезпечити збалансованість завдань і ресурсів. План є інструментом, який сприяє ефективній дії провайдера на ринку ІКП. Слід зазначити, що планування маркетингу у сфері надання ІКП є замкнутим процесом, що здійснюється за дотримання п'яти принципів, зміст яких розкрито на рис. 1.



Рис. 1. Принципи, за дотримання яких здійснюється планування у сфері надання інформаційно-комунікаційних послуг

Поряд з реалізацією комплексу маркетингу доцільно використання механізму маркетингу взаємин [9, с. 202] Це пояснюється специфічними характеристиками послуг як товару, що має такі риси, як невлонимість, невідчутність, нематеріальний характер, нерозривність виробництва і споживання послуги, неоднорідність і неоднакова якість виконання послуг, яка пов'язана з кваліфікацією працівників [1, 3, 6]. При вирішенні проблем, обумовлених невідчутністю послуг, необхідно створювати індивідуальний імідж компанії; підтримувати на якісному рівні ділову репутацію; організувати канали розповсюдження позитивної інформації про задоволеність клієнтів. Оскільки послуги невіддільні від джерела, тому якість пропозиції має пряму залежність від рівня та характеру взаємодії абонентів і персоналу провайдера, а також здатності співробітників негайно в процесі обслуговування реагувати на запити абонентів. Потенціал для впровадження концепції маркетингу взаємин в даний час дуже значний, тому доцільно його поетапне впровадження починаючи з процесу створення, зміцнення і розвитку довгострокових взаємовідносин з абонентами.

Таким чином, підсумовуючі викладене та адаптуючи представлену В. Іванюком [4] концепцію маркетингу до сфери надання інформаційно-комунікаційні послуг можна визначити наступні напрями, мету та завдання (табл. 1).

Таблиця 1

Напрями здійснення маркетингової діяльності у сфері інформаційно-комунікаційні послуг

| Напрямок | Мета | Завдання |
|--|---|---|
| 1. Вивчення споживачів послуги на ринку ІКП | Оптимізація збутових зусиль | Аналіз прибутковості різних сегментів споживчого ринку ІКУ, оцінка пріоритетів у використанні послуг різними групами споживачів |
| 2. Вивчення і прогнозування потенційного попиту на ІКП | Складання прогнозу доходів провайдера, коректування збутової стратегії | Організація оперативної інформаційної підтримки для прийняття керівних рішень |
| 3. Виявлення можливостей провайдера щодо задоволення попиту на ІКП | Отримання максимального економічного ефекту з урахуванням обмеженого технічного ресурсу | Аналіз ефективності використання існуючого обладнання та обґрунтування можливостей його модернізації |
| 4. Створення нових і розвиток існуючих видів послуг | Опрацювання та впровадження нової послуги | Збільшити привабливість провайдера через розширення номенклатури послуг |
| 5. Визначення політики ціноутворення | Утримати або збільшити рівень доходів. Залучити нових клієнтів, зберегти існуючих | Розробити гнучку систему тарифів, що відповідає вимогам різних сегментів споживачів |
| 6. Вдосконалення системи і методів реалізації послуг | Збільшення доходу провайдера | Провести кампанію по залученню клієнтів. Оцінити ефективність заходів |
| 7. Збільшення доходу компанії за рахунок впровадження нових проектів | Підвищення ефективності роботи відділу реалізації послуг | Забезпечити відділ реалізації інформацією про нові проекти. Здійснення контролю за ходом виконання проекту по всіх етапах |

Слід зазначити, що представлені напрями маркетингової діяльності є достатньо коштовними, тому їх доцільно здійснювати провайдером, який діє на міжрегіональному або регіональному ринку, або добровільним об'єднанням у формі асоціації міських та районних провайдерів.

Висновки. Підводячи підсумок можна зробити наступні висновки.

1. Використання методології маркетингу у сфері надання інформаційно-комунікаційних послуг потребує врахування особливостей провайдерів, що діють на ринку інформаційно-комунікаційних послуг, якому у свою чергу притаманні риси інформаційного ринку.

2. Загальні концепції, стратегії та складові комплексу маркетингу послуг доцільно адаптувати до умов функціонування провайдерів на ринку ІКП. При розробці плану маркетингу ІКП послуг необхідно дотримуватися принципів цілеспрямованості, гнучкості, комплексності, безперервності та взаємодії галузевого та територіального аспектів. Поряд з комплексом маркетингу доцільно також використання механізму маркетингової взаємодії в процесі надання інформаційно-комунікаційних послуг.

3. Напрями маркетингової діяльності провайдерів, які діють на ринку інформаційно-комунікаційних послуг повинні розкриватися через постановку відповідних цілей та завдань а також враховувати можливості їх реалізації.

Подальших досліджень потребують питання маркетингу, пов'язані із сегментацією ринку ІКП за територіальним розподілом та прийняття відповідних рішень щодо його регулювання, функціонування та розвитку.

Література

1. Gilmore Audvej. Usludi. Marketing i zarzqdzanie / Audvej Gilmore. – Warszawa : PWE, 2006. – 217 s.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2009. – 311 с.
3. Кларк Г. Маркетинг сервиса, приносящего прибыль / Г. Кларк ; пер. с англ. – К. : Знання, 2006. – 302 с.
4. Іванюк В. Практические аспекты маркетинга телекоммуникационных услуг / В. Іванюк // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 1999. – № 5. – С. 4–11.

5. Стаханов В. Маркетинг сфери услуг / В. Стаханов. – М. : Экспертное бюро, 2001. – 214 с.
6. Ткаченко Л. В. Маркетинг послуг : підручник / Л. В. Ткаченко. – К. : Центр навч. л-ри, 2003. – 192 с.
7. Гайванович Н. В. Комплекс маркетингу у сфері послуг: процес та забезпечення / Н. В. Гайванович // Вісн. НУ “Львівська політехніка”. – Л. : Львівська політехніка, 2009. – № 649. – С. 145–153.
8. Морохова В. О. Планування та організування маркетингової діяльності підприємств : монографія / В. О. Морохова, О. В. Ковальчук. – Луцьк : ЛДТУ, 2006. – 176 с.
9. Корокошко Ю. В. Маркетинговое исследование рынка услуг: особенности, методы и практика организации / Ю. В. Корокошко // Маркетинг услуг. – № 3 (23). – 2010. – С. 194–212.
10. Иванова В. В. Інформаційний ринок: зарубіжні та українські реалії / В. В. Иванова // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 2 (92). – С. 39–44.
11. <http://www.marketingpower.com/>

References

1. Gilmore Audvej. Usługi. Marketing i zarządzanie / Audvej Gilmore. – Warszawa : PWE, 2006. – 217 p.
2. Kotler F. Marketing menedzhment / F. Kotler. – SPb. : Piter, 2009. – 311 p.
3. Klark G. Marketing servisa, prinosjashhego pribyl' / G. Klark. – Kyiv : Znannja, 2006. – 302 p.
4. Ivanjuk V. Prakticheskie aspekty marketinga telekommunikacionnyh uslug. Marketing i marketingovye issledovaniya v Rossii / V. Ivanjuk. – 1999. – № 5. – P. 4–11.
5. Stahanov V. Marketing sfery uslug / V. Stahanov. – M. : Jekspertnoe bjuro, 2001. – 214 p.
6. Tkachenko L. V. Marketynh posluh / L. V. Tkachenko. – Kyiv : Tsentr navch. literatury, 2003. – 192 p.
7. Hayvanovych N. V. Kompleks marketynhu u sferi posluh: protses ta zabezpechennya / N. V. Hayvanovych // Visnyk Natsional'noho universytetu “L'vivs'ka politehnika”, 2009. – № 649. – Pp. 145–153.
8. Morokhova V. O. Planuvannya ta orhanizuvannya marketynhovoyi diyal'nosti pidpryyemstv / V. O. Morokhova. – Luts'k : LDTU, 2006. – 176 p.
9. Korokoshko Ju. V. Marketingovoe issledovanie rynku uslug: osobennosti, metody i praktika organizacii / Ju. V. Korokoshko // Marketing uslug. – 2010. – № 3 (23). – Pp. 194–212.
10. Ivanova V. V. Informatsiynyy rynek: zarubizhni ta ukrayins'ki realiyi / V. V. Ivanova // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2009. – №2 (92). – Pp. 39–44.
11. <http://www.marketingpower.com/>

Надіслана/Written: 27.05.2014 р.
Надійшла/Received: 30.05.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

**ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ
В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Досліджено відтворювальний цикл розвитку потенціалу, який складається з фази формування, розподілу та використання. Розкрито стадії, що характеризують фазу формування трудового потенціалу підприємства, розглянуто фактори негативного впливу на процес формування трудового потенціалу, окреслено шляхи підвищення ефективності формування трудового потенціалу. Визначено сутність зайнятості та безробіття, наведені статистичні данні.

Ключові слова: трудові ресурси, працівники, робітники, потенціал, формування, оцінювання, управління, структура, продуктивність, мотивація, трудовий потенціал, інтелектуальний потенціал, розвиток.

O. I. GONCHAR. D. S. MOKRENKO
Khmelnitsky National University

FORMATION EMPLOYMENT POTENTIAL IN THE CONTEMPORARY ECONOMY

Abstract – The reproductive cycle of development of potential, that consists of phase of forming, distribution and use, is investigated. The stages that characterize the phase of forming of labour potential of enterprise are exposed, the factors of negative influence are considered on the process of forming of labour potential, the ways of increase of efficiency of forming of labour potential are outlined. Essence of employment and unemployment is certain, aiming statistical data.

The employment potential as a resource plays the leading role as the competence, qualifications, skills and experience of people depend on effective and efficient use of the resources. In addition, only employment potential, acting independent resource on the one hand, is the bearer of a resource – entrepreneurial talent (intellectual ability).

Key words: human resources, employees, workers, potential, development, evaluation, management, structure, productivity, motivation, working capacity and intellectual potential development.

Постановка проблеми. Найбільш важливим елементом продуктивних сил і головним джерелом розвитку економіки є люди, їх майстерність, освіта, підготовка, мотивація діяльності. Існує непересічна залежність конкурентоспроможності економіки, рівня добробуту населення від якості трудового потенціалу персоналу підприємства, організації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Накопичення проблем використання і відтворення трудового потенціалу обумовило становлення та розвиток вітчизняних наукових шкіл. Їх здобутком є розкриття сутності трудового потенціалу, його основних характеристик і компонентів, обґрунтування окремих етапів відтворення трудового потенціалу, розв'язання проблем зайнятості та визначення шляхів його ефективного використання. Питанням розвитку трудового потенціалу присвячено роботи таких вітчизняних учених, як О. Амоша, С. Бандур, Д. Богиня, І. Бондар, О. Власюк, С. Вовканич, В. Гесць, І. Гнибіденко, О. Грیشнова, Б. Данилишин, М. Долішній, Т. Заяць, С. Злупко, А. Колот, Ю. Краснов, В. Куценко, Е. Лібанова, В. Лич, Н. Лук'яненко, В. Мікловда, С. Мочерний, В. Новіков, О. Новікова, В. Онікієнко, М. Пітюлич, С. Пирожков, В. Приймак, М. Семкіна, Л. Семів, А. Чухно, Л. Шевчук та ін. Теоретичні доробки у цій сфері мають російські вчені С. Бектуров, Б. Генкін, Д. Карпукін, Р. Колосова, В. Костаков, І. Маслова, М. Магомедов, О. Панкратов, Г. Сергеева, Л. Чижова, Н. Шаталова та ін.

Однак попри значне коло наукових досліджень, досі ще не визначено напрями взаємоузгодження процесів розвитку і використання трудового потенціалу.

Виклад основного матеріалу. Трудовий потенціал підприємства формується за рахунок використання потенційних можливостей окремих працівників і персоналу підприємства в цілому, що дає змогу забезпечити якісну збалансованість всіх факторів виробництва. Сучасні тенденції формування потенціалу підприємства, зокрема, трудового, побудовані на індустріальному аспекті розвитку (ключовий фактор – техніко-технологічна база виробництва) і соціальному. Залежно від критерію аналізу і поставленої мети розглядають такі видові прояви трудового потенціалу підприємства: за спектром охоплення можливостей працівників (індивідуальний трудовий потенціал, колективний трудовий потенціал); за характером участі у технологічному процесі (потенціал технологічного персоналу, управлінський потенціал); підприємницький трудовий потенціал, трудовий потенціал підприємства та інші. Структура трудового потенціалу організації являє собою співвідношення різних демографічних, соціальних, функціональних, професійних та інших характеристик груп працівників і відносин між ними. Трудовий потенціал підприємства (організації) містить такі складові: кадрову, професійну, кваліфікаційну, організаційну. Кадрова складова включає кваліфікаційний потенціал і освітній (пізнавальні здібності працівника). Кваліфікаційна складова характеризується якісними змінами (уміння, знання, навички) в особистій складовій трудового потенціалу. Професійна складова обумовлена характером та функціональним змістом праці і реалізується через набір необхідних робочих місць. Організаційна складова визначає ефективність трудового потенціалу суб'єкта господарювання в цілому, може бути основою для прийняття управлінських рішень. Для характеристики усієї сукупності працівників підприємства застосовуються терміни: персонал, кадри, трудовий колектив, трудовий потенціал.

Більшість науковців, розглядаючи трудовий потенціал в просторі і часі, визначають його як систему з просторовою структурою та часовою орієнтацією. Також науковці структурного підходу схиляються до визначення трудового потенціалу, який розглядає існуючі та прогнозовані трудові можливості на основі основних його характеристик: чисельності, вікової структури, професійного, кваліфікаційного рівнів тощо.

Трудовий потенціал – це існуючі сьогодні та передбачувані трудові можливості, які визначаються чисельністю, віковою структурою, професійними, кваліфікаційними та іншими характеристиками персоналу підприємства; це існуючі ресурси і можливості, що формуються у особистості і визначають реальну продуктивність людини; сукупність фізичних і духовних якостей людини, що визначають можливість і межі її участі у трудовій діяльності, здатність досягти у певних умовах певних результатів, а також вдосконалюватись в процесі праці; персоніфікована робоча сила, яка розглядається в сукупності своїх якісних характеристик. Вплив основних факторів на персонал підприємства конкретизується у макроекономічних показниках: чисельність активного (працездатного) населення, загальноосвітній його рівень, пропозиція робочої сили, рівень зайнятості, потенційний резерв робочої сили. Ці характеристики обумовлюють кількісні та якісні параметри трудових ресурсів і трудового потенціалу. Трудовий потенціал і механізм його формування характеризується кількісними і якісними факторами, тобто може розглядатись як соціально-економічна, так і обліково-статична категорія.

Структура трудового потенціалу організації являє собою співвідношення різних демографічних, соціальних, функціональних, професійних та інших характеристик груп працівників і відносин між ними.

Як складне структурне соціально-економічне утворення, у трудовому потенціалі організації науковці виділяють такі компоненти: кадровий, професійний, кваліфікаційний, організаційний (рис. 1).



Рис. 1. Фактори формування трудового потенціалу [5]

Для оцінки трудового потенціалу суб'єкта господарювання можна застосовувати витратні методики, порівняльний і результативний підходи, а для характеристики стану використання на підприємстві трудових ресурсів – показники, пов'язані з якістю, рухом, продуктивністю робочої сили, зокрема, динаміки чисельності персоналу підприємства, її структури, професійної підготовленості працівників, використання робочого часу, динаміки оплати праці та інші. Достатня забезпеченість підприємств потрібними трудовими ресурсами, їх раціональне використання, високий рівень віддачі сприяють підвищенню ефективності функціонування підприємства, а ефективність реалізації трудового потенціалу кожного працівника залежить від умов, у яких здійснюється трудова діяльність.

Зайнятість розкриває один з найважливіших аспектів соціально-економічного життя людини, пов'язаний із задоволенням її потреб у сфері праці. Водночас трудова зайнятість населення країни забезпечує виробництво валового національного продукту, а отже – економічну основу життя суспільства. Разом з тим зайнятість має і соціальний характер: вона відображає потреби людей не лише в заробітках, але і у самореалізації через суспільно корисну діяльність.

Зайнятість – це трудова діяльність громадян, пов'язана із задоволенням особистих і суспільних потреб, що не суперечить законодавству і, як правило, приносить заробіток (трудоий дохід).

Шукати роботу в нашій країні можна різними шляхами, зокрема через Державну службу зайнятості або самостійно. Та частина людей серед населення працездатного віку, які шукають роботу і реєструються в

Державній службі зайнятості, складають показник “рівень зареєстрованого безробіття”. Тобто цей показник свідчить про кількість тих людей, які прийшли до центрів зайнятості та отримали статус безробітного.

Збільшення зареєстрованого безробіття означає збільшення кількості звернень по допомогу у працевлаштуванні до служби зайнятості та зростання довіри до її послуг у населення. Станом на 1.09.2014 р. кількість зареєстрованих безробітних становила 474,7 тис. осіб. Проте показник щодо рівня зареєстрованого безробіття не дає повного уявлення про загальну ситуацію з безробіттям у країні. Для визначення реальних масштабів зайнятості і безробіття використовується світова практика – дані вибіркового обстеження населення з питань економічної активності, в основу яких покладена методологія Міжнародної організації праці (МОП).

Показник “рівень безробіття (за методологією МОП)” визначається у відсотках як співвідношення чисельності безробітних віком 15–70 років до економічно активного населення відповідного віку. В Україні такі обстеження з 1995 р. проводить Державна служба статистики. За її даними рівень безробіття в Україні, визначений за методологією МОП, знизився з 7,5 % (2012 р.) до 7,2 % економічно активного населення (2013 р.) [6].

Отже, викладені показники – рівень зареєстрованого безробіття і рівень безробіття, визначений за методологією МОП, розраховуються за різною методологією і тому не суперечать один одному, а відображають різні явища на ринку праці. Також слід зазначити, що такого показника, як “прихований рівень безробіття”, не існує, як не існує й показника “офіційний рівень безробіття”. Всі дані, які озвучуються і публікуються Державним центром зайнятості і Державною службою статистики, є відкритими та офіційними.

Висновки. Трудовий потенціал підприємства формується з внутрішніх якостей і можливостей його працівників, а формування та збереження трудового потенціалу підприємства шляхом удосконалення існуючих і розробкою та впровадженням нових методів управління персоналом, спрямоване на ефективне використання персоналу. На сьогодні професійна діяльність не зводиться до вирішення лише виробничо-технічних завдань, вона все більше зв'язана з активною участю в реалізації соціальних, економічних, комерційних, правових і управлінських завдань. З огляду на це, стратегічним завданням кадрової політики підприємства можна назвати підготовку конкурентоспроможного працівника, який зацікавлений в якості продукту, економії ресурсу, зниженні собівартості. Трудовий потенціал як ресурс відіграє провідне значення, оскільки від компетентності, кваліфікованості, навиків і досвіду людей залежить ефективне та раціональне використання інших ресурсів. Крім того, лише трудовий потенціал, виступаючи самостійним ресурсом з одного боку, є носієм іншого ресурсу – підприємницького хисту (інтелектуальних здібностей).

Отже, чималі зусилля підприємців мають бути спрямовані на формування якісного складу персоналу підприємства, його стабілізацію та розвиток, ефективну мотивацію і формування у працівників зацікавленості в результатах праці та корпоративної свідомості.

Література

1. Богиня Д. П. Основи економіки праці : навч. посібник / Д. П. Богиня, О. А. Грішнова. – 3-тє вид., стереотип. – К. : Знання-Прес, 2002. – 313 с.
2. Врублевский В. К. Развитой социализм: труд и НТР. Очерки теории труда / В. К. Врублевский. – М. : Политиздат, 1984. – 450 с.
3. Управління трудовим потенціалом : навч. посібник / В. С. Васильченко, А. М. Гриненко, О. А. Грішнова та ін. – К. : КНЕУ, 2005. – 403 с.
4. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібник / О. С. Федонін, І. М. Рєпіна, О. І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2006. – 316 с.
5. Офіційний сайт “Українські підручники он-лайн” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/12810419/ekonomika/trudoviy_potentsial_ponyattya_struktura_pokazniki_otsinki
6. Сайт Державної служби зайнятості он-лайн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dcz.gov.ua/control/uk/statdatacatalog/list/category?cat_id=305437

References

1. Bogy`nya D. P. Osnovy` ekonomiky` praci : navch. posibny`k / D. P. Bogy`nya, O. A. Grishnova. – 3-te vy`d., stereotip. – K. : Znannya – Pres, 2002. – 313 s.
2. Vrublevsky`j V. K. Razvy`toj socy`aly`zm: trud y` NTR. Ocherky` teory`y` truda / V. K. Vrublevsky`j. – M. : Poly`ty`zdat, 1984. – 450 s.
3. Upravlinnya trudovy`m potencialom : navch. posibny`k / V. S. Vasy`l`chenko, A. M. Gry`nenko, O. A. Grishnova ta in. – K. : KNEU, 2005. – 403 s.
4. Fedonin O. S. Potencial pidpry`yemstva: formuvannya ta ocinka : navch. posibny`k / O. S. Fedonin, I. M. Ryepina, O. I. Oleksyuk. – K. : KNEU, 2006. – 316 s.
5. Oficijny`j sajт ukrajins`ki pidruchny`ky` onlajn [Elektronny`j resurs]. – Rezhym dostupa: http://pidruchniki.ws/12810419/ekonomika/trudoviy_potentsial_ponyattya_struktura_pokazniki_otsinki
6. Sajт derzhavnoyi sluzhby` zajnyatosti onlajn [Elektronny`j resurs]. – Rezhym dostupa: http://www.dcz.gov.ua/control/uk/statdatacatalog/list/category?cat_id=305437

Надіслана/Written: 27.05.2014 р.

Надійшла/Received: 30.05.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ФІСКАЛЬНІ ІННОВАЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Висвітлено необхідність та напрями пошуку реальних фінансових джерел за рахунок розширення фіскального простору і на цій основі накопичення доходної частини бюджетів, зростання видатків на інвестиційно-інноваційні цілі та на вирішення інших соціально-економічних проблем. Запропоновано авторське тлумачення поняття “фіскальний простір”.

Ключові слова: розвиток, інновації, інноваційний процес, умови, фактори впливу, результати, складові, фіскальний простір.

M. V. DYKHA

Khmelnytsky National University

FISCAL RESOURCES INNOVATIVE SOLUTION OF PROBLEMS OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE

Abstract – The article highlights the need for and direction finding real financial sources by expanding the fiscal space and on this basis the accumulation of budget revenues, expenditures on investment and innovation goals and to address other social and economic problems. A set of financial sources and their classification proposed units and areas of growth and profitability expansion of fiscal space confirms that reserves need for their research, develop recommendations on means of improving government intervention to ensure the growth yield of these sources and expand fiscal space. Particularly significant will be the results of research to determine the volume increase profitability by certain means: organizational, legal, technical, technological character and so on. The author interpretation of the concept of “fiscal space”.

Key words: development, innovation, innovation process, many factors influence the results, components, fiscal space.

У макроекономічних умовах забезпечення економічного зростання найбільше значення має рівень задоволення потреби країни в фінансових ресурсах для виконання державних функцій та основних завдань соціально-економічного розвитку. Для пошуку фінансових джерел наповнення державної казни, їх систематизації, визначення проблем функціонування та напрямів їх реалізації в науці потрібні нові підходи щодо оцінки стану та розширення фіскального простору.

Понятійний та науковий апарат, складові, потенційні напрями розширення фіскального простору сформовано фахівцями МВФ та Світового банку для пошуку внутрішніх і зовнішніх джерел фінансових ресурсів для країн, що орієнтуються на становлення та розвиток ринкового господарювання. Одними з перших досліджень фіскального простору є роботи П. Хеллера [15; 16], М. Девіса [3], Ш. Грей [2], О. Cetrangolo [12]. Основний зміст цих досліджень полягає в розгляді ключових проблем розвитку державних фінансів, обґрунтуванні шляхів їхнього розв'язання для економічного зростання з урахуванням наступних напрямів (чинників) фінансового забезпечення:

- розширення бази оподаткування та посилення виконання чинних законів щодо оподаткування без збільшення податкового тягаря;
- обґрунтування напрямів, сфер діяльності чи бюджетних програм для зменшення обсягів видатків, у т. ч. за рахунок зміни структури видатків;
- впливу реформи пенсійної системи на розширення фіскального середовища;
- ревізії напрямів капітальних інвестицій та посилення цільового і ефективного використання інвестиційно-інноваційних коштів;
- виявлення недостатньо ефективних напрямів перерозподілу ресурсів при міжбюджетних відносинах;
- пошуку засобів підвищення ефективності використання коштів на розвиток людських ресурсів (на освіту і охорону здоров'я);
- очікувані позитивні зміни в сфері освіти і охорони здоров'я за рахунок розвитку фіскального простору та модернізації управління державними фінансами [4, с. 3].

Обумовлюючим чинником необхідності досліджень проблем формування фіскального простору країни стала потреба не стільки подальшого розвитку фіскальної теорії, а вимоги практики управління державними фінансами та потреба шукати нові чи недостатньо (чи неефективно) використовувані фінансові джерела для економічного зростання та виходу з економічної кризи для досягнення пріоритетів розвитку країни.

Дослідженню впливу фіскального простору на економічне зростання, формуванню аналітичних матеріалів присвячено ряд науково-прикладних праць: звіт Світового банку [3], доповідь Європейського банку реконструкції та розвитку для країн Східної Європи та Центральної Азії [2], напрями розширення фіскального простору для Таджикистану [11], країн Західної та Центральної Африки [13], Латинської Америки [12], країн із розвинутою економікою [14]. Основною метою формування цих матеріалів було обґрунтування напрямів пошуку і визначення доступних джерел фінансових ресурсів для забезпечення виконання основних завдань економічного розвитку та державних функцій, що стане можливим при належній фіскальній стійкості.

Фіскальний простір – це потенційно можливий обсяг фінансових ресурсів, динамічно змінювана величина якого здатна регулюватися державою з урахуванням сукупності джерел формування бюджетних ресур-

сів, коштів фінансових і нефінансових корпорацій, господарюючих суб'єктів, державних цільових фондів для реалізації планів соціально-економічного розвитку та соціальних проблем, інноваційної модернізації економіки та підвищення її конкурентоспроможності на основі утвердження стратегічних цілей та пріоритетів розвитку країни: інноваційної моделі, структурно-інноваційної перебудови виробництва товарів і послуг, модернізації інфраструктури і базових секторів, формування режиму максимального сприяння бізнесу, розвитку людського і соціального капіталу, стійкого економічного зростання, гарантованого виконання державою своїх функцій.

Утвердження інноваційної моделі розвитку економіки, структурної перебудови промисловості, модернізації інфраструктури і базових галузей національного господарства є стратегічними пріоритетами реформувань економіки на 2010–2014 роки згідно з положеннями Стратегії соціально-економічного розвитку та Програми економічних реформ [9; 6].

Для реалізації пріоритетів та вирішення завдань соціально-економічного розвитку в державі повинні бути значні обсяги фінансових ресурсів, формування яких, в першу чергу, обумовлюється державною і бюджетною політикою та станом і потенційними можливостями макроекономічного середовища. Модель бюджетної політики на період реалізації завдань Програми економічних реформ на 2010–2014 рр. сформована на основі наступних базових принципів [6]: проактивний характер моделі середньострокового соціально-економічного планування розвитку; соціальна орієнтація на основі стимулювання виробництва та споживання товарів і послуг; підтримка та впровадження інвестиційно-інноваційної моделі розвитку; децентралізація надходжень і видатків.

Запропонована фахівцями міжнародних інституцій методологія дослідження фіскального простору та пошуку джерел для наповнення бюджету була апробована в країнах СНД, Європи та Центральної Азії з ринками, що розвиваються, але нестабільними фінансами, незбалансованими бюджетами, недосконалим державним регулюванням. Але дослідження проблем фіскального простору виявилися також актуальними і для розвинених країн, що підтвердилося під час фінансової кризи 2008–2009 рр, боргової кризи деяких країн ЄС, процесу визначення боргової межі в США.

Для виконання досліджень та формування власної моделі створення та використання фіскального простору в Україні слід на основі світового досвіду розробити підходи фіскальної стратегії та можливі варіанти її реалізації, кількість яких може бути значною. Основними орієнтирами для формування фіскальної політики можна скористатися при припущенні, що є намір, належний потенціал, рішучість і готовність здійснювати програми, спрямовані на продуктивні інвестиції державного інвестування:

– програми з високим ризиком та великою віддачею, коли фінансуються відносно великі державні капітальні інвестиції в умовах відносно великого фіскального дефіциту;

– програми з низьким ризиком та великою віддачею, якщо держава своїми засобами створила умови для сприятливого інвестиційного клімату, а приватний сектор за рахунок власних коштів буде здійснювати інвестиції, модернізацію основних засобів праці для задоволення своїх інноваційних потреб;

– програми з низьким ризиком та низькою віддачею, які, як правило, впроваджували держави з нерозвиненою інфраструктурою, з високими поточними бюджетними витратами, які вимушені формувати низький рівень дефіциту на незначні капітальні видатки, які неспроможні кардинально змінити структуру видатків, тобто не мали належних передумов для впровадження ефективних державних інвестиційних програм.

Розвинені країни світу досягли свого успіху тривалого періоду економічного піднесення шляхом використання різних варіантів інвестування інфраструктури, надання суспільних послуг та благ. Своїм і доволі оригінальним шляхом діяли ряд країн, наприклад:

– “азійські тигри” (Малайзія, Сінгапур, Таїланд, Південна Корея) здійснювали інвестиції в основному за рахунок державних коштів щорічно на рівні 5–10 % ВВП, тобто програми з великими ризиками і великими віддачами (перший варіант програм);

– центральноєвропейські країни напередодні вступу до ЄС створили нормативно-правові умови для підтримання приватного інвестування і при низьких ризиках отримали високу віддачу (другий варіант);

– ряд країн через брак власних коштів та вимушеності державної підтримки соціальних програм (постсоціалістичні та традиційно неринкового господарювання) інвестиції в інфраструктуру здійснювали за програмами з низькими ризиками та низькою віддачею (третій варіант).

Масштаби проблем простежуються в тенденціях, темпах та пропорціях макроекономічних та макрофіскальних показників України (див. табл. 1), із котрих слід виокремити наступні:

– практично стабільна тенденція щорічного зростання реального ВВП (окрім суттєвого зниження приросту – 2,7% в 2005 р., провального падіння приросту до –14,8% в 2009 р. та очікуваного спаду у 2014 р.), проте невиконання запланованого приросту ВВП, визначеного на 2012 р. на рівні 5 %, свідчить про неспроможність основних засобів праці забезпечити випереджальний розвиток економіки за рахунок приросту ВВП на рівні 10–12 %, як це передбачено Стратегією розвитку України [9, с. 71], причиною чого вбачається висока моральна та фізична зношеність технологічного устаткування (в середньому до 80 % по країні, а також незадовільна структура випуску товарів і послуг за технологічними укладами та їх низька конкурентоспроможність);

– обмінний курс національної валюти як індикатор її девальвації та інфляційних процесів відображає падіння вартості гривні за останні десять років на 50 %;

Основні макроекономічні показники України

| Показник | 2000 | 2002 | 2004 | 2005 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ВВП реальний, приріст, % | 5,9 | 5,2 | 12,1 | 2,7 | -14,8 | 4,1 | 5,2 | 0,3 | 0,0 |
| Обмінний курс, грн/дол. США, середній за рік | 5,4 | 5,3 | 5,3 | 5,1 | 7,79 | 7,94 | 7,97 | 7,99 | 7,99 |
| Індекси споживчих цін, % до відповідного періоду попереднього року | 128,2 | 100,8 | 109,0 | 113,5 | 115,9 | 109,4 | 108,0 | 100,6 | 99,7 |
| Капітальні інвестиції, % до ВВП | 19,7 | 20,6 | 25,9 | 25,2 | 21,12 | 17,46 | 19,96 | 20,81 | 17,04 |
| Інвестиції в основний капітал, % до ВВП, у т. ч. за рахунок коштів держбюджету | 13,9 | 16,5 | 21,9 | 21,1 | 16,6 | 15,9 | 18,3 | × | × |
| Державний та гарантований державою борг, % до ВВП | 45,2 | 33,6 | 24,7 | 17,7 | 34,8 | 39,9 | 36,3 | 36,5 | 40,1 |
| Доходи держбюджету, % до ВВП | 21,30 | 19,46 | 20,38 | 23,86 | 22,96 | 22,23 | 24,16 | 24,52 | 23,32 |
| Видатки держбюджету, % до ВВП | 20,89 | 19,64 | 23,03 | 25,59 | 26,54 | 28,04 | 25,61 | 28,04 | 27,73 |
| Баланс держбюджету, % до ВВП | -0,41 | -0,50 | -2,96 | -1,80 | -3,89 | -5,94 | -1,81 | -3,79 | -4,45 |

*Складено за даними [5; 8] та розрахунками автора

– загальний обсяг капітальних інвестицій щорічно складає в межах 17,4–25,9% від ВВП, незначними змінами характеризується також обсяги капітальних інвестицій в основний капітал (13,9–21,9%). Переважання інвестицій в основний капітал за рахунок господарюючих суб'єктів (в 2010 році 55,7 % від загального обсягу вкладень, а за рахунок держбюджету лише 6,3 %) та незначна частка державних видатків в основний капітал від ВВП (щорічно в межах 0,7–1,2 %) призвело до скорочення кількості інвестиційно-активних підприємств, до незначного росту виробництва наукомісткої продукції та її експорту;

– зміна частки державного і гарантованого державою боргу від ВВП, незважаючи на тенденцію зростання з 2005 р. з 17,7 % до 40,1 % в 2013 р., знаходиться в межах гранично визначеного Бюджетним кодексом України (ст. 18) обсягу (не може перевищувати 60 % річного номінального ВВП) [1]. Проблема державних запозичень полягає в забезпеченні цільового і ефективного їх використання, в першу чергу, на інвестиційно-інноваційні цілі, тобто на реалізацію проектів, що можуть обумовити зміну структури промислового виробництва, підвищення конкурентоспроможності як окремих видів продукції чи послуг, так і економіки країни в цілому;

– частки доходів і видатків держбюджету від ВВП мають стабільні тенденції їх змін, проте дефіцит державного бюджету за деякими роками не знаходиться в рекомендованих МВФ межах (до 3 % від ВВП), тому необхідне забезпечення цільового і ефективного використання коштів, необхідно знаходити джерела фінансування видатків, зменшення та стабілізації дефіциту бюджету.

Також необхідно зазначити, що частка пенсійних витрат від ВВП зросла за останні десять років більше, ніж в два рази, що є одним з найбільших обсягів серед країн Європи. Такі обсяги пенсійних витрат щорічно обумовлюють дефіцит Пенсійного фонду та необхідність здійснення дотацій із державного бюджету для забезпечення повної виплати пенсій. Погіршення демографічної ситуації в Україні через “старіння” населення (в 2021 р. пенсіонери складуть 29 %, а в 2050 р. – 38 % від загальної чисельності населення) та незадовільного співвідношення працюючих і пенсіонерів (нині нараховується десять працюючих на дев'ять пенсіонерів), а також незадовільні прогнози щодо пенсійного навантаження на державні фінанси стали причиною реформи пенсійної системи країни.

Зазначені проблеми, що обумовлені негативними тенденціями та пропорціями взаємозалежності окремих макроекономічних та макрофіскальних показників, якраз і обумовлюють наявність негативних процесів в економіці – “боргового тиску” та “макротиску”, котрі в умовах зростання боргових зобов'язань та погіршення макроекономічного середовища взаємно підсилюють один одного.

Збереження та дотримання фінансового забезпечення соціальних програм держбюджету призведе до вимушеності держави розширювати фіскальний простір та в цей же час витратити кошти на споживання (кінцеві колективні споживчі витрати). Цей аспект обов'язково необхідно враховувати при моделюванні майбутнього фіскального простору країни та напрямів використання коштів, при обґрунтуванні структури доходів та видатків в узгодженні з дефіцитом бюджету як балансом коштів. Важливим також є врахування наслідків від впроваджуваного напряму використання коштів, що безпосередньо впливає на забезпечення економічного зростання та стимулювання фінансування дефіциту бюджету на продуктивні інвестиції, споживчі витрати і сприяння розвитку бізнесу чи його пригнічення. Окрім цього при виконанні заходів щодо розширення фіскального простору, при підготовці варіантів (сценаріїв) стратегії формування та використання фіскального простору, очікуваних економічних результатів потрібно висвітлити часову динаміку залежності між інвестиціями та макроекономічними фіскальними змінними з урахуванням наступних можливих ризиків: пов'язаних з державним боргом; з впливом макроекономічної ситуації, імовірним трендом сальдо рахунку поточного платіжного балансу, імовірними наслідками зміни цін на природний газ, напруженості з валютним курсом.

Для врахування зазначених ризиків та чинників негативного або руйнівного впливу на бюджетний процес та формування бюджету, для їх ідентифікації та заблокування чи пом'якшення в Міністерстві фінансів України необхідно розробляти та застосовувати в бюджетному процесі систему функціональної імітації надзвичайних ситуацій фінансового сектору України.

Визначення та обґрунтування сценаріїв управління державними фінансами щодо їх результативності вирішення завдань бюджетної політики, своєчасного реагування на загрози та виклики з метою пом'якшення чи зняття негативного впливу повинні базуватися на врахуванні граничних значень (обсягів) критичних факторів (індикаторів) успіху бюджетної політики (частка від ВВП, %): дефіцит сектора загальнодержавного управління ($\leq 2,5$); державний і гарантований державою борг (≤ 45); частка перерозподілу ВВП через зведений бюджет ($\leq 28,7$); виконання плану дохідної частини державного бюджету (≥ 100); інвестиційні видатки зведеного бюджету (≥ 5) [10, с. 5].

Дослідження потенційно можливих чи недостатньо використовуваних фінансових джерел для зростання фіскального простору включають також розрахунки, експертні оцінки та наукові обґрунтування інвестиційних потреб коштів та напрямів їх використання. Наукові результати цього напрямку дослідної роботи виконуються засобами виробничого методу: визначення потреби та пропозиції її задоволення з обґрунтуванням засобів організаційного, методичного, нормативно-правового забезпечення збалансування цих основних обсягів, ефективного та цільового використання фінансових ресурсів з орієнтацією на інноваційну модернізацію управління державними фінансами. Обсяги та оцінку потенційних інвестиційних потреб в Україні на 2011–2020 р. наведено в таблиці 2.

Таблиця 2

Потенційні інвестиційні потреби в Україні (2011–2020 рр.)

| Обсяг потреби, млрд дол. США* | Обґрунтування напряму та потреби на фінансові ресурси |
|--|---|
| Паливно-енергетичний комплекс | |
| 84,1 (671,9 млрд грн) | Потреба на видатки в електроенергетиці 199,7 млрд грн (25,0 млрд дол. США): – модернізація, реконструкція, підвищення безпеки; – продовження терміну експлуатації АЕС; – введення та виведення з експлуатації блоків; – реконструкція блоків ТЕС; – реконструкція, введення нових потужностей ГЕС, ГАЕС; – розвиток відновлювальних джерел електроенергетики. Потреба на ядерно-паливний комплекс – 143,8 млрд грн (18,0 млрд дол. США): – розвиток власного цирконієвого і уранового виробництва; – будівництво заводу ядерного палива. |
| | Потреба на вугільну промисловість – 137,4 млрд грн (17,2 млрд дол. США): – технічне переоснащення; – капітальне будівництво; – ремонт, заміна обладнання; – інші витрати. |
| | Потреба на нафтогазовий комплекс – 191,0 млрд грн (23,9 млрд дол. США): – модернізація газотранспортної системи; – капітальний ремонт, будівництво потужностей ГТС, НПЗ; – геологорозвідувальні роботи та видобуток нафти і газу; – розвиток інфраструктури та створення запасів |
| | Дорожньо-транспортний комплекс |
| 5 (39,9 млрд грн) | Інвестиції в будівництво та ремонт доріг. |
| Житлово-комунальні послуги | |
| 14 (111,8 млрд грн) | Із загального обсягу 7 млрд дол. США на водопостачання та водовідведення; 7 млрд дол. США – на теплопостачання та модернізацію системи |
| Агропромисловий комплекс | |
| 9 (71,9 млрд грн) | Інвестиції в розвиток інфраструктури, сфери безпеки і стандартизації харчових продуктів, земельну реформу, науково-дослідні роботи |
| Охорона навколишнього природного середовища | |
| 36,5 (291,6 млрд грн) | Інвестиції на модернізацію промислового виробництва, на розробку і впровадження європейських стандартів законодавства щодо захисту та реабілітацію довкілля |
| Розвиток інституцій підтримки ринкових відносин | |
| 4 (32,0 млрд грн) | Інвестиції на приведення до Європейських стандартів податкової, митної, судової системи та реалізації інших програм інституційного розвитку |
| Розвиток людських ресурсів | |
| 6,5 (51,9 млрд грн) | Інвестиції в розвиток охорони здоров'я, освіти, соціального захисту |
| Разом: 159,1 (1271,0 млрд грн) | |

*Середній обмінний курс 7,9898 грн/дол США за 2013 р.
Джерело: складено за даними [3, с. 130; 7]

Для обґрунтування обсягів потреби використано дані документа Світового банку [3, с. 130] та Енергетичної стратегії України на період до 2030 р. [229], а також власні експертні визначення обсягів потреби. Наведені обсяги інвестиційних потреб обумовлюються енергозалежністю України, високим рівнем споживання енергоносіїв, відсутністю належної інфраструктури. Особливо гострими є проблеми в зазначених виробничих комплексах та напрямках споживання фінансових ресурсів, серед яких найбільш проблемним вважається паливно-енергетичний комплекс, де потреби визначені для електроенергетики, на вугільну промисловість, на нафтовий комплекс. Зазначені обсяги також підтверджуються необхідністю модернізації основного капіталу через високий рівень моральної та фізичної зношеності, а також охорони довкілля та розвитку людських ресурсів. За оцінками фахівців Світового банку [3, с. 130] на десятилітній період розмір необхідних інвестицій визначено на рівні 100 млрд дол. США, а за нашими розрахунками – біля 159 млрд дол. (1271,0 млрд грн) на період 2011–2020 рр.

Основний обсяг зростання відбувся за рахунок витрат на розвиток паливно-енергетичного комплексу (84,1 млрд дол. США замість 30 млрд дол. США за розрахунками Світового банку. Слід відмітити, що документ Світового банку і Енергетична стратегія України на період до 2030 р. підготовлені в 2005–2006 рр., коли курс гривні до долара США складав 5,1245, а визначені обсяги інвестицій практично не були реалізованими. У зв'язку з цим, потребу на інвестиції в доларах США ми за більшістю напрямів використання залишили практично без змін, а потребу в гривнях на 2011–2020 рр. визначили з урахуванням курсу національної валюти 7,9898 грн/дол. США (як середній курс у 2013 р.). Розрахунки потреби на інвестиції на період 2006–2030 рр. по Енергетичній стратегії залишено згідно оригіналу з обмінним курсом 5,1245 грн/дол. США (табл. 3) для порівняльного аналізу за етапами вказаного періоду та за напрямками фінансування.

Таблиця 3

Інвестиційно-інноваційні фінансові ресурси на розвиток паливно-енергетичного комплексу

| Напрямок фінансування | 2006–2010 | 2011–2020 | 2021–2030 | 2006–2030 | |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|
| | | | | млрд грн | млрд дол. США* |
| Усього, у т. ч. | 157,4 | 431,0 | 455,9 | 1044,3 | 203,785 |
| Теплова енергетика | 16,7 | 75,8 | 90,9 | 183,4 | 35,788 |
| Гідроенергетика | 2,8 | 5,6 | 10,6 | 19,0 | 3,707 |
| Розвиток електричних мереж | 13,2 | 43,8 | 25,9 | 82,9 | 16,177 |
| Ядерна енергетика | 11,6 | 79,0 | 117,6 | 208,2 | 40,628 |
| Розвиток відтворювальних джерел виробництва електроенергії (без ГЕС) | 1,1 | 3,0 | 3,0 | 7,1 | 1,385 |
| Ядерно-паливний цикл | 4,0 | 13,3 | 4,4 | 21,7 | 4,234 |
| Вугільна промисловість | 42,4 | 87,9 | 91,4 | 221,7 | 43,262 |
| Нафтогазовий комплекс | 65,6 | 122,6 | 112,1 | 300,3 | 58,604 |

Особливу загрозу та виклики національній безпеці країни обумовлює стан справ у паливно-енергетичному комплексі в зв'язку з високим рівнем енергозалежності України, негативною структурою споживання первинної енергії (табл. 4), високою енергомісткістю ВВП (в 2,6 рази більше середнього світового рівня), низькою конкурентоспроможністю товарів і послуг українського виробництва на світовому ринку, що обумовлює потребу детальнішого аналітичного розгляду для детальнішого обґрунтування правильності розрахунків потреби фінансових ресурсів на інвестиційно-інноваційні капітальні вкладення в основні засоби ПЕК.

Таблиця 4

Структура споживання первинної енергії, %

| Вид палива | Світ | ЄС | США | Україна |
|---|------|-----|-----|---------|
| Природний газ | 21 | 22 | 24 | 41 |
| Нафта | 35 | 41 | 38 | 19 |
| Вугілля | 23 | 16 | 23 | 19 |
| Уран | 7 | 15 | 8 | 17 |
| Гідроресурси та інші відновлювальні джерела | 14 | 6 | 7 | 4 |
| Всього | 100 | 100 | 100 | 100 |

*Розрахунки потреби на інвестиції на 2006–2030 рр. за Енергетичною стратегією залишено згідно з оригіналом із середнім обмінним курсом 5,1245 грн/дол. у 2005 р.

Джерело: складено за даними [7]

Рівень енергозалежності України становить біля 60 %. Близькою є енергозалежність Німеччини (61 %), Франції (50 %), Австрії (65 %), Фінляндії (55 %), Іспанії (74 %), Італії (82 %), Угорщини (58 %). Характерною особливістю енергозалежності України є відсутність диверсифікації джерел постачання енергоносіїв, насамперед, на вуглеводній основі (нафти, газу) та ядерного палива.

Негативні тенденції простежуються у структурі споживання первинної енергії в Україні (див. табл. 4), чому сприяє напружена ситуація із забезпеченням електроенергетики, комунальної сфери та вугіллям належної якості, вугільними та торфопродуктами, скрапленням газом, відсутність налагодженої системи споживання

вання на паливо деревних ресурсів, соломи, сонячної енергії, що в цілому приводить до заміщення їх природним газом та зростання енергозалежності країни.

Енергомiсткiсть ВВП України в 2,6 рази перевищує середнiй рiвень країн свiту, що свiдчить про низьку ефективнiсть використання паливно-енергетичних ресурсiв: Україна 0,89 кг ум.п./дол. США, Свiт – 0,34; Франція – 0,26; Польща – 0,34; Китай – 0,34; Росія – 0,84. Висока енергомiсткiсть ВВП в Україні є наслідком iстотного вiдставання у бiльшостi галузей економiки i житлово-комунальнiй сферi, незадовiльної галузевої структури національної економiки, експортно-iмпортних операцiй зовнiшньоекономiчної дiяльностi.

Прогноз макроекономiчної потреби в паливно-енергетичних ресурсах згiдно даних Енергетичної стратегiї України [7] за найбільш вiрогiдним (базовим) сценарiєм базується на зростаннi обсягу виробництва ВВП майже в три рази до 1,8 трлн грн у 2030 р. та зi значно меншими темпами зростання (на 51 %) споживання первинних енергоресурсiв за рахунок технологiчного та структурного енергозбереження, сумарний обсяг яких зростає з 200,6 млн т ум.п. до 302,7 млн т ум.п.

Для досягнення цих стратегiчних орієнтирiв щодо зростання ВВП та ресурсозбереження визначено обсяги фiнансового забезпечення розвитку ПЕК в розрiзі перiодiв та галузей проектування (див. табл. 4).

Реалiзацiя Енергетичної стратегiї України гарантує виконання завдань та вирiшення проблем ПЕК:

- забезпечення необхідних обсягiв надiйного та якiсного постачання економiки та населення країни енергетичними продуктами, пiдвищення економiчної ефективностi, економiчної та екологiчної безпеки шляхом впровадження новiтніх технологiй;

- зниження енергомiсткостi ВВП з 0,48 кг ум.п./грн у 2005 р. до 0,24 кг ум.п./грн – у 2030 р. (тобто у два рази) за рахунок структурного та технологiчного енергозбереження;

- оптимiзацiя структури виробництва електроенергiї за видами палива та забезпечення спiввiдношення мiж АЕС – 52,1 %; ТЕС, ТЕЦ, блок-станцiями – 42,9 %; iншими типами генерацiї – 5,0 % забезпечить економiчну роботу електростанцiй, створить умови регулювання та стабiльної роботи Об'єднаної енергетичної системи України;

- гарантування енергетичної безпеки шляхом:

- а) зменшення рiвня енергозалежностi вiд зовнiшніх поставок палива з 54,5 % у 2005 р. до 11,7 % – у 2030 р. за рахунок ресурсозбереження, використання власних джерел та видобутку їх за межами країни;

- б) збiльшення виробництва електроенергiї на власному паливi з 42 % у 2005 р. до 91,8 % – у 2030 р.;

- в) диверсифiкацiї джерел i маршрутiв постачання природного газу i нафти, створення в країні стратегiчних запасiв нафти i газу, ринкового регулювання цiн.

Розширення фiскального простору в умовах економiчних реформ за рахунок джерел, якi недостатньо використовувалися чи просто потенцiйно можливих для використання на основi певних реформувань, змiни соцiально-економiчної ситуацiї, нинi в умовах прояву кризових загроз набуває особливої значущостi. Виконанi дослідження результативностi фiнансових джерел, стану надходжень до бюджетiв усiх рiвнiв та їх експертнi оцiнки використанi для розробки класифiкацiї фiнансових джерел та напрямiв забезпечення зростання фiскального простору включають данi щодо найменувань блоків та фiнансових джерел, науковi обгрунтування: стану та проблем функцiонуючих та потенцiйно можливих фiнансових джерел, очiкуваного зростання доходностi джерел за рахунок удосконалення засобiв впливу.

Перелiк фiнансових джерел включає блоки: організацiйно-правових джерел, державних фiнансiв, фiнансово-податкових, грошово-кредитних, детiнiзацiї економiчної дiяльностi, розвитку людських ресурсiв, зовнiшньоекономiчної дiяльностi. Вибiр i визначення усiх джерел базується на єдиному для всiх принципi – доцiльностi включення в перелiк, якщо пiсля певних удосконалень чи реформувань засобiв впливу на їх функцiонування буде забезпечено зростання доходностi громадян i господарюючих суб'єктiв, а на цiй основi – розширення фiскального простору, бази оподаткування та збiльшення надходжень до бюджетiв.

Науковi обгрунтування стану та проблем функцiонуючих та потенцiйно можливих фiнансових джерел базуються на даних статi звітностi, рiвня реального використання джерел, наявностi розробки нормативних матерiалiв, соцiальний пакет сприйняття тощо. Науковi обгрунтування очiкуваного зростання доходностi джерел включають пропозицiї щодо удосконалення засобiв впливу, котрi здатнi активiзувати дiяльнiсть, пiдвищення ефективностi, доходностi та включають: засоби державного регулювання (нормативно-правовi, адмiнiстративнi, державної безпеки, організацiйно-методичнi, грошово-кредитнi, а також м'якi методи – роз'яснення, iнформування через засоби масової iнформацiї про державну економiчну полiтику).

У наведених результатах наукових досліджень щодо фiнансових джерел розширення фiскального простору науковi обгрунтування очiкуваного зростання доходностi джерел за рахунок удосконалення засобiв впливу наведено пропозицiї по напрямках, змiни засобiв, норм та нормативiв, реструктуризацiї, впливу на функцiонуючi чи потенцiйно можливi фiнансовi джерела. Слiд вiдмiтити, що деталiзацiя цих пропозицiй, подальше доопрацювання надзвичайно актуальне, але трудомiстке, потребує значних затрат працi, часу, виконання варіантних розрахункiв, узгодження та апробацiї.

Набiр фiнансових джерел та їх класифiкацiя за запропонованими блоками i напрямками зростання їх доходностi i розширення фiскального простору пiдтверджує наявнiсть резервiв, необхідностi їх дослідження, розробки рекомендацiй щодо напрямiв удосконалення засобiв державного втручання для забезпечення зростання доходностi цих джерел та розширення фiскального простору. Особливо вагомими стануть результати наукових досліджень щодо визначення обсягiв зростання доходностi пiд впливом певних засобiв: організацiйно-правового, методичного, технологiчного характеру тощо.

Одержані додаткові фінансові ресурси збільшать можливості інвестування найбільш пріоритетних напрямів, розвиток яких в перспективі сприятиме розвитку всіх сфер соціально-економічної діяльності:

– розвитку паливно-енергетичного комплексу для зменшення енергозалежності країни від зовнішніх поставок шляхом нарощування власного видобування енергоносіїв на вуглеводній основі, заміни споживання газу власними альтернативними ресурсами, використання гідро- та інших відновлювальних ресурсів, енергозбереження на сучасній технологічній основі;

– розвитку людських ресурсів та формування на цій основі сучасної, знаннєвої економіки;

– утвердженню інноваційної моделі розвитку економіки; розвитку науки і особливо прикладної для забезпечення технологічного прориву за напрямками, що обумовлюють виклики і загрози національній безпеці країни.

Стратегічними є вирішення проблем налагодження імпортно-замінних виробництв, а також зростання заробітних плат і пенсій як джерел формування платоспроможного попиту населення.

Література

1. Бюджетний Кодекс України від 8.07. 2010 р. № 2456–VI [Електронний ресурс] // Відом. Верх. Ради України, 2010. – № 50–51. – С. 572. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2456-17>
2. Грей Ш. Налогово-бюджетная политика и экономический рост. Уроки для Восточной Европы и Центральной Азии / Ш. Грей, Т. Лейн, А. Варудаксис // The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. – 2007. – 391 с.
3. Девіс М. Створення фіскального простору для економічного зростання. Огляд державних фінансів України. Документ Світового банку / М. Девіс, П. Сааведри, Р. Піонтковський та ін. – Звіт № 36671 – UA. – 2006. – 185 с.
4. Єфименко Т. І. Формування фіскального простору економічних реформ / Т. І. Єфименко // Фінанси України. – 2011. – № 4. – С. 3–23.
5. Офіційний сайт Мініфін України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/>
6. Програма економічних реформ “Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава” на 2010–2014 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/articles/2010/06/2/5102337>
7. Розпорядження КМУ “Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2030 року” від 15.03.2006 р. – № 145-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/signal/kr06145a.doc>
8. Статистична інформація / Держкомстат України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
9. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004–2015 рр.). Шляхом Європейської інтеграції / авт. кол.: А. С. Гальчинський, В. М. Геєць та ін. – К. : ІВЦ Держкомстату України, 2004 – 416 с.
10. Ярошенко Ф. О. Система швидкого реагування на проникнення світової кризи у фінансовий сектор України / Ф. О. Ярошенко, С. Д. Бушуєв // Фінанси України. – 2011. – № 7 (188). – С. 3–13.
11. Brownbridge M. Fiscal Policy for Growth and Development in Tajikistan / M. Brownbridge, S. Canagarajah / The World Bank. Europe and Central Asia Region. Poverty Reduction and Economic Management Network // Policy Research Working Paper 4532. – February 2009. – 64 p.
12. Cetrangolo O. Rigidities and Fiscal Space in Latin America: A Comparative Case Study / O. Cetrangolo, I. Iemenez, R. Castillo ; CEPAL // Serie Macroeconomia del desarrollo. – Santiago, Chile. – April 2010. – № 97. – 33 p.
13. Fiscal Space for Strengthened Social Protection. West and Central Africa / UNIWEF. – February 2008. – 36 p.
14. Fiscal Fatigue, Fiscal Space and Debt Sustainability in Advanced Economies / A. Ghosh, I. Kit, E. Mendoza, I. Ostry, M. Oureshi // NBER Working Paper Series. – February 2011. – № W16782. – 49 p.
15. Heller P. Understanding Fiscal Space / P. Heller // International Monetary Fund, Fiscal Affairs Department, Washington // IMF Policy Discussion Paper. – March 2005. – № 05/4. – 18 p.
16. Heller P. Fiscal Policy for Growth and Development / P. Heller // The Fiscal Spase Debate – Presented at G20 workshop on Fiscal Policy: Istanbul, 2007. – 18 p.

References

1. Byudzhetyj`j Kodeks Ukrainy` vid 8.07. 2010 roku # 2456–VI [Elektronny`j resurs] // Vidomosti Verhovnoyi Rady` Ukrainy` , 2010. – # 50–51. – S. 572. – Rezhym`m dostupu: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2456-17>
2. Grej Sh. Nalogovo-byudzhelnaya poly`ty`ka y` ekonomy`chesky`j rost. Uroky` dlya Vostochnoj Evropy y` Central`noj Azy`y` / Sh. Grej, T. Lejn, A. Varudaksy`s. – The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. – 2007. – 391s.
3. Devis M. Stvorenniya fiskal`nogo prostoru dlya ekonomichnogo zrostannya. Oglyad derzhavny`x finansiv Ukrainy`. Dokument Svitovogo banku / M. Devis, P. Saavedry`, R. Piontkovs`ky`j ta in. – Zvit # 36671 – UA. – 2006. – 185 s.
4. Yefy`menko T. I. Formuvannya fiskal`nogo prostoru ekonomichny`x reform / T. I. Yefy`menko // Finansy` Ukrainy` . – 2011. – # 4. – S. 3–23.
5. Oficijny`j sajt Ministerstva Finansiv Ukrainy` [Elektronny`j resurs]. – Rezhym`m dostupu: <http://www.minfin.gov.ua/>

6. Programa ekonomichny`x reform "Zamozhne suspil`stvo, konkurentospromozhna ekonomika, efekty`vna derzhava" na 2010–2014 roky` [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://www.pravda.com.ua/articles/2010/06/2/5102337>
7. Rozporyadzhennya Kabinetu Ministriv Ukrayiny` "Pro sxvalennya Energety`chnoyi strategiyi Ukrayiny` na period do 2030 roku" vid 15.03.2006 roku. – # 145-r [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://zakon.rada.gov.ua/signal/kr06145a.doc>
8. Staty`sty`chna informaciya / Derzhavny`j komitet staty`sty`ky` Ukrayiny` [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
9. Strategiya ekonomichnogo i social`nogo rozvy`tku Ukrayiny` (2004–2015 roky`). Shlyaxom Yevropejs`koyi integraciyi / avt. kol.: A. S. Gal`chy`ns`ky`j, V. M. Geyecz` ta in. – K. : IVCz Derzhkomstatu Ukrayiny`, 2004 – 416 s.
10. Yaroshenko F. O. Sy`stema shvy`dkogo reaguvannya na prony`knennya svitovoyi kry`zy` u finansovy`j sektor Ukrayiny` / F. O. Yaroshenko, S. D. Bushuev // Finansy` Ukrayiny`. – 2011. – # 7 (188). – S. 3–13.
11. Brownbridge M. Fiscal Policy for Growth and Development in Tajikistan / M. Brownbridge, S. Canagarajah / The World Bank. Europe and Central Asia Region. Poverty Reduction and Economic Management Network // Policy Research Working Paper 4532. – February 2009. – 64 p.
12. Cetrangolo O. Rigities and Fiscal Space in Latin America: A Comparative Case Study / O. Cetrangolo, I. Iemenez, R. Castillo ; CEPAL // Serie Macroeconomia del desarrollo. – Santiago, Chile. – April 2010. – № 97. – 33 p.
13. Fiscal Space for Strengthened Social Protection. West and Central Africa / UNIWEF. – February 2008. – 36 p.
14. Fiscal Fatigue, Fiscal Space and Debt Sustainability in Advanced Economies / A. Ghosh, I. Kit, E. Mendoza, I. Ostry, M. Oureshi // NBER Working Paper Series. – February 2011. – № W16782. – 49 p.
15. Heller P. Understanding Fiscal Space / P. Heller // International Monetary Fund, Fiscal Affairs Department, Washington // IMF Policy Discussion Paper. – March 2005. – № 05/4. – 18 p.
16. Heller P. Fiscal Policy for Growth and Development / P. Heller // The Fiscal Spase Debate – Presented at G20 workshop on Fiscal Policy: Istanbul, 2007. – 18 p.

Надіслана/Written: 30.05.2014 р.
Надійшла/Received: 2.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ПРОГРАМИ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ

Розглянуто особливості розробки програми стимулювання збуту. Представлені основні цілі та узагальнені типи стимулювання збуту; досліджено вплив цінової політики підприємства на стимулювання продаж та основні заходи виробника щодо їх стимулювання, а також основні етапи розробки комплексної програми стимулювання збуту.

Ключові слова: розробка програми стимулювання збуту, цінова політика, стратегічні цілі, торговий посередник, споживач, рекламна кампанія, конкурентні переваги, загальне стимулювання, організація збутової мережі, сучасні інструменти стимулювання.

N. I. DOBERCHAK

Khmelnytskyi National University

THEORETICAL ASPECTS OF DEVELOPMENT OF PROGRAM STIMULATION SALE

Abstract – The features of development of the program of sales promotion are considered. Primary purposes and generalized types of sales promotion are presented; It is not necessary to develop measures to stimulate its own, without the involvement of relevant professionals. In Ukraine there are already such companies that offer a wide range of services, and almost all the major advertising agencies have already created the specialized units; investigational influence of price policy of enterprise on stimulation sale and basic measures of producer in relation to their stimulation, and also basic design of the complex program of sales promotion times.

Key words: development of the program of sales promotion, price policy, strategic aims, point-of-sale mediator, user, publicity campaign, competitive edges, general stimulation, organization of sale network, modern instruments of stimulation.

Постановка проблеми. Стимулювати, як вказується в словниках, означає “приводити в рух”. Саме таке завдання ставилося перед стимулюванням продаж у всі часи. У США стимулювання продаж як складова частина виробничо-комерційної структури існує вже більше 50 років. Разом з тим, стимулювання збуту вважається не таким універсальним засобом збільшення обсягів продаж, як реклама, оскільки його застосування носить епізодичний характер, або є кінцевою складовою все тієї ж реклами. Тому відповідні витрати включаються до рекламного бюджету.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемні питання зі стимулювання збуту відображені у працях багатьох вітчизняних вчених: А. Романова, Г. Савіцька, Р. Галімізянов, В. Хруцький, Т. Шепеленко, М. Васильчук, Л. Яковлев, Е. Крилов, Т. Литвин, А. Яновський. Впродовж багатьох років використовувалися численні визначення поняття “Стимулювання продаж”, які, проте, були досить розпливчатими. Сьогодні ж наявність спеціалізованих агентств і розвиток відповідного ринку дозволяє підійти до практично вичерпного визначення: можна вважати, що мова йде про сукупність прийомів, вживаних впродовж всього життєвого циклу товару відносно трьох учасників ринку (споживача, оптового торговця, продавця) з метою короткострокового підвищення обсягу продаж, а також збільшення числа нових покупців.

Метою статті є з'ясування ролі та особливостей розробки програми стимулювання збуту, а також дослідження впливу цінової політики підприємства на стимулювання продаж.

Вклад основного матеріалу. Стимулювання продаж має багатоцільову спрямованість. Вибір мети залежить від об'єкта майбутньої дії. Існує декілька типів цільових аудиторій:

– споживач: він, безумовно, володіє найбільшою значущістю, і вся політика маркетингу зводиться до дії саме на споживача. Широкий спектр прийомів стимулювання продаж був створений з єдиною метою - найефективнішим чином привернути споживача і задовольнити його запити. Споживачеві відданий пріоритет, оскільки всі інші об'єкти є лише посередниками і дія на них виявляється для посилення дії на споживача. Цілі стимулювання, зверненого до споживача, зводяться до наступного: збільшити число покупців; збільшити кількість товару, купленого одним і тим же покупцем.

– продавець: здатність і уміння продавця продати товар не повинні бути залишені без уваги з боку виробника. На користь фірми стимулювати, заохочувати і нарощувати ці якості. Мета стимулювання, зверненого до продавця перетворити байдужого до товару продавця на високо мотивованого ентузіаста;

– торговий посередник: виступаючи природною ланкою між виробником і споживачем, він є специфічним об'єктом стимулювання, що виконує в цьому випадку регулюючі функції. Обрання тих або інших засобів стимулювання залежить від поставлених цілей.

Їх можна об'єднати в три великі групи:

1. Пропозиція ціни (продаж по знижених цінах, пільгові купони, талони, що дають право на знижку);
2. пропозиція в натуральній формі (премії, зразки товару);
3. активна пропозиція (конкурси покупців, ігри, лотереї).

Стосовно якої-небудь торгової точки ми можемо класифікувати різні види стимулювання іншим чином, по їх походженню і дії на клієнтуру. В цьому випадку ми приходимо до трьох узагальнених типів стимулювання:

1) загальне, вживане на місці продажу. Його відмінною рисою є заданість теми. Воно служить інструментом загального пошвавлення торгівлі;

2) вибіркоче – припускає розміщення товару поза місцями загального викладення на вигідній позиції, наприклад на початку ряду або стелажу. Товар може бути також зосереджений в якому-небудь місці торгового залу;

3) індивідуальне – здійснюється в місцях загальної експозиції товарів і, як правило, виходить від виробника. Рекламна афіша, покажчик сигналізують про те, що відносно певного товару здійснюється стимулювання у вигляді зниження цін, конкурсів, премій і так далі. В цьому випадку заходи по стимулюванню сприймаються споживачем лише в той момент, коли він зупиняється перед магазинною полицею.

У кількісному відношенні стимулювання продажів головним чином направлене на споживача. Воно звернене до найширших мас і має на меті забезпечити продаж товару, створити потік споживачів безпосередньо в тому місці, де здійснюється продаж товару. У цьому полягає відмінність стимулювання від прийомів прямого маркетингу, які звернені безпосередньо до кожного потенційного покупця з тим, щоб спонукати його до замовлення товару поза місцем торгівлі [1].

Тимчасове зниження ціни на товар має свої переваги і недоліки. Деякі підприємства (як виробники, так і торгові посередники), удаються тільки до цього виду стимулювання; на їх думку, набагато вигідніше піти назустріч економічно виправданим побажанням споживача, аніж відповідати на все нові запити індивідуума відносно якості і різноманітності продукції. Недоліком цього виду стимулювання є те, що він не приводить до створення кола надійної, постійної клієнтури, а примушує покупця кидатися від однієї марки товару до іншої, відповідно до пропонованого зниження цін. Для того, щоб не перестаратися в часом небезпечному для товару і підприємства зниженні цін, ініціатори стимулювання все частіше підкреслюють тимчасовий характер своєї пропозиції ціни, супроводжуючи товар відповідним письмовим поясненням або ж роблячи акцент на зниженні ціни з відстроченням надання знижки.

Перевага цього прийому полягає в тому, що він дозволяє заздалегідь точно оцінити вартість операції, швидко організувати її в найпростіших формах, максимально скоротити терміни її проведення відповідно до обраних цілей. Для торгівельної мережі цей вид стимулювання продажів є безцінним інструментом, який може застосовуватися без якої-небудь попередньої підготовки в тих випадках, коли потрібно негайно відреагувати на дії конкурентів або внести корективи до політики цін даного торгового підприємства.

Продаж за зниженими цінами особливо ефективний в тих випадках, коли ціна грає вирішальну роль при виборі того або іншого товару (наприклад, таких продуктів повсякденного попиту як цукор, масло). При цьому споживачеві адресуються відповідні рекламно-інформаційні повідомлення з метою спонукати його до покупки в конкретній торговій точці.

Розміри зниження цін повинні бути достатньо відчутними, щоб на них можна було будувати рекламні звернення; достатньо стимулюючими попит, щоб компенсувати пов'язане із зниженням цін падіння прибутку і достатньо привабливими, щоб змусити прийти споживача. Всі види стимулювання продажів, сфокусовані на продажній ціні товару, можна розділити на три великі групи: пряме зниження цін, розповсюдження купонів, що дають право на покупку із знижкою і зниження цін з відстроченням отримання знижки [2]. Бездоганно проведена операція може негайно привести до зростання обсягу продаж, за яким, відразу після її закінчення слідує різке скорочення цього обсягу. Тому наслідки зниження цін повинні бути ретельно зважені, оскільки вони можуть виявитися небезпечними. Збут товару є ланцюжком, що пов'язує підприємство-виробник із споживачем через проміжні ланки: торгових посередників, ініціаторів покупки.

Для ефективної дії на споживача потрібне застосування особливих методів. Зазвичай саме на стимулювання покладається завдання пошуку прийомів, відповідних кожній стадії в процесі збуту.

Маркетинг змінив відносини між підприємством-виробником і торговою мережею; збутовий апарат може багато що сказати про виробника, оскільки його рівень визначає комерційну ефективність діяльності останнього. Якщо збувальники не зацікавилися товаром, то торгова мережа також не виявить до нього цікавості і виробництво даного товару дуже швидко перестане бути рентабельним. Якщо, навпаки, збувальникам товар не байдужий, то вони зможуть переконати керівника магазину і споживачі куплять даний товар.

Організація збутової мережі залежить від каналів реалізації, від обсягів діяльності торгових посередників, типу товару тощо. Знаючи глибинні потреби власних продавців продукції (безпека свого положення, відчуття своєї приналежності до підприємства, пошана до себе, прагнення до самореалізації), підприємство не почне постійно стимулювати свої структурні підрозділи, відповідальні за збут. Стимулювання повинне застосовуватися у виняткових випадках і мати чітко поставлені цілі. Тільки таким чином можна мобілізувати зусилля збутовиків впродовж короткого проміжку часу.

Для того, щоб прив'язати до себе збутовиків, дати їм необхідну мотивацію і змусити їх проникнутися "духом" підприємства, виробник застосовує різні прийоми: надає їм фінансові пільги, організовує конкурси, влаштує поїздки. Всі ці засоби є заходами по стимулюванню – просуванню продажів.

1. Класичні інструменти стимулювання. Їх налічується чотири, і вони відрізняються високою стимулюючою дією; мова йде про які-небудь "плюси", пропоновані продавцям в певний момент, щоб просунути товар назустріч покупцям;

2. Сучасні інструменти стимулювання. Необхідно створити позитивний взаємозв'язок між збутовиком і товаром, певну обстановку, яка підтримується фірмою за допомогою вітальних листівок, телефонних

дзвінків, невеликих подарунків. Число підприємств, що застосовують стимулювання такого роду, постійно росте. Яким би не був вибраний спосіб стимулювання, фактично він є різновидом конкурсу між продавцями;

3. Принципи організації конкурсів для збутовиків. Організація таких конкурсів повинна ґрунтуватися на загальних принципах, виявлених дослідним шляхом.

Механізм стимулювання заснований на присудженні балів, кількість яких залежить від перевиконання показників, досягнутого співробітником за певний період. Кожне очко, представлене у формі чека, талона або певного кілометражу, дозволяє придбати призи.

4. Призи та інші види винагороди.

Головним завданням стимулювання є дія на споживача і спрощення процесу продажу. Але перш, ніж дійти до передбачуваного адресата, воно повинне бути прийняте і добре представлене торговою мережею. Звідси виникає необхідність постійного проведення спеціальних операцій з мотивації і стимулювання торгової мережі.

Враховуючи значне розширення номенклатури товарів, торгова мережа рано чи пізно стикається з проблемами організації торгового залу. Тому вона вільна вибирати тих виробників, пропозиція яких відповідає її цілям, або тих, хто зможе гарантувати їй певний рівень рентабельності, завдяки стимулюючим акціям, призначеним або для споживача, або для неї самої. Що стосується виробника, то він вимушений пропонувати все більше тимчасових пільг як торговому посередникові, так і споживачеві з тим, щоб його товари лягли на полиці магазинів.

Торговий посередник доброзичливо відноситься до стимулювання, зверненого до споживача оскільки воно сприяє ознайомленню з товаром і прискоренню його продажу. Тільки цілеспрямовано впливаючи на торгового посередника шляхом організації продуманих стимулюючих акцій на всіх стадіях життєвого циклу товару, виробник може перетворити його на свого ефективного партнера.

Виробник завжди повинен враховувати особливості торгової мережі, з якою він працює, якщо у нього виникає намір запропонувати їй акцію по стимулюванню продажів.

Що стосується комплексної програми стимулювання, то відносно її розробки маркетолог повинен прийняти ряд додаткових рішень. Зокрема він повинен вирішити, наскільки інтенсивне стимулювання застосувати, як довго воно триватиме і які кошти слід виділити для його проведення [3]. Щодо інтенсивності стимулювання, то діяч ринку повинен ухвалити рішення про те, наскільки інтенсивне стимулювання запропонувати. Для успіху заходу необхідна наявність певного мінімуму стимулювання. Сильніший стимул забезпечить і більше продажів, але при постійно падаючому темпі збуту. Стимули можуть бути запропоновані або всім, або тільки якимсь особливим групам осіб.

Якщо захід щодо стимулювання дуже розтягнутий в часі, пропозиція втратить частину свого заряду, що штовхає на негайні дії. Ефективнішим є відносно нетривале стимулювання продажів. Короткочасність заходу спонукає споживача швидко скористатися швидкоминучою вигодою. Але якщо тривалість заходу дуже коротка, багато споживачів не зможуть скористатися пропонованими вигодами, оскільки якраз в цей час у них, можливо, не буде потреби в повторних покупках. Стосовно товарів широкого попиту стимулювання може продовжуватися в середньому від одного до двох місяців. Товари, що купляють один раз в рік, потребують короткострокового (4–6 тижнів) стимулювання в мить, коли покупка найбільш вірогідна.

Бюджет на заходи щодо стимулювання збуту можна розробити двома способами. Діяч ринку може вибрати конкретні заходи і обрахувати їх вартість, проте частіше розмір асигнувань визначається у вигляді відсотка від загального бюджету.

По можливості всі використовувані засоби стимулювання збуту слід заздалегідь протестувати і переконатися, що вони підходять і забезпечують необхідні стимули. Тому виникає необхідність проведення тестів на основі представницької вибірки з цільової аудиторії, щоб ухвалити обґрунтоване рішення.

Контроль за стимулюванням повинен здійснюватися до, в час і після його проведення. Основна важкість оцінки стимулюючих заходів полягає в тому, що вони рідко проводяться ізольовано як від інших акцій того ж виробника, так і від акцій конкурентів. Тому дуже багато виробників задовольняються простим зіставленням обсягу продажів до і після операції. Але може виникнути така ситуація, що приріст, що зовні виглядає як 50-відсотковий збільшення обсягу продажів, насправді складає всього 20 %, оскільки в магазинах, не охоплених стимулюванням, приріст склав 30 %. На практиці треба порівнювати чинники, які відрізняються стабільністю і постійністю, при цьому ідеальною було б зіставлення з групою магазинів, що знаходяться в зоні, вільній від стимулювання. Слід також брати до уваги дії конкурентів під час проведення стимулювання. В Україні, однак, де ринкова економіка тільки будується, навіть найтрадиційніші заходи для стимулювання продажу можуть виявитися цілком новими і дати значний економічний ефект. Найбільш поширений в Україні так званий семплінг (в перекладі з англ. – проба). Це дегустації, демонстрації та безкоштовне розповсюдження товарів.

Фахівці вважають, що всі нестандартні заходи (спортивні змагання, збори дилерів, вечірки на кілька тисяч учасників) відбуваються за однією схемою. Розробляється ідея такого заходу – на певний час для групи людей (майбутніх споживачів) створити атмосферу, яка матиме позитивний емоційний вплив, який асоціюватиметься в людини з брендом, під егідою якого провадиться ця акція. Під час такого заходу людина отримує також і певний обсяг інформації про товар та його позитивні якості.

Висновки. Отже, враховуючи зазначене можна зробити висновки щодо сучасних активних заходів стимулювання продажу товарів. По-перше, активно та широко використовують стимулювання тільки закордонні компанії. Національний виробник міцно тримається старих традицій спілкування з покупцем і не бажає вкладати гроші в цю галузь маркетингових комунікацій, забуваючи, що мінімальна стартова ціна проведення семплінгу дорівнює вартості однієї хвилини на центральному телебаченні і що значно результативніше провести успішну локальну кампанію, ніж витратити гроші на слабку загальнонаціональну. По-друге, не варто розробляти заходи зі стимулювання самотужки, без залучення відповідних професіоналів. На ринку України вже діють такі фірми, котрі пропонують досить широкий набір послуг, а майже всі великі рекламні агенції вже створили відповідні спеціалізовані підрозділи. По-третє, з розвитком ринку кількість акцій, спрямованих на стимулювання продажу товарів, збільшуватиметься, бо вони закладають підвалини тривалих стосунків між виробниками та споживачами.

Література

1. Економіка та фінанси : навч. посібник ; за ред. А. Солов'єва. – 2-ге вид. – Л. : ДУ “Львівська політехніка”, 2002. – 280с.
2. Курбатов К. Є. Маркетинг і організаційно – економічні умови розвитку збутової діяльності в ринкових умовах / К. Є. Курбатов. – Х. : Альфа, 1996. – 246 с.
3. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 312 с.

References

1. Ekonomika ta finansy: navchalnyi posibnyk ; pid. red. A.Solovova. – 2-he vyd. – Lviv : Derzhavnyi universytet “Lvivska politekhnika”, 2002. – 280 s.
2. Kurbatov K. Ye. Marketynh i orhanizatsiino – ekonomichni umovy rozvytku zbutovoi diialnosti v rynkovykh umovakh / K. Ye. Kurbatov. – Kharkiv : Alfa, 1996. – 246 s.
3. Fatkhutdynov R. A. Konkurentosposobnost: ekonomyka, stratelyia, upravlenye / R. A. Fatkhutdynov. – M. : YNFRA-M., 2002. – 312 s.

Надіслана/Written: 30.05.2014 р.
Надійшла/Received: 2.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПЛАНУВАННЯ КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ БАНКІВ

Доведено необхідність розвитку процесів планування кредитної діяльності банків; проаналізовано результати кредитної діяльності вітчизняних банків. Виділено напрямки кредитного планування в залежності від організаційно-правових засад функціонування та форм власності; доведено, що якість планування залежить від глибини врахування принципів, їх кількості та дієвості. Розглянуто особливості прояву та вимог традиційних принципів планування (єдність, неперервність, гнучкість, поточність та принцип участі) при формуванні кредитних планів. Запропоновано для підвищення якості процесів планування кредитної діяльності банку: впровадження вартісного підходу; розроблення методичного забезпечення для формування кредитних планів; розробка планів щодо впровадження і просування окремих кредитних банківських продуктів.

Ключові слова: банк, менеджмент, кредитна діяльність, принцип, планування, кредитні плани.

L. V. KUZNETSOVA

Odessa National University of Economics

METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF CONTEMPORARY PLANNING CREDIT BANKS

Abstract – The aim of the paper is to determine the methodological approaches to planning credit activity of banks today.

The necessity of planning processes credit activity of banks, credit analyzes the results of domestic banks. Highlight areas of the credit plan based on the legal principles of operation and ownership, where there is an objective need for the application of planning. It is proved that quality planning depends on the depth consideration of the principles of quantity and efficiency. Features of manifestation and requirements of traditional planning principles (unity, continuity, flexibility, and potochnist principle of participation) in the formation of credit plans.

For development planning processes in the bank lending activities proposed implementation cost approach to develop methodological support for the preparation of financial forecasts, strategic plans and current credit; development plans for the introduction and promotion of individual credit banking products.

Key words: bank management, lending activity, the principle of planning, credit plans.

Постановка проблеми. На сучасному етапі економічних перетворень важливим є визначення напрямів розвитку банківського сектору виходячи із основних завдань соціально-економічного зростання України. У зв'язку з необхідністю підвищення ролі банків у фінансуванні економічного зростання виникає потреба активізації кредитної діяльності банків, що дозволить забезпечити оптимальний розподіл кредитних ресурсів, капіталу з метою підтримання стійкості економічного розвитку.

При вирішенні завдань підвищення ефективності та посилення дієвості механізму кредитування секторів економіки, а також розширення ринку банківських кредитних послуг особливого значення набувають процеси планування банківських операцій. Без якісного планування неможливо управляти активами і пасивами банку, планувати прибуток, визначати економічну ефективність діяльності банку, як у цілому, так і його кредитних підрозділів. Планування кредитної діяльності забезпечує власників та керівників банку необхідною інформацією, сприяє прийняттю більш обґрунтованих управлінських рішень, тому дослідження сучасних розробок у плануванні кредитної діяльності банків, впровадження методів адаптації планових завдань щодо умов функціонування вітчизняних банків, є актуальними.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед вагомих наукових досліджень вчених у сфері розвитку методологічних засад планування банківської діяльності можна назвати праці як зарубіжних вчених: Дж. Сінкі, П. Роуза І. Фішера, М. Фрідмана, так і вітчизняних: Г. Азаренкову, О. Васюренко, О. Іванілову, М. Денисенко, М. Люзняка, Л. Примостку, Н. Шелудько, Ф. Шпіга.

Серед сучасних найбільш змістовних наукових робіт вітчизняних економістів, що присвячені проблемам планування банківської діяльності, можна виділити О. Васюренко, Г. Азаренкову та інших авторів монографії “Планування та прогнозування діяльності банків”, які в своїх дослідженнях значну увагу приділяють питанням використання методів математичного прогнозування банківської діяльності, у тому числі – їх прикладному застосуванню для розрахунку прогнозних показників фінансового стану та фінансових результатів діяльності банків. Але слід відмітити, що специфіці планування кредитної діяльності банку авторами приділено недостатню увагу [1].

Досліджуючи проблему мінімізації втрат від кредитних ризиків, М. Люзняк пропонує методичний підхід до управління кредитним ризиком банку, сформований на основі вдосконалення процедури планування основних показників банківської діяльності, та стверджує, що завищені, економічно необґрунтовані кредитні плани мають безпосередній вплив на рівень кредитного ризику та, в кінцевому підсумку, на якість кредитного портфеля банку [2, с. 50].

У своєму дослідженні О. Іванілова зазначає, що успішне планування портфеля активів потребує наявності інституціонального механізму планування для розроблення, координації й відстеження виконання плану. Вона підкреслює, що функція планування містить у собі відповідальність за розроблення завдань

банку, за передання основних умов і вимог плану у відділі, організацію керівництвом процесів оцінювання планів, розроблення прогнозів та координацію планування на випадок надзвичайних відносин [3, с. 216].

Аналіз наукових праць дозволив дійти висновку, що науковцями досліджуються в основному загальні тенденції планування розвитку банківської діяльності без уточнення конкретних засобів практичної реалізації планування кредитної діяльності. На нашу думку, ряд аспектів проблеми організації ефективного планування кредитної діяльності банку потребує подальшого поглибленого дослідження з урахуванням специфіки сучасного функціонування банківської системи України. Необхідність подальших досліджень у цій сфері, а також її наукова та практична значимість визначили вибір напрямку дослідження, проведеного у статті.

Метою статті є визначення методичних підходів щодо планування кредитної діяльності сучасних банківських установ. Для досягнення мети у статті передбачено вирішення таких основних завдань: проаналізувати результати кредитної діяльності вітчизняних банків та рівень її ризиковості; визначити особливості методичних принципів планування кредитної діяльності та розробити пропозиції щодо вдосконалення процесів розробки кредитних планів.

Виклад основного матеріалу. Під плануванням кредитної діяльності банку розуміють процес або сукупність його дій із встановлення цілей і завдань функціонування кредитних підрозділів. План слід розглядати як комплексну систему заходів, що передбачає порядок, терміни їх виконання, соціально-економічні параметри розвитку кредитної діяльності та самого банку на певний період часу.

Отже, планування можна розглядати як дієвий інструмент сучасного банківського кредитного менеджменту, завдяки якому банки можуть визначати мету і завдання свого функціонування, розробляти систему заходів щодо поліпшення результатів кредитної діяльності або запобігати небажаним явищам [4].

Проведений аналіз основних тенденцій кредитної діяльності банків України свідчить, що здебільшого банки не приділяли належної уваги управлінню активами та пасивами, кредитним ризиком, проблемними позичками (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка показників кредитної діяльності банків України [5]

| Показник | На початок року | | | | | | |
|---|-----------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
| Питома вага кредитів в активах банку, % | 81,0 | 85,5 | 84,9 | 80,1 | 78,3 | 72,3 | 71,3 |
| Прострочена заборгованість за кредитами, млрд грн | 6,4 | 18,0 | 699,4 | 84,9 | 79,3 | 75,5 | 70,2 |
| Питома вага проблемних кредитів у кредитному портфелі, % | 1,3 | 2,3 | 9,4 | 11,9 | 9,6 | 8,9 | 7,7 |
| Резерв за активними операціями, млрд грн | 20,2 | 48,4 | 122,4 | 148,8 | 157,9 | 141,3 | 131,3 |
| Відношення резервів за активними операціями до кредитного портфеля, % | 4,2 | 6,1 | 16,4 | 19,7 | 19,1 | 17,3 | 14,4 |
| Результат діяльності, млрд грн | 6,6 | 7,3 | -38,5 | -13,0 | -7,7 | 4,9 | 1,4 |

Дані наведеної таблиці свідчать, що, основним чинником зниження прибутку (на 71 %) за 2013 р. є приріст відрахувань коштів на формування резервів (+ 23 %). Але обсяги фактично сформованих резервів під активні операції зменшились на 10 млрд грн (до 131,3 млрд грн) за рахунок списання проблемних позичок. Питома вага прострочених позичок зменшилась за останній рік з 8,9 % до 7,7 %. Значна питома вага проблемних позичок, а також резервів у кредитному портфелі вітчизняних банків свідчить, на наш погляд, про наявність проблем адаптації кредитної діяльності банків до постійних змін зовнішнього середовища та здатності швидко реагувати на процеси функціонування як національного фінансового ринку, так і економіки в цілому. Вирішенню зазначених проблем може сприяти використання процесів планування кредитної діяльності.

У банківській практиці адаптаційна система планування кредитної діяльності має три основні компоненти: стратегічне, тактичне та оперативне планування.

Крім вказаних рівнів планування, у світовій практиці для реалізації проектів удосконалення напрямків кредитної діяльності широкого використання набули бізнес-плани, які представляють собою детальне викладення стратегії, тактики та бюджетів банку. Він спрямований на забезпечення загального розуміння завдань кредитної політики банку, а також визначення кількості, якості та напрямків розподілу наявних у банку фінансових ресурсів для їх виконання.

Бізнес-план – документ, який використовується як засіб управління та дозволяє встановлювати поточні завдання на конкретний період, визначити пріоритети та методи організації кредитної банківської діяльності. Бізнес-план є документом багаточільового призначення, так як він:

- відображає корпоративну стратегію банку та її основні складові – ринкову, фінансову та організаційну стратегії;
- слугує засобом саморегулювання діяльності банку на кредитному ринку та формує його стратегію і тактику у напрямку розвитку кредитної діяльності;
- дозволяє розрахувати можливості банку виконувати нові цілі та завдання кредитування, обирати найбільш раціональні управлінські рішення, виявляти слабкі та сильні якості кадрового потенціалу банку (кредитних менеджерів).

Отже, планування кредитної діяльності у банку — це складний методично-організаційний процес, який обумовлює наявність системи планів, що має комплексний характер і включає такі елементи: стратегічний план банку; плани розвитку банку (поточні, тактичні, оперативні, диспозитивні); бізнес-плани. Кожний вид плану має свої особливості і порядок складання, систему показників.

Практика банківської діяльності свідчить про те, що планування створює для банків важливі переваги: сприяє раціональному використанню кредитних ресурсів банку, забезпечує підготовку до використання майбутніх сприятливих умов для розвитку конкретних напрямків кредитної банківської діяльності; попереджує про можливі проблеми; поліпшує координацію дій управлінського персоналу банку та його філій.

Для українських банківських установ можна виділити декілька напрямків кредитного планування в залежності від організаційно-правових засад функціонування та форм власності, де об'єктивно існує потреба в застосуванні планування.

1. Планування кредитної діяльності необхідне при організації нового банку. Діяльність новостворених банківських установ неможлива без наукового обґрунтування плану дій, яким є бізнес-план, а оскільки кредитні операції є найбільш дохідними для банку, то при плануванні приділяється важлива увага саме кредитній діяльності. Бізнес-план розробляється кожним банком в період заснування. Цей документ дає чітку відповідь на велику кількість запитань і можливість досягти прибуткової кредитної діяльності банку у майбутньому та сформувати необхідну технологічну і технічну базу для її досягнення.

Для нових банківських установ розробляється маркетинговий план, оцінюються реальні конкуренти, визначається стратегія розвитку, обґрунтовуються оптимальний обсяги ресурсів та напрямки кредитних вкладень, штати працівників, фінансові результати тощо. У бізнес-плануванні гнучко поєднуються ринкові, фінансові, технічні, внутрішні та зовнішні аспекти діяльності банку.

2. Планування необхідне для діючих банківських установ, які розвивають свою кредитну діяльність та/або здійснюють реструктуризацію кредитних процесів.

В умовах зростаючої конкуренції більшість банківських установ вимушені постійно дбати про вдосконалення традиційних кредитних продуктів і послуг, а також про освоєння випуску нових конкурентоспроможних кредитних продуктів та послуг, що приводить до значних структурних зрушень бізнес-процесів.

Істотні зміни в інформаційних потоках, технологіях, організації кредитної банківської діяльності, умовах надання позичок впливають на основні параметри успішного функціонування банку. Необхідність їх визначення ще до початку проведення серйозних змін у кредитних бізнес-процесах викликає потребу планування діяльності банків відповідно до умов, що склалися, або можуть скластися в майбутньому. Отримані в процесі планування очікувані параметри діяльності служать основою при прийнятті відповідних управлінських рішень.

3. Планування кредитної діяльності необхідне в умовах посилення конкурентної боротьби як між вітчизняними банками так і між вітчизняними та іноземними банками. Слід зазначити, що цілі, які ставлять перед собою банки, поширюючи свою діяльність на інші країни, визначають не тільки стратегію їхньої діяльності, але й способи їх впливу на національну банківську систему. Якщо на сталих фінансових ринках іноземні банки, як правило, лише доповнюють діяльність національних банківських установ, то на ринках, що розвиваються (яким на сьогодні є український), іноземні банки з розвинених країн відіграють провідну роль й істотно впливають на трансформацію національної банківської системи, особливо у предкризовий та посткризовий періоди, що останнім часом є досить актуальним для вітчизняної банківської системи.

Планування кредитної діяльності повинно базуватись на загальноприйнятих принципах і методах.

Якість планування в значній мірі залежить від глибини врахування принципів, їх кількості та дієвості.

А. Файоль визначив чотири основні принципи планування, назвавши їх загальними характеристиками хорошої програми дій. Це – єдність, неперервність, гнучкість, поточність. Дещо пізніше А. Ансофф обґрунтував ще один принцип планування – принцип участі.

У нашому дослідженні обґрунтуємо можливість використання зазначених методичних принципів при організації процесів планування кредитної діяльності.

Принцип єдності (системності). Цей принцип передбачає, що планування у банку має носити системний характер. Кожен банк можна розглядати як складну економічну систему, елементами якої служать окремі кредитні підрозділи (відділи, департаменти, управління, філії, підрозділи тощо), взаємозв'язок між якими здійснюється на основі координації на горизонтальному і вертикальному рівнях. Діяльність жодного кредитного підрозділу банку не можна планувати ефективно, якщо не пов'язати його з функціонуванням інших структурних одиниць. Будь-які зміни в планах одного підрозділу зумовлюють відповідні переми в планових параметрах діяльності інших.

Отже, головними ознаками координації кредитного планування у банку є взаємозв'язок і одночасність при прийнятті рішення.

Принцип єдності передбачає інтеграцію планової діяльності. Банки розробляють декілька відносно самостійних видів планів: плани розробки та впровадження нових кредитних банківських продуктів та послуг, маркетингові плани, плани впровадження нових кредитних технологій, плани розвитку окремих підрозділів, тощо. Однак кожний з них повинен базуватися на загальній стратегії і бути складовим елементом загальної планової системи банку.

Важливою передумовою розвитку процесів планування у банку є забезпечення дії принципу неперервності. Принцип неперервності означає підтримування неперервної планової перспективи, взаємоузгодження довго-, середньо- та короткотермінового планування, своєчасне коригування кредитних планів з урахуванням змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі в нестабільних умовах діяльності вітчизняних банків. Принцип гнучкості забезпечує в процесі планування кредитної діяльності можливість коригування планів відповідно до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Для здійснення принципу гнучкості кредитні плани необхідно розробляти з урахуванням можливостей внесення змін. Тому при їх складанні доцільно включати резерви, так звані “надбавки безпеки” або “фінансові подушки”.

Принцип точності передбачає врахування при складанні кредитних планів певного ступеня точності розрахунків, передбачень. Ступінь конкретизації і деталізації залежить від виду плану та рівня транспарентності зовнішніх умов кредитної банківської діяльності.

Принцип точності повинен забезпечувати адекватність планових заходів, що враховують специфіку економічної ситуації в країні, регіоні та в системі самого банку. Вона досягається шляхом врахування великої кількості факторів впливу внутрішнього і зовнішнього середовища на кредитну діяльність банку. Це сприяє підвищенню точності кредитних планів, їх наближенню до реальних умов. Ринкове середовище обумовлює постійне вдосконалення кредитних продуктів та послуг, що пропонуються клієнтам банку, а також інформаційних технологій, які, у свою чергу, мають вплив на методи планування, показники і структуру планів, організацію самого процесу планування.

Принцип участі означає, що кожний працівник банку стає учасником планування кредитної діяльності незалежно від посади і функцій. Планування, яке базується на принципі участі, називається партисипативним.

Принцип пріоритетності передбачає ранжування об'єктів планування за ступенем їх важливості для банку. Так, якщо основною метою визнано підвищення конкурентоспроможності кредитних банківських продуктів та послуг, то для її досягнення необхідно вирішити комплекс завдань, пов'язаних з поліпшенням якості бізнес-процесів, використанням нових кредитних технологій, підвищенням кваліфікаційного рівня кредитних менеджерів. Пріоритетність тієї чи іншої мети може змінюватися в залежності від дії макроекономічних факторів – економічної політики, стану національної економіки та банківської системи, а також від факторів, які діють всередині самого банку.

Принцип оптимальності пов'язаний з альтернативністю і багатоваріантністю кредитних планів, які передбачають розробку декількох альтернативних варіантів досягнення однієї мети та вибір оптимального.

Дотримуватися розглянутих принципів планування дуже важко. Це можуть здійснити тільки ті банки, що постійно удосконалюють бізнес-процеси та технології здійснення окремих видів банківських позичок, мають висококваліфіковані кадри, використовують сучасні інформаційні технології. В умовах зростаючої конкуренції скорочуються терміни і горизонти розробки кредитних планів, підвищується якість планування, в його основу закладається концепція маркетингу, зростає роль оперативних та стратегічних планів.

Для того щоб, система планування кредитних процесів функціонувала ефективно, рекомендується дотримуватися наступних умов:

- система планування кредитної діяльності повинна бути побудована на наявній в банку системі центрів відповідальності, повноважень, контролю, інакше реалізація навіть найкращих планів буде неефективною;
- процес коригування кредитних планів повинен встигати за змінами в організаційно-штатних і фінансових структурах і системах управління банком;
- оптимізувати плани з урахуванням інтересів власників, а також з урахуванням економічних та інвестиційних критеріїв;
- результати кредитної діяльності банку повинні бути формалізовані так, щоб для вирішення завдань планування можна було застосовувати математичні методи, включаючи моделювання;
- процес кредитного планування повинен бути неперервним: одночасно з використанням і аналізом результатів виконання плану одного періоду, приймаються кредитні плани на наступний період;
- в плануванні потрібно використовувати багатоваріантні підходи: необхідно розраховувати “оптимальну”, “песимістичну”, та “оптимістичну” версії кредитного плану.

Таким чином, складання плану кредитної діяльності в банку є складним багаторівневим процесом, оснований на взаємодії кредитного підрозділу банку з відділом планування і керівництвом банку.

Висновки. Для розвитку та впровадження процесів планування кредитної діяльності в банку необхідно:

- впровадження вартісного підходу до процесів кредитного планування у банку, так як він дозволяє: врахувати всі необхідні кошти для збільшення кредитних ресурсів, що сприяють розвитку банку; значно підвищити якість і ефективність прийнятих рішень, за рахунок формування керівником підрозділу і ключовим спеціалістом дійсно оптимального обсягу, структури і формату інформації, необхідної для складання кредитного плану; на відміну від бухгалтерського прибутку, дозволяє врахувати не тільки витрати, але й кредитні ризики банківської діяльності;
- розроблення окремих планів по впровадженню і просуванню нових кредитних банківських продуктів, з наступною консолідацією їх у кредитні плани розробки і розвитку портфеля банківських продуктів. План розвитку портфеля кредитних банківських продуктів, у свою чергу, призначений для інтеграції вартісних моделей окремих продуктів у фінансовий план розвитку банку;

– розроблення методичного забезпечення складання фінансових прогнозів, стратегічних та поточних (оперативних) кредитних планів та здійснення аналізу їх показників і результатів виконання, введення критерій якості планів.

При формуванні кредитних планів слід до процесів планування залучати як можна більше спеціалістів банку. Зумовлено це тим, що функція планування тісно пов'язана з іншими функціями банківського менеджменту, особливо з функцією мотивації персоналу.

Першочерговим є, на нашу думку, формування Національним банком України “Концепції реформування фінансового планування в банківській установі”, впровадження якої створить умови для розроблення банками якісних кредитних планів. Використання вказаних рекомендацій в банківській діяльності будуть сприяти розвитку процесів, пов'язаних з досягненням максимальної прибутковості банку.

Література

1. Іванилова О. А. Удосконалення інструментарію управління портфелем активів комерційного банку / О. А. Іванилова // Вісн. Запоріз. нац. університету. Економічні науки. – 2010. – № 2 (6). – С. 210–216.
2. Люзньак М. Е. Управління портфельним кредитним ризиком на основі вдосконалення процедури планування діяльності банку / М. Е. Люзньак // Фінансовий простір: міжнар. наук.-практ. журнал. – 2011. – № 4 (4). – С. 43–54.
3. Фінансове планування та прогнозування діяльності банків : монографія / О. В. Васюренко, Г. М. Азаренкова, Н. П. Погореленко, О. М. Дубницький, Л. В. Сидоренко ; за заг. ред. О. В. Васюренко. – К. : УБС НБУ, 2009. – 323 с.
4. Кузнєцова Л. В. Теоретико-методологічні засади фінансової діяльності банку : монографія / Л. В. Кузнєцова / Одеський держ. екон. ун-т. – О. : Видавництво “Атлант”, 2009. – 324 с.
5. <http://www.bank.gov.ua>

References

1. Ivanylova O. A. Udoskonalennya instrumentariyu upravlinnya portfelem aktyviv komertsiynoho banku / O. A. Ivanylova // Visnyk Zaporiz'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky. – 2010. – # 2(6). – S. 210–216.
2. Lyuznyak M. E. Upravlinnya portfel'nym kredytnym ryzykom na osnovi vdoskonalennya protsedury planuvannya diyal'nosti banku / M. E. Lyuznyak // Finansovyy prostir : Mizhnarodnyy naukovy-praktychnyy zhurnal. – 2011. – #4 (4). – S. 43–54.
3. Finansove planuvannya ta prohnozuvannya diyal'nosti bankiv: monohrafiya / O. V. Vasyurenko, H. M. Azarenkova, N. P. Pohorelenko, O. M. Dubnyts'kyi, L. V. Sydorenko ; za zah. red. O. V. Vasyurenko. – K. : UBS NBU, 2009. – 323 s.
4. Kuznyetsova L. V. Teoretyko-metodolohichni zasady finansovoyi diyal'nosti banku : monohrafiya / L. V. Kuznyetsova / Odes'kyi derzh. ekon. un-t. – O. : Vydavnytstvo “Atlant”, 2009. – 324 s.
5. <http://www.bank.gov.ua>

Надіслана/Written: 30.05.2014 р.
Надійшла/Received: 2.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

Г. Я. ЛЕВКІВ, А. В. ПОРТНОВА
Львівський державний університет внутрішніх справ
А. М. КАНЬОСА

Камянець-Подільський національний університет ім. І. Огієнка

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ІНОВАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АПК

Розглянуто методологію формування моделі управління маркетинговою діяльністю підприємств, проаналізовано концепцію комплексу заходів з розвитку маркетинг-менеджменту підприємств, наведено і обґрунтовано механізм формування інноваційного забезпечення маркетинг-менеджменту на підприємстві, побудовано схему управління маркетингом підприємств АПК.

Ключові слова: система, модель, механізм, маркетинг-менеджмент, підприємства АПК.

G. Y. LEVKIV, A. V. PORTNOVA

Lviv State University Of Internal Affairs

A. M. KANOSA

Kamenetz-Podolsky National University James Version

FORMING MECHANISM INNOVATIVE OF PROVIDING OF MANAGEMENT-MARKETING ON ENTERPRISES OF APK

Abstract – The aim of the article is finding out the role and features forming of mechanism of the innovative providing marketing management on enterprises APK. The main task of construction of organizational mechanisms management is raising correct, actual and accessible aims. The mechanism of forming the system of marketing management enterprises in-process can be considered as a constantly functioning structure of actual at times elements, on that totality of tool, technology and levers that provide creation of quality products and her advancement influences in good time and systematic. For that strategy of the innovative providing of marketing management was realized in a certain higher mechanism, at first it is necessary to set, which one factors possibility of realization of the innovative providing of agroindustrial enterprises depends on. Taking into account undertaken studies it costs to mark that the mechanism of the innovative providing marketing management in development of enterprises APK is oriented on innovative activity in current and strategic periods.

Key words: system, model, mechanism, marketing-management, enterprises of APK.

Постановка проблеми. Досвід закордонних підприємств агропромислового комплексу, які є лідерами в галузях, перехід України на інноваційний шлях розвитку, а також існуючі тенденції збільшення кількості інноваційних процесів свідчать про те, що в сучасних умовах головними інструментами бізнесу є інноваційні процеси. Саме ці процеси здатні забезпечити подальший розвиток українських підприємств агропромислового бізнесу, що дасть їм змогу конкурувати на вітчизняному та світових ринках, і саме на їх реалізації необхідно зосереджувати увагу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На сьогодні маркетинг-менеджменту присвячено досить багато наукових праць зарубіжних вчених – економістів. Серед них, необхідно виділити роботи Ансоффа І., Діксон П., Друкер П., Котлер Ф., Левітт Т., Портер М., Робсон М., Скаммелл М., Хеннеберг С., Черчилль Г., Недяк І., Пшизова С., Третьяк О.

Проблемними питаннями маркетингу у аграрній сфері займалися наступні науковці: Абрамова Г., Андреева Н., Гончаров С., Греков Н., Карданова Л., Коулз Р., Неганова В., Норвелл Д., Люкшинов А., Андрійчук В., Бабінцева Е., Дудар Т., Зіновчук В., Клюкач В., Малік М., Рибінцев В., Соловійов І., Ткаченко В., та ін. Проте деякі аспекти управління маркетинговою діяльністю залишаються невирішеними.

Аналіз наукових праць підтверджує актуальність і важливість дослідження згаданої проблеми і пошуку шляхів її вирішення.

Метою статті є з'ясування ролі та особливостей формування механізму інноваційного забезпечення маркетинг-менеджменту на підприємствах АПК

Виклад основного матеріалу. Концепція інноваційного забезпечення маркетинг-менеджменту може стати тією перехідною концепцією, тією сходинкою, яка дозволить досягти вершини, де поєднуються інтереси виробників, споживачів і всього суспільства. Адже, по-перше, товари та послуги, що сьогодні представлені на ринку, не задовольняють потреби суспільства повною мірою, тому потрібні нові, тобто інноваційні, у виробництві яких ці потреби будуть враховані. По-друге, для того, щоб споживачі зрозуміли важливість такого роду інновацій, що задовольняють не лише їх власні потреби, а й потреби суспільства, підприємства мають донести цю думку до свідомості широкого кола споживачів. Єдиним методом досягнення цього є інструменти системи маркетинг-менеджменту. Та при поширенні таких інновацій необхідно використовувати нові, нетрадиційні методи та інструменти політики маркетинг-менеджменту. І, по-третє, виробництво та поширення інновацій, які є необхідними споживачам, приносить великі прибутки, які і є головною потребою виробників. Використання концепції розвитку маркетинг-менеджменту в їх діяльності дозволить повною мірою задовольнити потреби споживачів та виробників. Концепція комплексу наведена на рис. 1.

Наявність взаємопов'язаних і впливових чинників спричиняє зміни на підприємстві, що вимагає проведення постійного аналізу і оцінки загроз і можливостей маркетингової системи підприємства. Також це обумовлює систематичний аналіз напрямків розвитку підприємства.



Рис. 1. Концепція комплексу заходів з розвитку маркетинг-менеджменту підприємств

Одним напрямом вирішення такої проблеми є використання сценарного підходу або імітаційного моделювання. Моделювання процесу поведінки елементів системи маркетинг-менеджменту є важливим під впливом чинників зовнішнього середовища. Одержані дані дозволяють більш ґрунтовно приймати рішення з розвитку маркетингової діяльності підприємства. Таким чином зміцнюють організаційну підтримку формування розвитку підприємства.

Модель формування системи маркетинг-менеджменту підприємства наведено на рис. 2.

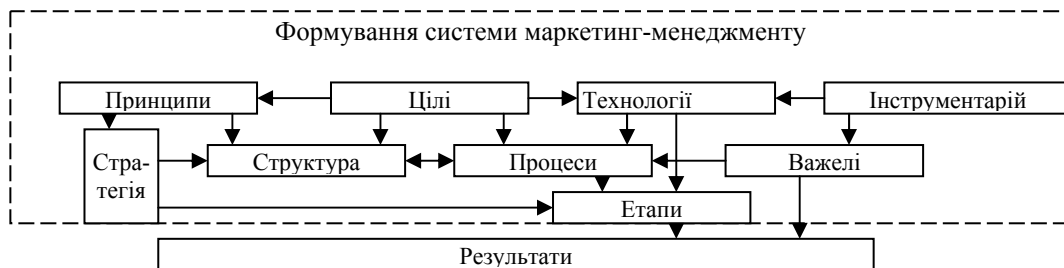


Рис. 2. Загальна модель формування системи маркетинг-менеджменту

Дієздатність моделі спрямована на забезпечення її результативності і збільшення попиту на продукцію підприємства. Орієнтири результативності та цільові ознаки спрямовані на зміцнення технічних, економічних, екологічних переваг підприємств.

У ринкових умовах організаційні механізми є дієвими важелями і джерелами ринкової активності підприємств. Створення організаційних механізмів сприяє розвитку підприємств.

Головним завданням побудови організаційних механізмів управління є постановка коректних, актуальних і досяжних цілей. В сучасних умовах євроінтеграції структура організаційного механізму формування і розвитку маркетингової діяльності аграрних підприємств створюється на основі дослідження теоретичних основ побудови і розвитку механізмів.

За допомогою спеціального організаційного механізму формування системи маркетинг-менеджменту підприємства має здійснюватися прийняття специфічних рішень, програм, заходів із формування розвитку підприємств. У фахових виданнях, науковій літературі немає одноставного та чіткого тлумачення сутності та складових організаційного механізму. Унікальність організаційного механізму може визначатися і галузевою ознакою, і умовами формування (євроінтеграційними), що обумовлює необхідність формування теоретичних основ його дієздатності і розвитку.

Механізм формування системи маркетинг-менеджменту підприємств в роботі можна розглянути як постійно функціонуючу структуру актуальних за часом елементів, на який своєчасно і систематично впливає сукупність інструментарію, технології та важелів, які забезпечують створення якісної продукції та її просування.

Загальноприйнято, що механізмом у широкому розумінні визначають сукупність способів, правил і методів організації системи для раціонального використання ресурсів за певними принципами їх використання. Сутність організації як процесу полягає у внутрішній системі впорядкування, сукупності послідовних дій, у процесі створення взаємозв'язків між частинами цілого.

Організаційним механізмом формування системи маркетинг-менеджменту підприємств є визначена за певними принципами діяльність з підпорядкованою взаємодією підрозділів підприємства, для використання елементів механізму з урахуванням впливу його інструментів для результативної роботи, спрямованої на розвиток підприємства. Структуру організаційного механізму та взаємодію його складових наведено на рис. 3.

Функції організаційного механізму формування системи маркетинг-менеджменту підприємств співпадають з загальноприйнятими функціями дієвих організаційних механізмів. Тому доцільно розглянути класичні функції, що мають виконувати відповідні структури. Основні функції механізму формування конкурентоспроможності є класичними. Під адаптивною функцією розуміють пристосованість елементів конкурентоспроможності підприємства загальної стратегії його розвитку, з узгодженням мети, місії та цінності, а також з урахуванням тенденцій впливу євроінтеграційних процесів на формування конкурентоспроможності

Щодо основних цілей механізму, то такими можна визначити, зокрема, ринкові. Ринкові цілі відображають рівень відповідності можливостей підприємства агропромислового комплексу зовнішнім ринковим потребам інновацій, які генеруються ринковим середовищем.

Важливою складовою механізму є елементи підприємства (ресурсний, кадровий, мотиваційний, комунікаційний, інтелектуальний, фінансовий, інформаційний, інтелектуальний, фінансовий), що у сукупності і формують, і забезпечують, і розвивають маркетингову діяльність.

Діяльність агропромислових підприємств обумовлена посиленням конкурентної боротьби на ринку. Інтеграція України в міжнародний економічний простір, що зумовлює необхідність формування інвестиційної моделі розвитку агропромислового бізнесу потребує введення в діяльність підприємства АПК системи інновацій. Визначено сукупність комплексних зв'язків соціальних процесів та місце організаційного механізму в них, що зображений на рис. 3.



Рис. 3. Механізм формування інноваційного забезпечення маркетинг-менеджменту на підприємствах агропромислового комплексу

Виявлені зв'язки сприяють побудові інноваційної стратегії в маркетингу, яка допоможе їм отримати конкурентні переваги на агропромисловому ринку. Реалізується стратегія на основі інструментарію наступних механізмів: державних програм інноваційного розвитку; утворенням і функціонуванням інтегрованих організаційних структур; організаційно-технічного та інфраструктурного забезпечення.

Враховавши фактори, які прямо впливають на стратегію інноваційного забезпечення маркетинг-менеджменту підприємство агропромислового комплексу здійснює пошук шляхів реалізації цієї стратегії. Одним із блоків організаційного механізму формування системи маркетинг-менеджменту на підприємстві є певний управлінський інструментарій: бенчмаркінг; моніторинг; інформаційне супроводження; системи управління інтегрованими структурами; діагностика діяльності. Переслідуючи мету збалансування інтересів і удосконалення маркетингу й інших сфер і підрозділів підприємств АПК з урахування розгляду та аналізу

організаційних структур підприємств та на підставі бенчмаркінгу, необхідно переглянути систему управління маркетингом на підприємствах АПК (рис. 4).

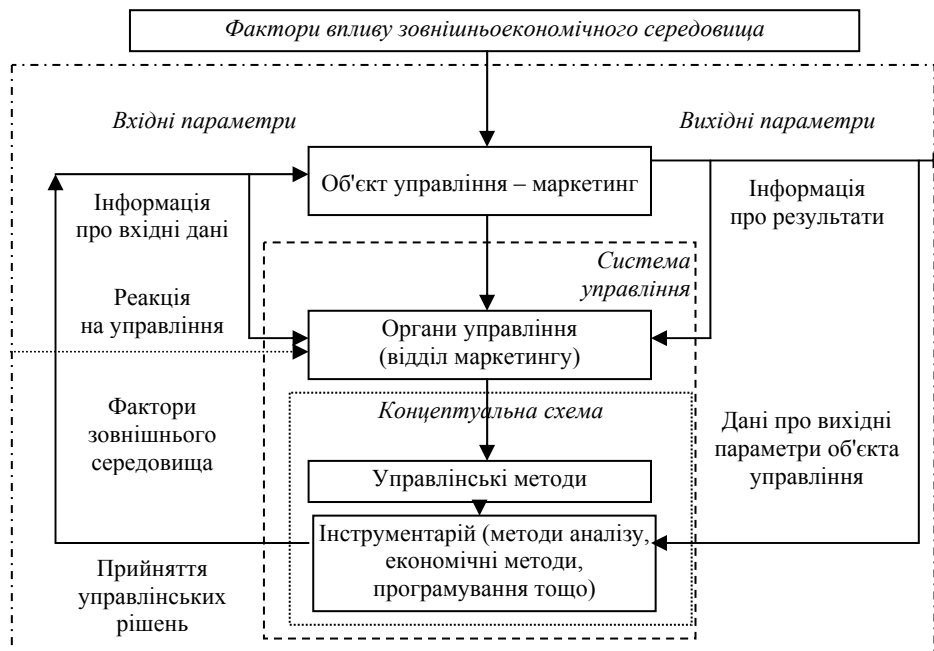


Рис. 4. Система управління маркетингом підприємств АПК

За результатами виконаних досліджень доречно запропонувати такі типові етапи технології внутрішнього бенчмаркінгу для підприємств агропромислового бізнесу: планування дослідження, спостереження і збирання інформації, аналіз, адаптація, удосконалення.

Не менш важливим інструментом інноваційного забезпечення маркетинг – менеджменту підприємств агропромислового комплексу є системи управління підприємствами. Складність взаємовідносин підприємств зумовлює їх об'єднання до систем управління цілісних інтегрованих структур.

Утворення ефективних форм об'єднання агропромислових підприємств останнім часом набуває все більшого інтересу, оскільки вітчизняна та світова практика доводить, що неможливо створити ефективну економіку, опираючись лише на "малий бізнес", єдиний шлях, що призводить до становлення умов "нової економіки" – є концентрація капіталу та виробничих потужностей з утворенням інтегрованих структур бізнесу.

Такі об'єднання підприємств агропромислового комплексу дозволять прискорити їх адаптацію до вимог ринку, зменшити транзакційні витрати, надають змогу уникнути прорахунків в умовах ускладнення виробничої та комерційної діяльності, поліпшити ресурсне забезпечення для структурної перебудови виробництва та його технічного переоснащення, а також одержати від інтеграційної взаємодії синергетичний ефект, тобто зростання ефективності діяльності від єдності.

Незважаючи на актуальність даної проблеми, доцільно визначити, що у сучасній економічній літературі немає однозначного трактування і загальноприйнятого терміну для визначення об'єднання підприємств агропромислового комплексу. Їх часто називають корпоративними або інтегрованими структурами, великими корпоративними об'єднаннями, інтерконгломератами, пов'язано диверсифікованими системами, сучасними корпораціями, інтегрованими груповими корпоративними об'єднаннями, корпоративними структурами, інтегрованими корпоративними структурами, конгломератами, інтегрованими бізнес-групами, мета-корпораціями, диверсифікованими корпораціями, холдингами та ін.

В основі функціонування будь-якої інтегрованої структури на ринку агропромислового бізнесу лежить принцип "підприємство-партнер-споживач" (див. рис. 5).

Взаємозв'язок між підприємством агропромислового бізнесу та його партнером на ринку побудований на основі синергетичного ефекту, що дає змогу цим структурним одиницям покращити ефективність своєї діяльності за рахунок таких складових:

- 1) виробничі: спільна логістична система, єдність сировини та потужностей виробництва, спільний контроль якості;
- 2) інноваційно-технічні: спільні технологічні розробки, дизайн, технологія виготовлення;
- 3) ринкові: спільна товарна марка, спільна маркетингова діяльність (реклама, просування), спільний відділ маркетингу, спільна мережа дистрибуції, єдина сервісна мережа, єдиний центр обробки замовлень;
- 4) фінансові: мобілізація капіталу, взаємодопомога у вирішенні фінансових проблем;
- 5) нематеріальні: трансфер управлінських навичок, репутації, спільне підвищення кваліфікації персоналу.

Тоді як партнер, що представляє інтереси агропромислового підприємства, працює на ринку з метою задоволення надаваними пропозиціями товарів та послуг потреб, побажань споживача.

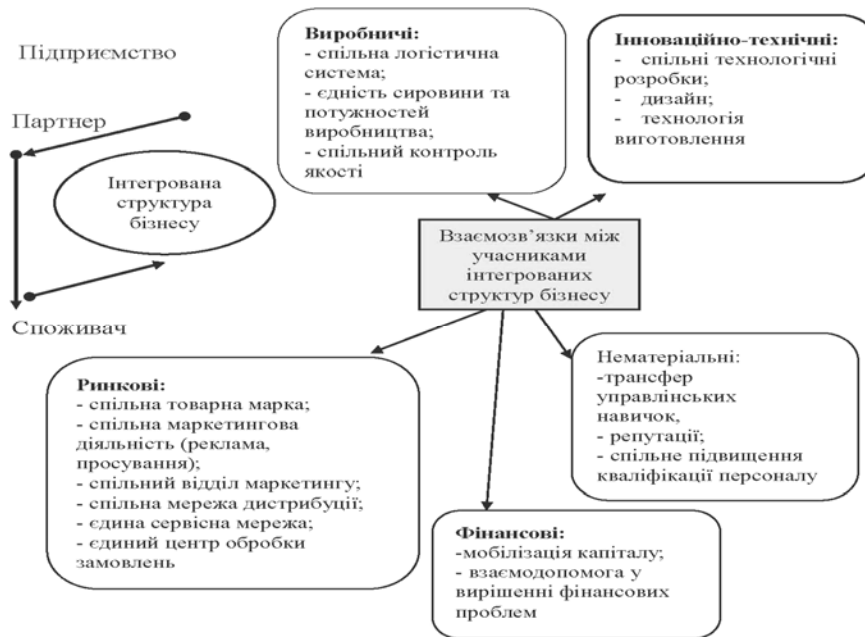


Рис. 5. Характер взаємозв'язків елементів системи “підприємство–партнер–споживач” при створенні інтегрованої структури бізнесу агропромислового комплексу

Висновок. Враховуючи проведені дослідження варто відзначити, що механізм інноваційного забезпечення маркетинг-менеджменту в розвитку підприємств агропромислового комплексу орієнтується на інноваційний потенціал підприємства, як сукупність процесів, пов'язаних із здійсненням інноваційної діяльності в поточному й стратегічному періодах, та вимагає залучення як традиційних ресурсів, так і інноваційних, у результаті чого створюється система нововведень або окремі інновації різного рівня.

Надіслана/Written: 30.05.2014 р.

Надійшла/Received: 2.06.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. П. М. Музика

ОЦІНКА СИСТЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ДЕПОЗИТНИХ КОШТІВ ПАТ “УКРСИББАНК”

Визначено роль та значення депозитних операцій у формування ресурсної бази банку, а також специфічність його діяльності. Висвітлено джерела формування ресурсів банку, розглянуто класифікаційні ознаки залучених коштів. Проаналізовано депозитні операції ПАТ “УкрСиббанк”. Розглянуто депозитні продукти для середнього та малого бізнесу. Визначено депозитні продукти, які пропонує ПАТ “УкрСиббанк” для приватних осіб. Визначено місце та роль депозитних ресурсів у власних пасивах банку. Проаналізовано динаміку коштів клієнтів банку.

Ключові слова: депозит, депозитні операції, вкладник, залучені кошти, депозитний портфель банку, корпоративні клієнти, депозити для малого та середнього бізнесу.

O. O. RADETZKA, S. I. TALAYLO
Khmelnitsky National University

EVALUATION OF ATTRACTION DEPOSITS PAT “UKRSYBBANK”

Abstract – In this article the role and importance of deposit operations to the formation of the resource base of the bank, and the specificity of its activity. Deals with the sources of bank resources formation, classification criteria are considered borrowings. Analyzed Deposits PAT “UkrSibbank”. The characteristic types of deposits that the bank involved. Definitely the best types of deposits for PAT “UkrSibbank”. The characteristic structure of the deposit portfolio. Investigated types of loans to corporate customers. Considered deposit products for small and medium businesses. Definitely deposit products offered by PAT “UkrSibbank” for individuals. The place and role of deposit resources for their own liabilities. The dynamics of funds clients. Investigated the need to raise additional funds by the bank.

Key words: deposit, deposit banking, investor, raised funds, deposit portfolio, corporate customers, deposits for small and medium businesses.

Вступ. Депозитні операції відіграють значну роль у діяльності банку, тому що вони є головним джерелом проведення активних і, насамперед, пасивних операцій. Від характеру депозитів залежать види кредитних операцій і, відповідно, розмір доходу банку. До того ж правильна організація депозитних операцій забезпечує ліквідність комерційних банків і депозитні операції сприяють прискоренню безготівкових розрахунків, а ресурси, сформовані за рахунок депозитних операцій, зазвичай дешевші міжбанківських кредитів.

У ринковій економіці банківські установи виконують роль фінансових посередників, що дає змогу залучати великі суми вільних грошових капіталів і заощаджень, вкладаючи їх у різні види активів, які приносять дохід. Специфікою банківської діяльності є те, що банк оперує переважно залученими коштами, тобто чужими грошима. Залучення вільних грошових коштів юридичних та фізичних осіб і виплати процентів обходяться банку відносно дешево, оскільки, емісія власних цінних паперів або отримання кредитів на міжбанківському ринку є більш дорогими способами збільшення капіталу.

Широке коло питань, що розглядають дослідження залученням коштів банками та визначенням раціональних підходів до їх розміщення, висвітлено в працях учених-економістів: М.Д. Алексеєнка, О.В. Васюренка, А.П. Вожжова, Ж.М. Довгань, А.О. Епіфанова, Г.Т. Карчевої, В.В. Рисіна та ін.

Основна частина. Акумулявання вільних фінансових ресурсів суб'єктів економічної системи є однією з основних функцій банківських установ. Банки формують більшу частину своїх ресурсів за рахунок залучених коштів, адже вони є найбільш значною частиною пасивів банку, яка в кілька разів перевищує його власні кошти. Фактично залучені кошти – це основне джерело формування ресурсів комерційного банку, які спрямовуються на проведення активних операцій. В основі діяльності будь-якого банку є депозитні ресурси [3].

Джерелами формування ресурсів банку з депозитних джерел є тимчасово вільні кошти юридичних та фізичних осіб, які забезпечують банку ефективну діяльність та є джерелом зростання прибутку [5]. Основними інструментами залучення коштів юридичних і фізичних осіб є строкові депозити, депозити до запитання та ощадні (депозитні) сертифікати. Розглянуті класифікаційні ознаки дозволяють визначити стабільність та надійність депозитної бази банку.

ПАТ “УкрСиббанк” залучає вільні грошові кошти, головним чином, шляхом виконання депозитних операцій, у процесі яких використовуються різні види банківських рахунків. Депозити бувають до запитання й строкові. Депозити до запитання розміщуються у банку на поточному рахунку клієнта. Вони використовуються власниками для здійснення поточних розрахунків з їх господарськими партнерами. За вимогою клієнта кошти з його поточного рахунку у будь-який час можуть вилучатися шляхом видачі готівки, виконання платіжного доручення, оплати чеків або векселів.

Вклади до запитання є нестабільними, що обмежує можливість їх використання банком для позичкових та інвестиційних операцій. В умовах відсутності (як правило) плати за депозити до запитання банк намагається залучити клієнтів і стимулювати приріст поточних внесків за рахунок надання їм додаткових послуг та підвищення якості обслуговування [1, с. 118]. Це, зокрема, кредитування з поточного рахунку, пільги вкладникам в одержанні кредиту, використання зручних для клієнта форм розрахунків: застосування кредитних карток, чеків, розрахунково-консультативне обслуговування тощо. До вкладів до запитання нале-

жать також кредитові залишки за контокорентним рахунком або поточним рахунком з овердрафтом. Для покриття операційних витрат, пов'язаних із веденням поточних рахунків, банк стягує з клієнта комісійну винагороду. Комісія може утримуватися з депозитного процента. Деякі банки не стягують комісії за ведення поточних рахунків за умови зберігання на них стабільного залишку не нижче від встановленого рівня [4, с. 140].

Строкові депозити (вклади) – це кошти, які розміщені у банку на певний строк не менше від одного місяця й можуть бути знятими після закінчення цього терміну або після попереднього повідомлення банку. Вилучення строкових вкладів відбувається шляхом переказування грошей на розрахунковий (поточний) рахунок або готівкою з каси банку. Строкові вклади є для ПАТ “УкрСиббанк” кращим видом депозитів, оскільки вони стабільні та зручні в банківському плануванні. За ними сплачується високий депозитний процент, рівень якого диференціюється залежно від терміну, виду внеску, період у повідомлення про вилучення загальної динаміки ставок грошового ринку та інших умов. Строкові вклади є джерелом одержання прибутків їх власниками, вони оформляються угодою між вкладником і банком. Строкові вклади не використовуються для здійснення поточних платежів. Якщо вкладник бажає змінити суму внеску – зменшити або збільшити, то він може розірвати депозитну угоду та переоформити свій строковий вклад на нових умовах. При достроковому вилученні коштів з такого депозиту власник, як правило, позбавляється передбачених угодою процентів. У цьому випадку проценти знижуються до рівня, передбаченого по вкладах до запитання [2, с. 142].

Депозитна діяльність ПАТ “УкрСиббанк” – одна із основних рис, за якою банк є пізнаваним у громадськості. В структурі депозитного портфелю банку є депозити для корпоративних клієнтів, середнього та малого бізнесу і приватних осіб. Для ефективного управління вільними коштами банк пропонує корпоративним клієнтам коротко- або довгострокове розміщення коштів в національній та іноземній валюті. Багаторічний досвід банку у галузі фінансових та банківських послуг допомагає корпоративним клієнтам обрати найбільш зручну схему розміщення коштів на вигідних умовах індивідуально для їхніх компаній.

ПАТ “УкрСиббанк” пропонує корпоративним клієнтам кілька варіантів депозитних рішень.

Строковий депозит – гарантує дохід від розміщення коштів на фіксований строк під фіксовану процентну ставку. За умовами строкового депозиту компанія може отримувати відсотки щомісячно або наприкінці терміну. Для продуктивного управління фінансами, компанії можуть отримати більш гнучкий варіант розміщення вільних коштів – “Депозитну лінію плюс”. За наявності основного траншу, вони мають можливість розміщувати нові транші за обраними ними умовами в рамках одного договору без додаткового повідомлення податкових органів та обрати зручний для корпоративних клієнтів термін розміщення коштів та спосіб отримання відсотків: щомісячно, щоквартально або наприкінці терміну. “Депозитна лінія плюс” – це зручний спосіб розміщення коштів додатковими траншами за допомогою системи Інтернет-банкінгу Star Access, без укладання додаткових угод на паперових носіях та без відвідування банку.

Для накопичення та поповнення своїх коштів без обмежень протягом строку дії депозитного рахунку, корпоративні клієнти можуть скористатись депозитом з поповненням. Схему виплати відсотків та строк розміщення коштів компанії можуть обирати на свій власний розсуд. Нарахування відсотків на залишок коштів на поточних рахунках дає можливість перетворювати пасивні залишки у джерела доходів. За наявності овердрафту на поточному рахунку оптимізація фінансових потоків компаній здійснюється за рахунок часткової компенсації витрат на овердрафт нарахованими відсотками.

ПАТ “УкрСиббанк” пропонує приватним особам відкриття та ведення поточних рахунків в національній та іноземній валюті, за якими: приймає та видає готівку; здійснює безготівкові розрахунки за товари та послуги, комунальні та інші платежі; здійснює перекази коштів.

При відкритті депозиту видається безконтактна картка – через яку можна знімати проценти. Аналіз методів управління депозитами банку свідчить про їх різноманітність і відповідність сучасним вимогам. Одним з основних чинників при аналізі залучення депозитів є розгляд та аналіз цінової політики банку. Банк встановлює диференційовані ставки за строковими депозитами з огляду на умови залучення коштів. У своїй діяльності банк використовує як прості відсотки за строковими вкладками населення так і складні. Щоб вийти на конкурентний ринок і розвиватися, середні та малі підприємства потребують допомоги надійного фінансового партнера, який має можливість надавати послуги на сприятливих умовах.

ПАТ “УкрСиббанк” враховує потреби розвитку середнього й малого бізнесу та необхідність суб'єктами підприємництва формувати власні джерела фінансових ресурсів, тому пропонує їм відкривати наступні депозитні рахунки: “Безстроковий вклад “Активні гроші”, “Строковий вклад”, “Депозитна лінія”. Приватним особам ПАТ “УкрСиббанк” пропонує наступні депозити, які сприятимуть накопиченню власних коштів цих осіб, а також формуванню ресурсної бази банку: “Гарантований капітал”, “Надійний статок”, “Персональний план збагачення”, “Щасливий вік”, “Активні гроші”. Завдяки цим депозитам банк може вільно маневрувати залученими ресурсами у межах визначеного терміну за умови адекватного резервування. При формуванні депозитних ресурсів банк насамперед визначає місце та роль депозитних ресурсів у власних пасивах, при цьому прийняті рішення диктується загальною стратегією банку щодо управління активами та пасивами [6, с. 34]. Виходячи з умов, які складаються на ринку, а також власних можливостей банку щодо залучення коштів, обирається стратегія залучення й управління депозитними ресурсами банку. Головною метою при цьому стає досягнення оптимального співвідношення між стабільністю та вартістю ресурсів банку.

Оскільки залучені кошти відіграють важливу роль у формуванні ресурсів ПАТ “УкрСиббанк”, то здійснений аналіз коштів клієнтів показав, що у протягом 2011–2013 рр. відбувалось певне зниження стро-

кових коштів і поточних рахунків / рахунків до запитання фізичних осіб, тоді як строкові кошти юридичних осіб зростали у 2012 р. порівняно з 2011 р., а поточні рахунки юридичних осіб зменшувались, у 2013 р. в порівнянні з 2012 р., навпаки, – поточні рахунки зростали, а строкові кошти зменшувались.

Рис. 1 наочно ілюструє динаміку коштів клієнтів ПАТ “УкрСиббанк” протягом аналізованого періоду.

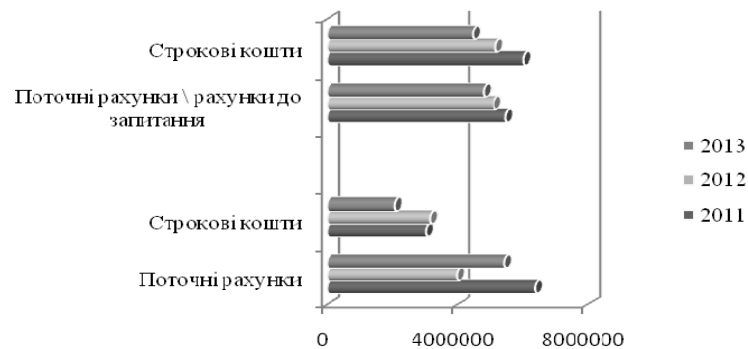


Рис. 1. Динаміка коштів клієнтів ПАТ “УкрСиббанк”

Робота банків із залучення депозитів потребує особливої уваги в сучасних умовах, оскільки проблема ліквідності викликала труднощі з отриманням фінансування на ринку капіталів, а розвиток стабільної депозитної бази допоможе стабілізувати ситуацію. Стабільний депозитний портфель забезпечить банку не тільки приплив коштів, а також буде формувати репутацію надійності [4, с. 143]. Однак необхідність залучення додаткових ресурсів викликає зацікавленість банкірів у розробці депозитних продуктів, адже для того, щоб отримувати прибуток з кредитування, необхідно мати стабільне джерело капіталу, яким і стають депозитні вклади, залучені від індивідуальних клієнтів.

Банківська система України знаходиться на етапі сегментації ринку банківських послуг між окремими банківськими інститутами, яка, в свою чергу, забезпечується відповідною політикою комерційних банків. Існує тісний взаємозв'язок між розвитком депозитного ринку та процесами стабілізації грошової одиниці, грошово-кредитного ринку, зростанням грошових доходів населення та соціально-економічним зростанням загалом [6, с. 40–41].

В умовах політичної та економічної нестабільності загострюється проблема ефективного розвитку банківського сектору та підтримання його ліквідності, вирішення цієї проблеми пов'язане із умінням банків залучати кошти клієнтів на депозитні вклади, раціонально розпоряджатися ними та формувати довгострокову стратегію такої роботи.

Висновки. Однією з основних функцій банківської системи є раціональний розподіл фінансових ресурсів шляхом акумулювання тимчасово вільних коштів суб'єктів господарювання й населення та спрямування їх у кредитно-інвестиційний процес. Без достатньої ресурсної бази банки не можуть у належних обсягах здійснювати кредитування поточних потреб юридичних та фізичних осіб, реалізовувати потужні інвестиційні проекти. З огляду на це важливого значення та актуальності набуває обґрунтування ролі депозитних операцій банків як вирішального фактора економічного зростання та стабільності банківської системи.

Література

1. Вожжов А. П. Формування ресурсів комерційних банків / А. П. Вожжов // Фінанси України. – 2003. – № 1. – С. 116–124.
2. Дмитрієва О. А. Оптимізація депозитної діяльності комерційного банку / О. А. Дмитрієва // Фінанси України. – 2010. – № 5. – С. 138–144.
3. Д'яконов І. І. Теоретичні аспекти і класифікація депозитних ресурсів комерційних банків [Електронний ресурс] / І. І. Д'яконов, А. А. Ашурбеков // Сталий розвиток економіки : всеукр. наук.-вироб. журн. – Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2012_1/286.pdf.
4. Сєдих О. Є. Оцінка ефективності управління продуктами банку / О. Є. Сєдих // Економічний простір. – 2009. – № 22/1. – С. 176–184.
5. Чернишова А. В. Проблеми здійснення та шляхи вдосконалення депозитних операцій банків України [Електронний ресурс] / А. В. Чернишова. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Uproz/2011_9/ul109ch2.pdf
6. Ярошенко С. П. Управління залученням ресурсів банку з депозитних джерел : монографія / С. П. Ярошенко, І. В. Сало, О. В. Крухмаль, О. С. Кобичева. – Суми, 2011. – 105 с.

References

1. Vozhzhov A. P. Formuvannia resursiv komertsiiynkh bankiv / A. P. Vozhzhov // Finansy Ukrainy. – 2003. – № 1. – S. 116–124.

2. Dmytriieva O. A. Optymizatsiia depozytnoi diialnosti komertsiiinoho banku // *Finansy Ukrainy*. – 2010. – № 5. – S. 138–144.
3. Diakonov I. I. Teoretychni aspekty I klasyfikatsiia depozytnykh resursiv komertsiiinykh bankiv [Elektronnyi resurs] / I. I. Diakonova, A. A. Ashurbiekov // *Stalyi rozvytok ekonomiky : vseukrainskyi naukovo-vyrobnychi zhurnal*. – Rezhym dostupu: www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2012_1/286.pdf.
4. Siedykh O. Ye. Otsinka efektyvnosti upravlinnia produktamy banku / O. Ye. Siedykh // *Ekonomichnyi prostir*. – 2009. – № 22/1. – S. 176–184.
5. Chernyshova A. V. Problemy zdiisnennia ta shliakhy vdoskonalennia depozytnykh operatsii bankiv Ukrainy [Elektronnyi resurs] / A. V. Chernyshova. – Rezhym dostupu: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Uproz/2011_9/u1109ch2.pdf.
6. Yaroshenko S. P. Upravlinnia zaluchenniam resursiv banku z depozytnykh dzherel : monohrafiia / S. P. Yaroshenko, I. V. Salo, O. V. Krukhmal, O. S. Kobycheva. – Sumy, 2011. – 105 s.

Надіслана/Written: 30.05.2014 р.

Надійшла/Received: 2.06.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. М. П. Войнаренко

ПЛАНУВАННЯ ОБСЯГІВ ЗОВНІШНЬОГО ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено проблему коректного використання результатів оцінки фінансово-економічного стану при визначенні перспектив подальшого розвитку підприємства, а саме при плануванні обсягів зовнішнього фінансування через відповідні розрахунки сум довгострокового та поточного кредитування. Запропоновано визначити обсяги додаткового короткострокового кредитування в залежності від показників ліквідності та наявної поточної заборгованості, а довгострокового кредитування в залежності від чистого грошового потоку.

Ключові слова: платоспроможність, ліквідність, грошовий потік, фінансове планування, зовнішнє кредитування

Yu. V. SYSOY

Donetsk National University

PLANNING OF VOLUMES OF EXTERNAL FINANCING OF ENTERPRISE

Abstract – Development of methodical approaches in relation to determination of the external borrowings on the basis of estimation of the financial and economic state of enterprise. Probed problem of the correct use of results of estimation of the financial and economic state at determination of prospects of subsequent development of enterprise, namely at planning of volumes of the external financing through the proper calculations of sums of the long-term and current crediting. On the basis of that the short-term financial planning is the mean of management the current financing of enterprise and increase of efficiency of the use of floating capital, basic directions of the use of the current borrowings of enterprise are systematized. Also grounded, what questions the corporate strategic financial planning and generalized directions of the use of the long-term borrowings of enterprise must decide. It is suggested to determine the volumes of the additional short-term crediting depending on the indexes of liquidity and present floating debt, and long-term crediting depending on a clean money stream.

Key words: solvency, liquidity, cash-flow, financial planning, external crediting.

Постановка проблеми. Правильна оцінка фінансових результатів діяльності і фінансово-економічного стану підприємства в сучасних умовах господарювання досить важлива як для його керівництва, так і для всіх контрагентів підприємства, державних органів. Фінансово-економічний стан підприємства залежить від результатів його виробничої, комерційної і фінансово-господарської діяльності та характеризується певною сукупністю показників, відображених в балансі. У загальному вигляді він характеризує зміни в розміщенні засобів і джерелах їх покриття (власних або позикових) на кінець періоду в порівнянні з початком. Проблема полягає в найбільш повному використанні результатів оцінки фінансово-економічного стану при визначенні перспектив подальшого розвитку підприємства, в тому числі при плануванні обсягів зовнішнього фінансування через відповідні розрахунки сум довгострокового та поточного кредитування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченню проблем оцінки фінансово-економічного стану підприємства та планування на підставі цієї оцінки основних економічних показників присвячено роботи багатьох вчених, таких як Берднікова Т.Б., Бланк І.О., Бикова Є.В., Євдокимов О.О., Кононенко О., Орлов О.О., Савицька Г.В., Терещенко О.О., Шегда А.В. та ін. Проведені дослідження свідчать про різноманітність підходів до розуміння категорії фінансово-економічного стану підприємства. Також у теперішній час існує багато підходів до оцінки фінансово-економічного стану, різні автори пропонують різні моделі оцінки та різноманітні показники. Внаслідок цього сучасна система оцінки фінансово-економічного стану підприємства є достатньо складною та перевантаженою великою кількістю показників, тоді як проблема коректного використання результатів оцінки при подальшому плануванні основних економічних показників залишається.

Мета статті полягає в розвитку методичних підходів щодо визначення зовнішніх запозичень на підставі оцінки фінансово-економічного стану підприємства.

Виклад основного матеріалу. Фінансово-економічний стан підприємства може бути стійким, нестійким і кризовим. Стійкий фінансово-економічний стан позитивно впливає на: забезпечення потреб виробництва необхідними матеріальними і трудовими ресурсами; виконання виробничих програм; підвищення ефективності господарської діяльності. Він характеризується забезпеченістю фінансовими, трудовими, матеріальними ресурсами; доцільністю їх розміщення і ефективністю їх використання; забезпеченістю власними оборотними коштами, оптимальним співвідношенням запасів товарно-матеріальних цінностей із потребами виробництва, своєчасністю проведення розрахункових операцій. Нестійке фінансове положення виражається в незадовільній платіжній готовності, в низькій ефективності використання ресурсів, в неефективному розміщенні коштів, їх іммобілізації. Межею незадовільного фінансового стану підприємства є стан банкрутства, тобто нездатність підприємства відповідати по своїх зобов'язаннях.

Однією з основних характеристик фінансово-економічного стану підприємства є платоспроможність. Платоспроможність характеризує фінансові можливості підприємства щодо своєчасного погашення зобов'язань, покриття підприємством позикових засобів. Основними ознаками є наявність в достатній кількості засобів на розрахунковому рахунку; відсутність простроченої кредиторської заборгованості. Базовий рівень платоспроможності підприємства формує ліквідність, тобто здатність підприємства оперативно і безпереш-

кодно перетворювати оборотні кошти в грошові, необхідні для активи для сплати у відповідні терміни своїх першочергових зобов'язань, непередбачуваних боргів та нормального функціонування підприємства.

Для порівняння ступеня ліквідності різних господарських одиниць розроблено коефіцієнти ліквідності. Залежно від того, які види оборотних активів беруться до уваги, ліквідність оцінюється за різними коефіцієнтах. Загальна ідея залишається незмінною: зіставлення короткострокових (до одного року) пасивів і активів, які використовуються для їх погашення. Всі активи підприємства залежно від ступеня ліквідності, тобто швидкості перетворення в грошові кошти, умовно діляться на такі групи.

Високоліквідні активи (A1): грошові кошти підприємства та їх еквіваленти, поточні фінансові інвестиції. Ці активи можуть бути використані для виконання поточних розрахунків негайно, для них практично відсутня небезпека втрати вартості у разі ліквідації підприємства.

Активи (A2), що швидко реалізуються: дебіторська заборгованість (окрім довгострокової і безнадійної), векселі отримані. Цим активам на перетворення в наявні засоби потрібний певний час, їх ліквідність залежить від ряду чинників: своєчасності відвантаження продукції, швидкості документообігу, платоспроможності покупців, форм розрахунків, умов надання кредитів покупцям, організації вексельного обігу.

Активи (A3), що реалізуються повільно: виробничі запаси, незавершене виробництво, готова продукція, товари, інші оборотні активи. Ліквідність цієї групи залежить від якості продукції і попиту на неї, її конкурентоспроможності.

Важкорезалізовані активи (A4): активи, призначені для використання в господарській діяльності понад 1 рік (або виробничого циклу). У цю групу включаються необоротні активи підприємства, вартість яких відображена в першому розділі активу балансу.

За таким угрупованням оборотних активів в різних методиках оцінки фінансового стану підприємства виведено три аналітичні коефіцієнти оцінки ліквідності та короткострокової платоспроможності.

Коефіцієнт загальної (поточної) ліквідності показує достатність оборотних активів (якщо їх реалізувати протягом одного року) для задоволення поточних зобов'язань з річною терміновістю погашення і визначається відношенням суми оборотних активів до поточних зобов'язань. Вважається, що цей коефіцієнт повинен бути більшим за 2. Нижня межа на рівні 1 зумовлена тим, що оборотних активів повинно бути досить для погашення короткострокових зобов'язань. Якщо показник достатньо високий, це може бути пов'язано з надмірними запасами, надплановою завантаженістю готової продукції на складах, невиправданим зростанням дебіторської заборгованості, порушеннями в структурі капіталу.

Коефіцієнт термінової (проміжної) ліквідності визначається як відношення оборотних активів, зменшених на величину запасів до поточних зобов'язань. За нормативне вважається значення коефіцієнта термінової ліквідності в межах 0,7–0,8. Свідчить про потенційну можливість підприємства погасити свої поточні зобов'язання за умови отримання від короткострокових реальних дебіторів всієї суми заборгованості.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності характеризує готовність підприємства негайно ліквідувати короткострокову заборгованість. Його оптимальне значення признається на рівні 0,25–0,3.

Важлива роль при аналізі ліквідності належить показникам довгострокового фінансового забезпечення:

$$D_1 = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Необоротні активи}} \quad (1)$$

$$D_2 = \frac{\text{Власний капітал} + \text{Довгострокові зобов'язання}}{\text{Необоротні активи}} \quad (2)$$

$$D_3 = \frac{\text{Власний капітал} + \text{Довгострокові зобов'язання}}{\text{Необоротні активи} + \text{Стійкі оборотні активи}} \quad (3)$$

Зростання цих показників в динаміці розглядається як позитивна тенденція.

З погляду на існуючі показники термінової та довгострокової платоспроможності постає питання визначення сум подальших запозичень для підприємства, якщо це є можливим взагалі. При цьому слід розрізняти короткострокові запозичення, тобто короткострокові кредити банків і інші поточні зобов'язання, які підлягають погашенню протягом 12 місяців з дати балансу (векселі видані і поточна заборгованість по довгострокових зобов'язаннях), та довгострокові запозичення, а саме всі зобов'язання підприємства, які не є поточними (довгострокові зобов'язання, доходи майбутніх періодів, забезпечення майбутніх витрат і платежів).

Короткострокове фінансове планування є засобом управління поточним фінансуванням підприємства і підвищення ефективності використання оборотного капіталу, тому воно передбачає з'ясування того, як краще компенсувати дефіцит коштів, що виникає між короткостроковим надходженням та відтоком грошей, або зберігати резерв коштів у ліквідній формі, або брати короткострокові позики, яким видом короткострокової позики краще скористатися в конкретний період; чи можна скоротити операційний та фінансовий цикли за рахунок прискорення оборотності запасів та дебіторської заборгованості і збільшення середнього терміну погашення кредиторської заборгованості.

Вирішення цих управлінських завдань залежить насамперед від політики фінансування обігових коштів, яку обрала компанія, тому основним напрямком цієї політики є визначення розміру чистого оборотного капіталу (власних обігових коштів), який підтримуватиме підприємство.

Розмір чистого оборотного капіталу (різниця між оборотними активами і поточними зобов'язаннями) визначає ступінь ліквідності фірми. Тому обираючи більш ризиковану політику зменшення чистого оборотного капіталу, менеджери збільшують ризик втратити ліквідність; це може бути вигідним, якщо вивільнені кошти будуть інвестовані в доходні активи. І навпаки, вибираючи більш помірковану політику фінансування за рахунок власних коштів більше поточних витрат, що означатиме збільшення чистого оборотного капіталу, менеджери зменшують ризик втратити ліквідність, але це буде пов'язано зі зменшенням прибутковості активів [1, с. 179]. Обсяг подальшого короткострокового кредитування підприємства залежатиме від показників ліквідності та наявної поточної заборгованості. Тому, додаткову потребу у поточному кредитуванні пропонується розраховувати, виходячи з такої нерівності:

$$\Delta ПЗ = ОА - 2ПЗ \geq 0, \quad (4)$$

де $\Delta ПЗ$ – обсяг додаткового короткострокового кредитування підприємства на дату оцінки його фінансового стану, тис. грн; $ОА$ – вартість обігових коштів на дату оцінки, тис. грн; $ПЗ$ – короткострокові зобов'язання підприємства на дату оцінки, тис. грн.

При цьому значення коефіцієнту загальної ліквідності не повинна бути нижчою за 2, а зміни коефіцієнтів критичної та абсолютної ліквідності мають забезпечити їх нормативні значення (0,5 і 0,25 відповідно).

Обмеження $\Delta ПЗ \geq 0$ означає, що за будь-яких значень $ОА$ та $ПЗ$ обсяг додаткового поточного кредитування підприємства не може бути від'ємним.

Довгострокове планування має бути спрямоване на досягнення довгострокових цілей, тобто конкретних результатів у відповідних кількісних показниках, яких планує досягти компанія. Довгострокові фінансові плани, що є складовою стратегічного планування, узгоджуються із загальною стратегією економічного розвитку корпорації. Термін “довгостроковість” означає, що період триває більше року. Зазвичай це планування розраховане на 2–5 (іноді більше) років.

Довгострокове фінансове планування має вирішувати взаємопов'язані питання: бюджету капіталовкладень, структури капіталу і дивідендної політики. Довгострокове фінансове планування пов'язує також інвестиційну політику корпорації як комплекс заходів щодо реалізації вибраної стратегії розвитку з фінансовою політикою як системою залучення і ефективного використання фінансових ресурсів.

Планування довгострокових капіталовкладень полягає в розробці бюджету довгострокових капіталовкладень компанії як зведеного плану капіталовкладень її підрозділів. Взагалі це зведена перспективна інвестиційна програма, в процесі складання якої забезпечуються:

- узгодженість окремих проектів за термінами, виконавцями, обсягами витрат;
- прийняття спільних рішень про доцільність ресурсної взаємодії учасників структурних підрозділів компанії, а також концентрація їх фінансових ресурсів на першочергових проектах;
- узгодження потреб у ресурсах з власними інвестиційними можливостями (внутрішніми джерелами), а також оцінка можливості залучення зовнішніх джерел фінансування;
- формування інвестиційного портфеля, що складається з реальних і фінансових інвестицій.

Основними об'єктами довгострокового фінансового планування є обсяг капіталовкладень і потреба у фінансових ресурсах. Для розробки перспективних фінансових планів керівництво підприємства має визначити кілька принципів напрямків фінансової політики на плановий період, а саме:

- скільки коштів буде інвестовано в нові активи. Ця цифра впливає з інвестиційних можливостей фірми і є результатом прийнятих рішень щодо бюджету капіталовкладень;
- який рівень фінансового важеля фірма вирішила підтримувати. Цим визначатиметься сума позик для фінансування інвестицій у реальні активи, тобто це політика фірми щодо структури капіталу;
- який рівень ліквідності збирається підтримувати фірма. Цим визначатиметься розмір чистого оборотного капіталу (розмір власних обігових коштів), тобто це політика щодо фінансування обігових коштів.

Вибір напрямків безпосередньо впливатиме на майбутню прибутковість, потребу в зовнішньому фінансуванні, на можливості розвитку фірми.

При визначенні додаткового довгострокового кредитування підприємства пропонується скористатися показником грошового потоку підприємства.

Серед різноманіття визначення поняття “грошовий потік” скористуємося дослідженнями таких вчених як Терещенко О.О., Бикова Є.В. та Кононенко О., які розглядають грошовий потік у контексті управління майбутньою платоспроможністю підприємства. Так, О.О. Терещенко, досліджуючи механізми антикризового менеджменту, розглядає грошові потоки як внутрішнє джерело фінансової стабілізації, через збільшення вхідних та зменшення вихідних грошових потоків, що спрямовується на зростання платоспроможності підприємства [2].

Є.В. Бикова розглядає грошові потоки як один з елементів аналізу доходів та витрат підприємства, що використовується як індикатор ліквідності та ефективності інвестиційної та фінансової діяльності підприємства, а також як показник для визначення розміру додаткових капіталовкладень [3]. О. Кононенко розглядає грошовий потік як індикатор гнучкості підприємства та як засіб взаємоузгодження потенційних потреб з його можливостями [4].

Отже, обсяг додаткового довгострокового кредитування підприємства пропонується визначати в залежності від чистого грошового потоку та наявної довгострокової заборгованості підприємства.

$$\Delta ДЗ = \overline{T_{\partial з}}(НП + А) - ДЗ \geq 0, \quad (5)$$

де $\Delta ДЗ$ – обсяг додаткового довгострокового кредитування підприємства на дату оцінки його фінансового стану, тис. грн; $\overline{T_{\partial з}}$ – середній термін погашення довгострокових зобов'язань підприємства, роки; $НП$ – нерозподілений прибуток (непокритий збиток) підприємства, тис. грн; $А$ – нарахована амортизація, тис. грн; $ОА$ – вартість обігових коштів на дату оцінки, тис. грн; $ДЗ$ – довгострокові зобов'язання підприємства на дату оцінки, тис. грн.

При визначенні додаткового довго- та короткострокового залучення фінансових ресурсів слід враховувати, що загальний рівень всієї заборгованості підприємства не має перевищувати половину від загальної суми балансу.

Висновки. Отже, менеджери компанії визначають не лише обсяги додаткового зовнішнього фінансування для забезпечення приросту активів, а й інші фінансові показники і пропорції: прибуток, суму дивідендів, структуру капіталу і активів. Але не викликає сумнівів, що найважливішим результатом поточного та довгострокового фінансового планування є визначення потреби компанії у фінансуванні на момент, що відображений в прогнозованому балансі. Тому, при визначенні обсягів зазначеного зовнішнього фінансування, підприємству слід спиратися на результати оцінки свого фінансово-економічного стану, використовуючи показники платоспроможності, чистого грошового потоку та інші.

Література

1. Грідчина М. В. Корпоративні фінанси (зарубіжний досвід і вітчизняна практика) / М. В. Грідчина. – К. : МАУП, 2002. – 232 с.
2. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання / О. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2003. – 554 с.
3. Быкова Е. В. Показатели денежного потока в оценке финансовой устойчивости предприятия / Е. В. Быкова // Финансы. – 2000. – № 2. – С. 56–59.
4. Кононенко О. Анализ финансовой отчетности / О. Кононенко, О. Маханько. – Х. : Фактор, 2006. – 200 с.

References

1. Gridchina M. V. Korporatyvni finansy` (zarubizhny`j dosvid i vitchy`znyana prakty`ka) / M. V. Gridchina. – K. : MAUP, 2002. – 232 s.
2. Tereshhenko O. O. Finansova diyal`nist` sub`yektiv gosподaryuvannya / O. O. Tereshhenko. – K. : KNEU, 2003. – 554 s.
3. Bykova E. V. Pokazately` denezhnogo potoka v ocenke fy`nansovoj ustojchy`vosty` predp`ry`yaty`ya / E. V. Bykova // Fy`nansy. – 2000. – # 2. – S. 56–59.
4. Kononenko O. Analy`z fy`nansovoj otchetnosty` / O. Kononenko, O. Maxan`ko. – X. : Y`zdatel`sky`j dom "Faktor", 2006. – 200 s.

Надіслана/Written: 30.05.2014 р.

Надійшла/Received: 2.06.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. І. В. Хаджинов

ТРАНСПАРЕНТНІСТЬ КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ: НЕОБХІДНІСТЬ, СУТНІСТЬ, ВЛАСТИВОСТІ

Визначено важливість наявності достовірної та прозорої фінансової інформації; обґрунтовано комплексність проблеми забезпеченості транспарентності на кредитному ринку; проаналізовано динаміку рівня інформаційної прозорості банків України. Запропоновано схему впливу учасників кредитного ринку на рівень прозорості кредитної діяльності банку; визначено якісні характеристики транспарентності на кредитному ринку. Запропоновано для досягнення прозорості кредитної діяльності банків розшифровувати кредитний портфель з урахуванням: строків погашення кредитів за видами, обсягів кредитування секторів економіки та регіонів, обсягів проблемних позичок. Рекомендовано висвітлювати методику формування резервів під знецінені кредити; політику щодо використання різних форм забезпечення та гарантій; підходи до оцінки якості позичок; інструменти управління портфельними ризиками.

Ключові слова: банк, кредитний ринок, позички, кредитний ризик, транспарентність.

Y. S. ANDREEVA

Odessa National University of Economics

TRANSPARENCY OF CREDIT ACTIVITY OF BANKS: THE NEED, NATURE, PROPERTIES

Abstract – The aim of the study is to determine the nature of the concept of transparency in the credit market and its properties.

In this paper defined the importance of having accurate and transparent financial information; reasonably integrated security problems of transparency in the credit market. The dynamics of information transparency of banks in Ukraine. The scheme of the impact of credit market participants on the transparency of bank lending activities ; defined quality characteristics of transparency in the credit market . Proposed to achieve transparency in the credit activity of banks decipher the loan portfolio based on : maturity of loans by , in lending to sectors and regions , the volume of problem loans.

Recommended method to cover provisioning for impaired loans; policy on the use of various forms of collateral and guarantees; approaches to assessing the quality of loans; portfolio risk management tools.

Key words: bank credit market loans, credit risk transparency.

Постановка проблеми. У сучасних умовах функціонування банківської системи України винятково важливого значення набуває потреба у достовірній та прозорій фінансовій інформації, доступній всім учасникам ринку банківських послуг. Зацікавленість у такій інформації обумовлена тим, що вона формує стратегію та напрями розвитку банківських установ і фінансової системи в цілому, дозволяє запровадити уніфікацію підходів до оцінки фінансового стану банків, рівня їх розвитку і тим самим забезпечує перспективи для досягнення завдань надійності та стабільності банків.

Слід зазначити, що існує широкий спектр якісних і кількісних ознак стабільного і міцного банку: тривалість роботи на ринку банківських послуг, фінансові показники, прибутковість, постійне виконання фінансових зобов'язань перед клієнтами, членство у Фонді гарантування вкладів фізичних осіб, якість кредитного портфеля, наявність рейтингів міжнародних агентств тощо. Але в період нестабільності зазначені вище показники стають другорядними, так як в різні проміжки часу, залежно від циклу розвитку економіки та її важливого сектора – банківської системи, критерії оцінки надійності банку міняються. У період економічної нестабільності зростає роль транспарентності як чинника довіри до банку.

Аналіз світового рівня транспарентності на кредитних ринках, дозволив дійти висновку, що подання банками неякісної інформації щодо кредитної діяльності, особливо в умовах світової фінансової кризи, призводить до неадекватних та несвоєчасних дій наглядових органів щодо недопущення погіршення фінансового стану та банкрутства банків.

Комплексність проблеми забезпечення належного рівня транспарентності на кредитному ринку потребує розробки науково-методичних підходів до її вирішення, а саме запровадження дієвих механізмів впливу на процеси формування та публікації прозорої інформації щодо кредитної діяльності банків, оскільки саме вони, на відміну від інших суб'єктів фінансового ринку, містять у собі підвищену загрозу для дестабілізації економіки і провокування кризи в країні. Саме цим зумовлена актуальність проведеного дослідження у статті та її завдання.

Впродовж останніх років проблеми забезпечення належного рівня транспарентності на ринку банківських послуг стали об'єктом дослідження таких вчених, як Т. Болгар [1], Ж. Довгань [2], Н. Дудченко та І. Мігус [3], В. Івасів [4], Л. Кузнецова [5] тощо.

Оцінюючи накопичені наукові здобутки вітчизняних дослідників слід відмітити, що переважна більшість праць присвячена проблемам розкриття кількісних показників в фінансовій звітності банківських установ. Втім, формування банками України якісної та прозорої інформації щодо їх кредитної діяльності все ще залишається остаточно невирішеним питанням ні в теоретичному, ні в організаційно-прикладному аспектах.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз стану наукової розробки досліджуваного питання дозволяє дійти висновку, що всі вчені визначають необхідність поглибленого дослідження проблем прозорості інформації банків щодо різних напрямків їх діяльності. Так, І. Мігус та Н. Дудченко стверджують, що важливим значенням для діагностики транспарентності банку має публічне розкриття інформації (*public disclosure*), крім того, вчені підкреслюють, що низький рівень транспарентності структури власності банків, активне необгрунтоване кредитування суб'єктів господарювання, призвели до нагромодження у банківській системі “неякісних” фінансових активів на десятки мільярдів гривень і стали причиною банкрутств та ліквідації ряду установ банківського сектора [3, с. 326].

І. Івасів визначає, що забезпечення належного рівня транспарентності банківського сектора необхідно у зв'язку з тим, що декларовані стратегічні цілі замінюються індивідуальними цілями держав та корпоративних зацікавлених сторін внаслідок асиметрії інформації, низького рівня знань клієнтів банків [4, с. 57].

Серед дослідників, що визначають необхідність вирішення проблем прозорості інформації центральних банків можна виділити таких, як: Т. Болгар, Ж. Довгань, Л. Кузнецову [1, 2, 5].

Аналіз публікацій вчених та практиків дозволив дійти висновку, що проблемам прозорості інформації банків на фінансовому ринку присвячено велика кількість наукових праць. В той же час, необхідно відмітити, що існує недостатній рівень систематизації та єдності в теоретичних і методичних аспектах формування прозорої інформації щодо діяльності банків на кредитному ринку.

Формулювання цілі статті. Метою дослідження є визначення сутності поняття транспарентності кредитного ринку та її властивостей. Завданнями дослідження є визначення напрямів впливу суб'єктів кредитного ринку на прозорість кредитної діяльності банків, а також виявлення якісних характеристик транспарентності на кредитному ринку.

Виклад основного матеріалу. Необхідність удосконалення процесів транспарентності кредитного ринку підтверджує, на наш погляд, аналіз рівня показників розкриття інформації в Україні. Наведена динаміка рівня інформаційної прозорості банків України також підтверджує необхідність розробки нових методів та стандартів визначення транспарентності банку. Так, за даними міжнародного рейтингового агентства Handarte& Poog's середній показник розкриття інформації провідними світовими банками становить 70–75 %, в Україні такого рівня транспарентності в 2013 р. зміг досягти тільки Укргазбанк (71,2 %).

Отримані оцінки рівнів прозорості банків України за 2006–2013 рр. узагальнено на рис. 1. Мінімальний рівень цей показник мав у 2007 р., максимальний – у 2012 р. У 2013 р. інформаційна прозорість банків України знизилася до 50 %, тобто за останній рік рівень транспарентності зменшився на 6,58 п.п.

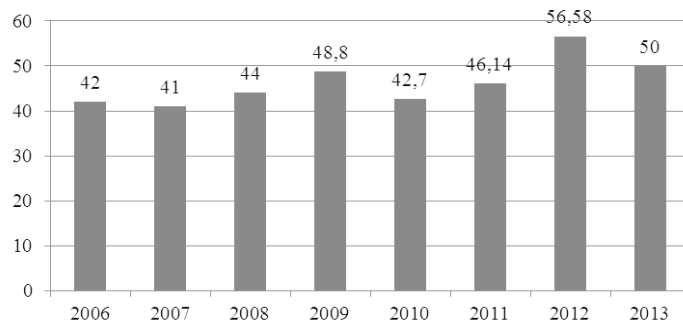


Рис. 1. Динаміка рівня інформаційної прозорості банків України, % [6]

Прозорість інформації (*транспарентність*) – це середовище, в якому банківська установа надає всім зацікавленим сторонам необхідну їм для прийняття раціональних рішень інформацію у відкритій, повній, своєчасній і зрозумілій формі.

У широкому розумінні транспарентність означає наявність ефективних комунікацій та взаємодії між керівництвом банку, з одного боку, та акціонерами, кредиторами, позичальниками, засобами масової інформації, іншими ринковими агентами і навіть суспільством у цілому – з іншого.

Термін “прозорість” є близьким до поняття “відкритість” (англ. *disclosure*). Прозорість банківського бізнесу є більш широким поняттям ніж відкритість, так як передбачає не тільки розкриття інформації, але і її повноту, достовірність і зрозумілість для користувачів. Тобто відкритість базується на кількості інформації, що надається банком, а транспарентність – на її якісних характеристиках, таких як зрозумілість, доречність, достовірність, зіставність, суттєвість.

Варто зазначити, що проблема прозорості (транспарентності) бізнесу практично розробляється з 70-х рр. ХХ ст. в контексті розвитку теорії та практики корпоративного управління. Основоположником концепції транспарентності вважають Роберта Лукаса, який у 1976 р. у своїй праці “Економічна оцінка політики: критика” розглянув взаємозв'язок економічних рішень та очікувань ринкових агентів.

Прозорість в сучасних умовах кредитної діяльності банків визначається як одна з теоретичних умов ефективності фінансовому ринку, зокрема такому його сектору, як кредитного. У сучасній економіці прозо-

рість виступає провідним елементом кредитної стратегії банківської установи з її зв'язків із зацікавленими суб'єктами кредитного ринку – позичальниками та їх гарантами [5, с. 221]. Таким чином, прозорість кредитного ринку, або транспарентність – це одна з головних характеристик, які впливають на вибір позичальником видів позичок, що пропонуються на ринку.

Механізмом забезпечення транспарентності кредитного ринку є система розкриття інформації, яка формується відповідно до нормативних вимог центральних банків та інших регуляторів кредитного ринку, а також рекомендаціями міжнародних фінансових організацій.

Слід зазначити, що існують різні види транспарентності, кожна з яких на кредитному ринку проявляє свої властивості: фінансова прозорість підвищує конкурентоспроможність і «граничний» дохід від кредитних операцій в довгостроковому періоді, але посилює фінансове навантаження і зростання витрат у короткостроковому періоді; технологічна прозорість відкриває можливості банку для розвитку в довгостроковому періоді, але призводить до втрат переважно в здійсненні кредитних бізнес-процесів в короткостроковому періоді; прозорість кредитного менеджменту підсилює внутрішній фактор конкурентоспроможності та зовнішню привабливість для інвесторів і вкладників, але загострює відношення з інсайдерами; соціальна транспарентність (соціальні програми кредитування для молоді, в тому числі студентів, пенсіонерів, соціальні пакети для співробітників і благодійна діяльність) слугує позитивним фактором для клієнтів та персоналу банку, але зменшує його прибутковість.

Зазначене вище стало підґрунтям для визначення напрямів впливу різних учасників кредитного ринку на процеси формування транспарентності кредитної діяльності банків (рис. 2).

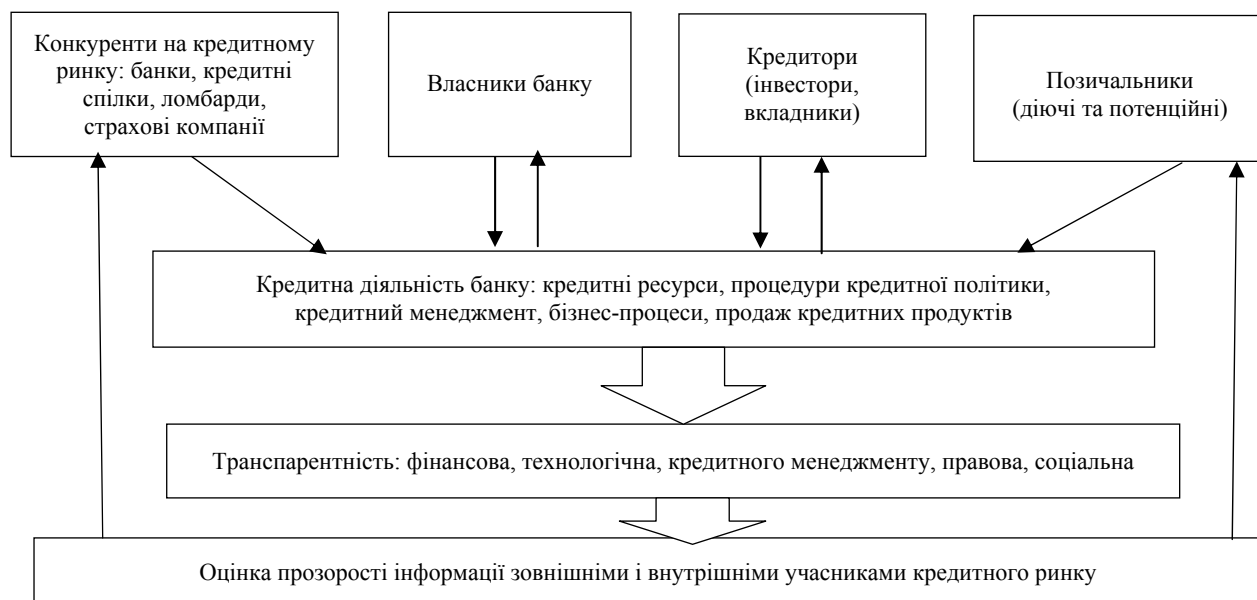


Рис. 2. Вплив учасників кредитного ринку на рівень прозорості кредитної діяльності банків

Дані наведеного рисунка дозволяють зробити висновок, що транспарентність на кредитному ринку – це комплексний (інтегральний показник) прозорості діяльності банку, який відображає адекватний вимогам користувачів кредитних продуктів рівень повноти розкриття та доступності звітної інформації про його поточну та перспективну кредитну діяльність.

До якісних характеристик транспарентності на кредитному ринку слід віднести:

- доступність (відкритість) – банк на сайті або за першим запитом надає інформацію про кредитну діяльність, якщо вона не носить конфіденційний характер;
- повноту охоплення – банку необхідно представити достатньо повний обсяг інформації про обсяги та види позичок, формах забезпечення позичок, їх вартості, якості та резервах під можливі збитки, щоб забезпечити користувачеві відомості як поточного стану кредитної діяльності так і прогнозовані тенденції.
- своєчасність – інформація, що публікується про якість кредитного портфеля, обсяги сформованих резервів повинна публікуватися з мінімальним запізненням.
- сумісність – форми і зміст регулярної звітності банку щодо результатів кредитної діяльності повинні бути сумісні один з одним і інформувати.

Варто зазначити, що принципами корпоративного управління банком передбачено проведення щорічних незалежних аудиторських перевірок, щоб забезпечити об'єктивну оцінку того, як підготовлено та подано фінансову звітність. Також значна увага приділена каналам розповсюдження інформації, які є не менш важливими, ніж власне зміст інформації.

Висновки. Для досягнення прозорості банки повинні надавати ясну, повну та своєчасну інформацію про кредитну діяльність: розшифровувати кредитний портфель з урахуванням: строків погашення кре-

дитів за видами, обсягів кредитування секторів економіки та регіонів, обсягів проблемних позичок. Також необхідно висвітлювати засоби організації процесів управління кредитним ризиком: методику формування резервів під знецінені кредити; політику щодо використання різних форм забезпечення та гарантій; підходи до оцінки якості позичок; інструменти управління портфельними ризиками. Канали оприлюднення фінансових звітів мають бути такими, щоб забезпечувати рівноправний, своєчасний та непов'язаний із занадто великими витратами користувачів доступ до необхідної інформації.

За результатами дослідження існуючих проблем кредитної діяльності банків в умовах асиметрії інформації на фінансовому ринку слід визначити, що досягнення прозорості є надзвичайно важливим для всіх суб'єктів банківської системи та економіки в цілому. Забезпечення транспарентності кредитного ринку потребує системних наукових досліджень, зокрема спрямованих на вдосконалення теоретичних положень, розроблення методичних підходів та практичних рекомендацій щодо удосконалення процесів формування прозорої звітності щодо діяльності банків на кредитному ринку.

Література

1. Болгар Т. М. Проблеми процесу прозорості саморозкриття банківської інформації / Т. М. Болгар // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2011. – Вип. 33. – С. 15–21.
2. Довгань Ж. Вплив транспарентності на фінансову стійкість банківської системи України / Ж. Довгань // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – 2011. – Вип. 16. – С. 66–72.
3. Мігус І. П. Транспарентність банку як складова механізму забезпечення його економічної безпеки / І. П. Мігус, Н. В. Дудченко // “БІЗНЕС ІНФОРМ”. – 2013. – № 10. – С. 322–328.
4. Івасів І. Б. Транспарентність банківської діяльності / І. Б. Івасів // Фінанси, облік та аудит. – К. : КНЕУ, 2005. – Вип. 6. – С. 55–66.
5. Кузнєцова Л. В. Теоретико-методологічні засади фінансової діяльності банку : монографія / Л. В. Кузнєцова / Одес. держ. екон. ун-т. – О. : Атлант, 2009. – 324 с.
6. <http://www.bank.gov.ua>

References

1. Bolhar T. M. Problemy protsesu prozorosti samorozkryttya bankivs'koyi informatsiyi / T. M. Bolhar // Problemy i perspektyvy rozvytku bankivs'koyi systemy Ukrainy. – 2011. – Vyp. 33. – S. 15–21.
2. Dovhan' Zh. Vplyv transparentnosti na finansovu stiykist' bankivs'koyi systemy Ukrainy / Zh. Dovhan' // Ukrayins'ka nauka: mynule, suchasne, maybutnye. – 2011. – Vyp. 16. – S. 66–72.
3. Mihus I. P. Transparentnist' banku yak skladova mekhanizmu zabezpechennya yoho ekonomichnoyi bezpeky / I. P. Mihus, N. V. Dudchenko // BIZNES INFORM. – 2013. – # 10. – S. 322–328.
4. Ivasiv I. B. Transparentnist' bankivs'koyi diyal'nosti / I. B. Ivasiv // Finansy, oblik ta audyt. – K. : KNEU, 2005. – Vyp. 6. – S. 55–66.
5. Kuznyetsova L. V. Teoretyko-metodolohichni zasady finansovoyi diyal'nosti banku : monohrafiya / L. V. Kuznyetsova / Odes. derzh. ekon. un-t. – O. : Atlant, 2009. – 324 s.
6. <http://www.bank.gov.ua>

Надіслана/Written: 30.05.2014 р.

Надійшла/Received: 2.06.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Л. В. Кузнєцова

АНАЛІЗ ТРАДИЦІЙНИХ СИСТЕМ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Розглянуто діючі системи оплати праці та її недоліки, функції оплати праці в умовах ринкової економіки. Розроблений порівняльний аналіз оплати праці в Україні з країнами ЄС. Проаналізовані дані фонду оплати праці та середньомісячної заробітної плати на підприємствах чорної металургії України.

Ключові слова: система оплати праці, коефіцієнт, середньомісячна заробітна плата, фонд оплати праці, аналіз, металургійний комплекс, зростання.

A. S. EREMENKO

Zaporozhye State Engineering Academy

THE ANALYSIS OF TRADITIONAL PAY SYSTEMS AT THE METALLURGICAL ENTERPRISES

Abstract – In the article reviewed the existing pay system and disadvantages of pay system the functions of labour payment in the conditions of market economy. Developed a comparative analysis of labour remuneration in Ukraine with EU countries. The analysis of the data of the Fund of wages and average monthly wages at the enterprises of ferrous metallurgy of Ukraine. The analysis of the usage of the wages Fund, and also the relation between the growth of labor productivity and wages. Defined reserves the effective use of the wage Fund. The conclusion is that at the moment there are few reserves increased wages. The directions increase of reserves of wages on the basis of the analysis of indicators. The comparative analysis of the wage of a worker metallurgical industry in various countries, including the EU. From these data a minimum level of remuneration for the EU and Ukraine.

Key words: the remuneration system, the coefficient, the average monthly wage, the wage Fund, analysis, metallurgical complex, growth.

Постановка проблеми. Традиційні системи оплати праці не є адекватним стимулом у досягненні стратегічних результатів. Вони не мотивують працівників металургійних підприємств у новому напрямку та не допомагають наймати та утримувати працівників, які будуть упроваджувати на підприємстві стратегічні зміни. Ефективність праці як багатоаспектне явище певною мірою визначається діючою системою оплати праці. На сьогоднішній день діючі системи оплати праці мають ряд недоліків. Заробітна плата певною мірою, а часто взагалі не пов'язана з кінцевими результатами праці. Оплата праці в ринковій економіці почала втрачати свою головну властивість – бути основною частиною фонду життєвих фондів працівників і їхніх родин.

Заробітна плата є найбільш дієвим інструментом активізації людського фактора і використання потенціалу людських ресурсів. У заробітній платі закладено значний мотиваційний потенціал [3, с. 77].

Сьогодні заробітна плата виконує інші функції, а саме: збереження зайнятості, запобігання безробіттю ціною зниження заробітної плати; забезпечення соціальних гарантій; збереження попереднього статусу, пов'язаного з попереднім робочим місцем; стримування інфляції (через затримку виплати заробітної плати); перерозподіл зайнятих по галузях і сферах економіки; поширення нелегальної діяльності та вторинної зайнятості; посилення мобільності робочої сили [1, с. 150].

Проте в сучасних умовах, зорієнтованих на ринковий механізм господарювання, особливо важливим та необхідним стає відновлення стимулюючої функції заробітної плати, посиленню якої сприяє забезпечення її гнучкості – здатності досить швидко й адекватно реагувати на зміну результативності праці. До негативних наслідків низького рівня заробітної плати відносяться не лише погіршення умов відтворення трудового потенціалу промисловості, інтелектуальної та фізичної здатності до праці, але й формування негативного ставлення до неї, зниження мотиваційного потенціалу заробітної плати, за цих умов економія за рахунок її зниження не може бути виправданою. Низький рівень реальної і номінальної заробітної плати перетворилися нині на один із головних чинників гальмування економічних реформ, якісного відтворення і ефективного використання трудового потенціалу промисловості, технологічного оновлення виробництва, підвищення мотивації до праці. Тому система державного регулювання повинна враховувати як особливості психологічної природи людини, так і об'єктивну залежність між рівнем економічного розвитку, результатами праці та рівнем її оплати.

Для відображення спроможності заробітної плати виконувати свої основні функції, використовують такі поняття, як номінальна і реальна заробітна плата. Номінальна заробітна плата – це та винагорода в грошовому еквіваленті, яку працівник отримує за певний період роботи, а реальна – сукупність послуг і матеріальних благ, які можна придбати на отримані кошти при існуючих у даний момент, цінах на товари та послуги. Але, на жаль, номінальна заробітна плата в Україні неперівнянна з її рівнем у розвинених країнах. Наприклад, якщо взяти дані про годинної зарплати робочого металургійної промисловості в різних країнах, то картина буде наступна. У Німеччині такий робітник отримує 35,3 долара; в Бельгії – 31; Австрії – 28,1; США – 26,3; у Франції – 25; в Італії – 21,8; Іспанії – 20,8; Канаді – 19,4; Британії – 17,4 дол. У той же час, в Аргентині його погодинна оплата становить 7,1 дол.; Польщі – 3,7; Туреччині – 3,3; Угорщині – 2,8; Мексиці – 1,9; Венесуелі – 1,7. Нарешті, в Китаї і Росії металургу платять лише 1,1 дол./год. [10, с. 239].

Порівняно з країнами ЄС Україна відома як країна з низьким рівнем оплати праці та дешевою робочою силою, що не сприяє формуванню ефективного мотиваційного механізму. Низький рівень середньої

заробітної плати багато в чому зумовлений невірністю проблеми мінімальної заробітної плати, яка на сьогодні є технічним нормативом, відповідно до якого встановлюються різноманітні види соціальної матеріальної допомоги. Мінімальний рівень оплати праці по країнах ЄС значно відрізняється від рівня в Україні. Для прикладу, станом на січень 2004 р. мінімальна заробітна плата становила від 121 євро в Латвії до 1403 євро в Люксембурзі (в Україні – 205 грн, що становить 30,8 євро за офіційним курсом гривні на січень 2004 р.). Як свідчать дані, мінімальна заробітна плата в Україні майже у 23 рази є меншою за середній рівень по країнах ЄС, що становить суттєву загрозу відтоку робочої сили з України [6, с. 195].

Аналіз досліджень та публікацій. Для того, щоб розглядати властивості, структуру, форми вияву будь-якого процесу, явища, треба з'ясувати попередню його сутність, що повною мірою стосується й пізнання сутності заробітної плати. На думку А. Колота, сутність заробітної плати складається з п'яти позицій. По-перше, заробітна плата – це економічна категорія, що відображає відносини між власником підприємства (або його представником) і найманим працівником з приводу розподілу новоствореної вартості (доходу). По-друге, заробітна плата – це винагорода обчислена, як правило, в грошовому вираженні, яку за трудовим договором, власник або уповноважений ним орган сплачує працівникові за виконану ним роботу. У такий спосіб заробітна плата залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства в цілому. Джерелом коштів на оплату праці є власні кошти – доход підприємства. По-третє, в сучасному товарному виробництві, що базується на найманій робочій силі, заробітна плата – це елемент ринку праці, що виступає як ціна, за котрою найманий працівник продає свою робочу силу. З огляду на це, заробітна плата виражає ринкову вартість використання найманої робочої сили. По-четверте, для найманого працівника заробітна плата – це його трудовий доход, який він отримує в результаті реалізації здатності до праці і який має забезпечити, об'єктивно необхідне відтворення робочої сили. По-п'яте, для підприємства заробітна плата – це елемент витрат на виробництво, що включаються до собівартості продукції, робіт (послуг), а водночас і головний чинник забезпечення матеріальної заінтересованості працівників у досягненні високих кінцевих результатів [3, с. 75].

Формування цілі статті. Проаналізувати динаміку фонду оплати праці та середньої заробітної плати у металургійному комплексі України в цілому та на прикладі конкретних металургійних підприємств. Розглянути сутність заробітної плати її функції, негативні наслідки низької заробітної плати. Провести дослідження традиційних систем оплати праці на металургійних підприємствах України та визначенню основних стимулюючих функцій заробітної плати.

Виклад основного матеріалу. Світовий досвід свідчить, що нині жодна країна з найрозвиненішою ринковою економікою не обходиться без активного втручання держави в процеси регулювання заробітної плати, хоч методи, сфера, масштаби державного впливу, звичайно, є різними. В економічній системі, що ґрунтується на ринкових відносинах, втручання держави в заробітну плату має, з одного боку, переважно непрямий соціально орієнтований характер, а з іншого – передбачає пряму участь у визначенні умов оплати праці [3, с. 96]. На жаль, у ринковій економіці України роль державного регулювання заробітної плати працівників зводиться в основному до прямої або непрямой реалізації стратегії виживання, відповідно до якої на винагороду персоналу витрачаються лише засоби, які залишаються в організації після покриття всіх інших витрат і відрахувань з прибутку.

Система оплати праці має складатись з двох частин: внутрішньої тарифної системи та системи стимулювання, диференційованої за підрозділами та категоріями працівників. Внутрішня тарифна система має узгоджуватись із чинним законодавством про працю, бути гнучкою, легко корегуватись із урахуванням зростання інфляції. Для цих цілей найбільше підходить система рангів (професійних рівнів). У загальному вигляді рівень тарифної ставки першого розряду рекомендуємо визначати за формулою:

$$T_{el} = f(Z_m, C, B, V, I, K, \Phi_o), \quad (1)$$

де Z_m – встановлений державою мінімальний розмір зарплати; C, B, V, I – відповідно: складність, важкість, умови та соціальна значимість праці; K – величина компенсаційних виплат у зв'язку із зростанням роздрібних цін на споживчі товари і послуги; Φ_o – величина наявних на підприємстві засобів на оплату праці.

Вартість робочої сили, яка характеризує мінімальний і середній рівень зарплати визначають наступні елементи:

- а) відшкодування витраченої простої праці яка відповідає вартості самих необхідних фізіологічних потреб в їжі, одягу, житлі, а також певних культурних запитів;
- б) витрати на розширене відтворення робочої сили, яка включає витрати на утримання дітей у відповідності із сформованим в сім'ї рівнем життя;
- в) страхові гарантії, які представляють собою резервний фонд на непередбачені випадки в житті та забезпеченні старості;
- г) відшкодування праці середньої складності, яка визначає вартість споживання традиційних товарів та послуг, які задовольняють звичні для них фізичні, культурні та інтелектуальні запити. Структура і обсяг споживчих благ визначається виходячи з умов праці і проживання людей, які обумовлені родом діяльності, складністю і тяжкістю праці. Вони відшкодовують енергетичні витрати і задовольняють духовні потреби.

Реальним втіленням вартості робочої сили є середня зарплата, що є ціною робочої сили. Рівні вартості робочої сили можна визначати за такими формулами:

$$P_m = (M_{сб} K_{ср} - D - C) / K_n K_i, \quad (2)$$

$$B_{pc} = ((B_{ск} K_{ср} - D - C) / K_n K_i) H_n, \quad (3)$$

де P_m – прожитковий мінімум, що відповідає величині мінімальної зарплати; $M_{сб}$ – мінімальний споживчий бюджет, що містить витрати на покриття мінімальних потреб утримання родини; $K_{ср}$ – кількісний склад родини (за статистичними даними в Україні – 3,2); D – дотації держави на утримання родини; C – стипендії, пенсії та інші виплати і пільги на утриманців; H_n – середня норма прибутку, що утворює формування страхових гарантій у складі зарплати (може бути прийнята на рівні 1,2); $K_{ср}$ – кількість працюючих членів сім'ї (рекомендується приймати 2); B_{pc} – вартість робочої сили, що відповідає величині середньої зарплати; $B_{ск}$ – вартість споживчого кошика з урахуванням, традиційного рівня споживання необхідних благ та послуг, включаючи витрати на утримання родини; K_i – коефіцієнт, який враховує індивідуальні доходи громадян в умовах ринкових відносин [7, с. 115]. В умовах ринкових відносин оплата праці здійснюється раніше, ніж здійснюється продаж продукції. При цьому ціна продажу продукції може відхилитися від запланованого залежно від кон'юнктури ринку. В зв'язку з цим необхідно слідкувати за розрахунковим нормативом заробітної плати в вартості реалізованої продукції. Для цього рекомендується ввести базисний коефіцієнт (для підприємств, у яких співвідношення загальних витрат на робочу силу в обсязі реалізованої продукції стабільне у часі).

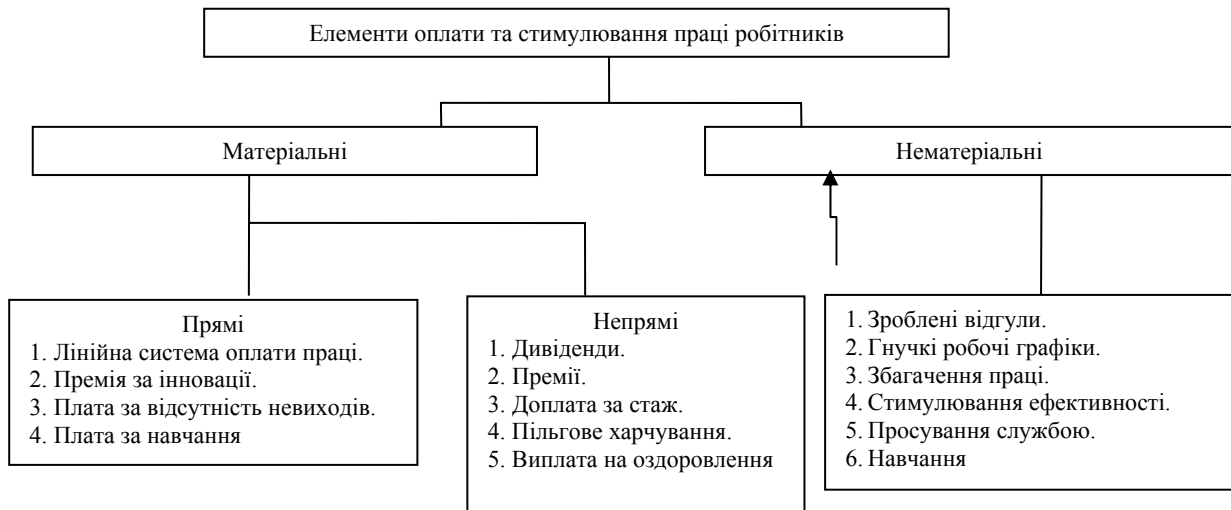


Рис. 1. Ринковий механізм оплати та стимулювання праці робітників промислових підприємств [7, с. 115]

Для вичислених допустимих витрат на заробітну плату для кожного періоду базисний коефіцієнт визначається за наступною формулою:

$$K_b = B_{pc} / A_p,$$

де K_b – базисний коефіцієнт; B_{pc} – загальні витрати на робочу силу; A_p – вартість реалізованої продукції.

На основі цього коефіцієнту визначається допустима заробітна плата. Якщо фактична зарплата нижче допустимої, виплачується премія [7, с. 116].

Аналізуючи Фонд оплати праці (ФОП) штатних працівників (рис. 2) за 2011 та за 2012 роки, ми бачимо, що на підприємствах металургійного комплексу України у 2011 р. ФОП 15482152,9 тис. грн, що на 14,8 % більше, ніж за 2010 р., а у 2012 р. – 16349514,4 тис. грн, що на 5,6 % більше, ніж за 2011 р. Фонд оплати праці підприємств металургійного комплексу України за 2011 р. склав 14,5 % від загального фонду оплати праці у всіх галузях промисловості України, за 2012 р. склав 13,8 % від загального фонду оплати праці у всіх галузях промисловості України [9, с. 11; 15]. В металургійному комплексі України в січні і лютому 2011 р. відбулося падіння рівня середньомісячної заробітної плати до її рівня в грудні 2010 р., у цей же час спостерігається незначне, але зростання інфляції. Однак, вже починаючи з березня 2011 р., було відзначено значне зростання середньомісячної заробітної плати та до кінця 2011 р. забезпечено зростання середньомісячної заробітної плати (до грудня 2010 року) вище рівня інфляції. В цілому в Україні з січня по квітень 2011 р. зафіксовано падіння середньомісячної заробітної плати в порівнянні з груднем 2010 р., але починаючи з червня спостерігається стабільне зростання заробітної плати. У промисловості України з березня по грудень 2011 р. спостерігається зростання середньомісячної заробітної плати в порівнянні з груднем 2010 р., однак, тільки починаючи з другого півріччя 2011 р. зростання заробітної плати стало випереджати рівень інфляції. Щодо 2012 р., то протягом усього 2012 р. спостерігається зростання середньомісячної заробітної плати до її рівня в грудні 2011 р., причому зростання середньомісячної заробітної плати значно випереджав рівень інфляції. Незважаючи на дефляцію у другому півріччі 2012 р. в металургійному комплексі України

було збережено стабільне зростання середньомісячної заробітної плати. В цілому в Україні з січня по травень 2012 р. зафіксовано падіння середньомісячної заробітної плати в порівнянні з груднем 2011 р., але, починаючи з червня спостерігається зростання середньомісячної заробітної плати. У промисловості України з січня по червень 2012 р. спостерігалось падіння середньомісячної заробітної плати в порівнянні з груднем 2011 р., але починаючи з другого півріччя 2012 р. спостерігається зростання середньомісячної заробітної плати в порівнянні з груднем 2011 р. Середня заробітна плата в металургійному комплексі України за 2011 р. в 1,55 рази вище, ніж середня заробітна плата в Україні. Найвищий рівень середньої заробітної плати за 2011 р. традиційно на підприємствах чорної металургії в 1,64 рази вище рівня середньої заробітної плати в Україні. Середньомісячна заробітна плата за 2012 р у металургійному комплексі України в 1,5 рази вище, ніж середньомісячна зарплата в Україні в цілому. Середньомісячна заробітна плата за 2012 р. в металургійному комплексі країни в 1,3 рази вище, ніж середньомісячна заробітна плата в промисловості України [9, с. 11; 15].

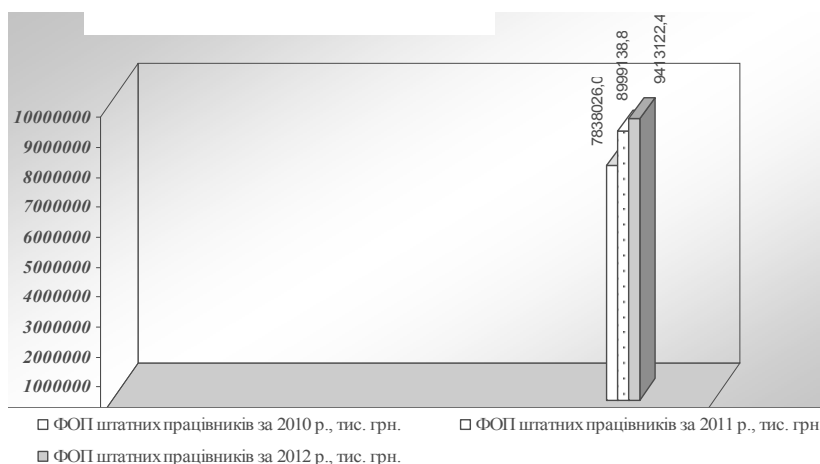


Рис. 2. Порівняння загального фонду оплати праці штатних працівників металургійного комплексу (чорна металургія), 2010–2012 рр.

Аналіз фонду оплати праці за останні шість років з 2007 по 2012 рр., який наведений на рис. 3, показав тенденцію до його зростання: 2007 – 6791 млн грн; 2008 р. – 7614 млн грн; 2009 р. – 6924 млн грн; 2010 р. – 7838 млн грн; 2011 – 8999 млн грн; 2012 р. – 9413 млн грн. Винятком став 2009 р.: фонд оплати праці за 2009 р. зменшився на 9,9 % в порівнянні з 2008 р. У динаміці спостерігається незначне збільшення частки фонду основної заробітної плати за рахунок зменшення частки заохочувальних і компенсаційних виплат у загальній структурі ФОП і щодо стабільної частки фонду додаткової заробітної плати.

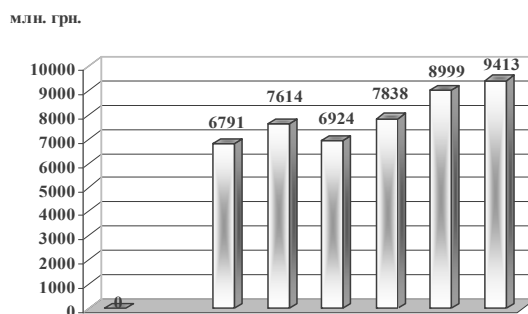


Рис. 3. Фонд оплати праці штатних працівників на підприємствах металургійного комплексу (чорна металургія)

Якщо розглядати конкретне підприємство, то основою соціальної політики, що проводиться на комбінаті “Запоріжсталь”, є формування гідного рівня оплати праці, з урахуванням показників роботи підприємства. Рівень середньомісячної заробітної плати за 2012 рік склав по комбінату 5216,79 грн, що на 10,3 % вище показника 2011 р. З жовтня 2012 р. на комбінаті діє система ключових показників ефективності (КПЕ), яка дозволяє працівникам вирішувати завдання по підвищенню якості продукції, зниженню собівартості. Залучені у системну роботу по досягненню КПЕ співробітники мають можливість істотно збільшити розмір своєї заробітної плати, за рахунок додаткового преміювання за досягнення ключових показників ефективності. За підсумками 2012 р. в роботу по системі КПЕ увійшли співробітники шести основних цехів комбінату – включаючи старших і змінних майстрів, інших лінійних керівників цих підрозділів. У 2012 р. за погодинно-преміальною формі оплати праці оплачувалася праця 81,4 % працівників промислово-виробничого персоналу підприємства, за відрядно-преміальної – 17,5 %, за індивідуальною формою оплати праці на ос-

нові угод про оплату праці – 1,1 %. 88,3 % працівників підприємства отримували доплату за несприятливі умови праці. Доплату за змінний режим роботи отримували 39,9 %. Крім того, 14,4 % працівників одержували доплату за роботу в нічний і 10,4 % – за роботу у вечірній час [8, с. 7].

Висновки. Сьогодні ефективність та конкурентоспроможність промислових підприємств в першу чергу визначається рівнем продуктивності праці. Виходячи із цього ефективний механізм стимулювання росту продуктивності праці сприятиме економічному піднесенню промислового виробництва [7, с. 116]. При розробці системи оплати праці необхідно, щоб рівень заробітної плати забезпечував умови щодо відтворення робочої сили та підвищення її якості; наявність залежності розміру заробітної плати від результативності праці; відповідність структури заробітної плати цілям підприємства і тій ролі, яку працівник відіграє в її досягненні [4, с. 120].

Подальше реформування заробітної плати має здійснюватися через підвищення ціни робочої сили, встановлення єдиних регуляторів і рівноцінних умов відтворення робочої сили незалежно від форм власності. Для удосконалення організації заробітної плати, підвищення мотивації до праці дуже важливе значення мають розробки внутрішньовиробничих умов оплати праці і, насамперед, визначення мінімальної тарифної ставки з урахуванням діючого законодавства і економічних можливостей підприємства і фіксація даного рівня в колективному договорі. При цьому слід мати на меті забезпечення високого рівня тарифної частини в середній заробітній платі, оскільки низький її рівень є фактором, який дестабілізує організацію оплати праці на підприємстві [2, с. 161]. Удосконалення організації заробітної плати має здійснюватися разом із проведенням соціально-економічної (структурної, податкової, цінової) політики [1, с. 157–158].

В умовах ринкових відносин система оплати праці має докорінно змінитись: 1) вона має бути такою, яку самостійно обере трудовий колектив, керуючись лише законодавчими актами; 2) потрібно впровадити лінійну систему оплати праці для всього виробничого персоналу від прибиральниці до директора, визначивши для кожної посади, кожного фаху, робочого місця вартість одиниці витрат праці чи результату праці; 3) в умовах ринкових відносин потрібно відмовитись від витратної концепції визначення продуктивності праці і запровадити концепцію противитратного механізму формування продуктивності; 4) визначаючи вартість одиниці праці (результату праці) необхідно дотримуватись принципу соціальної справедливості та рівності і не створювати умов для його порушення (наприклад, існування вигідних та невигідних щодо оплати праці видів робіт тощо); 5) найліпшою системою оплати праці є така, що максимальним чином поєднує інтереси кожного робітника з інтересами підприємства [7, с. 114].

Впровадження ринкових відносин неможливе без адекватної перебудови організації оплати праці. Чим швидше і кваліфіковано така перебудова буде здійснена, тим раніше розпочнеться зростання виробництва, підвищення життєвого рівня населення, яке різко знизилось за останні роки.

Основною метою створення ринкового механізму стимулювання продуктивності праці є приведення принципів формування зарплати у відповідності з дією об'єктивних економічних законів, створення адекватного сучасним вимогам конвенцій міжнародної організації праці (МОП) порядку організації оплати праці, які гарантують дотримання прав людини і свободу розвитку особистості, зняття різних штучних обмежень на трудові доходи громадян, гарантії кожній людині право заробляти в міру своїх здібностей та старанності. Ринковий механізм стимулювання продуктивності праці повинен вирішити наступні задачі: 1) зупинити процес падіння продуктивності праці; 2) зупинити процес падіння обсягу ефективності і якості промислової продукції; 3) гарантувати рівень зарплати на рівні реальної вартості робочої сили; 4) забезпечити нормальні умови відтворення працівника та його сім'ї; 5) не допускати падіння рівня мінімальної зарплати нижче фізичного мінімуму потреб в засобах існування; 6) забезпечити диференціацію зарплати у відповідності з умовами праці, якості, інтенсивності, інтелектуального рівня; 7) забезпечення підвищення трудової активності виробничого персоналу; 8) поставити рівень оплати праці в функціональну залежність від обсягу створеної нової вартості; 9) поставити рівень оплати праці в пряму залежність від продуктивності праці; 10) стимулювати активність працівників у пошуку резервів виробництва; 11) забезпечити конкурентоспроможність промислової продукції. Здійснені дослідження засвідчили, що на промислових підприємствах застосовується безліч форм, видів та модифікацій оплати праці [7, с. 114].

Проведення політики високої заробітної плати дає змогу відібрати на ринку праці найбільш кваліфіковану робочу силу, продуктивність праці якої є потенційно вищою за середній рівень. У цьому разі також досягається зростання ефективності промислового виробництва, заощадження часу і коштів на навчання та перекваліфікацію знов прийнятих на роботу. Висока заробітна плата виступає чинником підвищення відповідальності, інтенсивності праці, а через те і більш високої ефективності використання трудового потенціалу промисловості. До цього спонукає як намагання “відпрацювати” винагороду, що є вищою за середньоринкову, так і побоювання бути звільненим, втратити вигідні умови продажу послуг власної робочої сили [5, с. 129].

Література

1. Завиновська Г. Т. Економіка праці : навч. посібник / Г. Т. Завиновська. – 3-тє вид. – К. : КНЕУ, 2007. – 304 с.
2. Гольда А. В. Формування системи мотивації та стимулювання трудової діяльності з орієнтацією на кінцевий результат / А. В. Гольда // Формування ринкових відносин в Україні. – 2006. – № 9 (64). – С. 158–162.

3. Колот А. Теоретичні і прикладні аспекти підвищення доходів працюючих як передумови збереження та розвитку людського капіталу / А. Колот, С. Григорович // Україна: аспекти праці. – 2005. – № 8. – С. 19–27.
4. Пономаренко В. Мотивація труда на підприємствах риночної економіки / В. Пономаренко, С. Довбня, С. Клименко // Бизнес-информ. – 1998. – № 13–14. – С. 118–121.
5. Лич В. М. Фактори та умови, що впливають на формування та динаміку трудового потенціалу промисловості / В. М. Лич // Формування ринкових відносин в Україні. – 2006. – № 9 (64). – С. 125–131.
6. Среда Г. В. Проблеми та перспективи інтеграції українського ринку праці до ринку праці Європейського Союзу / Г. В. Среда // Вісн. Хмельницьк. нац. університету. – 2005. – № 3, т. 2. – С. 193–196.
7. Писаренко Б. А. Методологічні аспекти ринкового механізму оплати праці / Б. А. Писаренко, Н. Б. Проценко // Вісн. екон. науки України. – 2011 – № 1 (19). – С. 112–116.
8. Ген. директор МК “Запорозжсталь” Ростислав Шурма – о выполнении коллективного договора за 2012 г. Форма, система и порядок оплаты труда // Днепровский металлург. – 15 февр. 2013. – № 6 (9101). – С. 7.
9. Федерация металлургов Украины. Заработная плата в горно-металлургическом комплексе Украины в 2011–2012 гг. – С. 11, 15.
10. Аксенова М. Что такое номинальная и реальная заработная плата / М. Аксенова, Е. Терехина, М. Боярский и др. // Энциклопедия. – М. : Мир энциклопедий, 2005. – Т. 26. – 448 с.

References

1. Zavinovs'ka G. T. Ekonomika praci : navchalniy posibnik / G. T. Zavinovs'ka. – 3-e vid., bez zmin. – K. : KNEU, 2007. – 304 p.
2. Golda A. V. Formuvannya sistemi motivacii ta stimuluвання трудової діяльності з орієнтацією на інтеграцію результат / А. V. Golda // Формування ринкових відносин в Україні. – 2006. – № 9 (64). – С. 158–162.
3. Kolot A. Teoretichni i prikladni aspekti pidvizhennya dohodiv pracuuchih yak peredumovi zberennya ta rozvitku ludskogo kapitalu / A. Kolot, S. Grigorovich // Ukraina: aspekti praci. – 2005. – № 8. – С. 19–27.
4. Ponomarenko V. Motivaciya truda na predpriyatiyah rinochnoy ekonomiki / V. Ponomarenko, S. Dovbnya, S. Klimenko // Biznes-inform. – 1998. – № 13–14. – С. 118–121.
5. Lich V. M. Faktori ta umovi, zho vplivaut na formuvannya ta dinamiku trudovogo potencialu promislivosti / V. M. Lich // Formuvannya rinkovih vidnosin v Ukraini. – 2006. – № 9 (64). – С. 125–131.
6. Sreda G. V. Problemi ta perspektivi integracii ukrainskogo rinku praci do rinku praci Evropeyskogo Souzu / G. V. Sreda // Visnik Hmelnickogo nacionalnogo universitetu. – 2005. – № 3, т. 2. – С. 193–196.
7. Pisarenko B. A. Metodologichni aspekti rinkovogo mehanizmu oplati praci / B. A. Pisarenko, N. B. Procenko // Visnik ekonomichnoyi nauki Ukraini. – 2011. – № 1 (19). – С. 112–116.
8. Generalniy director MK Zaporogstal Rostislav Shurma – O vipolnenii Kollektivnogo dogovora za 2012 god. Forma, sistema I poryadok oplati truda // Dneprovskiy metallurg. – 15 fevralya 2013 goda. – № 6 (9101). – С. 7.
9. Federaciya metallurgov Ukraini. Zarabotnaya plata v gorno-metallurgicheskom komplekse Ukraini v 2011–2012 гг. – С. 11, 15.
10. Chto takoe nominalnaya I realnaya zarabotnaya plata / M. Aksenova, E. Terehina, M. Boyarskiy i dr. // Enciklopediya. – М. : Mir enciklopediy, 2005. – Tom 26. – 448 p.

Надіслана/Written: 30.05.2014 р.
Надійшла/Received: 2.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ПЛАНУВАННЯ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ

Розглянуто особливості кадрової політики сучасних банків; доведено, що формування системи планування кадрового забезпечення діяльності банку повинно базуватись на запропонованих концептуальних положеннях. Визначено основні елементи системи планування: мету, завдання, принципи, об'єкти та суб'єкти; сформовано етапи планування кадрового забезпечення. Розкрито особливості та недоліки методів формування планів управління персоналом банку, що використовуються керівництвом (зверху вниз) та керівниками і працівниками підрозділів (знизу вгору). Розроблено та запропоновано рекомендації по удосконаленню процесів планування кадрового потенціалу з метою побудови ефективної банківської кадрової політики.

Ключові слова: планування, персонал банку, кадрова політика, мотивація.

A. M. KUZNIETSOV
Public Joint Stock Company "FINBANK", Odessa

PLANNING PERSONNEL SUPPORT OF THE BANK

Abstract – The purpose of the article is to determine the characteristics of the planning of staffing the bank's activities and recommendations to improve planning processes in order to build an effective personnel policy. The main objectives of the study is to determine the essential features of the bank's human resources policy and planning components of staffing bank.

The features of modern personnel policy banks; shown that the formation of planning staffing activities of the bank should be based on the proposed conceptual positions. The basic elements of planning: goals, objectives, principles, objects and subjects; formed planning stages staffing. The features and shortcomings of the methods of forming management plans for bank staff, used the direction (downward) and the heads of departments and employees (bottom to top). Developed and offered recommendations to improve the planning of human resources in order to build an effective banking personnel policy.

Key words: planning, bank staff, staffing, motivation.

Постановка проблеми. Процеси планування діяльності банківських установ є найважливішою функцією управління, що впливає на ефективність банківської діяльності. Актуальність планування зростає в сучасних умовах, які характеризуються змінами, що відбуваються в економіці України та її банківському секторі. Ці зміни обумовлені зовнішніми та внутрішніми чинниками, насамперед інтеграцією, глобалізацією, необхідністю забезпечення конкурентоспроможності країни та поліпшення рівня якості життя населення. Все це посилює відповідальність банківської системи за рішення сучасних соціально-економічних завдань.

Рушійною силою перетворень у банківській системі є персонал – основний інтелектуальний ресурс. Саме від ефективної діяльності персоналу залежить конкурентоспроможність банку та збереження його конкурентних переваг в умовах жорсткої конкуренції на фінансовому ринку. Тому професійний рівень персоналу, його компетентність та вмотивованість є визначальними при оцінці перспектив розвитку банку.

Вказане підтверджує необхідність розробки та впровадження нових методологічних підходів до процесів формування кадрової політики у банках, як інструменту підвищення ефективності управління потенціалом. Побудова ефективної кадрової політики передбачає проведення комплексу підготовчих заходів, одним з яких є планування кадрового забезпечення діяльності банку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням проблем кадрового забезпечення банківських установ присвячено праці провідних учених, таких, як: О. Васюренко, М. Гончаренко, О. Кириченко, М. Мельник, В. Міщенко, Т. Турченко. Так, О. Васюренко визначає, що існує ефективне мотивування залежить від предмета, цілей, обліку особливостей і знання персоналу, мотивування найбільш яскраво виявляється в механізмі управління, але можливості ефективного мотивування повинні бути закладені й у методології, і в організації стимулювання [1, с. 127].

В. Міщенко запропонував напрями та завдання мотивації: досягнення; система участі; навчання; відданість; корпоративна культура; винагорода; мотивація організацією та управлінням; визнання (полягає в тому, щоб розпізнавати й помічати успіхи в діяльності працівників та цінувати їхній внесок у збільшення добробуту банку) [2, с. 438]. М. Гончарова та Т. Турченко аналізують механізми регулювання ефективності мотивації працівників банків та формулювання психологічної поведінки персоналу [3, с. 65].

Отже, аналіз наукових праць дозволив дійти висновку, що вченими досліджуються в основному загальні тенденції розвитку теоретичних засад та методичних підходів щодо ефективності кадрового забезпечення, процесів формування концепції трудової мотивації персоналу банків, проблем формування мотиваційних механізмів. Наукові напрацювання стосовно банківського персоналу хоч і досить значні, проте проблеми планування кадрового забезпечення персоналу банку залишаються недостатньо розробленими як у теоретичному, так і в методично-практичному аспектах.

Метою статті є визначення особливостей планування кадрового забезпечення діяльності банку та розробка рекомендацій з удосконалення процесів планування з метою побудови ефективної кадрової політики. Основними завданнями дослідження є визначення суттєвих ознак кадрової політики банку та складових системи планування кадрового забезпечення банку.

Виклад основного матеріалу. Кадрове забезпечення банків – це сукупність всіх працівників, які здійснюють покладені на них обов'язки, що закріплені посадовими інструкціями та іншими нормативними положеннями та забезпечують виконання функцій банку в межах своїх повноважень і компетенцій. Планування кадрового забезпечення, будучи однією з найважливіших функцій менеджменту банку, створює умови для розвитку управлінського процесу, визначає його мету, перспективи, методи оцінки ефективності інвестицій у персонал, методичні підходи до проведення економічного аналізу кадрового забезпечення з метою прийняття обґрунтованих управлінських рішень завдань кадрової політики.

Загальною метою планування кадрового забезпечення банків є визначення конкретних поточних і перспективних потреб банку в цілому і його структурних підрозділах у трудових ресурсах.

При організації процесів планування необхідно використовувати інформацію, яка формується у блоки: інформація перспективного характеру з боку вищого керівництва банку про очікувані зміни його потреб у трудових ресурсах внаслідок розширення або скорочення ділової активності, інформація поточного характеру з боку керівництва структурних підрозділів банку про наявність у них вакантних робочих місць, що підлягають негайному заміщенню. Основним завданням кадрової політики є побудова ефективної системи управління персоналом банку, що забезпечує досягнення стратегічних та статистичних цілей діяльності банку.

Стратегічний та статистичний аспекти кадрової політики тісно взаємопов'язані: правильний вибір стратегії утворює сприятливі можливості для рішення тактичних завдань, це пояснюється тим, що тактика охоплює низку конкретних практичних заходів, способів та прийомів реалізації обраної стратегії управління персоналом; підпорядковує стратегію і в той же час корегує окремі напрямки використання та формування людських ресурсів банку в рамках коротких проміжків часу; забезпечує реалізацію стратегічних цілей банку з найменшими витратами часу та людських ресурсів в поточному періоді. Система планування кадрового забезпечення в умовах глобалізації і розвитку банківських комунікацій та технологій повинна враховувати особливості сучасного етапу розвитку національної банківської системи.

Формування такої системи повинно базуватись на наступних концептуальних положеннях: по-перше, система планування кадрового забезпечення повинна включати методи оцінки стану зовнішнього середовища та поточного стану банку. Використання таких методів дозволить оцінити потенційні можливості банку для подальшого розвитку бізнес-процесів банку та можливості його кадрового потенціалу виконувати завдання зростання, по-друге, важливою складовою системи планування повинна бути оцінка визначення готовності персоналу банку до ефективного виконання нових завдань, що сформульовані керівництвом і забезпечення успішної роботи банку в цілому, по-третє, готовність персоналу до здійснення поставлених завдань повинно полягати у виконанні банком наступних вимог: персонал має необхідну кваліфікацію; створюються необхідні умови для ефективною роботи та професійного кар'єрного зростання співробітників; існує чіткий розподіл функцій між підрозділами і працівниками банку; забезпечується необхідна координація дій між структурними підрозділами, по-четверте, у банку необхідно створити ефективну систему трудової мотивації, яка сприятиме формуванню готовності персоналу до вирішення складних завдань, що виконуються декількома структурними підрозділами одночасно. За умови виконання даних вимог забезпечується максимально ефективне виконання персоналом банку завдань, пов'язаних з плануванням припустимих темпів зростання.

Система управління персоналом дозволяє розглядати процеси формування кадрової політики банку як систему комплексного дослідження структури управління персоналом банку в цілому, так і найважливіших її складових окремо. Такий підхід визначає багаторівневе формування кадрової політики банку. Під багаторівневим ми розуміємо той факт, що процес формування кадрової політики банку може проходити потоком “зверху-вниз”, а також і потоком “знизу-вгору” (рис. 1).



Рис. 1. Підходи щодо формування кадрової політики

Напрямок формування кадрової політики “зверху–вниз” здійснює “перший” рівень управління персоналом банку, представлений блоком керівництва банку. Цей напрямок визначає загальну політику розвитку банку, що згодом розбивається на стратегії, цілі, плани для конкретного підрозділу банку. За рахунок участі вищого керівництва банку забезпечується висока якість оцінки зовнішнього середовища та визначення тенденцій динаміки результатів оцінки, зв'язок із загальною стратегією розвитку банку, визначення пріоритетів на ринку банківських послуг.

Плани управління персоналом банку, розроблені керівництвом, визначають основні напрямки кадрової політики, цілі та плани для наступного рівня керівництва. У цьому варіанті топ-менеджери банку формують завдання і визначають планові значення фінансових показників, які доводяться до підрозділів. Керівники підрозділів розробляють конкретні заходи досягнення планових показників, які потім подаються на розгляд топ-менеджерів банку й узгоджуються. Такий підхід на нашу думку ефективний тоді, коли потрібно швидко реагувати на зміну зовнішніх умов і на жорстку конкуренцію. Недолік цього варіанту – керівники банку можуть не врахувати особливості діяльності підрозділів, тому доводиться такі планові показники, які неможливо виконати.

Інший напрям, “знизу–вгору” формується керівниками та працівниками підрозділів банків. Тобто кожний підрозділ розробляє власну стратегію, політику та плани розвитку й досягнення загальних цілей

У другому варіанті – при плануванні кадрової політики “знизу вгору” – кожний підрозділ самостійно розробляє план, виходячи із власних можливостей і потреб. Остаточний варіант плану визначається в ході обговорення між топ-менеджерами банку та керівниками підрозділів. Недоліком цього варіанту є вірогідність формування “знизу” необґрунтованих рішень або недостатньо аргументованих змін у кадровому складі персоналу банку. Причиною цих недоліків може бути відсутність поняття корпоративних цілей, зв'язку планів розвитку підрозділів з фінансовим забезпеченням процесів підвищення якості персоналу банку в цілому. Необхідно зазначити, що планування персоналу представляє собою безперервний процес визначення кількісних та якісних параметрів розвитку кадрового напрямку діяльності банку.

Основними цілями процесів планування забезпечення банків якісним персоналом є визначення змін у кадровій політиці у таких напрямках: загальної чисельності працівників банку (тобто завдань щодо збільшення або скорочення персоналу); вимог до професійних та особистих якостей працівників, що посідають конкретні посади; інших елементів системи управління персоналом у рамках конкретних операційних підсистем банку.

Вивчення законодавчих і нормативних джерел, сучасних теорій планування та управління персоналом вказує на необхідність використання методичних принципів для створення ефективної кадрової політики, адекватної сучасному періоду розвитку банківської діяльності.

Досліджуючи принципи планування кадрового забезпечення банківської діяльності, на нашу думку, потрібно виходити із загальнотеоретичних положень. Термін “принцип” походить від латинського “*principium*”, яке означає: 1) центральне положення, особливість, що є основою створення або здійснення чого-небудь; 2) внутрішнє переконання, погляд на речі, які зумовлюють норми поведінки; 3) основа якого-небудь пристрою, прикладу [4, с. 78].

Саме дотримання принципів є підґрунтям створення наукових підходів до методологічних засад планування кадрового забезпечення банківської діяльності. Принципи повинні доповнювати дію економічних законів і закономірностей, розкривати притаманні їм сутність, риси та зв'язки, що постійно повторюються між елементами системи планування кадрового потенціалу.

Отже, основними методичними принципами організації планування процесів формування кадрової політики є наступні: пріоритет завдань корпоративного рівня (тобто банку в цілому, а не його окремих підрозділів або напрямків діяльності); комплексний характер планування в частині окремих напрямків персонального менеджменту; раціональне визначення “ієрархії цілей” у тому числі – між цілями перспективного й поточного характеру розвитку компетенцій персоналу банку; забезпечення безумовної об'єктивності визначення внеску кожного працівника банку у результати діяльності банку (у т.ч., шляхом постійного контролю над виконанням планів); постійне співвіднесення планових завдань і реальних можливостей їх виконання персоналом банку.

Важливим елементом системи планування кадрового забезпечення банківської діяльності є об'єкти процесу управління, до основних з них слід віднести: формування стратегії управління; планування вимог до робочих місць (посадам); планування процесу додаткового навчання, підвищення кваліфікації й перепідготовки персоналу; планування процесу періодичного контролю діяльності персоналу (наприклад, шляхом формування щорічного графіка атестацій); планування резерву на висування; планування витрат на управління персоналом; планування процесів соціальної й психологічної підтримки персоналу.

Процеси планування кадрового забезпечення банківської діяльності необхідно, на наш погляд, здійснювати у такій послідовності.

На першому етапі – здійснюється планування професійних (кваліфікаційних) і особистісних якостей персоналу, диференційованих на чотири групи: необхідні якості (наприклад, професійне утворення), відсутність яких виключає можливість заміщення посади; бажані якості (наприклад, наявність знань у суміжних напрямках діяльності фінансових посередників), з тимчасовою відсутністю яких у претендента можна примиритися, забезпечивши їхню появу в процесі його додаткової підготовки; терпимі якості (переважно

особистого характеру), з тимчасовою наявністю яких у претендента можна примиритися, забезпечивши їхню ліквідацію в процесі його додаткової підготовки; неприпустимі якості (наприклад, об'єктивні проти-показання по здоров'ю), наявність яких виключає можливість заміщення претендентом відповідної посади.

На другому етапі планування кадрового забезпечення формуються спеціальні внутрішні документи, у яких фіксуються зазначені вище якості банківського персоналу.

Висновки. Основні результати планування кадрової політики можуть бути використані: у підсистемі регулювання кадрового складу банку – шляхом зіставлення фактично виявлених якостей кандидата на зарахування в штат банку із установленими вимогами; у підсистемі розвитку персоналу – при визначенні конкретних програм додаткової підготовки з метою приведення фактичних якостей співробітника банку в повну відповідність із пропонованими вимогами; у підсистемі оплати праці й соціально-економічної підтримки персоналу – при встановленні розмірів посадового окладу найманому співробітнику (максимальний розмір лише при повній відповідності встановленим вимогам. Нарешті, найбільшою мірою результати даного напрямку планування використовуються при розробці індивідуальних посадових інструкцій як одного з найважливіших прикладних інструментів системи персонального менеджменту.

Підводячи підсумки, можна відзначити, що при використанні даних підходів до планування кадрового забезпечення банківської діяльності, досягаються необхідні темпи зростання банківських операцій за умови збереження фінансової стійкості та надійності банківських установ.

Література

1. Васюренко О. В. Персонал банку в умовах конкурентного середовища: мотивація та стимулювання / О. В. Васюренко // Вісн. Ун-ту банків. справи НБУ: зб. наук. праць. – К., 2008. – Вип. 1. – С. 127–132.
2. Банківський менеджмент : навч. посібник / за ред. О. А. Кириченка, В. І. Міщенко. – К. : Знання, 2005. – 831 с.
3. Гончарова М. Л. Використання мотиваційних механізмів у банку / М. Л. Гончарова, Т. В. Турченко // Фінанси, банки, інвестиції / Нац. акад. природоохоронного та курортного будівництва. – Сімферополь, 2011 – Вип. 3. – С. 63–66.
4. Енциклопедія банківської справи України / В. С. Стельмах та ін. – К. : Молодь, Ін Юре, 2001. – 680 с.

References

1. Vasyurenko O. V. Personal banku v umovax konkurentnogo seredovy`shha: motyvaciya ta sty`mulyuvannya / O. V. Vasyurenko // Visny`k Universy`tetu bankivs`koyi spravy` Nacional`nogo banku Ukrayiny`. – K., 2008. – Vy`p. 1. – S. 127–132.
2. Bankivs`ky`j menedzhment : navch. posib. / za red. O. A. Ky`ry`chenka, V. I. Mishhenka. – K. : Znannya, 2005. – 831 s.
3. Goncharova M. L. Vy`kory`stannya motyvacijny`x mexanizmiv u banku / M. L. Goncharova, T. V. Turchenyuk // Naukovy`j visny`k: Finansy`, banky`, investy`ciyi: zb. nauk. pracz` / Nacz. akad. pry`rodooxoronnogo ta kurortnogo budivny`cztva. – Simferopol`, 2011 – Vy`p. 3. – S. 63–66.
4. Ency`klopediya bankivs`koyi spravy` Ukrayiny` / V. S. Stel`max ta in. – K. : Molod`, In Yure, 2001. – 680 s.

Надіслана/Written: 30.05.2014 р.

Надійшла/Received: 2.06.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. І. О. Кузнєцова

КОНЦЕПТУАЛЬНА КЛАСИФІКАЦІЯ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Одним із найактуальніших питань, що постають перед сучасними підприємствами є їхній розвиток. У сучасних умовах глобалізації та конкурентної боротьби в умовах "обмежених ринків" значної уваги потребують проблеми, що пов'язані з розвитком підприємства. Запропоновано концептуальну схему класифікації проблем розвитку залежно від віку та розмірів підприємства. Також запропоновано базові заходи для вирішення цих проблем.

Ключові слова: розвиток підприємства, проблеми розвитку, вік підприємства, довіра споживача, суб'єктивні та об'єктивні фактори.

V. M. NAMYASENKO, T. G. GAYVORONSKA
Khmelnitsky National University

CONCEPTUAL CLASSIFICATION OF PROBLEMS OF ENTERPRISE EVOLUTION

Abstract – Enterprise evolution are one of the main problems to modern enterprises. That's why we want to explore this problem and to make classification of these problems. We proposed conceptual classification of problems of enterprise evolution in this article. Age and sizes of enterprises are basis of the classification. Always we proposed several ways of solving these problems.

Key words: enterprise evolution, problems of evolution, age of enterprise, trust of consumers, subjective and objective factors.

Постановка проблеми. Постійний розвиток сучасного підприємства є основною умовою його успішної діяльності на ринку та високоефективної конкурентної боротьби. Така потреба обумовлена стрімким розвитком ринку, техніки і технологій, що використовують для виготовлення продукції. Постійне вдосконалення є об'єктивною вимогою часу. Проблема розвитку підприємства завжди була і буде дуже актуальною. Варто зазначити, що це питання практично неможливо повністю дослідити через його динамічну суть.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам розвитку підприємства присвячена велика кількість публікацій та досліджень науковців. Ця проблема розглядається в межах окремих праць, великих комплексних досліджень, праць консалтингових агентств. Серед останніх публікацій згадаємо роботи Бондар Н.М., Запасної Л.С. та ін. Але в них не представлено класифікацію найбільш поширених проблем розвитку.

Основна мета статті – дослідити проблеми розвитку та класифікувати їх залежно від віку та розмірів підприємства; запропонувати базові шляхи подолання проблем розвитку кожної із класифікаційних груп.

Виклад основного матеріалу. Розвиток підприємства є дуже складним та багатограним явищем в діяльності будь-якої фірми. Це явище являє собою сукупність взаємопов'язаних та взаємозалежних заходів, які спрямовані на підтримання ефективності діяльності підприємства і нарощення його конкурентоспроможності залежно від вимог сучасного ринку. Такий процес, як розвиток підприємства не має загальноприйнятої та універсальної схеми застосування та побудови. Розвиток є досить нестабільною та динамічною структурою, що за своєю суттю дуже подібне до аморфних тіл. Це пов'язано з тим, що в одному випадку найкращим та результативним заходом є застосування найбільш прогресивних та сучасних методів, тоді як в іншому випадку такий підхід може стати катастрофічним. Тому досить важливо враховувати індивідуальні особливості кожного підприємства як окремої унікальної структури. Доцільно поділяти підприємства залежно від їх віку та розмірів. Такий підхід дає можливість максимально врахувати особливості підприємства, а також краще орієнтуватись в його можливостях та вимогах, що висувають до нього клієнти. Зауважимо, що неможливо лише за віком та розмірами підприємства розрахувати основні показники та врахувати ризики його діяльності. Тому запропоновано концепцію класифікації підприємства слід вважати фундаментом і каркасом, що буде використовуватись для подальшого дослідження із нашаруванням відповідних елементів, що характерні для кожного конкретного випадку. Класифікація представлена у таблиці 1.

Таблиця 1

Концептуальна класифікація проблем розвитку підприємства

| Вік та розміри підприємства | Категорія проблем | |
|---|---|---|
| | Суб'єктивні | Об'єктивні |
| 1 | 2 | 3 |
| 1.1. Невеличке підприємство, що тільки вийшло на ринок | Керівник робить неправильні ходи та надто ризикує через відсутність належного досвіду | Конкуренція з боку інших малих і молодих підприємств та бар'єри, що створені гігантами галузі |
| 1.2. Підприємство, що тільки вийшло на ринок, але має великі масштаби | Власник (керівник) переоцінює свої сили і не звертає достатньої уваги на ефективну конкурентну боротьбу + проблеми п. 1.1 | Відсутність довіри споживача і міцних позицій може призвести до затоварювання і непродуктивних витрат + проблеми п. 1.1 |
| 2.1. Невеличке підприємство, що має "середньогалузевий" вік | Керівники підприємства не звертають достатньої уваги на потребу розвитку і підтримують підприємство на одному рівні | Тиск з боку молодих і великих компаній |

| 1 | 2 | 3 |
|--|--|--|
| 2.2. Велике підприємство, що має “середньогалузевий” вік | Часто керівники відвертаються від проблем розвитку і концентруються на нарощуванні потужностей + проблеми п. 2.1 | Підприємства перетворюються на “бегемотів” + проблеми п. 2.1 |
| 3.1. Найстаріше або одне з найстаріших підприємств галузі, що має невеликі розміри (як правило, спеціалізовані підприємства) | Керівники вважають, що у підприємства немає і не може бути грізних конкурентів через те, що вони чи не єдині в галузі і все про неї знають | Поява нових компаній, що можуть запропонувати те саме, або краще за набагато вигідніших умов |
| 3.2. Гіганти галузі, що водночас є одними із найстаріших в галузі | Керівники “нікого і нічого не бояться” і сконцентровані лише на прибутку | Проблеми п. 3.1 та інновації + інші конкурентні дії від великих компаній |

Як видно із таблиці, в класифікації також враховується поділ на суб’єктивні та об’єктивні проблеми розвитку, що можуть виникнути в процесі діяльності підприємства. З огляду концепції “сучасного управління” цей аспект є дуже важливим, оскільки трапляються випадки, коли причинами проблем стають не об’єктивні чинники, такі як застаріле обладнання, висока витратомісткість тощо, а саме непрофесійність та недалекоглядність керівника.

Основою класифікації є поділ підприємств на три групи, які в свою чергу поділяються на дві підгрупи.

До першої групи віднесено “молоді” підприємства, що тільки вийшли на ринок. Залежно від розмірів їх поділено на невеличкі підприємства, а також на підприємства, що “запускаються” одразу зі значними розмірами та потужностями. Загальними проблемами даних підприємств є значна конкуренція, яку спричиняють інші підприємства, що виходять на ринок, а також бар’єри, що створені підприємствами, які вже функціонують на ринку. До суб’єктивних чинників належить недостатня компетентність керівників, що часто супроводжує управлінців, які тільки починають свою кар’єру. Для великих і потужних “новачків” окрім наведених вище проблем слід додати недостатню довіру та прихильність споживачів, через що використання значних потужностей може призвести до затоварювання готовою продукцією, а також зростання непродуктивних витрат. До суб’єктивних проблем додається самовпевненість керівників, які вважають, що великі розміри та потужності, а відповідно і великі фінансові можливості, дадуть їм змогу зайняти позиції лідера на ринку. Для подолання проблем, що характерні для даної групи підприємств ми пропонуємо значно не нарощувати потужності підприємства, якщо не буде впевненості в достатньому попиті на ринку. Також при виході на ринок основну увагу слід концентрувати на споживачах та конкурентах, а не на показниках ефективності діяльності підприємства. Це пов’язано з тим, що потрібно завоювати довіру споживача і потіснити наявних конкурентів задля завоювання своєї ніші на ринку. Основними інструментами боротьби на даному етапі є ціна та якість продукції або послуг, що пропонує фірма, а також активна маркетингова діяльність, що спрямована на інформування потенційних споживачів про свої переваги.

Наступна група підприємств об’єднує в собі фірми, що мають “середньогалузевий” вік. Як правило це основна частина фірм, що діють в певній галузі. Особливостями даної групи є те, що вона об’єднує підприємства, що складають кістяк галузі і забезпечують основну частину обороту. Основною проблемою, що проявляється в даній групі є “самовпевненість” даних підприємств у міцності своїх позицій. Тоді як постійно з’являються висококонкурентні фірми, які можуть легко змістити ці фірми з позицій, що вони займають. Тобто проблеми розвитку даної групи пов’язанні із тиском молодих підприємств і зі зменшенням динамічності цих фірм. Суб’єктивні чинники пов’язанні із тим, що керівники не приділяють належної уваги розвитку і концентруються на прибутках та нарощенні потужностей невідповідно до вимог ринку. Задля подолання проблем даної групи пропонується запроваджувати на підприємствах психологічний менеджмент в рамках “сучасного управління”, а також залучати до управління молодих, амбітних та перспективних керівників, що не бояться ризику та відчують ринок. Особливою умовою є проведення процесу реального розвитку згідно вимог ринку. Особливу увагу потрібно приділити моніторингу ринку задля своєчасного реагування на нові тенденції.

В третій групі представлені найстаріші підприємства, що були першими в цій галузі, або створили її. Як правило, це підприємства-гіганти, що мають величезні потужності або невеличкі підприємства спеціалізованих галузей, що займають свою нішу і їх важко замінити іншим виробникам. Основними проблемами даної групи є можливість появи нових сучасних підприємств, які можуть запропонувати продукцію даного або вищого рівня за нижчою ціною із вищим рівнем сервісу. А також перетворення гігантів у неповоротких “бегемотів”. Щодо суб’єктивних чинників, то тут варто згадати про подальшу концентрацію керівників лише на прибутку підприємства та їхню безпечність з огляду на конкурентну боротьбу інших фірм. Для цієї групи варто звернути увагу на рекомендації для попередньої групи, а також диверсифікувати свою діяльність для зниження ризиків діяльності, а також забезпечити постійне підтримання процесу розвитку діяльності. Також варто значні зусилля направляти на наукові дослідження та запровадження інновацій, щоб підтримувати позиції лідера в галузі та створювати бар’єри для появи конкурентів, що можуть зайняти нішу.

Загальною рекомендацією для підприємств усіх груп є постійний моніторинг ринку та адекватна реакція на усі зміни та тенденції сектору, в якому діє фірма.

Розвиток підприємства є багатогранним поняття, що може приймати різні видові прояви: постійне підтримання високого конкурентного статусу і відповідність сучасним вимогам ринку; вирішення проблем, що виникають через відсталість підприємства, порівняно з конкурентами; протидія конкурентам; запобігання банкрутству тощо. Але всі ці прояви об’єднує одне – розвиток підприємства основна вимога та інст-

румент життєздатності підприємства на ринку. Запропонована спрощена схема розвитку підприємства та вирішення супутніх проблем наведена на рис. 1.

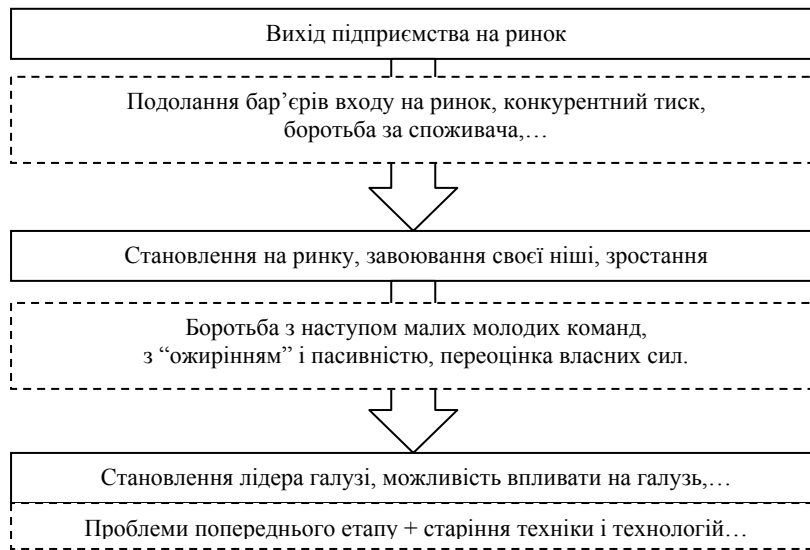


Рис. 1. Спрощена схема "ідеального" розвитку підприємства

Саме вирішення проблем в системі, а не як епізодичні явища є запорукою ефективного та стабільного розвитку підприємства. Варто також зазначити, що концепція розвитку підприємства в деяких моментах є досить спірним питанням. Так, зокрема, при негативних показниках діяльності підприємства і його можливому банкрутстві потрібно вживати заходів задля подолання цієї загрози. Згідно цього питання одні вчені стверджують, що це процедура санації, яка немає ніякого відношення до розвитку підприємства, інші кажуть, що санація це частина процесу розвитку. На нашу думку кожне положення є в своєму роді правильним; так санація, як явище відокремлене існує у випадку, коли це епізодична дія по "врятуванню" підприємства. Але така дія після цього завершується, що не є ефективним вирішенням проблеми та не може бути прийнятним для сучасного керівника.

Щодо питання санації, як частини програми розвитку, то цей підхід є правильним. Це пов'язано з тим, що санація має бути включена в систему, яка змінюється залежно від ситуації і потреб ринку, щоб підтримувати ефективність і конкурентоспроможність підприємства. Тому потрібно розглядати усі дії по підтриманню підприємства як єдину систему, яку також можна назвати загальним поняттям "розвиток підприємства".

Висновки. Розвиток підприємства є тією умовою, яка дозволить підприємству ефективно діяти та конкурувати на динамічному ринку. В процесі розвитку підприємства виникають різні проблеми, які потрібно долати та вирішувати для ефективного розвитку та конкурентної боротьби на ринку. Ці проблеми є досить різноманітними та такими, що практично неможливо врахувати їх усіх. Запропонована нами концептуальна класифікація дозволяє побудувати "кістяк" процесу розвитку і залежно від етапу на якому знаходиться підприємство мати основні орієнтири та "планові" проблеми на які потрібно звернути особливу увагу. Також варто зазначити, що питання розвитку підприємства і пов'язанні з цим проблеми є досить динамічним питанням, яке потребує постійного моніторингу та вивчення.

Література

1. Кочевой М. М. Теоретико-методологічні засади комплексного забезпечення безпечного економічного розвитку промислових підприємств / М. М. Кочевой // Актуальні пробл. економіки. – 2013. – № 12. – С. 86–90.
2. Смачило І. І. Принципи формування та структура механізму управління сталим розвитком підприємства / І. І. Смачило // Економіка розвитку. – 2013. – № 3. – С. 79–82.
3. Актуальні проблеми розвитку підприємництва в Україні та рекомендовані механізми їх врегулювання [Електронний ресурс] / Аналітичний центр "Академія". – Режим доступу: <http://www.academia.org.ua/>

References

1. Kochevoi M. M. Teoretyko-metodolohichni zasady kompleksnoho zabezpechennia bezpechnoho ekonomichnoho rozvytku promyslovykh pidprijemstv / M. M. Kochevoi // Aktualni problem ekonomiky. – 2013. – № 12. – S. 86–90.
2. Smachylo I. I. Prynzyipy formuvannia ta struktura mekhanizmu upravlinnia stalym rozvytkom pidprijemstva / I. I. Smachylo // Ekonomika rozvytku. – 2013. – № 3. – S. 79–82.
3. Aktualni problemy rozvytku pidprijemnutstva v Ukraini ta rekomendovani mekhanizmy yikh vrehuliuвання [Elektronnyi resurs] / Analitychnyi zentr "Akademiia". – Rezhym dostupy: <http://www.academia.org.ua/>

Надіслана/Written: 30.05.2014 р.
Надійшла/Received: 2.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ФІНАНСОВІ МЕТОДИ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ

Розкривається з урахуванням зарубіжного досвіду зміст таких фінансових методів збільшення прибутку як бюджетний контроль, управління грошовими коштами, управління прибутком, фінансовий аналіз проектів.

Ключові слова: прибуток, фінансові методи, бюджетний контроль, грошові потоки, управління, планування.

E. O. SHAKHOVALOVA

Kyiv V. Hetman National Economic University

FINANCIAL METHODS OF INCREASING PROFITS

Abstract – The paper aims to describe the methods of increasing profits which refer to the theory of financial management taking into account cause-effect relations when applying them in the practice of domestic enterprises of different sectors of the national economy.

Based on foreign experience, the paper reveals the content of financial methods of increasing profits: budget control (identification of main problems, budget projects; coordination of budgets of company's divisions; general sales plan; planning expenditures according to the technique "budgeting from zero"; planning capital expenditures, budget of cash flows); management of funds (monthly plan of funds flow; basic elements of receivables management; management of inventories and unfinished production; payments to creditors; overhead costs; adequate financing); management of profits (variable and fixed costs, marginal profit, profitability of clients); financial analysis of projects (methods of financial analysis which are based on cash flows – future, incremental, differential and firm-wide).

Key words: profits, financial methods, budgetary control, cash flows, management, planning.

Постановка проблеми. Одна з головних цілей функціонування будь-якого підприємства – отримання прибутку. Прибуток є основним джерелом коштів для розвитку підприємства. Його збільшення забезпечує фінансову основу виконання зобов'язань підприємства перед бюджетом, банками, іншими підприємствами.

Управлінням процесу формування прибутку і виявленням усіх чинників, що визначають його скінченний розмір, досліджуванням резервів зростання займаються багато видатних вчених-економістів: І.О. Бланк, В.В. Ковальов, О.О. Орлов, А.М. Поддєрьогін, Є.Г. Рясник, О.О. Терещенко [1–3]. Але, якщо раніш нарощення прибутку досягалось в основному за рахунок зниження витрат, то в останні роки, в ринкових умовах, на практиці вітчизняні підприємства звертають увагу більш за все на такі чинники збільшення прибутку як підвищення ціни і обсягу виробництва. У той час як у зарубіжних країнах з розвинутою ринковою економікою широко впроваджують такі методи: бюджетний контроль, управління грошовими коштами, управління прибутком, фінансовий аналіз проектів.

Мета статті – розкрити методи збільшення прибутку, що пов'язані з теорією фінансового менеджменту, з урахуванням причинно-наслідкових зв'язків при застосуванні їх у практиці вітчизняних підприємств різних галузей національного господарства.

Основний матеріал. Розглянемо зміст фінансових методів збільшення прибутку з використанням зарубіжного досвіду [4].

1. Бюджетний контроль. При здійсненні бюджетного контролю слід: визначити основні проблеми, бюджетні припущення (проекти); здійснювати координацію бюджетів окремих підрозділів; підготувати загальний план продажів; планувати витрати підрозділів за методикою "бюджетування з нуля"; планувати капітальні витрати, бюджет грошових коштів; скласти ефективну щомісячну звітність, річні фінансові прогнози. Фундаментальними основами фінансового управління і контролю міжнародною практикою визначено складання реалістичних бюджетів, щомісячних звітів про фактичні результати і систематично оновлюваних прогнозів очікуваних підсумків фінансового року. Для забезпечення ефективної розробки і виконання бюджету має значення відношення до цього керівництва компанії. Необхідна колективна прихильність ради директорів і кожного менеджера компанії на досягнення обсягів продаж і контроль над витратами за бюджетами підрозділів компанії. При здійсненні бюджетного контролю слід визначити: рівень виробничих досягнень, який має бути відображено у бюджеті; відповідальних за досягнення запланованих обсягів продаж. Втрати при спаді валової виручки слід компенсувати зниженням витрат.

Проекти (припущення) як основа розробки бюджету надаються у письмовому вигляді і схвалюються радою директорів. Вони містять:

- 1) обґрунтування збільшення цін на вироблені товари та послуги: передбачуваний відсоток збільшення і дату введення для кожної групи товарів або послуг;
- 2) дату початку виробництва кожного нового товару або послуги;
- 3) плановані дати інших подій, що впливають на виконання бюджету, наприклад: відкриття нового відділення або магазину, переїзд на нове місце, призначення додаткових менеджерів з продажу;
- 4) очікуване підвищення заробітної плати;
- 5) інфляція витрат по різних категоріях витрат;
- 6) обмінні курси валют і зміни цін біржових товарів;
- 7) прийняття додаткових працівників;
- 8) великі статті витрат, надані на розсуд керівників підрозділів, наприклад маркетинг або дослідно-конструкторські роботи;

9) проекти, що вимагають істотних капіталовкладень;

10) вплив передбачуваних законодавчих змін та інших зовнішніх факторів, таких як збільшення внесків обов'язкового страхування, додаткові витрати, пов'язані з новими стандартами упакування товарів.

Ефективним засобом координації решти бюджетів окремих підрозділів і служб компанії до їх детальної проробки є колективна розробка і погодження виконавчими директорами компанії основних параметрів проекту бюджету, до яких належать попередній план по прибутку (збиткам) і план руху грошових коштів на наступний рік.

Загальний план продажів розробляється також до детальної розробки бюджетів підрозділів компанії з максимальною точністю, виходячи з кількості одиниць кожного товару. Розходження планових і фактичних обсягів вплине на прибуток і грошовий потік.

Зарубіжні компанії використовують методику "бюджетування з нуля" (zero-based budgeting) протягом багатьох років. Це дозволяє критично оцінювати існуючі методи і стандарти діяльності з доставки товарів, визначення бюджетів накладних витрат на персонал, обґрунтуванні витрат на рекламу, торгові вис-тавки, на патентування і зарубіжні відрядження.

Планування загальної суми капітальних витрат по кожному проекту з оцінкою сполучених витрат відбувається з метою не перевищення меж бюджетів накладних витрат. Як особа частина детального бюджету виділяються місяці, коли постачальники будуть виставляти рахунки на чергову порцію капітальних витрат. Неспівпадання графіка капітальних витрат з потребами виробництва в оборотних коштах впродовж року може перевищити кредитоспроможність компанії. Крім того, включення проекту у схвалений план капітальних вкладень не означає автоматичного фінансування витрат. На перебільшення встановленого ліміту капітальних вкладень по проекту надають економічне обґрунтування. Та навіть в умовах зміни обставин або пріоритетів проект схвалюють, якщо інші статті капітальних витрат будуть зменшені на ту ж саме величину.

Бюджет грошових коштів є найважливішим з усіх фінансових планів, і його планування є більш складним ніж планування прибутку. Навіть коли фактичні продажі відбуватимуться відповідно до бюджету, немає гарантії, що покупці оплатять рахунки вчасно у строк. Для встановлення можливих коливань у розмірах необхідного овердрафту річного бюджету грошових коштів недостатньо. Цей бюджет має пророчуватися щомісячно по кожній статті грошових коштів, зокрема: гроші, отримані від покупців, виходячи із запланованих у бюджеті термінів оплати; відсотки до сплати або отримання; платежі постачальникам – виходячи із запланованих у бюджеті термінів оплати з моменту отримання рахунків; оплата праці та інші витрати по лінії персоналу, наприклад пенсії та внески обов'язкового страхування; капітальні витрати по місяцях.

Необхідно включити кварталні, піврічні та річні платежі, зокрема: плату за оренду та лізинг, місцеві податки, проміжний і підсумковий дивіденди, передоплату податку на корпорації, податок на корпорації, платежі страхування, преміальні виплати.

Підготовка місячних бюджетів грошових коштів означає, що річні продажі необхідно планувати по місяцях так само, як і поточні і капітальні витрати. Такий місячний аналіз називають складанням календаря або фазуванням бюджету.

Місячний календар продажів повинен бути максимально точним. У багатьох компаній спостерігаються сезонні коливання продажів, викликані різноманітними факторами. Це необхідно враховувати. Корисним є розрахунок щомісячної частки продажів в їх річному обсязі, виконаний для останніх трьох років. Аналогічно, планований річний прибуток має бути розписаним по місяцях для того, щоб знати, чи знаходиться компанія на шляху до його досягнення чи ні; поквартальні дані не дають раннього попередження про зниження прибутку. Місячна звітність має бути оперативною. Досить точну інформацію слід готувати протягом двох тижнів після закінчення кожного місячного або чотиритижневого звітного періоду. В наступному місяці будь-які оцінки можна замінити фактичними даними. Показники продажів повинні розраховуватися щодня, щотижня і щомісяця, оскільки вони дають уявлення про ймовірний рух запланованого рівня прибутку. В умовах широкого розповсюдження комп'ютерної техніки менеджерам часто бракує інформації, придатної для управління. Наприклад, потрібно витратити час, щоб з простої роздруківки всіх дебіторів виявити покупців, до яких пора прийняти заходи щодо стягнення простроченої заборгованості. Справа ще більше ускладнюється, коли дебіторські роздруківки включають усіх покупців, які зробили покупку протягом фінансового року, навіть якщо на даний момент не існує заборгованості.

Узагальнююча інформація, яка особливо корисна з точки зору реагування, включає список покупців, що мають прострочену заборгованість протягом 60 або 90 днів, перерахованих в порядку зменшення розмірів боргу, з тим щоб відразу зосередитися на більш великих сумах та список всіх покупців, яким було дозволено перевищити встановлені для них ліміти кредитування.

Місячна звітність не повинна обмежуватися фінансовими зведеннями. Запропонована інформація повинна включати все, що необхідно для ефективного управління бізнесом, наприклад дані про вартість або кількість: пропозицій і заявок на участь в тендерах; отриманих замовлень; числі зайнятих в порівнянні з запланованим; продажів, втрачених внаслідок нестачі готової продукції на складі. Після того як бюджет затверджений, будь-які спроби його перегляду повинні зустрічати рішучий опір, навіть якщо вони обумовлені непередбаченими або повністю непередбаченими обставинами.

Річні прогнози прибутку і руху грошових коштів слід регулярно оновлювати, щоб кількісно визначити очікуване недовиконання. Перегляд має здійснюватися щоквартально. Ще краще переглядати прогнози

щомісяця, а коригувати в міру необхідності. Хоча прогнози готуються фінансовою службою, вони повинні враховувати думку менеджерів, відповідальних за реалізацію планів. Крім того, оновлені прогнози слід супроводжувати коротким текстом, що пояснює причини поправок. Наявність прогнозів на кінець року дає можливість раді директорів зосередитися на подальших діях щодо збільшення прогнозованого прибутку, а не просто підводити підсумки минулого місяця.

2. Управління грошовими коштами. Управління грошовими коштами передбачає застосування основних елементів збирання дебіторської заборгованості, безперервної взаємодії маркетингових, збутових, виробничих і постачальницьких підрозділів компанії з обмеження витрат на зберігання запасів і скороченню виробничого циклу; управління кредиторською заборгованістю, накладними витратами; добір адекватного фінансування; контроль за рухом грошових коштів; відносини з банком. Коли кредиторам не платять у встановлені терміни, призначається тимчасовий або конкурсний керуючий. До цього часу компанія, можливо, вже заробила невеликий прибуток у поточному місяці, або є впевненість, що в найближчі кілька місяців збитки поступлять місцем прибутку. Однак все це зовсім нічого не означає, якщо немає можливості досить швидко сплатити борги. Насправді однією з причин труднощів, що виникли, могло бути занадто швидке розширення бізнесу по відношенню до наявних фінансових ресурсів.

Управління грошовими коштами необхідно для оптимізації прибутку. Інакше сума виплачуваних банку відсотків буде невиправдано велика. Фінансова служба не управляє компанією, як не керує вона і грошовими коштами. В обох випадках фінансисти всього лише допомагають своїм колегам з команди менеджерів. Управління грошовими коштами є ключовим завданням керівників.

Фундаментом ефективного управління грошовими коштами є докладний план руху грошових коштів, розписаний по місяцях. Інші найважливіші складові управління грошовими коштами включають: забезпечення своєчасної оплати з боку покупців; планування і контроль грошових коштів, обслуговуючих товарно-матеріальні запаси і незавершене виробництво; досить швидкі платежі кредиторам, щоб уникнути несприятливих комерційних або фінансових наслідків; утримання накладних витрат в розумних межах; наявність доступу до необхідних кредитних ресурсів і банківському овердрафту; регулярне зіставлення фактичного руху грошових коштів з плановим; підтримання діалогу з банком.

Управління дебіторською заборгованістю охоплює весь процес отримання своєчасної оплати від покупців. Нижче представлені основні елементи управління дебіторською заборгованістю.

Депозит разом із замовленням. При поставках товарів або послуг, вироблених за спеціальним замовленням клієнтів, доречно згадати про вимогу внесення завдатку. Якщо немає вагомих підстав вважати, що це зашкодить бізнесу, подібну політику, безсумнівно, слід проводити. Багато компаній і професійні партнерства виявили готовність покупців вносити завдаток, особливо коли їм пояснюють обсяг майбутньої роботи.

Виставлення проміжного рахунку. Багато компаній сфери послуг упускають обґрунтовані можливості для виставлення проміжних рахунків, про що слід домовлятися заздалегідь, як про звичайний порядок розрахунків. Треба орієнтуватися на виставлення рахунку клієнту відразу по завершенні кожного етапу.

Швидка доставка рахунку. Використання комплексних бланків дозволяє автоматично виписувати рахунок, який надходить до покупця як частина товарно-транспортної документації, що супроводжує товар. Рахунок за послуги, однак, може прийти з істотною затримкою.

Кредитоспроможність. Швидке виставлення рахунків, безумовно, важливо, однак воно передбачає, що покупець в змозі і має намір платити. У цьому відношенні поставки деяким приватним компаніям і фізичним особам можуть створити проблеми.

Кредитоспроможність приватних компаній необхідно перевіряти. Простого запиту рекомендацій від двох інших постачальників може виявитися недостатньо. Клієнт може своєчасно платити за їхніми рахунками тільки для того, щоб заручитися рекомендаціями. Довідка з банку також може не розкривати достатньої інформації про покупця. Кредитоспроможність фізичної особи перевірити важко. Тому доцільно просити передоплату замовлення або принаймні досить крупний завдаток. Потрібно встановити чіткий ліміт на максимальну суму кредиту, який слід неухильно дотримуватися.

Кредитні ліміти. Багатьом компаніям має сенс встановити кредитні ліміти на кожного корпоративного клієнта, що визначають максимальний розмір дозволеного кредиту. Якщо в результаті виконання чергового замовлення цей ліміт буде перевищений, слід попередити відповідного менеджера.

Усунення відмов. Деякі клієнти використовують безвідмовний прийом – вони вичікують з оплатою до тих пір, поки їх не “притиснуть”, і тільки тоді вказують, що в рахунку була пропущена важлива інформація, наприклад: номер замовлення покупця, ставка ПДВ постачальника, адрес доставки.

Вони відзначають, що до отримання цієї інформації рахунок неможливо навіть акцептувати. Вся інформація про замовлення, включаючи умови оплати, повинна бути чіткою і правильно вказана у рахунку.

Знижка за швидку оплату. Теоретично знижка з зазначеної в рахунку ціни, стимулююча швидку оплату, виглядає привабливо. Але потрібно аналізувати вартість такої знижки і потенційну вигоду для компанії.

Нагадування про оплату і наступні телефонні дзвінки. На наступний день після закінчення терміну платежу необхідно зробити нагадування. Нагадування про оплату має бути адресовано відповідній особі. В ньому слід довідатися про наявність якої-небудь причини неплатежу і попросити негайно повідомити про неї. Якщо платіж не надійшов у семиденний строк після нагадування про оплату, слід зателефонувати особі, відповідальній за платежі.

При незадовільній відповіді потрібно зателефонувати менеджеру, який робив замовлення, і попросити провести оплату без подальших затримок. Іноді потрібно два три тижні, щоб розвіяти якийсь сумнів, що рівносильно продовженню кредиту покупцю через некомпетентність менеджера.

Подальші дії. Якщо платіж не приходить, треба протягом декількох днів зробити подальші дії. Звільнення, а точніше, відкладання, швидше за все, значно зменшить шанси на отримання оплати взагалі. Залежно від суми та країни слід звернутися або в агентство по стягненню боргу, або до юриста.

Управління запасами і незавершеним виробництвом. Витрати на зберігання сировини, напівфабрикатів і готової продукції найчастіше є небезпечно високими. Проведені великими компаніями дослідження показали, що річні витрати на зберігання запасів становлять від 25 до 40 % їх вартості. Іншими словами, кожен 1 млн грн сировини і матеріалів вимагає ще 250000–400000 грош. од. на рік у вигляді витрат на зберігання.

Вартість зберігання запасів і незавершеного виробництва включає: відсотки на які залучаються фінансові ресурси; складські витрати, такі як оренда, місцеві податки і оплата різних послуг, пов'язаних з займаними приміщеннями; опалення та освітлення приміщення; страхування; пошкодження і розкрадання збережених цінностей; витрати на складське обладнання та вантажно-розвантажувальні механізми.

Ефективне управління запасами вимагає безперервної взаємодії маркетингових, збутових, виробничих і постачальницьких підрозділів. Незважаючи на те що компанії розробляють детальні плани виробництва і постачання, фактичний обсяг продажів або їх структура нерідко істотно відрізняються від запланованих. Тому необхідно, щоб: маркетингова служба завчасно попереджала інші підрозділи про просування товарів і прогнозувала їх вплив на продажі; відділ збуту постійно інформував як виробничі, так і постачальницькі підрозділи про зміни в обсязі отриманих замовлень і замовлень з метою відповідного коректування планів.

Необхідно вживати всі можливі зусилля по скороченню виробничого циклу “сировина – готова продукція”. Малому бізнесу потрібно використовувати концепцію управління запасами “точно вчасно”, щоб так само, як і великі компанії, отримувати відчутні результати.

Платежі кредиторам. Затягування платежів кредиторам до тих пір, поки вони не почнуть передбаченим законом процедур стягнення боргу, може виявитися дорогим і контрпродуктивним. Наприклад, якщо податок не сплачено вчасно, податкова служба нараховує відсотки, які не можна списати на собівартість. Деякі постачальники використовують будь-яку можливість підняти зазначену в замовленні ціну, щоб компенсувати можливу затримку платежу. До того ж, якщо клієнту, який “довго сплачує”, раптом терміново потрібно буде товар або послуга, його прохання про допомогу, швидше за все, буде прийнята без особливого ентузіазму.

Ефективне управління постачанням та кредиторською заборгованістю передбачає, що:

- жодне замовлення не робиться без узгодження ціни. Про це часто забувають, особливо при термінових замовленнях, що дозволяє постачальнику самому призначити ціну, яку йому заплатять;
- кожне замовлення має бути належним чином санкціоновано;
- оплата належним чином санкціонована. Замовлення може бути виконаним, а платіж ще належить завізувати на підтвердження задовільної якості і термінів виконання;
- з метою отримання вигоди від знижки проводять прискорену оплату. Вигода, отримана за рахунок використання переваг знижки за швидку оплату, може значно переважити процентні витрати по додатковому овердрафту;
- при розміщенні великих замовлень отримують знижки за кількість, ставки яких можуть гнучко змінюватися у разі зменшення замовлення через недостатній попит. Деякі постачальники пропонують значні у відсотковому відношенні знижки за великі замовлення. Домовленість про гнучку зміну ставок при скороченні обсягу замовлення дозволяє уникнути ризику утворення наднормативних запасів, якщо попит виявиться нижче очікуваного;
- запланований термін кредиторської заборгованості може в цілому дотримуватися через диференційований підхід до окремих кредиторів.

Накладні витрати. Поширеною причиною фінансових криз є нарощування накладних витрат у розрахунку на майбутні продажі, які приходять не так швидко, як очікувалося. Наприклад, розробка продукції нового покоління може виявитися значно дорожчою і зайняти більше часу, ніж передбачалося. Або рівень продажів, досягнутий новими філіями, виявляється набагато нижче запланованого. Підготувати бюджет руху грошових коштів, заснований на оптимістичних прогнозах продажів – це тільки півсправи. Набагато важливіше забезпечити наявність достатнього фінансування на випадок, якщо фактичні продажі виявляться істотно нижче планових.

Іншою пасткою, в яку краще не потрапляти, є бюджет, заснований на амбітному і неухильному зростанні продажів протягом року. Для його реалізації доведеться найняти і навчити додатковий персонал, який буде забезпечувати запланований ріст продажів. Однак при наймі додаткових працівників в інші підрозділи потрібна обережність, бо, якщо зростання продажів виявиться менше очікуваного, тягар накладних витрат буде спустошувати як прибуток, так і грошові надходження.

Адекватне фінансування. Надходження грошових коштів важко передбачити точно. Воно залежить не тільки від обсягу і графіка продажів протягом року, але також і від швидкості оплати рахунків покупцями. Девізом повинно бути: “Безпека – передусім!” Небезпечно, а не просто нерозумно, припускати, що буде потрібне лише таке фінансування, яке впливає з потреб плану продажів. Якщо останні впадуть нижче

запланованого рівня, це, швидше за все, надасть невідповідно великий вплив на прибуток і грошові потоки. Особливо це відноситься до компаній сфери послуг, у яких в короткостроковому плані накладні витрати зберігаються в цілому незмінними, незважаючи на значні коливання рівня продажів, наприклад у страхового брокера або агента з нерухомості. Слід кількісно оцінити можливі фінансові наслідки недостатнього рівня продажів, і рада директорів повинна вжити заходів щодо забезпечення додаткового фінансування у разі потреби. Джерела зовнішнього фінансування включають випуск цінних паперів: звичайних акцій, привілейованих акцій, конвертованих облігацій, довго- і короткострокових облігацій і т.д.; продаж і подальшу оренду нерухомості, що належить компанії; лізинг і покупку в розстрочку активів; позики з фіксованими термінами; факторинг дебіторської заборгованості; банківський овердрафт.

Контроль за рухом грошових коштів. Недостатньо кожен місяць просто перевіряти виписку з банківського рахунку з метою упевнитися, що залишок узгоджується з бюджетом грошових надходжень і платежів. Ситуація може бути значно гірше, ніж видається, оскільки:

- деякі великі платежі, наприклад ПДВ або за оренду будівлі, були зроблені, але ще не пройшли міжбанківський кліринг і тому не відображені у виписці, зробленої на кінець місяця;
 - бухгалтерія призупинила платежі постачальникам, щоб не вийти за рамки плану руху грошових коштів або ліміту по овердрафту;
 - в наступному місяці належить крупний незапланований платіж.
- Ефективний контроль грошових потоків вимагає щомісячно:
- порівнювати фактичні надходження і платежі з плановими, щоб встановити розбіжності, які у протилежному випадку залишалися б невиявленими ще якийсь час;
 - оновлювати прогноз руху грошових коштів на кожен з трьох наступних місяців і решту фінансового року в цілому, щоб визначити, чи є необхідність у коригувальних діях.

У деяких великих компаніях прогноз руху грошових коштів на наступний місяць готується щотижня, щоб жорстко контролювати фінанси.

Контакти з банком. Деякі компанії практикують неправильну політику уникати за можливості контактів з їх менеджером банку. Це недалекоглядно. Рано чи пізно настане день, коли підтримка банку виявиться необхідною для подолання тимчасової платіжної кризи. Коли таке трапляється, добрі відносини, що склалися в ході регулярних контактів з банком, безумовно, відіграють важливу роль.

Мінімум необхідного спілкування полягає в тому, щоб дзвонити в банк, якщо ліміт по овердрафту буде перевищений хоча б на день. Це елементарна ввічливість, яка зміцнює впевненість банку в тому, що компанія обізнана про ситуацію з овердрафтом. Якщо є ймовірність, що ліміт за овердрафтом стане недостатнім, потрібно попросити менеджера про зустріч, на якій розповісти про обставинах, що склалися і надати оновлений прогноз місячного руху грошових коштів.

Деякі компанії йдуть ще далі. Періодично протягом року в банк направляються копії аудированих бухгалтерських звітів, річного плану руху грошових коштів з розбивкою по місяцях і звітів дирекції. Робити це не обов'язково. Проте довіра банку зростає. Можливо також, що банківський менеджер запропонує альтернативний варіант вирішення фінансових проблем, який буде більш привабливим, ніж збільшення овердрафту.

3. Управління прибутком. Для ефективного управління звіт про прибуток треба аналізувати з точки зору змінних і постійних витрат та визначення маржинального (граничного) прибутку. Низька частка змінних витрат не забезпечує високого прибутку, на який завжди впливає рівень постійних витрат незалежно від досягнутого обсягу продажів. Постійні витрати залежать не тільки від обсягу, а й від часу. Наприклад, амортизація і заробітна плата. На практиці підприємства виділяють змінні витрати, а усі інші класифікують як постійні. Ефективне управління прибутком вимагає максимізації не тільки загальної вартості продажів при певному рівні постійних витрат, але також і загальної суми маржинального прибутку, який можна отримати за таких умов. Знання норми маржинального прибутку по кожному виду товарів дозволяє менеджеру збільшити прибуток через зосередження маркетингових зусиль і концентрації збутової діяльності на товарах з нормою маржинального прибутку вище середнього рівня; зменшення змінних витрат по товарах з нормою маржинального прибутку нижче середнього рівня; збереження досягнутого рівня норми маржинального прибутку по нових товарах, що запускаються у виробництво.

Іншими складовими ефективного управління прибутком є:

- а) знання точки беззбитковості бізнесу. Чим вище норма маржинального прибутку, тим більше вплив змін обсягу продажів на прибуток, і навпаки;
- б) управління рентабельністю товарів. Розподіл загальних витрат між окремими товарами здійснюється приблизно на основі досвіду і припущень, що може призвести до управлінських рішень припинення виробництва вигідної продукції, і прибуток буде зменшено;
- в) рівень рентабельності по клієнтах. При концентрації покупців, коли частка окремого з них в загальному обсязі продажів складає не менш 5 %, слід розраховувати витрати, що пов'язані з їх обслуговуванням. Наприклад, зниження цін, надання знижок на великі замовлення, додаткові накладні витрати;
- г) розуміння небезпечності встановлення низьких цін. Часто наявність у компаніях надлишкових потужностей сприймають як привід до зниження цін на продукцію, що виробляється. Це підриває бізнес, заснований на ринковому нормальному ціноутворенню і може призвести до цінової війни з конкурентами та зниженню загального рівня цін.

Якщо є сенс завантажити потужності, що простоюють, за рахунок зниження рентабельності, то при цьому слід обмежити масштаби і час продажів за зниженими цінами, пропонувати більш прості товари для обґрунтування різниці в цінах у порівнянні зі звичайною продукцією; спрямовувати такі продажі на інших покупців або країни.

4. Фінансовий аналіз проектів. Обґрунтування управлінських рішень здебільшого не може обійтися без ефективних методів фінансового аналізу, заснованих на грошових потоках, а не на прибутку. Рішення приймаються на основі майбутніх, прирістних і різницевих, загальнофірмових грошових потоків.

Для оцінки грошових потоків використовують період окупності, дисконтований період окупності, внутрішню норму прибутковості, чисту приведену вартість. Перші два показники не приймають у розрахунок величину і тривалість грошових надходжень після досягнення окупності. IRR встановлює мінімально допустиму внутрішню норму доходності, за якою проект може бути схваленим. Для визначення прийнятності реалізації проекту розраховують індекс NPV як відношення NPV за обраною доходністю (процентною ставкою) до максимальних грошових витрат. Досягнення рентабельності лише на рівні поточних ставок процента по овердрафту недостатньо. У деяких галузях 1/5 частина усіх інвестицій не створює грошових надходжень, оскільки спрямовується на ремонт чи заміну технологічного обладнання. Тому рентабельність має бути не менш 25 % річних до сплати податку. Деякі великі фірми диференціюють норми рентабельності залежно від рівня ризику, притаманному різним категоріям проектів. Такими категоріями можуть бути підвищення ефективності діючого бізнесу, розширення збуту товарів, що виробляються, на засвоєних ринках; вихід з новими товарами за засвоєні ринки; новий товар на новому внутрішньому або зовнішньому ринках.

Прийнятний рівень розрахункової рентабельності не є вичерпуючим аргументом для прийняття управлінського рішення. Проект має задовольняти обраній стратегії компанії; бути підходящим способом досягнення цілі; забезпечувати баланс між потенційною винагородою і ризиком; бути прийнятним для усіх учасників виробничого процесу.

Висновки. Фінансові методи збільшення прибутку підприємств забезпечать постійну платоспроможність і запобігання банкрутству. Методи аналізу грошових потоків знаходять широке впровадження при порівнянні і відборі альтернативних варіантів: оренди чи купівлі; власного виробництва чи купівлі – з використанням різницевих грошових потоків; проектів розширення діяльності – необхідні для фінансування капітальні вкладення і грошові витрати в оборотні кошти порівнюються з приростом грошових надходжень протягом строку дії проекту; поглинанні компаній – при розрахунку IRR вартість придбання порівнюється з підсумковими вигодами покупця у вигляді додаткових грошових надходжень.

Література

1. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента : учеб. курс / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2004. – 624 с.
2. Фінансовий менеджмент : підручник / наук. ред. А. М. Поддєрьогін. – К. : КНЕУ, 2013. – 820 с.
3. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : навч. посібник / О. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2003. – 554 с.
4. Пирсон Б. MBA в кармане. Практическое руководство по развитию ключевых навыков управления / Б. Пирсон, Н. Томас ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2013. – С. 144–178.

References

1. Blank I. A. Osnovy finansovogo menedzhmenta : uchebnyi kurs / I. A. Blank. – K. : Nika-Centr, 2004. – 624 s.
2. Finansovyi menedzhment: uchebnyk / nauch. ruk. A. M. Podderegin. – K. : KNEU, 2013. – 820 s.
3. Tereschenko O. A. Finansovaya deyatel'nost' subjektov hozyystvovaniya : ucheb. posobie / O. A. Tereschenko. – K. : KNEU, 2003. – 554 s.
4. Pirson B. MBA v karmane. Prakticheskoe rukovodstvo po razvitiyu kluchevykh navykov upravleniya / B. Pirson, N. Tomas ; per. s angl. – M. : Alpina Publisher, 2013.

Надіслана/Written: 5.06.2014 р.

Надійшла/Received: 8.06.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Л. С. Ситник

НАПРЯМИ ПЕРЕТВОРЕННЯ ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА У СТАРОПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНАХ НА ШЛЯХУ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Розглянуто сучасні тенденції формування та розвитку економіки старопромислових регіонів на засадах інноваційності та сучасного науково-методологічного розгляду взаємодії всіх інститутів на державному та регіональному рівнях. Визначено основні напрями перетворення інституційного середовища, які відповідають принципам і завданням промислової політики, правового та соціального середовища.

Ключові слова: інституційне середовище; організаційно-господарські структури; інноваційні процеси; регіональний економічний розвиток; інститут підприємництва; конкурентне середовище.

V. V. DOROFIENKO, V. V. LOSKUTOVA
Donetsk State University of Management

THE DIRECTIONS OF TRANSFORMATION OF THE INSTITUTIONAL ENVIRONMENT OF OLD INDUSTRIAL REGIONS TOWARDS THE IMPROVEMENT OF THEIR COMPETITIVENESS.

Abstract – Determination and substantiation of the main directions of the institutional environment transformation.

It is researched in the article the modern trends in the formation and development of the economy of old industrial regions on the basis of innovation and modern scientific-methodological consideration of the interaction of all the institutions on the state and regional levels. It is determined the basic directions of transformation of the institutional environment, which correspond to the principles and objectives of industrial policy, legal and social environment. Thus the directions of institutional environment transformation are to comply with the principles and objectives of industrial policy, legal and social environment.

Key words: institutional environment; organizational and economic structure; innovative processes; regional economic development; institute of entrepreneurship; competitive environment.

Постановка проблеми. У сучасних умовах економічного розвитку державі необхідно не лише управляти формуванням і витрачанням інвестиційних коштів, рухом інвестиційних потоків, а й виконувати функції щодо створення умов для розвитку інституційного середовища з метою вирішення завдань соціально-економічного розвитку. Усі процеси з розвитку старопромислових регіонів треба здійснювати паралельно зі створенням та розвитком системи відповідних інститутів, оскільки інституційне середовище багато в чому визначає напрями стійкого економічного розвитку старопромислових регіонів країни.

Аналіз останніх досліджень. Питаннями підвищення конкурентоспроможності старопромислових регіонів займалися Балацкая Л.Н., Вишневський В., Лишиленко В.І., Чернюк Л.Г., Горська О.В., Поважний С.Ф., Поважний О.С., Губерна Г.К., Амоша О.І., Новіка О.Ф., Бірх К., Маккіннон Д., Камберс Е. та ін.

Формулювання цілі статті: визначення і обґрунтування основних напрямів перетворення інституційного середовища.

Виклад основного матеріалу. Сучасна система економічних інститутів має створювати умови для стимулювання конкуренції на ринках товарів і послуг, розвитку ринкової інфраструктури, вирішення багатьох інших проблем з метою забезпечення ефективного функціонування ринкової економіки.

Одне з першочергових завдань полягає в забезпеченні розвитку конкурентного середовища як основної умови формування стимулу до інновацій, демонополізації економіки, забезпечення рівних умов конкуренції. Одним з важливих напрямів розвитку промислових регіонів є формування ефективної системи управління державною власністю. При цьому необхідне отримання інформації про ефективність управління майном, поліпшення управління державними частками в акціонерних товариствах, підвищення ефективності діяльності держсектору економіки, а також створення державних корпорацій і великих державних холдингів у стратегічних галузях промисловості.

Для сприяння розвитку малого й середнього підприємництва також необхідно здійснити зміни інституційного характеру, що включають: розвиток інфраструктури для підтримки нових підприємств; створення бізнес-інкубаторів і промислових парків; спрощення для малих підприємств придбання та оренди нерухомості; розширення системи мікрокредитування; скорочення кількості контрольних і наглядових заходів з боку правоохоронних органів.

Слід зазначити, що в умовах постійної зміни економічної ситуації проблема підвищення конкурентоспроможності підприємств набуває великої актуальності. Сучасні підприємства України, особливо представники малого та середнього бізнесу, зазнають певних труднощів на шляху ефективного розвитку. Однією із перешкод є недостатній розвиток інституційного середовища, що можна пояснити високим рівнем

корупції і встановленням адміністративних бар'єрів, недостатньо ефективною нормативно-правовою базою, слабкорозвиненою інфраструктурою та багатьма іншими причинами.

Вирішення проблем розвитку інституту підприємництва і поліпшення підприємницького клімату для формування конкурентоспроможного середовища дасть змогу створити умови для збалансованого розвитку регіону. Одне з основних завдань функціонування інституту підприємництва в регіональній економіці полягає у забезпеченні динамічного сталого розвитку конкурентоспроможності економіки регіону. Вирішення цих завдань потребує проведення ефективного державного регулювання, яке враховуватиме негативні наслідки, зумовлені сучасною кризою і подальшою трансформацією економіки України.

Мале підприємництво, яке характеризується гнучкістю і пристосуванням до зовнішніх умов, що змінюються, може стати потужною силою в подоланні наслідків кризових явищ в економіці, у формуванні та розвитку конкурентних переваг виробників товарів і послуг. Конкурентоспроможність малого бізнесу формується в процесі конкуренції між підприємцями. Конкуренція є основним механізмом для ведення ефективної діяльності з використанням прогресивних технологій, удосконалення якісних характеристик товарів і послуг, поліпшення організації виробництва й управління, зниження витрат. Тому економіко-теоретичне обґрунтування інституційної організації конкуренції і розробки напрямів та заходів державного регулювання конкурентної політики стає практично значущим завданням функціонування, підвищення ефективності й конкурентоспроможності підприємницьких структур, особливо для створення умов для стійкого розвитку української економіки.

Оскільки інститут підприємництва є сукупністю економіко-правових норм, які визначають і регулюють поведінку суб'єктів господарської діяльності, правила для всіх суб'єктів мають бути об'єктивними і єдиними, вони повинні забезпечити добросовісну конкуренцію. Необхідно відзначити деякі особливості розвитку інституту підприємництва в регіональній економіці України, а саме: недостатній рівень підприємницької активності; посилення впливу монополій, зумовлене лобюванням їх інтересів на ринках; посилення впливу міжнародних корпорацій на процеси розвитку конкурентних відносин у країні.

Для зменшення диспропорцій у регіональному економічному розвитку необхідно створити умови для ефективної конкуренції між регіонами. Важливими напрямками цього є: визначення регіональних пріоритетів розвитку; розвиток інноваційної складової в економіці регіонів; створення умов для ефективного розвитку середнього й малого підприємництва; інвестиції у промисловість регіонів; інвестиції в інфраструктуру регіональної економіки. Тому розвиток інституту підприємництва, особливо малого й середнього бізнесу, дасть змогу правильно визначити основні напрями розвитку регіональної економіки в цілому, усунути диспропорції в регіональному розвитку за рахунок підвищення підприємницької активності населення, створити умови щодо справедливого розподілу доходів для всіх учасників ринку. Одним з найважливіших інститутів, що впливають на рівномірність розвитку економіки регіонів, є інститут інноваційних процесів. Інноваційні процеси в регіональній економіці, сприяють створенню конкурентних переваг регіону.

Як основні причини низької ефективності інституту інноваційних процесів у регіонах виділимо такі: нестача власних коштів для підприємств малого й середнього бізнесу на інноваційну діяльність; високі відсоткові процентні ставки за кредитами; недоступність передових зарубіжних технологій, а також брак висококваліфікованих фахівців. Наявність потенціалу для формування інституту малого й середнього бізнесу можна дослідити, розглянувши такі показники розвитку малого підприємництва по регіонах України: кількість підприємств малого й середнього бізнесу у відсотках до загальної кількості підприємств; кількість найманих працівників (тис. осіб) на підприємствах малого й середнього бізнесу; частка (у відсотках) у загальній кількості найманих працівників на підприємствах малого й середнього бізнесу; обсяг реалізованої продукції, робіт, послуг (млн грн) підприємствами малого й середнього бізнесу; частка (у відсотках) у загальному обсязі реалізованої продукції (робіт, послуг) підприємствами малого й середнього бізнесу [1].

Вплив інституційного середовища на регіональну соціально-економічну систему на основі чинників, що визначають динаміку ресурсного забезпечення регіонального розвитку, проаналізовано в таблиці 1. Інституційні чинники, що впливають на регіональні механізми економічного планування, які дають змогу розробити ефективну стратегію щодо збільшення конкурентоспроможності регіональних продуктивних сил, залучення інвестицій у різні сфери регіональної економіки, в т.ч. соціальну, сприятимуть збільшенню темпів промислового виробництва, наповнюваності бюджету.

В економіці України спостерігається тенденція зростання інтересу в наукових колах та підприємницькому середовищі до кластерних об'єднань, спрямованих на підвищення загальної конкурентоспроможності України, її окремих регіонів та сфер економічної діяльності. Це особливо актуально в регіональній економіці, що йде шляхом інноваційного розвитку та спиратиметься на підприємства малого й середнього бізнесу. Інститут кластерів, що формується, дасть змогу на практиці ефективно вирішувати багато соціально-економічних проблем, які виникають у всіх сферах регіональної економіки, та сприятиме інституціональному забезпеченню структурних трансформацій у регіонах.

Розглядаючи вплив інституційних чинників на розвиток малого й середнього бізнесу в регіональній економіці, необхідно відзначити, що інституційні чинники активно впливають на регіональні механізми економічного планування. Отже, вони дають змогу розробити більш ефективну стратегію щодо зростання конкурентоспроможності регіональних продуктивних сил, залучення інвестицій у різні сфери регіональної економіки, в тому числі соціальну, а також сприятимуть збільшенню темпів промислового виробництва, напов-

нюваності бюджету. Завдяки створенню та розвитку кластерних об'єднань розвиток інституту підприємництва, особливо малого й середнього бізнесу, дасть можливість правильно визначати основні напрями розвитку регіональної економіки в цілому, усунути диспропорції в регіональному розвитку за рахунок підвищення підприємницької активності населення, створити умови щодо справедливого розподілу доходів для всіх учасників ринку. Використання кластерних ініціатив сприятиме ефективному розвитку одного з найважливіших інститутів, що впливає на рівномірність розвитку економіки регіонів, – інституту інноваційних процесів. Утворення чіткої нормативно-правової бази стосовно використання кластерів на всіх рівнях економіки є важливим елементом подальшого розвитку інноваційних процесів на шляху підвищення конкурентних переваг.

Таблиця 1

Показники інноваційного потенціалу регіональної економіки та інституційні умови розвитку бізнесу

| 1. Показники інноваційної діяльності в регіональній економіці | |
|---|---|
| Економічний потенціал регіону | Результуюча складова |
| Інвестиції на душу населення | Кількість працівників, зайнятих на підприємствах малого й середнього бізнесу |
| Вартість основних фондів | Розвиток підприємництва |
| Рівень зносу основних фондів | Реалізація інноваційного потенціалу |
| Питома вага збиткових підприємств | Обсяг відвантаженої інноваційної продукції |
| Витрати на наукові дослідження і розробки | |
| Витрати на технологічні інновації | Кількість створених передових виробничих технологій |
| Витрати на впровадження інформаційних і комунікативних технологій | Кількість поданих заявок на винаходи |
| Питома вага організацій, що здійснювали технологічні інновації | Експорт технологій і послуг науково-технічного характеру |
| Інвестиції в основний капітал | Загальний обсяг виробленої і реалізованої продукції малими й середніми підприємствами |
| Кількість студентів вищих навчальних закладів | |
| Витрати бюджету на соціально-культурні заходи (виставки, наукові форуми тощо) | Реалізація інституційного потенціалу |
| 2. Показники, що впливають на інституційний розвиток | |
| Вплив органів місцевого самоврядування на діяльність середніх і малих підприємств, галузеві бар'єри | Створення умов для взаємовигідної співпраці бізнесу і влади |
| Корупційна складова | Усунення адміністративних бар'єрів у розвитку середнього й малого бізнесу |
| Вплив уряду на діяльність середніх і малих підприємств | Створення ефективної нормативно-правової бази для розвитку підприємництва |

З урахуванням сучасних тенденцій розвитку світового ринку перетворення інституційного середовища можна здійснювати завдяки поширенню залучення інвестицій. Такий підхід може бути результативним лише за умов вирішення багатьох соціально-економічних проблем, отже, вимагає комплексного підходу. Вертикаль влади, якою б потужною вона не була, не в змозі забезпечити створення необхідних умов для розвитку бізнесу за всіма економічними напрямками. Зокрема, в Україні одним із стримувальних чинників є велика територія держави. Тому при стратегічному плануванні слід приділяти більшу увагу розвитку місцевого самоврядування й горизонтальним зв'язкам у співпраці та взаємодії суб'єктів господарювання з місцевою адміністрацією. Дієвим таке самоврядування буде лише в тому разі, якщо регіони матимуть сильну інституційну базу. Регіональну політику держави стосовно розвитку інституційного середовища необхідно засновувати на розробці законодавчих і організаційно-нормативних актів, наукових підходах, які відповідають міжнародному досвіду існуючих інститутів.

Однією з основних складових процесу ефективного сучасного розвитку економіки України має бути розробка напрямів модернізації промисловості. У промислових регіонах країни вирішувати таке завдання необхідно у двох напрямках: розвиток сучасних технологій і розвиток інституційного середовища. Технічний аспект модернізації передбачає розробку довгострокових планів розвитку промисловості регіону за умов оновлення і постійного вдосконалення виробництва. Інституційні перетворення передбачають проведення заходів, націлених на створення сприятливих умов для розвитку інституційного середовища в промисловому регіоні. При виробленні стратегій розвитку промислового регіону дуже часто недооцінюють роль інститутів, що пов'язано з тим, що основні правила й механізми їх виконання для бізнесу встановлюються на державному рівні без урахування регіональних особливостей і наявності нагромадженого потенціалу.

У сучасних економічних умовах дуже важливу роль у регіональному розвитку відіграє просторова концентрація виробничої діяльності, а також механізми, які сприяють ефективній взаємодії суб'єктів господарювання на локальній території.

Досвід держав, що входять до ЄС, та інших розвинутих країн свідчить, що політика регіонального промислового розвитку повинна включати як обов'язковий елемент систему інститутів центральної й регіональної влади для взаємодії на різних рівнях (причому як по вертикальній, так і по горизонтальній скла-

дових). Створення такої системи за умови тісної взаємодії з іншими інститутами дасть змогу забезпечити баланс інтересів усіх регіональних груп для розробки і прийняття ефективних рішень.

Висновки. Таким чином напрями перетворення інституційного середовища повинні відповідати принципам і завданням промислової політики, правового та соціального середовища. Тому доцільно включити в загальну складову завдань з розвитку інституційного середовища в регіоні такі:

- 1) створення ефективних інструментів правового регулювання в економіці (закріплення правил, що склалися, і способів вирішення господарських проблем у нормах і законодавчих актах);
- 2) застосування відповідно до міжнародних стандартів санітарних норм і екологічних нормативів;
- 3) формування організаційно-господарських структур, які зможуть привести до підвищення конкурентоспроможності регіональної економіки (особливі економічні зони, кластерні об'єднання на всіх рівнях тощо);
- 4) підвищення ефективності адміністративного регулювання регіональної економіки, що включає: контроль за банківською і кредитною системою, укладання державних і муніципальних контрактів, міжрегіональних і міжгалузевих угод;
- 5) створення та постійне вдосконалення всієї регіональної інфраструктури з метою створення сприятливих умов для ведення й розвитку бізнесу, підвищення рівня соціальних стандартів для населення.

Література

1. Статистичний збірник “Регіони України” 2012 / за ред. О. Г. Осауленка. – К. : Держкомстат України, 2012. – Ч. 2. – 801 с.
2. Jochimsen R. Theorie der Infrastruktur / R. Jochimsen. – Tubingen, 1996. – 332 p.
3. Scott A Regional Push: Towards a Geography of Development and Growth in Low-and Middle-Income Countries // Third World Quarterly. – 2002. – Vol. 23. – № 1. – P. 23–41.

References

1. Statystychnyy zbirnyk “Rehiony Ukrayiny” 2012 / za red. O. H. Osaulenka. – K. : Derzhavnyy komitet statystyky Ukrayiny, 2012. – Ch. 2. – 801 s.
2. Jochimsen R. Theorie der Infrastruktur / R. Jochimsen. – Tubingen, 1996. – 332 p.
3. Scott A Regional Push: Towards a Geography of Development and Growth in Low-and Middle-Income Countries // Third World Quarterly. – 2002. – Vol. 23. – № 1. – P. 23–41.

Надіслана/Written: 5.06.2014 р.

Надійшла/Received: 8.06.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. В. В. Дорофієнко

М. М. МИКОЛАЙЧУК

Одеський регіональний інститут державного управління

Н. С. МИКОЛАЙЧУК

Херсонський національний технічний університет

ЗАВДАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ

Обґрунтовано шляхи відродження промислового виробництва у регіонах України та підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств, активної участі у цих процесах органів регіонального управління, консолідації їх зусиль з науковцями, підприємцями та громадськістю. Висвітлено досвід Херсонської області у організації співпраці обласної ради з професорами та докторами наук регіону у розробці та реалізації планів і програм розвитку регіону шляхом створення Вченої ради при голові Херсонської обласної ради та розподілу вчених на секції, що відповідають профілю постійних комісій обласної ради.

Запропоновано заходи щодо поліпшення забезпечення промислових підприємств висококваліфікованими працівниками робітничих професій та управлінським персоналом з вищою технічною освітою.

Ключеві слова: конкурентоспроможність, регіональне управління, потенціал, промислове підприємство.

М. М. MYKOLAICHUK

Odessa Regional Institute of Public Administration National Academy
of Public Administration the Office of President of Ukraine

N. S. MYKOLAICHUK

Kherson National Technical University

OBJECTIVES FOR GOVERNMENTAL SUPPORT OF COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES OF REGION

Abstract – The ways of the revival and development of industrial production in the regions of Ukraine are substantiated. The possible approaches to providing support at the regional level of industrial competitiveness are examined.

Key words: competitiveness, regional management, potential, industrial enterprise.

Posing of the problem. Natural resource potential of Ukraine allowed hoping for rapid economic development after independence. Indeed, in per capita terms it exceeded the corresponding figure in the USA at 1.5–2 times, Japan – at 12–15 times [1, p. 120]. However, the gap cooperative relations with companies from CIS countries and deregulation of public administration without adequate use of market mechanisms have led to disastrous consequences.

Industrial decline, unemployment, low living standards contribute to the growth of population migration, sharpening of the contradictions between the regions of Ukraine. The average wage in the Donetsk region in 2012 was 3496 UAH., but in Ternopil region – 2185 UAH (the gap is 1.6 times) [2, p. 393].

Experts predict recovery the level of economic development of Ukraine in 1990 only to 2020, and the gap between economically developed countries will probably not be overcome even by 2030 [3, p. 7].

In such circumstances, it is necessary to look for ways to accelerate economic development and reducing disparities in income levels in different regions.

One of the main conditions of high achievements in socio-economic development of each state is a competitive industrial production. Conducted by the authors examine the relationship between GDP per capita and the share of agriculture in its structure according to more than 80 countries in the last decade of the last century revealed the presence of a sufficiently strong feedback between them (coefficient of determination $R^2 = 0,8715$). In low-income countries, agriculture's share exceeds 33 %, and in high-income countries it is less than 4 % [4, p. 200].

Consequently, in the developed countries are crucial development of industry and services. In regions of Ukraine is also observed significant correlation between the share of agriculture in the total value of goods and services and gross regional product (GRP). In the most successful region in 2012, Dnipropetrovsk oblast, GDP per capita was 44,650 UAH. Thus the share of industry and services provided in the GRP structure was 87,4 %, and agriculture only 4,1 %. The lowest level of GRP per capita (less than 15,000 UAH.) in 2012 was observed in the Chernivtsi region with a share of agriculture 32,8 % [5, p. 42, 66]. Therefore, the actual problem for many regions of Ukraine is the growth of industrial production and competitiveness of industrial enterprises. Its solution is impossible without the active assistance of regional management bodies.

Analysis of recent researches and publications. In scientific works of scientists focuses on the international aspects of competitiveness, in particular the relationship between the competitiveness of the state and quality of life [6], identifying industries that are able to compete on world markets [7, 8]. The influence of the institutional environment for the development of competition is investigating [9].

At the regional level, preferences given for evaluating the competitiveness of regions [10], characterization of the stages of development of regional competitiveness and concepts of its transformation [11].

However, not enough attention is paid to the government regulation the competitiveness of enterprises in regions. Therefore the aim of the article is to study approaches to the implementation of the state support of industrial competitiveness at the regional level.

Presentation of the main material of research. For identifying ways which promote regional authorities to raise competitiveness of enterprises is necessary to analyze the factors, affecting the level. Competitiveness of enterprises depends on their internal economic potential, favorable environmental conditions and the ability of staff to effectively use internal and external opportunities. The whole complex of resources and capabilities of enterprises, which provide competitive advantages and achieve strategic competitive goals is a competitive potential of the enterprise [12, p. 40]. In its turn, the internal potential of the enterprises depends on the production capabilities (engineering, technology and their flexibility), financial resources, human capital and information support of management, the ability to conduct market research, develop and implement innovations. External opportunities depend on resource provision, competition in the relevant markets, solvency of consumers, investment attractiveness of the region.

For managing competitive potential is necessary taking into account specificity one or another production to give expert evaluation the existing level of potential, identify competitive advantages and ways of their preserving and sustainable competitive advantage in the future. Experts should be as employees of the company, as well as independent experts. The successful formation of the competitive potential promote availability of scientific and technical capacity, skilled labor at the enterprise in the region, the dominance in the society of knowledge economy [13, p. 5]. Therefore, the process of managing the formation and use of the competitive potential of enterprises in the region requires the consolidation of the efforts of scientists, entrepreneurs and regional management bodies, as well as the progressive part of the public.

Author's vision of the mechanism of interaction between government, business, science and the public was reflected in the proposals for the creation of a regional system of innovation development. Proposed creation of a "Council of patriots", which is a team of managers patriots ready to on a voluntary basis to carry out the mission of the consolidation of the regional community, targeted search of opportunities for innovative development of region and creation of favorable conditions for their implementation. As a part of such a team, should include representatives of government, business, science and the public. Special role is given in the team to journalists who agree to give up the pursuit of sensations for the money and fame and, realizing the impact of information on developments in the region, will play the role of catalysts of progressive change [14, p. 229–231]. The same approach is expedient and when addressing issues for promoting the competitiveness of enterprises. In this connection it is interest experience of the Kherson region on involving of scientific intelligentsia in the processes of study and implementation of plans and programs of region development. The Scientific Council been established for this at the head of the Kherson Regional Council, which consisted of all the professors and doctors of science from universities and research organizations in the Kherson region.

The Statute of this Council was approved at the first in the history of the region meeting of professors and doctors, which has in the region of 166 people. The inclusion of all highly qualified scientific personnel to the Council due to the specific area. Because, in region operates a number of public universities in different fields. Among them: Kherson National Technical University, which trains engineers and economists for various industries; Kherson State University, specializing in the preparation of teachers, lawyers, and managers; Kherson State Agrarian University, which trains specialists in different directions for the agricultural sector; Kherson State Maritime Academy. There are also research organizations and a number of private universities. The number of members of the Council is managed and joint solution specialists in different fields of development problems area can bring tangible positive effect. Head of Kherson Regional Council is headed the Scientific Council and has the right to represent it in its relations with enterprises and organizations. All members of the Academic Council are divided into 7 sections, corresponding to the profile of the standing committees of the regional council.

In a resolution, adopted of participants the general meeting of professors and doctors, it is noted that in order to create this council is to bring together scientists and deputies to ensure economic, social and cultural development of the region. His functioning will help to improve the system of the local government, the consolidation of the region's population, the efficient use of natural resources potential of the region, the revival of industrial production, preparation of modern professionals with an innovative mindset that can solve all problems of development of the region and subregions. However, the creation such council is only the first step in the task of revival and development of industrial production in the agricultural regions. This is only a prerequisite for creating a mechanism of managing the region as a diversified corporation.

For the formation of the optimal structure of the economic complex of the region and its effective functioning is necessary to solve the following tasks:

- development of methodical bases for identifying synergistic effect of interaction between the different activities in the region;
- improving the methods of evaluating investment projects with regard to their influence on the development of the economic complex of the region, the environment, employment and living standards;
- propelling business in implementing effective projects not only for the company but also the regional development strategy;
- optimization of the network of educational institutions and sets of skills that are necessary for the functioning of the economic complex of the region.

To successfully achieve the objectives is needed interaction of scientists, representatives of large companies, entrepreneurs, managers, regional-level management.

Internal potential for increase of industrial enterprise competitiveness depends significantly on the human capital, which is influenced by physical, intellectual, psychological characteristics of employees, their desire to learn and use their knowledge in practice.

Government regulation is necessary, first of all, at the stage of pre-school training and basic education. Precisely in this period creates conditions for normal physical and mental development, education striving for the attainment of new knowledge, timely detection of individual abilities and their development. Experts believe that getting a competitive secondary education is possible only when innovative preschool preparation. Therefore, in preschool education should be covered 90–95 % of children [15, p. 213]. The real achievements are still far from desirable: the highest level of security in preschool institutions in the Sumy region – 71 %, in the Kherson region – 63 %, Mykolaiv – 65 %, Odessa – 52 %, and in the Ivano-Frankivsk – only 38 % [2, p. 423]. To realize their potential young people need to acquire professional knowledge, skills, abilities required in practice.

In modern conditions of industrial enterprises, especially machine building, experiencing a shortage of skilled workers working professions. In many enterprises, the vast number of such workers achieved retirement age. In the last years over 76 % of the needs of enterprises of Kherson region accounts for skilled workers with the tools, as well as the maintenance, operation and control of the work process equipment and machinery. At the same time, the ratio of students in vocational schools and university students per 10,000 inhabitants on average in Ukraine was 17 % and 83 % in the Kherson region of 24 % and 76 %, in the Odessa region of 13 % and 87 % [2, p. 323, 433, 435, 437].

It should be noted that for quality of higher education students is lacking practical experience. Therefore, we consider it appropriate that encourage of prospective students to obtain working professions and the availability of work experience in the enterprise by charging extra points for admission to institutions of higher learning in the presence of the profession and working part-time work on the profile of the chosen specialty.

Predicting of requirement for experts must closer cooperation of educational institutions with businesses and regional center of employment. It can be done by creating a “career centers” in which students will receive information about the needs of the region in frames of various profiles, participation in the implementation of research works for businesses. In its turn future employers will be able to make suggestions to change the curriculum, to select future employees in the period of their training, to promote the attainment of practical skills during internships.

Public support may be to make applications for enterprises training of specialists by budgetary funds, assistance in the development of material and technical base of educational institutions.

A big role in responding to changing staffing needs in the short term belongs to the regional employment centers, which together with educational institutions implement retraining and unemployment.

Significant step in the formation of human resources of industrial enterprises is the implementation of programs to support the competitiveness of the labor market of the population older than 45 years. Under this program, the presence of insurance of not less than 15 years of enterprise workers are in the territorial employment agencies receive vouchers worth up to ten living wages (at the time of the decision to extradite him) to obtain a second education or training on the approved specialties. In the Kherson region employees of industrial enterprises will use this opportunity to retrain in the field of “Software systems”, “Computer systems and networks”.

Conclusions. Based on the above, the transition to a market economy does not preclude the necessity of public regulation of industrial development. However, this transition requires finding ways to indirect impact on the industrial enterprises to improve their competitiveness, the rational allocation of investment resources for synergies and accelerate socio-economic development of regions.

Particular attention should be given to the establishment of the staffing of industrial enterprises in the region, which would help to meet the needs of industrial enterprises for highly qualified professionals working professions and management personnel with higher technical education.

Creating a “career centers” will ensure effective cooperation of higher education institutions in the region with the regional center of employment and industrial enterprises in preventing unemployment, improving curricula, improving students' practical training.

References

1. Ukraine's economy: a strategy and policy of long-term development / ed. acad. NAS Ukraine Heyets A.V. – Kyiv : Phoenix , 2003. – 1008 p.
2. Statistical Yearbook of Ukraine for 2012 / ed. O. H. Osaulenko . – Kyiv, 2013. – 552 p.
3. Besedin V. F. The projected trajectories of economic development of Ukraine on the background of the global economy / V. F. Besedin, O. M. Serhiyenko // Economy and State. – 2012. – № 6. – P. 4–7.
4. Mykolaichuk M. M. The impact of structural changes on the effectiveness of economic development / M. M. Mykolaichuk, N. S. Mykolaichuk // Bulletin of the Technological University of Podolia. – Kholmynitsky, 2002. – № 4. – Part 2. – Vol. 2 (46). – P. 200–201.
5. Statistical Yearbook “Gross regional product in 2012” / ed. I. M. Nikitina. – Kyiv : State Statistics Service of Ukraine, 2013. – 79 p.
6. Kizim N. A. The quality of life of the population and competitiveness of Ukraine and EU countries : monograph / N. A. Kyzym, V. M. Horbatov. – Kharkiv, 2005. – 164 p.

7. The strategic challenges of the XXI century society and economy in Ukraine: In 3 vol Vol. 3: The competitiveness of the national economy / ed. V. M. Heyets, V. P. Semynozhenko, B. Y. Kvasniuk. – Kyiv : Phoenix, 2007.– 556 p.
8. Haminich S. The competitiveness of the national economy : characteristics , priorities and problems / S. Haminich // Actual Problems of Economics. – 2007. – № 4. – P. 20–26.
9. Vinichenko I. I. The role and importance of institutions in shaping the competitive relations / I. I. Vinichenko // Economy and state, 2012. – № 5. – P. 8–10.
10. Ahafonenko O. On the need for the formation of regional competitiveness indicators / O. Yu. Ahafonenko // Regional economic. – 2007. – № 1. – P. 56–62.
11. Ryeutov V. E. The concept of regional competitiveness Transformation / Ye. V. Ryeutov // Regional Economics. – 2010. – № 4. – P. 17– 24.
12. Blyznyuk S. V. Competitive potential of the company as a category of contemporary economic research / S. V. Blyznyuk, A. V. Ostapenko // Investment: Practice and Experience. – 2011. – № 7. – P. 40–42.
13. Petrovich J. M. Formation of the competitive potential of the organization on innovative principles / J. M. Petrovich, N. S. Lushchak // Herald of the National University “Lvivska Polytechnica”. – 2011. – № 8 (698). – P. 3–10.
14. Mykolaichuk M. M. Financial and economic mechanisms ensuring sustainable balanced development of regions : monograph / M. M. Mykolaichuk ; for science. eds. I. V. Rozputenko. – Kyiv : NAPA, 2010. – 308 p.
15. The strategic challenges of the XXI century society and economy in Ukraine: In 3 Volumes Vol. 1: Knowledge Economy – modernization projec of Ukraine / ed. V. M. Heyets, V. P. Semynozhenko, B. Y. Kvasniuk. – Kyiv : Phoenix, 2007. – 544 p.

Надіслана/Written: 5.06.2014 p.
Надійшла/Received: 8.06.2014 p.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

СВІДОМИЙ РОЗВИТОК ПАРТНЕРСТВА У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Обґрунтовано сутність і форми партнерства як основи розвитку туризму. Розглянуто досвід використання механізмів міждержавного партнерства у діяльності національних та іноземних туристичних інформаційних центрів. Проаналізовано роль відповідального партнерства у діяльності сучасних туристичних операторів. Обґрунтовано теоретичні основи реалізації партнерства держави та приватного сектору для розвитку туристичного бізнесу в Україні на основі кластерного підходу.

Ключові слова: туризм, партнерство, розвиток, туроператор, кластерний підхід.

H. P. SKLIAR

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka
“Poltava University of Economics and Trade”

CONSCIOUS DEVELOPMENT OF PARTNERSHIP IS IN THE FIELD OF TOURISM IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

Abstract – The main purpose of the article is the determination of economic essence, mechanisms and peculiarities of conscious development of partnership relations of in the tourism sphere.

Substantiated the essence and forms of partnership as a bases of tourism development. Considered the usage of mechanisms of inter-governmental partnership in activity of national and foreign tourist informative centers. The role of responsible partnership is analysed in activity of modern tourist operators. Substantiated the theoretical principles of the realization of the state and private sectors partnership for the development of tourist industry in Ukraine. The necessity of the development of tourist sphere is well-proven on the basis of cluster approach. It allows to promote the level of competitiveness of tourist enterprises which are included in such cluster. Development of tourism in Ukraine on the basis of the state and private partnership needs the conscious usage of the world experience of partnership in its various forms.

Key words: tourism, partnership, development, tourist operator, cluster approach.

Постановка проблеми. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) та Всесвітнього агентства ООН з розвитку сталого і загальнодоступного туризму в 2012 р. обсяги туристичних подорожей досягли історичної межі – більше 1 млрд туристів здійснили подорожі протягом одного року. Відмічено, що туристична галузь відіграє надзвичайно важливу роль для глобального економічного розвитку – тут створюється біля 9 % загальносвітового ВВП, туризм дає кожне 11-те робоче місце на планеті. Економічними умовами досягнення таких показників, за оцінками вказаних міжнародних організацій, стали глобальний характер і проникнення, що перетворили туризм в одну з найбільш перспективних рушійних сил світового економічного зростання, створення робочих місць і стабільного доходу для мільйонів людей [5]. У цитованому джерелі сформульований важливий, з нашого погляду, висновок, що туристична галузь також сприяє розвитку партнерських зв'язків між державним і приватним секторами, допомагає укріпляти партнерство між державами, допомагає розвитку окремих регіонів планети, а головне, стимулює співробітництво індустрії туризму і громадянського суспільства.

Дослідження економічних умов і суперечностей розвитку відносин партнерства науковцями України в останні роки набуває актуальності. Саме реалізація соціальної направленості туристичного бізнесу сприяє використанню підходу “партнерства” з клієнтами, суб'єктами господарювання, органами державної влади, місцевого самоврядування, недержавними організаціями, працівниками туристичних підприємств. Відносини партнерства є альтернативою відносинам конкуренції. Ступінь розвиненості відносин партнерства певною мірою характеризує наближеність до ринкового типу економіки, окреслює межі перехідного періоду, рівень економічної свободи. Наявність розвинених відносин партнерства є характерним для сучасної економіки змішаного типу. Тому дослідження економічних аспектів і механізмів партнерства в сфері туризму є своєчасним, а тема статті актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку туристичної діяльності присвячені наукові праці О. Виноградової, О. Кифяка, О. Любіцевої, М. Мальської, Д. Стеценка, Т. Ткаченко та ін. Разом з тим, значна кількість наукових проблем розвитку сфери туризму, особливо теоретичних і методичних аспектів дослідження відносин партнерства, потребує свого вирішення.

Формулювання цілі статті. Основною метою статті є визначення економічної сутності, механізмів і особливостей свідомого розвитку відносин партнерства в сфері туризму. Методологічно стаття базується на теорії сумісно-розділених відносин.

Виклад основного матеріалу. Термін “партнерство” широко використовується в науковій літературі, нормативних актах, документах міжнародних організацій, практиці туристичного бізнесу. При аналізі слід виділити різні форми партнерства. Важливим в аналізі розвитку відносин соціального партнерства в сфері туризму є виокремлення та врахування соціокультурної компоненти. Тому, під час аналізу відносин соціального партнерства важливо звернути увагу, на наш погляд, на соціокультурні аспекти міжнародного

туристичного руху, який розповсюдився на всі континенти. При цьому слід врахувати геополітичні і гео економічні реалії, наявність сценарію розвитку “Ноев ковчег” для окремих країн, культурні особливості і цінності народів, регіонів, локальних спільнот. Культурне розташування України між Заходом і Сходом впливає на специфіку розвитку відносин соціального партнерства, вимагає встановлення культурної ідентичності українського народу і врахування відмінностей векторів розвитку кожної культурної сфери, цивілізації, посилення уваги до міжцивілізаційної взаємодії в процесі туристичного обміну на засадах партнерства. Відомий сучасний російський дослідник Ю.В. Яковець виділяє різні аспекти розвитку партнерських відносин між цивілізаціями, аналізує соціодемографічне [6, с. 105], енерго економічне [6, с. 125], технологічне [6, с. 225], економічне [6, с. 273] партнерство цивілізацій. При цьому вчений підкреслює необхідність цивілізаційного наповнення туризму [6, с. 318], інформує: щодо підтримки розвитку цивілізаційного туризму як спеціалізованої форми туризму Петербурзьким економічним форумом (2000 р.); розробки і реалізації маршрутів цивілізаційних турів: Санкт-Петербургом, як містом діалогу цивілізацій, “Ганзейське партнерство”, “Північний простір взаємодії цивілізацій”, “Великий шовковий шлях і північнокавказькі магістралі”; початку підготовки спеціалістів з цивілізаційного туризму [6, с. 319]. Таким чином, науковцями виділена міжцивілізаційна форма партнерства у сфері туризму.

Важливим є застосування досвіду і механізмів міждержавного партнерства. Дослідження нами проблем функціонування і розвитку туризму показало, що важливе місце в його інфраструктурі займають туристичні інформаційні центри (ТІЦ). Ознайомлення з практикою діяльності вказаних центрів у Польщі (м. Краків, м. Вроцлав, м. Познань), Чехії (м. Прага), Австрії (м. Відень), Угорщини (м. Будапешт) дозволило виділити дві їх групи. Перша – спеціалізується на наданні безкоштовних інформаційних послуг щодо закладів розміщення, ресторанного господарства, музеїв (довідники, карти, проспекти тощо) з метою залучення туристів на об’єкти міста в інтересах всієї територіальної громади. Друга група ТІЦ вирішує власні господарські інтереси, надаючи відповідний спектр послуг туристам (трансфер, проживання, забезпечення квитками на спортивні заходи, в театри, на концерти, залучає до екскурсій тощо) на комерційній основі.

В Україні поширюється практика створення ТІЦ з використанням європейського досвіду (наприклад, м. Львів, Закарпатська область). В останньому регіоні створена мережа туристичних інформаційних центрів Закарпаття та сувенірних магазинів “Скарби Закарпаття” завдяки реалізації проекту “Управління транс кордонними дестинаціями в Закарпатській області та Саболч – Сатмар – Березькому регіоні Угорщини”, що впроваджується Центром українсько-угорського регіонального розвитку в рамках Програми прикордонного співробітництва ЄСП Угорщина – Словаччина – Румунія – Україна 2007–2013 рр. і співфінансується ЄС через європейський інструмент сусідства та партнерства.

Крім того, механізми міждержавного партнерства були застосовані під час реалізації проекту “Гармонізація розвитку туризму в сільській місцевості Карпатського регіону”, що впроваджувався Асоціацією економічного розвитку Івано-Франківщини (Програма прикордонного співробітництва ЄСП Угорщина-Словаччина-Румунія-Україна 2007–2013 рр.). Так, в м. Яремче відбулося засідання наукової школи з питань розвитку туризму в сільській місцевості Карпатського регіону. Учасниками Школи стали власники приватних садіб, представники туристичних асоціацій, туристично-інформаційних центрів з Івано-Франківської області та повіту Марамуреш (Румунія). У 2007–2009 рр. були реалізовані проект “Створення транс кордонної мережі розвитку та просування туризму між Івано-Франківською областю та повітом Марамуреш Румунії” Програми добросусідства “Румунія – Україна”; проект ТАІФ “Карпатська мережа кулінарної спадщини”; проект Центру соціальних та ділових ініціатив з м. Яремче “ВелоКраїна” за Програмою Сусідства ЄС Україна – Румунія, який проходив у 2008–2010 рр. і головною метою якого стало створення інфраструктури для рекреаційних велосипедних поїздок у горах [1, с. 8]. Таким чином, механізми міждержавного партнерства у поєднанні з відносинами державно-приватного партнерства в Україні набули свого поширення.

Відносини відповідального партнерства, як показали дослідження, властиві практиці сучасних мережевих операторів туристичного ринку України. Формуючи соціальний капітал, заснований на довірі та відповідальності, провідні туроператори і турагенції свідомо створюють відповідні економічні умови розвитку партнерських відносин з юридичними та фізичними особами, бізнес-партнерами та споживачами туристичного продукту. Так, наприклад, TUI Ukraine, що є частиною міжнародної туристичної компанії TUI, вважає фінансову стабільність важливою економічною умовою виникнення довіри зі сторони клієнтів до цього лідируючого європейського туроператора з 40-річним досвідом роботи. Високий статус TUI обумовлює довіру до цього туроператора зі сторони клієнтів – щорічно його послуги споживають більше 30 млн туристів зі всього світу [3, с. 2]. Розвиток відносин партнерства з готелями та авіаперевізниками в структурі реалізації відносин соціального та бренд-капіталу TUI дозволяє досягнути кращого співвідношення ціна/якість, пропонувати тур продукт високої якості за оптимальною ціною в умовах значного обсягу діяльності, що дозволяє знижувати закупівельну ціну. TUI використовує європейські стандарти обслуговування і досягла високого рівня сервісу на всіх етапах роботи з клієнтом. TUI є першою туристичною компанією в Україні, що впровадила програму “Тасмний покупець” для мотивації якісної роботи турагенцій. TUI пропонує клієнтам ексклюзивні продукти (готелі, нові концепції відпочинку, родинний клуб тощо), ексклюзивні послуги (надає гарантію повернення грошей у відповідності до програми Money Back Guarantee), має надійного партнера зі страхування клієнтів – страхову компанію “Європейське туристичне страхування”, цілодобову службу підтримки клієнтів. Надаючи послуги розміщення та перевезення, TUI співпрацює тільки з перевіреними партне-

рами – готелями і авіакомпаніями, що забезпечують високий рівень сервісу, безпеки і комфорту. Постійне впровадження інновацій дозволяє клієнтам використовувати послугу зі зручного і доступного он-лайн бронювання турів. TUI Ukraine розгорнула в Україні мережу туристичних агентств під франчайзинговим брендом TUI Турагенція, власником якого є, на засадах відповідального партнерства [3, с. 3].

Сучасні дослідники відзначають певний розвиток франчайзингових туристичних агентств (мереж) в Україні [4, с. 599–601]. Так, вже вказаний бренд TUI Турагенція виник після реорганізації у 2010 р. мережі туристичних агентств (МТА) “Галопом по Європах”. Наразі це мережа турагентств TUI спільно з “Галопом по Європах”, яка має 46 офісів. Мережа агенцій “Гарячі тури” заснована у 2003 р., налічує 135 офісів. Мережа магазинів “Гарячі путівки” заснована у 1998 р., включає 177 офісів. Мережа агенцій “Поехали с нами” – 85 офісів (заснована у 2005 р.). З 2010 р., після реорганізації, виникла мережа Turtess Partners – 55 офісів. Крім того, дістали розвитку мережа агенцій “Соната” (16 офісів), мережа агенцій “Тез Тур Рітейл” (24 офіси), мережа турагентств “Феєрія мандрів” (32 власних агентства), проєкт Києвнештура “Сеть туристических агентств “KVT” (12 агентів), мережа тур агентств “Куда Угодно” (11 власних офісів), мережа турагентств “JOIN UP” (35 власних офісів = 3000 агентів), мережа туристичних агенцій “Уповноважене агентство Coral Travel” (112 офісів). Сформувалися дві віртуальні мережі – мережа незалежних агентств “Смайл-тур” та мережа віртуальних агентств IT-tour. Все це свідчить про розвиток важливої компоненти соціального капіталу сфери туризму – відносин партнерства у мережах туристичних підприємств.

Таким чином, свідомий розвиток відносин відповідального партнерства в туристичних мережах як поєднання довіри та відповідальності, компоненти соціального капіталу сфери туризму дозволяє доповнити існуючу класифікацію форм партнерства (соціальне, міжцивілізаційне, міждержавне, державно-приватне, внутрішньокорпоративне).

Державно-приватне партнерство, як свідчить світовий досвід, є суспільно-необхідним механізмом взаємодії влади і бізнесу, конструктивні результати реалізації якого досягнуті в багатьох регіонах України.

Важливою передумовою дослідження державно-приватного партнерства є встановлення системи принципів, які виступають фундаментом таких досліджень. До найважливіших принципів державно-приватного партнерства слід віднести наступні: рівність перед законом державних та приватних партнерів; заборона будь-якої дискримінації прав державних чи приватних партнерів; узгодження інтересів державних та приватних партнерів з метою отримання взаємної вигоди; незмінність протягом усього строку дії договору, укладеного в рамках державно-приватного партнерства, цільового призначення та форми власності об'єктів, що перебувають у державній або комунальній власності чи належать Автономній Республіці Крим, переданих приватному партнеру; визнання державними та приватними партнерами прав і обов'язків, передбачених законодавством України та визначених умовами договору, укладеного у рамках державно-приватного партнерства; справедливий розподіл між державним та приватним партнерами ризиків, пов'язаних з виконанням договорів, укладених у рамках державно-приватного партнерства; визначення приватного партнера на конкурсних засадах, крім випадків, встановлених законом [2].

Змістовна сутність державно-приватного партнерства вимагає віднести до його суттєвих ознак наступні: забезпечення вищих техніко-економічних показників ефективності діяльності, ніж у разі здійснення такої діяльності державним партнером без залучення приватного партнера; довготривалість відносин (від 5 до 50 років); передача приватному партнеру частини ризиків у процесі здійснення державно-приватного партнерства; внесення приватним партнером інвестицій в об'єкти партнерства із джерел, не заборонених законодавством [2].

Розвиток туристичного бізнесу є одним з важливих аспектів економічної політики України, про що свідчить затвердження Кабінетом Міністрів Державної цільової соціальної програми розвитку в Україні спортивної і туристичної інфраструктури на 2011–2022 рр. Залучення в цьому контексті достатнього обсягу інвестиційних ресурсів на засадах партнерства могло б слугувати основою для забезпечення потенціалу економічного зростання держави в цілому, окремих регіонів, підприємств і домогосподарств. Для вирішення проблем державно-приватного партнерства в Україні створена відповідна законодавча база і, таким чином, створено підґрунтя для співробітництва державного та приватного секторів з метою підвищення конкурентоспроможності та залучення інвестицій в економіку.

Не зважаючи на окремі приклади співпраці, Україна знаходиться ще на початковому етапі формування таких відносин, їхні моделі ще не набули характерних рис та ознак. Тому необхідно створення таких механізмів регулювання відносин приватно-державного партнерства, що дозволять повноцінно використовувати власний потенціал. Тобто потрібно визначитися, яким чином, через які механізми держава має впливати на процеси, які вона, в силу різних причин, не може контролювати повною мірою, але які вона із стратегічних причин мусить контролювати. Державно-приватне партнерство передбачає державне втручання в діяльність із залученням суб'єктів економіки регіонів, що дає їм усім істотні переваги. При цьому важливо, щоб таке втручання призвело до підвищення ефективності використання поки що обмежених ресурсів туристичної галузі та слугувало формою для її подальшого розвитку. У туристичній галузі одним із таких видів співпраці є розвиток кластерної моделі, що передбачає поєднання державних програм та приватних проєктів в одній системній моделі, сприяє підвищенню рівня послуг, що надаються споживачам, залученню громади до вирішення соціальних проблем, ефективності використання коштів у регіонах. Метою таких поєднань є досягнення нового рівня конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг за рахунок скоординованих дій членів кластера. Модель туристичного кластера передбачає наявність декількох обов'язкових компо-

ментів: власне туристичної сфери, куди входять туристичні фірми, підприємства готельного господарювання, об'єкти рекреаційно-курортного профілю, атракції та природно-заповідного фонду; виробничої сфери, яка об'єднує виробників продукції, що має пряме або опосередковане відношення до туристичної діяльності; науково-освітньої сфери, що охоплює освітні заклади, здатні забезпечити потреби у висококваліфікованих кадрах, та наукові установи, які відповідають за стратегію розвитку, проводять маркетингові дослідження та рекламні акції; управлінської сфери, яка об'єднала представників фінансових інститутів та органів державного управління і влади, які координують дії учасників об'єднання.

Висновки. Таким чином, розвиток у сфері туризму України державно-приватного партнерства потребує свідомого використання світового досвіду партнерства у різноманітних його формах. Подальші наукові дослідження пов'язані з проблемами розвитку відносин соціального та людського капіталу в сфері туризму.

Література

1. Горішевський П. Ми завжди раді поділитися набутих досвідом і бачити у себе гостей / П. Горішевський // Туризм сільський зелений. – 2013. – № 1. – С. 2–9.
2. Закон України “Про державно-приватне партнерство” від 1.07.2010 № 2404–VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>
3. Каталог “Найкращі пропозиції для відпочинку” TUI. – 40 с.
4. Михайличенко Г. І. Інноваційний розвиток туризму : монографія / Г. І. Михайличенко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 608 с.
5. Рифай Т. Звернення до учасників, гостей і організаторів XX Ювілейного Міжнародного туристичного салону “Україна 2013” [Електронний ресурс] / Т. Рифай. – Режим доступу: <http://www.ukraineitm.com.ua/upload/UITM%202013%20UNWTO%20welcome.pdf>
6. Яковец Ю. В. Глобальные экономические трансформации XXI века : монографія / Ю. В. Яковец. – М. : Экономика, 2011. – 382 с.

References

1. Horishevskiy P. My zavzhdy radi podilytycia nabutym dosvidom i pobachyty u sebe hostei / P. Horishevskiy // Turyzm silskiy zeleniy. – 2013. – № 1. – P. 2–9.
2. Zakon Ukrayiny “Pro derzhavno-pryvatne partnerstvo”. № 2404–VI [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupa: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2404-17/>
3. Katalog “Najkrashhi propozyyciyi dlya vidpochynku” TUI. – 40 p.
4. Myxajlychenko G. I. Innovacijnyj rozvytok turyzmu / G. I. Myxajlychenko. – Kyiv : Kyivskiy natsionalnyi torhovo-ekonomichnyi universytet, 2012. – 608 p.
5. Ryfay T. Zvernennya do uchasnykiv, gostej i organizatoriv XX Yuvilejnogo Mizhnarodnogo turyshtchnogo salonu “Ukrayina 2013” [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupa: <http://www.ukraineitm.com.ua/upload/UITM%202013%20UNWTO%20welcome.pdf>
6. Yakovecz Yu. V. Globalnye ekonomicheskiye transformacyi XXI veka / Yu. V. Yakovecz. – Moscow, Ekonomika, 2011, 382 p.

Надіслана/Written: 5.06.2014 р.
Надійшла/Received: 8.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Проводиться теоретичне дослідження категорії структурна політика держави. Аналіз та узагальнення літературних джерел дозволили сформулювати основну мету і завдання структурної політики держави для сучасного етапу розвитку економічних відносин.

Ключові слова: структура, структурна політика держави, вид економічної діяльності, структурні зрушення, структурні зміни.

L. V. GRYNEVYCH

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

THE THEORY OF STATE STRUCTURAL POLICY FORMATION

Abstract – In this article a theoretical study of the structural policy of the state category. Analysis and synthesis of the literature allowed us to formulate the main purpose and objectives of the structural policy of the state to the present stage of development of economic relations.

The main tasks of state restructuring are as follows: the formation of innovative models of economic development; enterprise restructuring and technological modernization of production; strengthening the social orientation of the economy; increase the competitiveness of domestic production of products and increase the export potential of the final product; develop an integrated and capacious domestic market; development of effective regional economic structure. Their implementation will allow for structural changes as soon as possible, as well as with minimum losses for both the state and society. The purpose of this paper is the analysis and synthesis of the literature on the problem of the formation of the structural policy of the state in modern conditions.

Key words: structure, structural policy of the state, economic activity, structural changes, structural changes.

Постановка проблеми. Економічна система, що склалася в Україні за період незалежності, являє собою своєрідний результат розширення масштабів поділу праці і поглиблення спеціалізації в різних галузях і видах економічної діяльності. За оцінками вітчизняних і зарубіжних експертів – економістів сучасна економіка формується під сильним впливом науково-технічного прогресу, з одного боку, та змінами, які відбуваються в соціально – трудовій сфері з іншого. Така ситуація призводить до появи структурних змін в економіці, що призводить до посилення структурних зрушень і як наслідок до структурної перебудови у народному господарстві [3–6]. В таких умовах виникає необхідність розробки і впровадження державних заходів спрямованих на регулювання процесів, що відбуваються в народному господарстві з метою пом'якшення наслідків від такого роду змін. Таким чином, дослідження проблем пов'язаних з розробкою і формуванням структурної політики в державі є актуальним питанням.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед вчених економістів проблемами структурної політики займалися, Г. Фельдман, М. Кондратьєв, О. Ноткін, Я. Кронрод, О. Анчишкин, Ю. Яременко, А. Аганбегян, К. Вальгух, Р. Гранберг. Дослідження цих фахівців базувалися на припущенні про планомірний характер формування пропорцій суспільного відтворення.

Серед російських вчених можна виділити, наприклад, М. Узяков, А. Веренікін, Д. Волошин, Р. Дзарасов, Я. Дубенецький, Г. Літвінцев, О. Пчелінцев, В. Сальніков, О. Романов, А. Татаркин. Предметом їхніх досліджень є головним чином структурна політика в період ринкової трансформації.

У західній економічній науці питаннями, пов'язаними з державним впливом на структурні зміни в народному господарстві країни займалися: Р. Балдвин, П. Кругман, Дж. Стігліц, А. Діксіт, Г. Гроссман, Дж. Бхагваті, Л. Вестфол, Б. Бора, С. Лолл, Г. Пак, М. Ноланд, А. Моді, В. Корден, Р. Аути, Дж. Зісман, Т. ДіЛоренцо, Р. Вейд, Г. Ченг, Б. Козакофф, А. Рамос, П. Сірлін та ін.

Дослідження проблеми формування структурної політики в Україні представлені в роботах таких українських вчених як: Ю. Архангельський, Ю. Бажал, А. Гальчинський, В. Гейц, С. Данилишин, С. Дорогунцов, П. Єщенко, В. Коломойцев, В. Кононенко, І. Лукінов, Л. Чернюк, А. Чухно, І. Ястремського.

Формулювання цілі статті. Метою статті є аналіз та узагальнення літературних джерел з проблеми формування структурної політики держави в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. З появою диспропорцій у структурі економіки виникає необхідність розробки комплексу заходів, спрямованих на балансування структурних зрушень, що з'явилися, тобто формування структурної політики в державі. Насамперед, це слід робити, коли ринок не в змозі самостійно виправити дані структурні аномалії і як наслідок, фактично уповільнює економічний розвиток країни. І хоча наявність диспропорцій саме по собі не дозволяє зробити висновку про необхідні заходи державного втручання, воно служить дуже важливим індикатором необхідності структурних перетворень в економіці. Таким чином, дослідження структури економіки дозволяє судити про позитивність структурних змін як щодо її попереднього стану, так і щодо показників розвинених країн.

В економічній літературі під структурною політикою розуміють сукупність державних заходів, орієнтованих на управління рухом економічних ресурсів і встановлення структурних параметрів національної економіки, необхідних для підтримки динаміки макроекономічного і сталого економічного зростання [1, 2, 7, 8].

В економічній літературі виділяють три основних концепції, на яких формується структурна політика держави [3–5]: 1) про “обмеження держави”. Держава втручається у функціонування ринку лише тоді, коли він не може самостійно подолати розбіжності, що виникли; 2) про “залучення держави”. Держава розробляє і реалізує довгострокову програму структурної політики; 3) про “прагматичність держави”. Рішення щодо ступеня впливу держави на структуру ринку приймається з урахуванням можливих соціально-економічних і політичних наслідків.

До концептуальних орієнтирів структурної перебудови економіки України, які створюють умови для її здійснення можна віднести: подолання технічної і технологічної відсталості та оновлення основних фондів; підтримання вітчизняного виробника в боротьбі за підвищення конкурентоспроможності випущеної ним продукції; пошук альтернативних джерел ресурсів з метою зменшення впливу імпорتنих на вітчизняних товаровиробників; скорочення трудо-, енерго- і матеріаломістких галузей товарних груп; збільшення кількості ресурсозберігаючих виробництв і галузей з інноваційними виробництвами на всіх рівнях народного господарства; створення розвиненого споживчого сектора; зниження негативних наслідків від структурних перетворень на ринку праці; підвищення соціальної орієнтації економіки; зниження (підвищення) рівня внутрішньої заборгованості економіки за рахунок переорієнтації засобів виробництва галузей машинобудування, металургійної та хімічної промисловості на більш повне задоволення потреб міжгалузевої кооперації; спеціалізація в міжнародному поділі праці, прискорення розвитку виробництв, здатних поліпшити експортний потенціал України. Регулювання структурних змін в економіці є завданням структурної політики. У широкому розумінні структурна політика держави – це обґрунтування цілей і характеру структурних перетворень, визначення комплексу заходів щодо підтримки розвитку тих елементів економічної системи, які забезпечують економічне зростання і вирішення актуальних проблем сьогодення [1, 2, 7, 8].

У літературі виділяють два види формування структурної політики в державі: пасивна та активна.

Реалізація пасивної структурної політики полягає в тому, що держава створює правову базу для вільного переливу капіталу і праці з одного виду економічної діяльності в інший при цьому, безпосередньо не втручаючись в ці процеси. Тобто структурні зміни відбуваються внаслідок змін у нормах прибутку. У ситуації якщо в певному виді діяльності попит перевищує пропозицію, то в ньому норма прибутку зростає, при цьому відбувається вилучення капіталу власниками з цих видів діяльності і перенесення в ті, де висока норма прибутку. Виробництво товарів цього виду діяльності збільшується, і пропозиція їх поступово починає перевищувати попит, у свою чергу норма прибутку в цьому виді діяльності спочатку знижується до середньої величини, а потім стає менше середньої. І процес повторюється знову: власники капіталів починають вилучати їх з цього виду діяльності та вкладати в інший, де норма прибутку стає вище середньої. Ринкове саморегулювання забезпечує відповідну вимогам ринку структуру економіки.

При здійсненні активної структурної політики держава за допомогою системи заходів і засобів впливає на прискорення прогресивних структурних зрушень, які включають: стимулювання переливу капіталу в пріоритетні галузі; стимулювання розвитку галузей, які прискорюють впровадження досягнень науково – технічного прогресу; захист і надання фінансової допомоги галузям, які перебувають у стані занепаду і вимагають докорінної реконструкції виробничого апарату; згортання частини виробництв в депресивних галузях; розробка на державному рівні довгострокових планів, цільових програм, національних проектів для вирішення актуальних проблем структурної перебудови, а також програм підготовки та перепідготовки робочої сили, створення робочих місць і т.п. Для визначення моделі структурної політики і обґрунтування заходів щодо зміни структурних елементів застосовуються три варіанти рішень [1, 2, 7, 8]:

1. Стратегія обмеженого зростання. Для неї характерне встановлення цілей “від досягнутого” рівня.
2. Стратегія необмеженого зростання. Здійснюється через значне перевищення рівня коротко- і довгострокових цілей розвитку над рівнем фактичного стану базового періоду.
3. Стратегія скорочення. Цілі на майбутнє встановлюються на рівні, нижчому в порівнянні з фактичним станом базового періоду.

Вибір моделі структурної політики залежить від того яку позицію обрано державою спочатку: або вона пасивно бере участь в процесах структурних змін, або активно. При цьому необхідно враховувати той факт, що здійснення структурних змін носить тривалий характер і вимагає значних витрат різного виду ресурсів, що тягне за собою додаткові витрати. Тому проведення структурних змін має здійснюватися на основі продуманої і зваженої програми розвитку, яка дозволяє охопити всі основні моменти реалізації.

Структурна перебудова передбачає реалізацію наступних етапів:

1. Стабілізація економіки держави в цілому за рахунок уповільнення темпів спаду виробництва та зниження темпів зростання інфляції.
2. Забезпечення економічного зростання в економіці держави за рахунок активізації інноваційної та інвестиційної діяльності, розвиток господарських зв'язків через більш ефективну схему формування торгового балансу і зміцнення бюджетно-фінансової та грошово-кредитної незалежності.
3. Становлення раціональної структури економіки через стабільне та ефективне функціонування важливих її систем і створення умов для підвищення якості життя населення, активної мотивації до трудової та підприємницької діяльності та рівноправного партнерства країни у світовому економічному просторі.

На практиці структурна політика виступає як сукупність всіх державних заходів. Які цілеспрямовано стимулюють структурні зміни в економіці у відповідності з основними напрямками структурної перебудови. Розрізняють галузеву і регіональну структурну політику. Об'єктом державного регулювання у галузевій

структурній політиці виступають підприємства певних видів економічної діяльності або виробництва. У регіональній структурній політиці об'єктом регулювання виступають економічно відсталі райони, які держава хоче підтягнути до середнього по країні рівня розвитку. За останній період з'явилося самостійне ланка економічної політики – технологічна структури, яка спрямована на підтримку науково-технічного прогресу, як основи структурні змін. При формуванні структурної політики особлива увага приділяється вибору пріоритетних напрямів розвитку окремих галузей, видів економічної діяльності, видів виробництв економічних районів. При виборі слід враховувати стадію індустріального розвитку країни і відповідно розвивати трудові, капітало- або наукомісткі галузі.

У межах структурної політики паралельно з визначенням пріоритетних напрямів розвитку економіки розробляється і реалізується система заходів державного впливу, яка включає: стимулювання переливу праці та капіталу з одних видів економічної діяльності в інші; скорочення частини виробничого апарату депресивних галузей і виробництв; розробку довгострокових планів, цільових програм, національних проектів метою яких є вирішення актуальних проблем структурної перебудови, в тому числі і програм з підготовки та перепідготовки робочої сили, створення нових робочих місць; рішення задачі концентрації капіталу в капіталомістких напрямках структурної перебудови національної економіки.

В останні роки більшість країн концентрують всю увагу на прогресивних галузях, так як структурний ефект від розвитку наукомістких галузей включає не тільки формування і розвиток їх самих, але і широке освоєння технології і продуктів високої технологічної складності традиційними галузями.

Таким чином, забезпечити макроекономічні пропорції можливо за рахунок стабілізації економіки, тобто виведення її зі стану кризи через поступове нарощування темпів і збільшення обсягів виробництва товарів і послуг за всіма видами економічної діяльності, що сприятиме зростанню валового внутрішнього продукту і як слідства і валового національного продукту; збільшення частки валового нагромадження основного капіталу, що забезпечить ефективне використання національного доходу; поліпшення структури валового продукту за рахунок збільшення частки споживчих товарів; прискорення розвитку невиробничої сфери з одночасним збільшенням її частки у валовому випуску; вдосконалення структури валового внутрішнього продукту за рахунок збільшення в ньому частки фінансового та державного секторів.

Висновки. На сьогодні у державі відбувається структурна перебудова економіки, основною метою якої є формування сучасної, ефективної, раціональної та екологічно безпечної структури та створення конкурентоспроможного вітчизняного виробника. Основними її завданнями є формування інноваційних моделей розвитку економіки; реструктуризація підприємств і технологічне оновлення виробництва; посилення соціальної орієнтації економіки; підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції і збільшення експортного потенціалу кінцевого продукту; створення цілісного і ємного національного ринку; формування ефективних регіональних структур економіки. Їх реалізація дозволить провести структурні зміни в найкоротші терміни з мінімальними втратами для держави і суспільства. Подальші дослідження у сфері формування структурної політики доцільно проводити з використанням досвіду країн з розвинутою економікою.

Література

1. Большая Советская Энциклопедия : в 30 т. / под ред. А. Прохорова. – М. : Сов. энциклопедия, 1976.
2. Борисов А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 2003. – 895 с.
3. Глазьев С. Теория долгосрочного технико-экономического развития / С. Глазьев. – М. : ВлаДар, 1993.
4. Економічна політика : навч. посібник / О. О. Беляев (кер. кол. авт.), А. С. Бебело, М. І. Диба та ін. – К. : КНЕУ, 2004. – 287 с.
5. История экономических учений / под общ. ред. А. Худокормова. – М. : ИНФРА-М, 1998.
6. Кондратьев Н. Большие циклы экономической конъюнктуры : хрестоматия по экон. теории / Н. Кондратьев. – М. : Юрист, 1997.
7. Ожегов С. Толковый словарь русского языка / С. Ожегов, Н. Шведова. – М. : Русский язык, 1994.
8. Словарь современной экономической теории Макмиллана. – М. : ИНФРА-М, 1997.

References

1. Bolchaya Sovetskay Ensiklopedia : v 30 t. / pod red. A. Proxorova. – M. : Sovetskay ensiklopedia, 1976.
2. Boricov A. B. Bolchou ekonomicheskij slovar. – M. : Knigniy mir, 2003. – 895 s.
3. Glaziev S. Teorii dolgosrochnogo tehniko – ekonomicheskogo razvitiya / S. Glaziev. – M. : VlaDar, 1993.
4. Ekonomichna politika : navch. posibn. / O. O. Beliaev (ker. kol. avt.), A. S. Bebelo, M. I. Duba ta in. – K. : KNEU, 2004 – 287 s.
5. Istorija ekonomicheskix ucheniy / pod obch. red. A. Xudokormova. – M. : INFRA-M, 1998.
6. Kondratiev N. Bolchie ciklu ekonomicheskoy konunkturu / N. Kondratiev / Xrestomatia po ekonomicheskoy teorii. – M. : Urst, 1997.
7. Ojogov S. Tolkoviy slovar russkogo yazika / S. Ojogov, N. Chvedov. – M. : Russkiy yazik, 1994.
8. Slovar sovremennoy ekonomicheskoy teorii Makmilana. – M. : INFRA-M, 1997.

Надіслана/Written: 5.06.2014 р.
Надійшла/Received: 8.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО СТАНУ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ

Проведено аналіз ситуації, яка складається на ринку праці за сучасних умов. Особливо наголошується, що сучасний ринок праці має значний дисбаланс між попитом на робочу силу та її пропозицією. Доведено необхідність прогнозування змін у кон'юнктурі на ринку праці з метою зменшення існуючих диспропорцій за рахунок формування зваженої державної політики в цій сфері.

Ключові слова: ринок праці, попит, пропозиція, кон'юнктура ринку праці, державне регулювання ринку праці.

O. M. KRASNONOSOVA, D. A. PEDORENKO
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF THE LABOR MARKET IN UKRAINE

Abstract – The paper analyzes the situation that is developing in the labor market in modern conditions. Emphasizes that the current labor market has a significant imbalance between the demand for labor and its supply. The necessity to predict changes in the situation on the labor market in order to reduce existing disparities by forming a balanced state policy in this sphere. The purpose of this paper is an analytical study on the situation on the labor market in Ukraine. Thus, in modern conditions of development of market relations in Ukraine needs to clearly formulate the main steps of the state employment policy, directing it to ensure full, productive and freely chosen activity and social protection of the population. Such policies should be based on a holistic approach involving all elements of the balanced regulation of the labor market.

Key words: labor market, demand, supply, labor market conditions, government regulation of the labor market.

Постановка проблеми. Роки побудови незалежної держави та реформування економіки України характеризуються відсутністю вирішення на належному рівні проблем формування та прогнозування кон'юнктури ринку праці. Якщо моделі ринку праці розвинених країн є результатом еволюції соціально-економічних відносин, то в Україні це швидше набір спонтанних явищ та дій. Такого висновку можна дійти аналізуючи той факт, що ринок праці є розбалансованим та слабо регульованим з боку державних органів влади. Процеси глобалізації та євроінтеграції вимагають від науковців глибокого теоретичного аналізу та осмислення загальних закономірностей становлення й функціонування цивілізованого ринку праці, а отже вирішення проблем пов'язаних з розбалансуванням на ринку праці між попитом та пропозицією за рахунок прогнозування зміни ринкової кон'юнктури.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні та практичні аспекти дослідження ринку праці знайшли своє відображення у наукових працях зарубіжних і вітчизняних вчених-економістів: А. Вагнера, П. Гейка, П. Друкера, В. Зомбарта, Ф. Лассала, П. Момберта, М. Портера, В. Репке, А. Бутенка, С. Гаркавенко, В. Карпова, Є. Крикавського, В. Кучеренка, Л. Іванової, С. Скибінського, А. Старостіної.

Метою статті є аналітичне дослідження кон'юнктури на ринку праці в Україні.

Виклад основного матеріалу. За оцінками більшості науковців, формування кон'юнктури ринку праці є багатоаспектним процесом, який у кожній країні обумовлюється своїми особливостями національного розвитку: для одних країн – це демографічна або міграційна ситуація, для інших – динаміка виробництва, інвестиційних процесів, інституційних, структурно-технологічних змін. Вивчення світового досвіду аналізу ринку праці та найбільш поширених форм його нерівноваги – дефіциту робочої сили і безробіття – є актуальною науковою задачею. В даний час недостатньо приділяється уваги застосуванню цього досвіду у вітчизняній економічній практиці. Класичні теорії, які описують вплив на збалансованість ринку праці рівнів заробітної плати, сукупного попиту, інвестицій, інфляції та інших факторів є досить відомими у вітчизняній науці. Закономірності, що виведені зарубіжною наукою для власних національних економік, не можуть бути механічно, без коригувань, прикладені до української реальності. Тому необхідно враховуючи досвід закордонних держав щодо балансування ринку праці сформувати власну систему, яка дозволить на основі прогнозу вчасно вносити корективи у його діяльність як у поточному періоді, так і у перспективі.

За час розвитку української держави національний ринок праці пройшов декілька етапів свого становлення, що дозволило сформувати власний підхід до формування його кон'юнктури. Значний вплив на ці процеси здійснила світова фінансова криза 2007 р., що спричинила появу негативних тенденцій у розвитку, як світового, так і національного ринку праці. За оцінками експертів найбільш напруженими для України були 2008–2009 рр. кризи [4–5]. За даними Державної служби статистики України, у середньому за 2013 р. чисельність зайнятого населення у віці 15–70 років, порівняно з 2012 р., збільшилася на 49,8 тис. осіб та становила 20,4 млн осіб. Зростання чисельності зайнятого населення відбулося як серед сільського населення – на 35,2 тис. осіб, так і у міській місцевості – на 14,6 тис. осіб. За статевою ознакою, зростання зайнятості населення спостерігалось серед чоловіків (на 48,5 тис. осіб), а серед жінок (на 1,3 тис. осіб). Рівень зайнятості населення зріс з 59,7 % у 2012 р. до 60,3 % у 2013 р. Зростання цього показника спостерігається як серед міського населення (з 58,5 % до 58,9 %) так і мешканців сільської місцевості (з 62,7 % до 63,5 %), а також серед чоловіків (з 65,2 % до 65,9 %) та жінок (з 54,8 % до 55,3 %) [6].

Чисельність безробітних в середньому за 2013 р. зменшилася на 80,7 тис. осіб і становила 1,6 млн осіб. Зменшення чисельності безробітних відбулося серед міського (на 74,9 тис. осіб) та сільського населення (на

5,8 тис. осіб), а також спостерігалось серед чоловіків (на 55,5 тис. осіб), та жінок (на 25,2 тис. осіб). Рівень безробіття населення віком 15–70 років, визначений за методологією Міжнародної організації праці (МОП), знизився з 7,5 % до 7,2 % економічно активного населення. Рівень безробіття скоротився як серед чоловіків (з 8,5 % до 8,0 %), так і серед жінок (з 6,4 % до 6,2 %). У сільській місцевості рівень безробіття знизився з 7,4 % до 7,3 %, а у міських поселеннях – з 7,6 % до 7,1 % економічно активного населення.

Помірне відновлення економіки не дозволяє суттєво поліпшити ситуацію на ринку праці, і чисельність зайнятого населення віком 15–70 років за підсумками 2013 р. не перевищить рівень 2000 р., коли чисельність зайнятого населення була найбільшою за роки економічного зростання.

Тенденції у сфері зайнятості населення в Україні кардинально відрізняються від тих, які спостерігаються у більшості інших країн світу. Навіть у пік падіння виробництва кількість офіційно зареєстрованих безробітних не перевищила безпечний рівень. У січні 2009 р., коли промисловість досягла “дна”, показник безробіття склав лише 3,2 % [7].

Кількість незайнятих громадян, які перебували на обліку в державній службі зайнятості, зростає з 740,3 тис. осіб на 1 квітня до 832,3 тис. осіб на 1.05.2014 р. За останніми даними, у загальній кількості вільних робочих місць (вакантних посад) кожне п'яте було на підприємствах переробної промисловості, шосте – у державному управлінні, кожне дев'яте – на підприємствах торгівлі та ремонту автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку та операцій з нерухомим майном, оренди, інжинірингу та надання послуг підприємцям.

Виходячи із зазначеного, для організації робочих місць і підвищення рівня зайнятості населення головним є розвиток промисловості, яка має базуватись на нових технологіях, з урахуванням вимог часу, а для цього потрібні капітальні вкладення, одною з таких форм вкладення є інвестиції.

Наявність структурної диспропорції між попитом на робочу силу та її пропозицією за професіями є чинником, що обмежує можливості працевлаштування безробітних і задоволення потреб роботодавців у працівниках. Найбільша потреба підприємств була у кваліфікованих робітниках з інструментом (19 % від загальної кількості вільних робочих місць на кінець грудня 2013 р.), у сфері торгівлі та послуг (13,3 %), у працівниках найпростіших професій (13,1 %), у робітниках з обслуговування, експлуатації та контролювання за роботою технологічного устаткування, складання устаткування та машин (12,6 %) [3–5].

Складна ситуація на ринку праці в Україні, що була характерна для 2013 року, зберігається й у новому 2014 р., хоча є і позитивні зрушення. З початку року в Україні стала зростати кількість робочих місць і у 2014 р., за оцінками експертів, це число виросте ще більш ніж на 20 %. Нарощують обсяги виробництва і відкривають нові виробництва з набором штату промислові підприємства, що спеціалізуються на виробництві продуктів харчування, побутової хімії тощо. Цей процес буде продовжуватись й у 2014 році.

За оцінками експертів з ринку праці, незважаючи на дуже складну ситуацію у виробництві будівельних матеріалів саме ця галузь буде активно оживати і відкривати нові вакансії. Проте, залишиться досить складною ситуація на ринку праці в галузях, орієнтованих на експорт: металургійній, машинобудівній, хімічній та нафтопереробній. Їм із кризи не дозволяє вийти заборгованість експортерам по ПДВ, що досягла вже 20 млрд грн. Тому, наприклад, за даними рейтингового агентства “Експерт-рейтинг”, на металургійних комбінатах і заводах зараз співробітників на 50 % більше, ніж необхідно. Така ж ситуація складатиметься й на машинобудівних підприємствах [8].

У 2014 р. збільшилася кількість заявок на банківські професії. У поточному році активно підшукуються кризові менеджери, фахівці по роботі з позичальниками (проблемними кредитами). Також активно шукають бухгалтерів, фінансових аналітиків, комерційних директорів. До 70 % всіх вакансій в 2014 р. складають фахівці в торгівлі. Потреба в них вища, ніж в 2013, на 20 %. Однак такі фахівці потрібні в торговельно-сервісних центрах широкого продажу споживчих товарів, а не в автофірми чи компанії по збуту побутової техніки. Саме останні не матимуть потреби в нових кадрах – криза там буде тривати.

Сьогодні на ринку праці користуються великим попитом не офісні працівники, а фахівці технічних та робочих спеціальностей: інженери, електрики, слюсарі та інші. Важливо визначити для себе, результат якої вашої роботи влаштує не тільки вас, але й того, кому за цю роботу платити вам гроші. Зараз саме той час коли роботодавець потрібно переконати в тому, що вам буде за що платити. Але спочатку сам претендент перед співбесідою повинен бути впевнений у цьому на всі 100 %, тоді простіше буде переконати роботодавця, що ви йому потрібні. Чим більш цікава людям ваша професія і ваші вміння, тим більше ви будете отримувати за неї грошей, і чим краще ви зможете вирішити чийсь проблеми – тим більше за це заплатять.

У 2013 р. на ринку праці трапився цілий медичний бум. Медицина, безумовно, вимагає плинності кадрів з метою залишити гідних і досвідчених. Під час посиленого поширення інформації про епідемію на одного медика було по три запрошення на роботу, але 2011 рік перевернув ці показники навпаки: три медика на одну вакансію, якщо будуть взагалі ще вакансії після такого напливу посад. Потреба в рекламістах, РК-технологів та працівників ЗМІ зменшилась, але попит усе рівно залишається великим, чого не скажеш про рекламістів для бізнесу, там потрібні більше агенти з продажу та торговельні представники. Зріс попит на програмістів у зв'язку з запуском нових проектів на американських і європейських ринках. Приміром, українські компанії розгорнули активну діяльність в розробці ігрових додатків та програмного забезпечення для “iPhone” та інших виробників мобільних телефонів і портативної техніки.

Найбільш затребуваними фахівцями наприкінці 2013 р. були інженери-технологи, маркетологи, рекламісти, PR-фахівці, медпрацівники, ветеринари, менеджери з продажу, викладачі, програмісти бізнес-тренери, працівники ресторанного бізнесу, сфери харчування, працівники сфери послуг, фахівці в галузі страхування

Найменш затребувані фахівці листопада 2013 р.: фахівці з готельного господарства, туризму, юристи та бухгалтери, фінансисти, банківські працівники. Працівники сфери працевлаштування не рекомендують робити акцент на юридичну освіту, тому що після моди на юристів та економістів з 2000 р. ринок праці переповнений ними на десяток років наперед. Знизився попит на бухгалтерів, фінансистів, банківських працівників, тому що більшість підприємств закрилися і тепер їм не потрібен адміністративний персонал, який буде переглядати Інтернет-ресурси у пошуках роботи, ще до 2014 р. за найбільш оптимістичними прогнозами [9].

З моменту початку кризи під скорочення потрапило близько 70–80 % банківських службовців. Ще гірше справи у будівельників: звільнили близько 100000 осіб з цієї галузі, і очікується така ж цифра в цьому році.

В умовах поступової стабілізації економіки і зростання ВВП, організації почали розширюватися, в тому числі і залучати нових співробітників. Українське виробництво і ринки поступово починають набирати обертів, і з середини 2010 р. показують плавний приріст. Іноземні інвестори очікують змін, які настануть після приходу до влади будь-якої з політичних сил. Слід звернути увагу, що сьогодні на ринку праці великим попитом користуються не офісні працівники, а фахівці технічних та робочих спеціальностей: інженери, електрики, слюсарі та інші. Як і раніше затребуваними на ринку залишаються програмісти, легко можна працевлаштуватися фахівцям з великим досвідом роботи юристам, програмістам, бухгалтерам тощо. А от молодим спеціалістам знайти роботу досить складно. Більшість студентів (78 %) занепокоєна з приводу майбутнього працевлаштування, 2 % про це ще не замислювались, а 20 % студентів не хвилюються над своїм працевлаштуванням, проте 8 % із них не певні, що отримають бажану роботу. За цими даними видно, що у молоді немає надії на бажану роботу в майбутньому або взагалі не має надії на працевлаштування [3–5]. Причинами цього є як неефективна політика держави, так і низка інших проблем українського ринку праці. Їх вирішення можливе лише через реалізацію ефективного комплексу заходів щодо працевлаштування молоді.

Стан ринку праці є похідною від стану економіки держави в цілому, це аксіома. Тому, ринок праці в Україні залежить від останніх негативних подій в економіці: падіння ВВП більше як на 30 %, особливо в галузях промисловості та будівництва, рецесія економіки, інфляційні процеси, різке коливання курсів валют, зменшення доходів населення та купівельної спроможності. Всі ці фактори в 2009–2010 рр., так чи інакше, вплинули на стан ринку праці в Україні [1–3].

На сьогодні український ринок праці не збалансований, про що свідчать серйозний дисбаланс у першу чергу з боку попиту. Криза в економіці, закриття великих промислових підприємств ведуть до безробіття й одночасно до необхідності широкомасштабної перекваліфікації значної частини робочої сили. Розвиток ринку праці кваліфікованої робочої сили є нагальною потребою для забезпечення сталого людського розвитку. Для цього професійно-кваліфікаційна та освітня структура попиту та пропозиції на ринку праці має відповідати потребам ефективного функціонування економіки [3–5].

Найбільш характерною особливістю формування ринку праці в Україні є те, що воно проходить в умовах зростання пропозиції робочої сили і скорочення попиту на неї при деякому збільшенні попиту на висококваліфіковану працю. Виявлено, що формування ринку праці в Україні відбувалося в умовах погіршення ситуації у сфері зайнятості, а сам ринок праці поступово набував нових рис. По-перше, виникли суттєві деформації у відтворенні трудового потенціалу і структури зайнятості. По-друге, не дивлячись на певне погравлення на ринку праці, продовжувало зберігатися приховане безробіття. По-третє, підірвалася матеріально-технічна база зайнятості та її раціоналізація. Така ситуація значною мірою обумовлена тим, що темпи структурної перебудови економіки були недостатніми для створення нових робочих місць. Вибуття робочих місць переважало над введенням нових, а нові дуже часто створювалися на старій технологічній основі [2–4].

Аналіз змін в зайнятості населення і розвитку ринку праці протягом 1993–2013 рр., дозволяє виділити чотири етапи в процесах зайнятості населення України: 1993–1999 рр. – падіння активності населення, скорочення зайнятості і зростання безробіття як наслідок трансформаційного спаду в економіці; 2000–2002 рр. – зростання показників зайнятості при скороченні безробіття як результат початку економічного зростання; 2003–2005 рр. – незначне зростання економічної активності населення при несуттєвому скороченні безробіття і зростанні зайнятості; 2006–2013 рр. – зміцнення позитивних тенденцій розвитку ринку праці [7].

За даними статистичних спостережень було виявлено наступні особливості формування ринку праці: значний спад за період реформ економічної активності населення внаслідок працевіміграційних процесів і скорочення природного приросту населення, реструктуризація діяльності підприємств, скорочення державного сектора, зростання сфери послуг, недостатня інвестиційна активність і збереження при цьому значної частки фізично і морально застарілих основних засобів виробництва, дотаційність праці у більшості галузей економіки [7].

Варто зазначити, що всі процеси, які відбуваються на ринку праці нерозривно пов'язані з процесами підприємницької, грошово-кредитної, податкової, інвестиційної діяльності країни [1–4]. Тому пріоритетними напрямками розвитку українського ринку праці є: вдосконалення системи оплати праці, розширення можливостей отримання населенням офіційних основних і додаткових доходів, соціальна підтримка окремих груп; підвищення якості та конкурентоспроможності робочої сили; сприяння ефективним і доцільним переміщенням працездатного населення; запобігання зростанню безробіття через створення робочих місць за рахунок різних джерел фінансування, впровадження механізмів звільнення і перерозподілу зайнятих, перекваліфікація працівників, якісна освіта, реструктуризації економіки і піднесення вітчизняного виробництва; розробка та прийняття державою відповідних юридичних, трудових, фіскальних законодавчих актів [2–4].

Висновки. Таким чином в сучасних умовах розвитку ринкових відносин в Україні необхідно чітко сформулювати основні етапи проведення державної політики в сфері зайнятості, спрямовуючи її на забезпечення повної, продуктивної, вільно обраної діяльності і соціальний захист населення. В основі такої політики повинен лежати комплексний підхід, який передбачає збалансоване регулювання всіх елементів ринку праці.

Література

1. Акіліна О. В. Аналітичний огляд ринку праці в Україні / О. В. Акіліна // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 10. – С. 152–159.
2. Гриневич С. С. Формування і розвиток ринку праці в Україні, напрями його регулювання / С. С. Гриневич, О. І. Кавуза // Наук. вісн. Нац. лісотехніч. ун-ту України. – 2006. – № 163. – С. 172–175.
3. Демуш О. Б. Сучасні теоретико-методичні основи формування ринку праці / О. Б. Демуш // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – Т. : Економічна думка, 2005. – С. 113–122.
4. Лазоренко К. С. Роль, значення та особливості функціонування ринку праці на сучасному етапі / К. С. Лазоренко // Вісн. СНАУ. – 2010. – Вип. 5/1. – С. 5.
5. Милашенко Т. Т. Проблеми та особливості ринку праці в Україні / Т. Т. Милашенко // Вісн. КДПУ ім. М. Остроградського. – Вип. 6/2008 (53). – Ч. 1. – С. 139–141.
6. Офіційний сайт Державної служби зайнятості України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dcz.gov.ua/control/uk/statdatacatalog/list>
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Офіційний сайт рейтингового агентства “Експерт-рейтинг” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.expert-rating.com/>
9. Офіційний сайт Центра кадрового портала HeadHunter [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hh.ua/article/30?null>.

References

1. Akulin O. V. Analitichnyi oglyad runku praci v Ukraini / O. V. Akulin // Formuvannya runkovix vidnoscin v Ukraini. – 2008. – № 10. – S. 152–159.
2. Grinevicht S. S. Formuvannya I rozvitok runku praci v Ukraini, napriami ego reguluvannia / S. S. Grinevicht, O. I. Kavuzha // Naukovii visnik Nacionalnogo lisotexnicynogo universiteta Ukraini. – 2006. – № 163. – S. 172–175.
3. Demuch O. B. Suchasni teorotiko – metodichni osnovi formuvanny runku praci / O. B. Demuch // Ukraincka nauka: munule, cuchasne, maybutne. – Ternopil : Ekonomichna dumka, 2005. – S. 113–122.
4. Lazorenko K. S. Rol, znachennya ta osoblivosti funkcionuvanny runku praci na cuchasnomu etapi / K. S. Lazorenko // Vicnik SNAU. – Vip. 5/1. – 2010. – S. 5.
5. Milachko T. T. Problemu ta osoblivosti runku praci v Ukraini / T. T. Milachko // Vicnik KDPU im. M. Ostrogrdckogo. – Vup. 6/2008(53). – Chatina 1. – S. 139–141.
6. Oficini cayt Dergavnoy slygbu zaynyatosti Ukraini [Elektronniu recurs]. – Regim dostupu: <http://www.dcz.gov.ua>
7. Oficini cayt Dergavnoy slygbu statistici Ukraini [Elektronniu recurs]. – Regim dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Oficini cayt reutingovogo agenstva “Expert-rating” [Elektronniu recurs]. – Regim dostupu: <http://www.expert-rating.com/>
9. Oficini cayt Centra cadrovogo portala HeadHunter [Elektronniu recurs]. – Regim dostupu: <http://hh.ua/article/30?null>

Надіслана/Written: 5.06.2014 р.
Надійшла/Received: 8.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

СУЧАСНИЙ СТАН І ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ДЕПРЕСИВНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Розглянуто проблеми соціально-економічного розвитку регіонів України з метою впровадження шляхів ефективної фінансово-економічної політики регіонів. Запропоновано напрямки регіональної інвестиційної стратегії з метою підвищення показників соціально-економічного розвитку.

Ключові слова: депресивні регіони, соціально-економічний розвиток, інвестиційна стратегія, дестабілізація.

А. V. PETENKO

Donetsk State University of Management

CURRENT STATUS AND SOLUTIONS DEPRESSED REGIONS OF UKRAINE

Abstract – The paper discusses the problems of socio-economic development of regions of Ukraine in order to implement effective ways of financial and economic policy regions. Directions of regional investment strategy offer with the purpose of increase of indexes of socio-economic development.

The strategic direction of the industry have become depressed cities: the gradual elimination of the gap between the levels of social and industrial infrastructure of large cities, resulting in small towns have become more attractive to investors; deployment of new high-tech enterprises, the development of innovative parks.

Key words: depressed regions, socio-economic development, investment strategy, destabilization.

Постановка проблеми. Однією з актуальних проблем вітчизняної економіки є наявність значних диспропорцій у соціально-економічному розвитку регіонів. Створення стабільної економічної системи, забезпечення ефективних міжбюджетних відносин неможливо без подолання міжрегіональних відмінностей та усунення відсталості у розвитку окремих територій. Відсутність системних механізмів державного регулювання депресивних регіонів є однією з вагомих причин гальмування комплексного соціально-економічного розвитку регіонів виникнення та загострення багатьох соціальних проблем на регіональному рівні, подальшого збільшення міжрегіональної диференціації регіонального соціального розвитку за окремими його напрямками. Все це визначає актуальність дослідження сучасного стану розвитку регіонів України та пошуку шляхів стабілізації існуючої ситуації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Критерії виділення та характеристики депресивних територій наведені у багатьох публікаціях, а категорія “депресивні регіони” на різних рівнях обговорюється достатньо багато років. Пошукам вирішення проблем диспропорцій розвитку різних регіонів займалися вітчизняні вчені, зокрема Б.М. Гець, Бордун А.В., Л.І. Черняєв, В.С. Клебанова, Л.С. Евенко, В. Долечек, В. Коломійчук, Л.В. Смірнягін і Г.В. Білов. Більш детально депресивність регіональних територій проаналізував Ф.Д. Заставний. А.М. Новікова досліджувала європейський досвід подолання репресивності регіонів. Також цим питанням присвячено роботи І. Лексіна, І.Д. Тургель та інших науковців. Проте, велика кількість питань стосовно сучасного стану депресивних регіонів залишаються малодослідженими і потребують певної деталізації, що пояснюється трансформаційними перетвореннями і динамізмом економічних процесів.

Формулювання цілі статті. Дослідження сучасного стану депресивності регіонів України з метою впровадження шляхів ефективної фінансово-економічної політики та стабілізації розвитку країни в цілому.

Виклад основного матеріалу. В Україні основним законодавчим актом, який визначає правові, економічні та організаційні засади державної регіональної політики щодо розвитку регіонів та подолання депресивності територій є Закон України “Про стимулювання розвитку регіонів” [1]. Виділення та розробка напрямів розвитку депресивних регіонів є важливою частиною регіональної політики [2]. В її опрацюванні, реалізації, організаційному і правовому забезпеченні провідна роль належить державі. Це зумовлено програмним регулюванням розвитку депресивних регіонів.

Нерівномірне зростання виробництва і доходів по регіонах веде до однієї з серйозних проблем регіонального розвитку-проблемі міжрегіональної нерівності, яка виявляється в істотній різниці регіонів в об'ємах середньодушового виробництва і доходів населення, внаслідок чого з'являються багаті регіони з високим рівнем виробництва і життя населення і бідні регіони, що мають нижчий в порівнянні з першим рівень виробництва і доходів. Диспропорційність економічного і соціального розвитку регіонів як була раніше, так і зберігається у сьогоднішні. Це негативно впливає не тільки на розвиток окремо взятого регіону, але і на загальнодержавні тенденції економічного розвитку та встановлення єдиних соціальних стандартів для населення на всій території України.

Проведемо аналіз сучасного стану соціально-економічного розвитку регіонів за наступними показниками: валовий регіональний продукт, середній рівень заробітної плати, обсяги інвестицій в основний капітал та зареєстрований рівень безробіття, динаміка міграційних процесів. В результаті аналізу можливо зробити наступні висновки:

1. Спостерігається значна диференціація регіонів України за обсягами валового регіонального продукту в розрахунку на одну особу, зокрема, вищі за середні доходи у розрахунку на одну особу в 2012 році притаманні м. Києву – 97429 грн/люд., Дніпропетровській – 44650 грн/люд., Київській – 40483 грн/люд., Донецькій – 38907 грн/люд., Полтавській – 38424 грн/люд., Запорізькій – 30656 грн/люд. та Одеській – 27070 грн/люд. областям. В інших регіонах України обсяги валового регіонального продукту в розрахунку на одну особу нижчі, серед яких найнижчі у Чернівецькій – 14529 грн/люд. та Закарпатській – 17088 грн/люд. областях. Диференціація між найбільш доходними регіонами – м. Київ і найменш доходним – Чернівецькою областю, становить 6,7 рази [3].

За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, у 2013 р. найвищий показник економічного розвитку був у Кіровоградській, Дніпропетровській та Вінницькій областях, а найнижчим – у Чернігівській, Луганській та в АР Крим (рис. 1). Ця ситуація є незвичною, бо за даними 2012 року [4], Вінницька та Кіровоградська області були зі статусом депресивних регіонів та завдяки вмілої політики й орієнтування на сильні сторони територій, в цьому випадку збільшення обсягу виробництва сільськогосподарської продукції, ці області позбулися диспропорцій та зрівняли свої позиції з іншими перспективними регіонами.

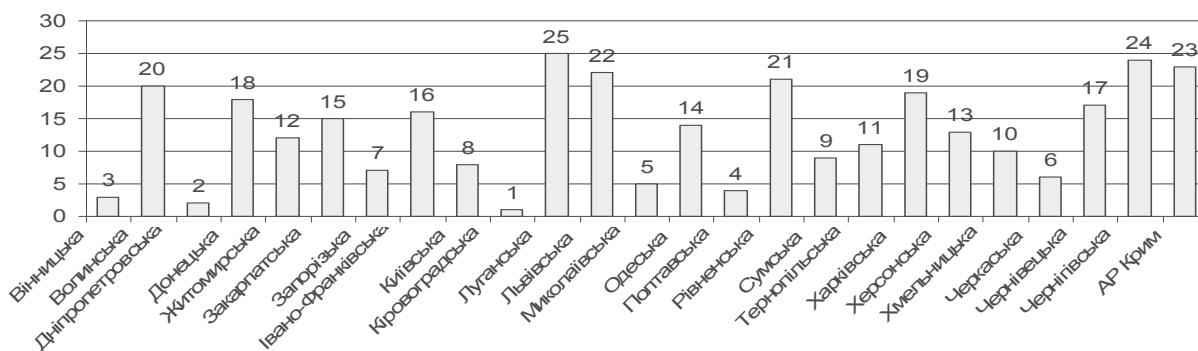


Рис. 1. Рейтинг регіонів за економічним розвитком у 2013 р.

2. Ефективність ринку праці – один з головних факторів благополуччя регіону. Цей показник включає індекс реальної заробітної плати, рівень зайнятості населення, рівень безробіття тощо.

Найвища середня заробітна плата та сталий розвиток ринку праці задіяно у Одеській області. Депресивними регіонами з дефіцитом робочих місць є Полтавська й Черкаська області. Для забезпечення зайнятості населення, з боку держави треба провести такі заходи: підтримку малого та середнього підприємництва, спрямованого на створення нових робочих місць з гідними умовами роботи; підвищення рівня заробітної плати; формування гнучкого ринку праці та посилення його соціальної спрямованості.

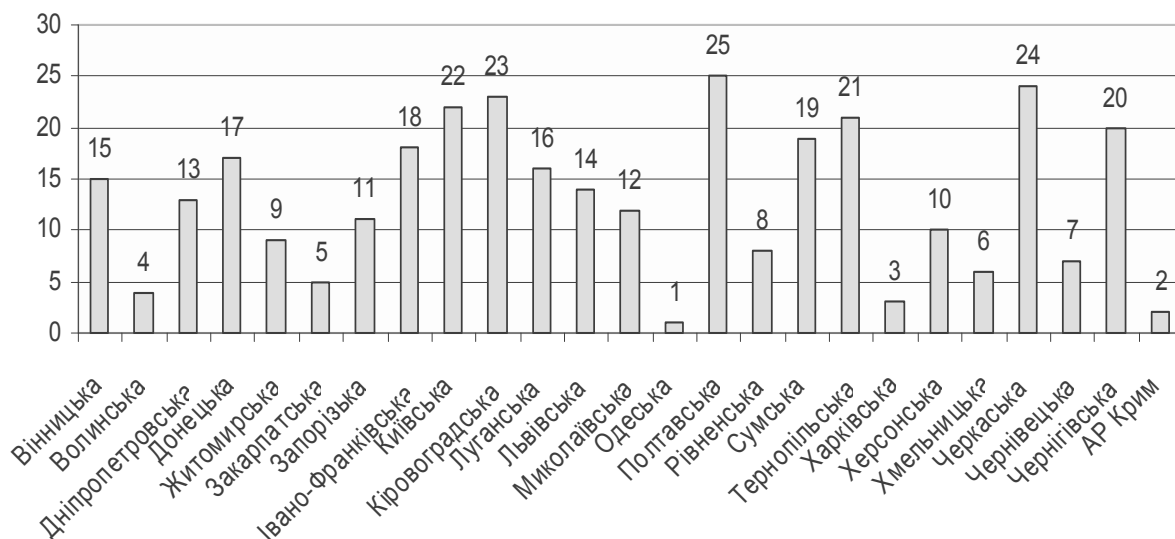


Рис. 2. Рейтинг ринку праці регіонів України у 2013 р. [4]

3. Не тільки економічними процесами визначається стан регіону, а ще його потенціалом – можливістю створювати нові технології та формувати інноваційно-інвестиційне середовище. За показниками 2013 р. (рис. 2), найтехнологічним районом стала Дніпропетровська область, за нею йдуть Київська та Луганська. У Києві почалася перша розробка новітніх технологій у 2011 р. був започаткований перший український інноваційний парк Bionic Hill, який є аналогом Кремнієвої долини [5]. Ключовими спеціалізаціями Bionic

Hill є: інформаційні технології, біотехнології, енергоефективність та енергозбереження. Вигоди для держави, зокрема регіону, від функціонування цього технопарку – нові робочі місця, інвестиції та технології, міжнародне співробітництво. Також Біоніс Hill створює постійне джерело грошових надходжень до держбюджету України та місцевих бюджетів.

Волинська область стала найбільш непривабливою для інвесторів у поточному році, тому треба розвивати ті галузі виробництва, які б були привабливими для споживачів та, перш за все, для інвесторів, також розробляти нові проекти, які б дозволили розширити сфери впливу.

Розподіл інвестицій в основний капітал за регіонами України є нерівномірним, що зумовлено їх різною інвестиційною привабливістю. В 2013 р. перші місця за інвестиціями в основний капітал посіли підприємства Києва – 64072,4 млн грн, що вище майже в три рази ніж в середньому по Україні. Наступні місця займають: Донецька обл. – 26933 млн грн та Дніпропетровська обл. – 20456,3 млн грн. Найнижчий рівень інвестицій в основний капітал спостерігався в 2013 р. в областях: Чернівецькій – 2127,2 млн грн, Закарпатській – 2331,4 млн грн. Пріоритетний розвиток одних областей веде до відсталості інших, що безпосередньо відбивається на обсягах інвестицій, що надходять до різних регіонів [5].

4. Регіональна диференціація гостроти безробіття тяжіє до великих міст. На рис. 3 зображено рівень безробіття по регіонах України.

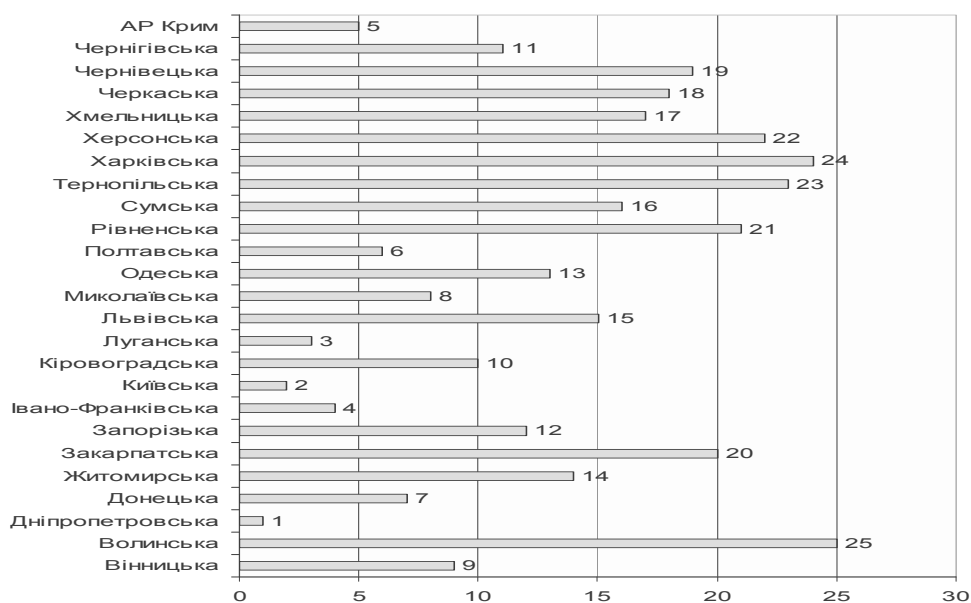


Рис. 3. Рейтинг регіонів з інвестиційної та інноваційної діяльності у 2013 р. [4]

В Донецькій області на грудень 2013 р. зареєстровано 106,8 тис. безробітних осіб, що складає 11,5 % від загальної кількості зареєстрованих безробітних в Україні (1439,7 тис. осіб). На другому місці знаходиться Дніпропетровська область з кількістю 106, тис. безробітних осіб, що складає 7,4 % від загальної кількості безробітних. Трохи відірвалася від лідерів по зареєстрованому безробіттю Харківська область – 87,8 тис осіб, що складає 6,1 %. Найменша кількість зареєстрованих безробітних була зафіксована в м. Севастополі і склала 10,9 тис. осіб, або 0,8 від загальної кількості безробітних по Україні. Тобто ми бачимо значну диференціацію безробіття по регіонах, одною з причин такого явища є рівень урбанізації міст [6].

5. Міграційний рух населення у січні 2014 р. у межах України найбільшим був у наступних областях: Донецька – 2539 осіб, Дніпропетровська – 2145 осіб, м. Київ – 2126 осіб та Харківська область – 1911 осіб. Найменший рух мігрантів у межах України біло зареєстровано в м. Севастополь та Закарпатській області, який склав – 158 та 473 особи відповідно [7]. Існує небезпека, що за обсягів міграції населення як у межах країни так і за межі, може порушитися єдність та внутрішня рівновага в суспільстві внаслідок труднощів взаємної адаптації корінного та прибулого населення, що ми спостерігаємо і сьогодні.

Таблиця 1

Групування регіонів України за рівнем диспропорційності соціально-економічного розвитку з урахуванням демографічних та міграційних чинників

| Група | Характерні тенденції, притаманні регіонам групи | Регіон |
|-------|---|--|
| 1 | Переважаю позитивна динаміка демографічних і міграційних показників та високі темпи зростання валового регіонального продукту | АР Крим, Волинська, Київська, Миколаївська, Тернопільська, Харківська області, м. Київ, м. Севастополь |
| 2 | Переважаю негативна динаміка демографічних і міграційних показників та високі темпи зростання валового регіонального продукту | Житомирська, Кіровоградська, Полтавська, Черкаська обл. |

| Група | Характерні тенденції, притаманні регіонам групи | Регіон |
|-------|---|---|
| 3 | Переважно позитивна динаміка демографічних і міграційних показників та низькі темпи зростання валового регіонального продукту | Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Одеська, Рівненська, Чернівецька обл. |
| 4 | Переважно негативна динаміка демографічних і міграційних показників та низькі темпи зростання валового регіонального продукту | Вінницька, Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Луганська, Сумська, Херсонська, Хмельницька, Чернігівська обл. |

Соціально-економічний та демографічний розвиток окремих регіонів України є нерівномірним (табл. 1) [8]. Регіональна диференціація демографічної ситуації в Україні зумовлена комплексною дією різноманітних історичних, природно – географічних, політичних, економічних факторів, таких як різний ступінь розвитку господарської та соціальної структури, структура виробництва, особливості способу життя міського та сільського населення, динаміка міграційних процесів, тенденції урбанізації, екологічна ситуація.

6. Важливою проблемою сучасного суспільства є злочинність, яка знаходить своє поширення там, де панують безробіття та бідність. Усуваючи цю проблему, підвищується ймовірність зменшення бандитизму й злочинним діям.

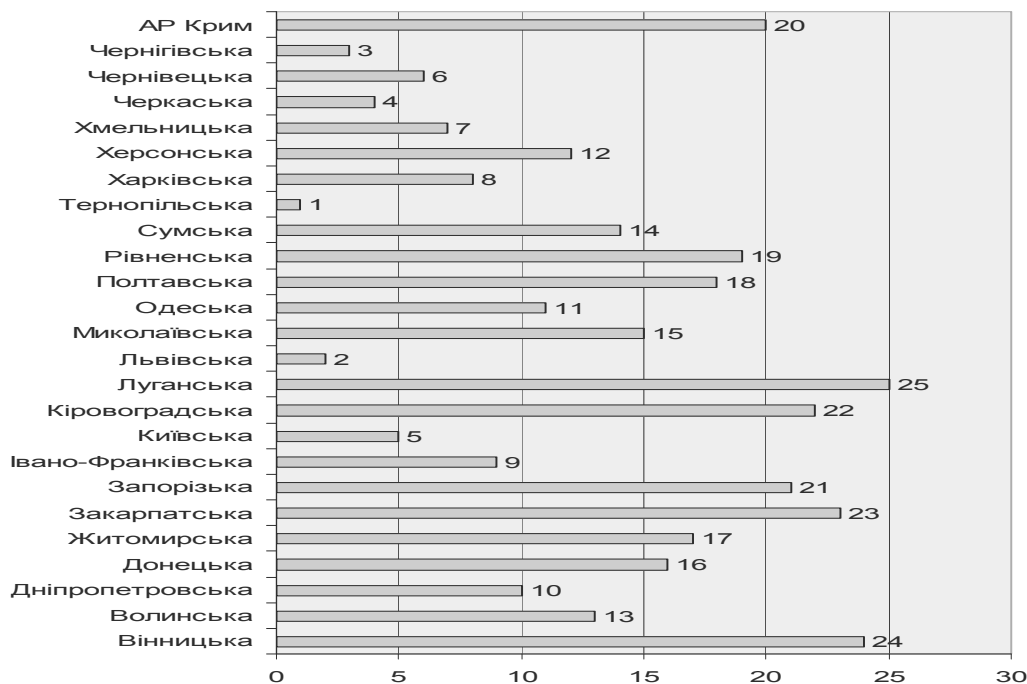


Рис. 4. Рейтинг регіонів України за рівнем злочинності у 2013 р.

Депресивно-злочинним регіоном, який займає перше місце є Тернопільська область. Другою йде Львівська – екскурсійний куточок до якого з'їжджаються шахраї й злочинці як з різних регіонів, так з різних країн. Державним органам влади треба посилити нагляд за цією територією, бо цими діями та високим рівнем злочинності вони відштовхують наміри туристів поїхати в це місто ще раз. Луганська й Вінницька області – найспокійніші регіони в Україні, за рейтингом 2013 р.

З аналізу соціально-економічних факторів розвитку регіонів що в Україні існує надмірна диспропорційність економічного розвитку регіонів. Це є чинником появи дезінтеграційних тенденцій на регіональному рівні національної економіки, відтак потребує впровадження дієвих заходів державної регіональної політики, яка повинна бути зорієнтована на зменшенні диспропорційності. На сьогодні високий ступінь диференціації в соціально-економічному розвитку регіонів гальмує забезпечення високих темпів економічного зростання на всій території України.

Мінімізувати ризики диспропорційності розвитку регіонів і в перспективі домогтися зменшення надмірних міжрегіональних розривів у показниках соціально-економічного розвитку можливо за рахунок наступних шляхів стабілізації розвитку, а саме: зміна механізмів нарощування людського, трудового потенціалу та фінансування соціальної сфери регіонів; інтенсифікація виробництва та розвиток коопераційних зв'язків між підприємствами різних регіонів; удосконалення існуючих методів фінансування; пошук нових шляхів фінансування регіонального розвитку; створення умов для формування потужного інвестиційного потенціалу регіонів; використання централізованих коштів, що виділяються для інвестиційної підтримки депресивних регіонів, переважно на розвиток конкретних і суворо обмежених за кількістю пріоритетних

соціально-економічних об'єктів; розвиток місцевої соціальної та виробничої інфраструктур, створення сприятливих умов для удосконалення галузей життєзабезпечення населення, регулювання числа робочих місць. Ці методи дадуть змогу змінити ситуацію у країні та з їх допомогою диспропорційність регіонів повинна зменшитися.

Висновки. Вирішення проблеми диспропорційності повинно бути покладено на державну регіональну політику, що покликана забезпечити необхідний баланс між окремими регіонами шляхом стимулювання найрозвинутіших і запровадження механізму вирівнювання економічних та соціальних проблем слабких регіонів. Така політика повинна стимулювати інтеграційні процеси в суспільстві та протистояти ризику посилення регіональних відмінностей. Тоді диспропорційність між регіонами України буде подолана. З метою вирішення актуальних соціально-демографічних, економічних проблем депресивних міст необхідно: для розвитку промислового виробництва – прискорений розвиток соціально орієнтованих галузей промисловості, насамперед: легкої промисловості, харчової промисловості на базі переробки сільськогосподарської продукції. Стратегічним напрямом розвитку промисловості депресивних міст повинні стати: поступова ліквідація існуючого розриву між рівнями розвитку соціальної та виробничої інфраструктури з великими містами, в результаті чого малі міста мають стати більш привабливими для інвесторів; розміщення нових високотехнологічних підприємств, розробка інноваційних парків.

Література

1. Закон України “Про стимулювання розвитку регіонів” – Ст. 7-9 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T052850.html
2. Новикова А. М. Депресивні території: європейський досвід та проблеми України / А. М. Новикова // Стратегічна панорама. – 2000. – № 3–4. – С. 114–118.
3. Гопцій Д. О. Проблеми оцінювання депресивності міст обласного значення (на прикладі Харківської області) / Д. О. Гопцій // Держава та регіони. Економіка та підприємництво. – 2011. – № 6. – С. 76–79.
4. Валовий регіональний продукт (2004–2012 рр.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України “Соціально-економічний розвиток регіонів” [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/MixedList?tag=Sotsialno-ekonomichniiRozvitokRegioniv>
5. Середня заробітна плата за регіонами за місяць (31.03.2014) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Економічна активність населення, зайнятість та безробіття (в цілому по Україні 2001–2013 рр.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dcz.gov.ua>
7. Міграційний рух населення у січні 2014 року. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Тищенко О. П. Демографічні та міграційні чинники формування диспропорцій регіонального розвитку національної економіки / О. П. Тищенко // Статистика України. – 2012. – № 1. – С. 41–48.

References

1. Zakon Ukrayiny` “Pro sty`mulyuvannya rozvy`tku regioniv” – Stattya 7–9 [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T052850.html
2. Novy`kova A. M. Depresy`vni tery`toriyi: yevropejs`ky`j dosvid ta problemy` Ukrayiny` / A. M. Novy`kova // Strategichna panorama. – 2000. – # 3–4. – S. 114–118.
3. Gopcij D. O. Problemy` ocinyuvannya depresy`vnosti mist oblasnogo znachennya (na pry`kladi Xarkivs`koyi oblasti) / D. O. Gopcij // Derzhava ta regiony`. Ekonomika ta pidpry`yemny` czstvo. – 2011. – # 6. – S. 76–79.
4. Valovy`j regional`ny`j produkt (2004–2012 rr.). – Rezhy`m dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Oficijny`j sajт Ministerstva ekonomichnogo rozvy`tku i torgivli Ukrayiny` “Social`no-ekonomichny`j rozvy`tok regioniv” [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://www.me.gov.ua/Documents/MixedList?tag=Sotsialno-ekonomichniiRozvitokRegioniv>
5. Serednya zarobitna plata za regionamy` za misyacz` (31.03.2014) [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Ekonomichna akty`vnist` naseleennya, zajnyatist` ta bezrobittya (v cilomu po Ukrayini 2001–2013 rr.) [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://www.dcz.gov.ua>
7. Migracijny`j rux naseleennya u sichni 2014 roku. – Rezhy`m dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Ty`shhenko O. P. Demografichni ta migracijni chy`nny`ky` formuvannya dy`sproportcij regional`nogo rozvy`tku nacional`noyi ekonomiky` / O. P. Ty`shhenko // Staty`sty`ka Ukrayiny`. – 2012. – # 1. – S. 41–48.

Надіслана/Written: 5.06.2014 р.

Надійшла/Received: 8.06.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

**АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРИВАТИЗАЦІЇ І ПРИЧИН,
ЯКИМИ ВОНИ ОБУМОВЛЕНІ**

Досліджено причини, які зумовили неефективність державного регулювання процесів приватизації в Україні, вибір способів приватизації і механізми неприватизаційних способів отримання прав власності на державні об'єкти, проаналізовано виконання фінансових завдань приватизації, дано оцінку реприватизації і етапу завершення приватизації.

Ключові слова: приватизація, сертифікатна приватизація, тіньова приватизація, оренда з викупом, реприватизація.

N. V. SKRYNNYK
Khmelnytsky National University

ANALYSIS OF PRIVATIZATION AND THE REASONS FOR THEM ARE DUE

Abstract – The aim of the research – identify features of privatization feasibility of privatization methods, scope and methods of illegally obtaining property rights on public facilities. The analysis of the reasons for selecting certain specific methods of privatization in Ukraine examples of specific companies assessed the perception of privatization processes, analyzes the volume of contributions to the state budget in percentage of revenues. The characteristic of the phenomenon as reprivatization and presented evidence regarding the effectiveness of its implementation. Detailed analysis of the current phase of privatization – its completion in Ukraine. The conclusion about the ineffectiveness of state regulation of privatization. The conclusion about the discrepancy of the results of privatization the task.

Key words: privatization certificate privatization, shadow privatization, hire purchase, reprivatization.

Постановка проблеми. Приватизація є одним з основних інструментів регулювання економіки в цілому і окремих її галузей як на загальнодержавному, так і на регіональному рівні. Цей інструмент регулювання застосовується для досягнення певних результатів: відчуження майна, що перебуває у державній власності, з метою підвищення соціально-економічної ефективності виробництва, активізації використання його науково-технологічного потенціалу, ліквідації монополізму державної власності, створення конкурентного середовища, продовження ринкових трансформацій в економіці, залучення інвестицій як частини коштів від приватизації для технічного переозброєння та реконструкції приватизованих об'єктів, забезпечення виходу підприємств на нові ринки збуту товарів, а також забезпечення надходжень до держбюджету і спрямування цих коштів на структурну перебудову економіки, зменшення навантаження на державу щодо управління державним сектором економіки України. Важливо відзначити, що сам факт зміни власника – держави на приватну особу – не означає завершення приватизації, а лише початок побудови системи економічних і соціальних відносин, спрямованих на формування і подальше функціонування ефективного інституту власності. Проте оскільки 2014 р. згідно з Державною програмою приватизації на 2012–2014 рр. [1] передбачається завершення приватизації як широкомасштабного соціально-економічного проекту і перехід від процесу приватизації до продажу об'єктів державної власності як функції з управління об'єктами державної власності, необхідно детально дослідити результативність приватизаційних процесів, що відбулися.

Аналіз останніх досліджень. Теоретичні, методичні та практичні проблеми реформування відносин власності в умовах ринкових перетворень знайшли відображення в працях вітчизняних і зарубіжних вчених. Зокрема, вагомий внесок в дослідження цих питань внесли такі науковці як В. Авер'янов, В. Бакуменко, В. Беседін, С. Біла, Т. Биркович, Д. Богиня, О. Бондар, Л. Верховодова, Д. Волинський, А. Гальчинський, В. Геєць, Н. Гришко, І. Давидов, С. Давимука, І. Жадан, Г. Ключіков, О. Ковальов, В. Круглов, В. Ларцев, С. Ледомська, С. Мочерний, В. Павлов, С. Падалка, О. Пасхавер, О. Покатаєва, О. Процьків, Л. Руденко-Сударева, О. Рудченко, О. Рябченко, О. Мозговий, І. Саврас, Т. Смакула, М. Чечетов, М. Чумаченко, О. Шандра, В. Щербина, В. Юрчишин та ін.

Відсутність, незважаючи на численні дослідження теми реформування відносин власності аналізу причин неефективності державної політики у регулюванні приватизаційних процесів і невиконанні завдань приватизації в Україні зумовлює актуальність даної теми для детального вивчення.

Постановка завдання. Визначити основні риси, які характеризували приватизаційні процеси в Україні впродовж всього періоду їх перебігу, дати аналіз доцільності застосування використовуваних способів приватизації, а також оцінити масштаби і дати характеристику неприватизаційних способів отримання прав власності на державні об'єкти, виконання фінансових завдань приватизації, реприватизації і етапу завершення приватизації в Україні.

Виклад основного матеріалу. Приватизація стала основою економічних реформ. Її роль у створенні підґрунтя для ринкової економічної системи є важливою, і це безсумнівно. Проте завдання приватизації в економічній літературі часто звужують і навіть зводять до необхідності лише залучення коштів до державного бюджету. До формування негативного сприйняття громадськістю ролі і значення приватизаційних процесів і підґрунтя для неоднозначної оцінки їх ролі з боку експертів і політиків спонукали,

можливо, і відсутність ґрунтовних досліджень щодо наявності безпосереднього впливу приватизації на перебіг економічних процесів, і відсутність оприлюднення результатів, сформульованих у частково завершених дослідженнях з цих нагальних питань, зокрема, в чому можуть виявлятися конкретні позитивні зрушення на прикладі конкретних підприємств, в результаті зміни форм власності. Проте негативне ставлення до результатів вітчизняної приватизації було спричинено цілою низкою негативних чинників, зокрема, цьому сприяла поспішність в проведенні приватизації, яка в окремих випадках не була синхронізована з темпами і характером економічних, інституційних та політичних перетворень. Непослідовність проведення приватизаційних процесів доповнювалась їх непрозорістю, адресністю, тінізацією, що також мало свій вплив на громадську думку, і, разом з іншими вагомими причинами, значною мірою змарнувало потенціал привабливості і подальшу ефективність такого масштабного соціально-економічного проекту як приватизація. Слід зауважити, що ще до початку приватизації було проведено і відповідну ідеологічну роботу з метою нівелювати соціальне протистояння громадянського суспільства тіньовим способам приватизації, і відповідну законотворчу роботу. Так, приватизаційні процеси в Україні офіційно були розпочаті після прийняття в жовтні 1991 р. Концепції роздержавлення й приватизації підприємств, землі та житла, в якій було задекларовано право кожного громадянина України на частку в державній власності, а також безплатний та грошовий способи її приватизації, причому ухил було зроблено в бік грошової приватизації.

Слід зауважити, що представники влади, переважно ті, які прямо і безпосередньо були причетні до тіньового перерозподілу власності в кінці 80-х років ХХ ст., прикриваючись гаслами, які на той час були сприйняті і схвалені громадськістю, а саме – необхідністю дотримання принципів виробничої демократії, підвищення ролі трудових колективів, наполягали на домінуванні безоплатної приватизації. Правове забезпечення цього нелегітимного процесу також було створено, зокрема, законами про власність, про кооперацію та іншими, прийнятими у 1987–1988 рр., а згодом теоретики-економісти обґрунтовували необхідність введення елементів колективної власності, різних варіантів використання “робочої власності”, акціонерної власності працівників. Ці ж вищезгадані представники влади, тобто ті, які були причетні до тінізації перерозподілу власності, пізніше, а саме у 1992–1994 рр. безпосередньо займалися розробкою моделі приватизації і приватизаційного законодавства. Було запропоновано п'ять варіантів приватизації, які детально описано у праці [2, с. 105–106].

Слід зазначити, що була фактична альтернатива прийнятому і законодавчо закріпленому способу приватизації – це суцільний перехід підприємств на умови оренди з правом подальшого викупу державного майна (можливість оренди підприємств, що почала поширюватися з 1988 р., було законодавчо закріплено в 1990 р.). Проте оренда з можливістю подальшого викупу частки у майні підприємства також мала як переваги, так і недоліки. По-перше, процес масового укладання трудовими колективами договорів оренди з викупом був на той період найбільш економічно, ідеологічно, політично підготовлений, і тому його реалізація не зазнала би значного опору з боку громадськості. Населення цілком схвально сприймало той факт, що у такий спосіб воно в основній своїй масі виключалося з приватизаційного процесу у випадку реалізації такого сценарію. По-друге, різке зменшення кількості потенційних претендентів на участь в державній власності в особі членів трудових колективів полегшувало роботу з ними, приміром, рейдерів, і вже на першому етапі реалізації цього способу приватизації забезпечувало значну концентрацію приватної власності. По-третє, здійснити масову оренду з викупом можна було у короткі терміни. Такий спосіб приватизації було відкинuto. В такому разі слід проаналізувати способи, які використовувалися.

Сертифікатна приватизація була замислена як така, яка мала б надати приватизації статус справедливої. Насправді її кінцевою метою було збагачення цих же вищезгаданих представників влади, які добре розуміли суть такої схеми, керували її здійсненням і забезпечили для себе накопичення значних капіталів. Одним з результатів реалізації сертифікатної приватизації стало те, що абсолютна більшість населення України в умовах невивлат заробітної плати, пенсій та злиденного життя за безцінь обмінювала свої приватизаційні сертифікати, а з часом і акції “приватизованих” за ці сертифікати підприємств на реальні кошти, що призвело до розвитку спекуляції цінними паперами та швидкої концентрації власності у олігархічних колах при мінімальних затратах їх грошових ресурсів. Прикладом великих за розміром спекулятивних операцій може бути Луцький підшипниковий завод, приватизація якого дала державному бюджету надходження в сумі 10 млн дол. США, які були одержані за продаж 28 % акцій підприємства Швецькій промисловій групі “СКФ” й інвестувалися безпосередньо у виробництво. Проте решта акцій заводу була викуплена за 8 млн дол. США у комерційних структур, які скупили їх за безцінь [3, с. 74]. Загалом на початку 2000-х років (а сертифікатна приватизація згідно з програмою приватизації 1996 року повинна була закінчитись 30.06.1996 р., проте в зазначений термін не була закінчена через значну кількість невикористаних сертифікатів у населення і тому тривала ще кілька років) понад 30 млн громадян України, що отримали приватизаційні сертифікати, втратили свої права власності. І ця тенденція зберігалась. Наслідками таких дій стала концентрація власності і влади в руках невеликої групи людей, існування в державі великих адміністративно-економічних кланів, поява олігархів та зайняття ними провідних державних постів. Отже, сертифікатна приватизація була неефективною через такі її наслідки як розпорошення власності, а також недотримання жодним чином умов соціальної справедливості і невирішення проблеми модернізації, диверсифікації виробництва і загалом підвищення економічної ефективності. Навпаки, застосування такого способу приватизації, як свідчать численні приклади, значно погіршило економічний стан приватизованих таким способом підприємств.

Отже, недоліками сертифікатної приватизації були: недоотримання державним бюджетом значних коштів; незалучення до процесу приватизації стратегічних інвесторів; значне погіршення фінансового стану приватизованих підприємств і відсутність прошарку ефективних власників, який мав би сформуватися в результаті здійснення приватизації. Слід також констатувати надзвичайно великі в той час масштаби поширення неприватизаційних способів отримання прав власності на державні об'єкти. Ці способи дозволяли інвесторам реалізовувати процедуру адресного неконкурентного продажу державного майна за низькими цінами, а тому неприватизаційні шляхи відчуження державного майна мали суттєві переваги порівняно з легальними способами приватизації. Причому в умовах масової корупції це були досить безпечні для їхніх виконавців способи.

Найпоширенішим неприватизаційним способом відчуження державного майна стало його придбання через процедури податкової застави. Тобто у податкову заставу вносилося, а потім реалізувалося за заниженими цінами найбільш ліквідне майно підприємств: будівлі, обладнання, що було здатне виробляти конкурентоспроможну продукцію, запаси сировини. На підтвердження цієї тези слід навести приклад акціонерної компанії "Держінвест України", яка була ліквідована за результатами перевірок Рахункової палати. Зазначена компанія, в обхід Фонду державного майна, передала за договорами застави суб'єктам підприємницької діяльності, у тому числі нерезидентам України, високоліквідні пакети акцій підприємств ВАТ "Київський річковий порт", "НПК "Галичина", "Нафтохімік Прикарпаття", "Харківський підшипниковий завод", "Київський інститут "Укргазпроєкт", що перебували у державній власності [4].

Ще одним широко застосовуваним нелегітимним способом отримати у приватну власність привабливі державні об'єкти стала тінюва приватизація як альтернатива прозорій приватизації. Її особливістю стали різноманітні схеми доведення цих привабливих підприємств до банкрутства (як правило, не без допомоги керівників цих підприємств), описання найбільш прибуткових активів збанкрутілого підприємства (обладнання, сировини) з наступною їх передачею кредиторам за ліквідаційною вартістю та їхнім подальшим продажем за заниженими цінами на сфальсифікованих аукціонах, про проведення яких знала лише обмежена кількість осіб. Таким чином були розпродані основні фонди "Луганськкобленерго", "Донбасенерго", акції ВАТ "Росава" тощо. Зокрема, приватизація "Донбасенерго" відбулась, коли Донецька філія "Укрспецюсту", що її було розташовано в м. Горлівка, на виконання наказу Арбітражного суду Донецької області наклала арешт на майно всіх структурних підрозділів ВАТ "Донбасенерго". Загальна сума арештованого майна, а воно складалося з 5 теплових електростанцій та 20 структурних підрозділів, за залишковою балансовою вартістю станом на 1.01.2001 р. становила 1119 млн грн. 28 квітня того ж року відбувся продаж 5 теплових електростанцій, які при залишковій балансовій вартості 1071 млн грн були продані за 207 млн грн. Іншим прикладом на підтвердження типовості вищевказаної ситуації може бути ВАТ "Росава". 18.05.2001 р. було примусово відчужено пакет акцій спільного підприємства, що йому належав. При номінальній вартості цього пакета 102750 тис. грн він був проданий на аукціоні, на якому були присутні всього 4 учасники, двома лотами на загальну суму 4290 тис. грн, тобто за 4,2 % від його номінальної вартості. При стартовій ціні двох лотів у 3900 тис. грн ціна піднялась всього на один крок (тобто на 10 %). Проведення здійснила державна виконавча служба Радянського району м. Києва, позивачем виступила Державна податкова інспекція м. Біла Церква, а продавцем – ЗАТ "Інвестиційна компанія "ТЕКТ" [5, с. 44–45]. Слід ще наголосити на тому факті, що згідно з чинним законодавством України вилучення зі складу підприємств-боржників майна, що користується попитом, і його реалізація, дозволена як державним виконавцям, так і податковим органам (вищезгадана процедура податкової застави і вищезгадані приклади щодо того, як скористалися лазівками в законодавстві, це підтверджують).

Окрім позбавлення бюджету очікуваних надходжень від продажу привабливих підприємств у тінювий спосіб, практика позаприватизаційного продажу державного майна завдає значних втрат самим підприємствам, оскільки вилучається і продається лише майно, яке може принести прибуток. При цьому залишаються несплаченими борги таких підприємств, не вирішуються соціальні проблеми їх працівників, не враховуються інтереси інших кредиторів, в першу чергу держави. До цих негативних для суспільства наслідків тінювих схем слід додати й загрозу для економічної безпеки країни через втрату державою контролю над деякими важливими економічними об'єктами.

Відчуження державних підприємств у приватну власність поза рамками приватизаційного законодавства і нині застосовується і дає змогу олігархам придбати цікаві для них об'єкти без конкуренції і за ціною, значно нижчою, ніж їх реальна вартість. Такі схеми відчуження раніше були апробовані на дрібних і середніх підприємствах, а згодом почали активно застосовуватись на стратегічних. За останні роки таким чином було приватизовано майно енергетичних генеруючих компаній, обласних енергетичних, обласних і міських газових компаній, а також сотень інших, не настільки помітних для громадськості підприємств і видів майна.

Залишається ще проаналізувати наповнення державного бюджету України коштами від приватизації об'єктів державної власності. Тобто відповісти на питання, чи були виконані фінансові завдання приватизації шляхом порівняння фактичних надходжень до державного бюджету від приватизації державного майна з плановим їх обсягом і з сумарними доходами держбюджету за роками за весь період приватизації (табл. 1).

З наведених даних можна зробити висновок про незначний рівень фактичних надходжень від приватизації до державного бюджету, які, до того ж, значно менші від запланованих на ці періоди, також явно зани-

жених сум. Так, заплановані програмами приватизації відповідних років суми надходжень від приватизації повинні були скласти: в 1997 р. – 500 млн. грн замість отриманого доходу в обсязі 78,1 млн грн; в 1998 р. – 1040 млн грн замість 360,8 млн грн; в 2001 р. – 5697,39 млн грн замість 2132 млн грн; в 2002 р. – 5585,04 млн грн замість 576,11 млн грн. Щоб реально оцінити міру заниження цих запланованих свого часу сум доходів від приватизації, необхідно провести спеціальне ґрунтовне дослідження. Проте, посилаючись на багаторічний досвід експерта-оцінювача, який наприкінці 1990-х – початку 2000-х рр брав участь у визначенні ціни багатьох енергокомпаній, металургійних комбінатів, вугільних і гірничо-збагачувальних підприємств, “Укр-телекому”, “Криворіжсталі”, можна дати приблизну оцінку міри недоотримання державних коштів у випадку, якби Державну програму приватизації на 2012-2014 рр. [1] було реалізовано із закладеними для її виконання корупційними механізмами. В результаті приватизації запланованих об'єктів, вартість державних активів яких складає приблизно за ринкового рівня цін 40–45 млрд дол. США, за заниженого – 12–15 млрд дол. [6], планові надходження до держбюджету склали б 60–70 млрд грн. Цю суму назвав голова Фонду державного майна України при поданні Верховній Раді України програми приватизації на 2012–2014 рр.

Таблиця 1

Доходи держбюджету і надходження від приватизації до держбюджету, млн грн

| Рік | Доход держбюджету, млн грн | Надходження від приватизації | | Рік | Доход держбюджету, млн грн | Надходження від приватизації | |
|------|----------------------------|------------------------------|---------------|------|----------------------------|------------------------------|---------------|
| | | млн грн | % від доходів | | | млн грн | % від доходів |
| 1992 | 0,7 | 0,01 | 1,4 | 2003 | 53272,6 | 2015,7 | 3,78 |
| 1993 | 4,6 | 0,88 | 19,1 | 2004 | 65215,7 | 9414,9 | 14,44 |
| 1994 | 350,8 | 14,78 | 4,2 | 2005 | 106125,0 | 20699,2 | 19,50 |
| 1995 | 1441,1 | 17,95 | 1,2 | 2006 | 127516,6 | 522,9 | 0,04 |
| 1996 | 2390,9 | 35,52 | 1,5 | 2007 | 147888,1 | 2458,3 | 0,04 |
| 1997 | 21660,3 | 78,1 | 0,4 | 2008 | 231686,3 | 480,7 | 0,21 |
| 1998 | 21101,1 | 360,8 | 1,7 | 2009 | 209700,3 | 807,2 | 0,37 |
| 1999 | 23895,3 | 694,6 | 2,9 | 2010 | 240615,2 | 1093,5 | 0,45 |
| 2000 | 33946,5 | 2075,5 | 6,1 | 2011 | 314616,9 | 11480,4 | 3,65 |
| 2001 | 41961,1 | 2132,0 | 5,1 | 2012 | 346025,5 | 6763,3 | 1,95 |
| 2002 | 45390,5 | 576,11 | 1,3 | 2013 | 351164,6 | 1480,8 | 0,42 |

Доцільність дотримання цієї Програми з точки зору поточного моменту взагалі є дискусійною. З одного боку, на даний час підготовлено новий перелік об'єктів по Україні в цілому, які мають стратегічне значення для економіки і безпеки держави і тому не можуть бути приватизовані (в 2012 р., приміром, з переліку заборонених до приватизації об'єктів було вилучено близько 700 підприємств різних галузей, а також було знято заборону на приватизацію цілого ряду пам'яток історико-культурної спадщини України, зокрема, церкви Іоанна Предтечі в селі Верхоріччя, побудованої в XIV-XV ст., Архангельської церкви в с. Кудрино, побудованої 1328 р. та багатьох інших), а для інших підприємств, які до цього переліку не потрапили, це фактично остання спроба їх приватизації, як, наприклад, для ПАТ “Тернопільський радіозавод “Оріон” з пакетом акцій статутного капіталу 96,13 % [7]. До того ж, навіть значно занижені порівняно з ринковою вартістю суми надходжень до держбюджету будуть спрямовані на нагальні потреби української армії. З іншого – наявність будь-якої політичної напруженості, а тим більше в умовах військового конфлікту, підвищує рівень ризиків і відповідно призводить до падіння цін на національні активи, і через це доцільність їх продажу викликає багато суперечок. Загалом нині питання про приватизацію того чи іншого об'єкта державної власності потрібно вирішувати в кожному конкретному випадку окремо з огляду як на загальнонаціональні, так і регіональні інтереси, співставляючи їх у короткостроковій і довгостроковій перспективі. Причому обов'язковим є формування приватизаційних зобов'язань для інвестора і впровадження механізму прозорого, зрозумілого широким верствам населення, ефективного, дієвого контролю за виконанням інвестиційних і соціальних зобов'язань на приватизованих підприємствах.

Дискусійним є також питання доцільності за нинішніх умов здійснення реприватизації. Акцентуючи увагу в даній публікації на ставленні громадськості до адресності продажів високоліквідних підприємств, використанні корупційних механізмів в тіньовій приватизації, слід відзначити і відношення суспільної свідомості до реприватизації. Населення, переймаючись економічною і політичною ситуацією в країні, сприймає цей процес не в термінах права, а як акт відновлення справедливості. Практика ж реприватизації 2005 р., яка здійснювалась через суди, свідчить, що такі процеси є досить тривалими (так, резонансний процес реприватизації “Криворіжсталі” тривав півроку, а процес по Нікопольському заводу феросплавів – ще довше, його не було завершено при уряді Ю. Тимошенко, він тривав ще кілька місяців при прем'єр-міністрі Ю. Сханурові) і не завжди досягають мети. Так, в липні 2005 р. голова Фонду державного майна України, оцінила масштаби тіньової приватизації як 60–70 % усього обсягу відчуженого державного майна, проте конфлікти інтенсифікувалися лише навколо приватизації півтора десятка великих об'єктів, зокрема, двох вище зазначених заводів, також Северодонецького об'єднання “Азот”, “Укррудпром”, Північного та Центрального гірничо-збагачувальних комбінатів, Запорізького алюмінієвого комбінату, Лисичанського нафтопереробного заводу, Чорноморського суднобудівного заводу, “Рівнеазот”, Суднобудівного заводу “Океан”, Кримського

содового заводу, Київобленерго, Рівнеобленерго, Іршанського гірничо-збагачувального комбінату, страхової компанії “Оранта”, а в результаті під державний контроль було повернуто тільки один стратегічний об’єкт – пакет акцій розміром 92,3 % ВАТ “Криворіжсталь” [8, с. 32]. Проте деякі дослідники приватизаційних процесів в Україні вважають за доцільне здійснення реприватизації [9] в нинішніх умовах.

Висновки. Отже, через обрану в 1992 р. модель приватизації і часто нелегітимний характер її проведення (описаний механізм безкоштовної приватизації з розробленим для його впровадження ідеологічним підґрунтям, що на практиці реалізувався в бюрократично-номенклатурній), вона впродовж всіх 18 років її запровадження в Україні викликала негативне ставлення до неї громадськості через поступове зосередження засобів виробництва та великих пакетів акцій високорентабельних підприємств в руках номенклатури та тінювих структур, сприяла таким чином формуванню олігархічного прошарку суспільства і подальшому збагаченню олігархів при високому рівні монополізації економіки; не виконала покладені на неї фінансові завдання щодо наповнення державного бюджету; не створила засад для підвищення економічної ефективності приватизованих підприємств (що є темою подальших наукових досліджень, а в статті варто обмежитись лише посиланням на висновки Рахункової палати України, яка здійснювала моніторинг приватизаційних процесів, про те, що інформація Фонду державного майна України, яка надається в опублікованих його звітах стосовно підвищення ефективності діяльності підприємств, які змінили форму власності в процесі приватизації, не підтверджується офіційними даними статистики та аналітичними розрахунками [4]), оскільки тінюві структури здебільшого виявляли незацікавленість в ефективному використанні ресурсів, в проведенні якісного оновлення засобів виробництва, отже це дає підстави стверджувати на основі проведених досліджень, що основні завдання приватизації не виконані. Центр економічних інтересів олігархів – власників приватизованих підприємств і майнових комплексів – знаходиться поза межами України, вони орієнтовані на максимальне отримання прибутків, всіляко ухиляються від сплати податків, з тим, щоб в подальшому вилучити їх із загальнодержавного обороту і забезпечити високий рівень життя собі, членам своїх родин і своїм нащадкам за кордоном. Проведені дослідження засвідчують, що реальні обсяги вартісного виміру майна, яке потрапило в результаті приватизації олігархам, фактично невідомі, внаслідок штучного здешевлення вартості об’єктів приватизації. Проте відомо, що в процесі нелегітимної приватизації відбулось небезпечне зрощення владних структур і бізнесу, а неефективна політика державного регулювання засвідчила нездатність протидіяти поширенню схем тінювої приватизації. Внаслідок цього зрощення економічні інтереси бізнесу впливають на економічну політику держави. Проаналізувавши причини нинішнього фінансового стану, можна з впевненістю зазначити, що часто інтереси суспільства й бізнесу не співпадають, навпаки, факти свідчать про те, що певним впливовим бізнесовим структурам вигіднішим є погіршення економічної ситуації в країні, це їм допомагає зберегти свої монополні або ж провідні позиції в тій чи іншій сфері.

Отже, темою подальших наукових досліджень, як зазначено вище, є дослідження основного критерію ефективності зміни форм власності, а саме – створення умов для економічної реалізації нової системи відносин власності, яка ґрунтується на ефективному використанні виробничих, трудових, фінансових, інвестиційних ресурсів приватизованих підприємств, а також дослідження впливу глибини приватизації на ефективність діяльності приватизованих підприємств.

Література

1. Закон України “Про Державну програму приватизації” № 4335–VI від 13.01.2012 р. // Відом. Верхов. Ради України. – 2012. – № 39. – Ст. 466.
2. Падалка С. С. Приватизація в Україні у системі відносин: влада, громадянське суспільство, особа (1991–2010 роки) [Електронний ресурс] / С. С. Падалка. – Режим доступу: <http://histans.com/LiberUA/978-966-02-6441-0/7.pdf>
3. Чижова В. І. Інвестиційна діяльність у процесі приватизації / В. І. Чижова // Фінанси України. – 2000. – № 1. – С. 72–74.
4. Інформація про хід виконання державних програм приватизації за результатами аналізу звітів Фонду державного майна України [Електронний ресурс] / Підготовлено департаментом контролю видатків на агропромисловий комплекс та виробничу інфраструктуру. – К. : Рахункова палата України, 2003. – Вип. 4. – Режим доступу: http://www.ac-rada.gov.ua/control/main/uk/publish/article/39272?cat_id=38964
5. Завершальний етап приватизації в Україні [Електронний ресурс] / О. Й. Пасхавер, Л. Т. Верховодова, Т. Є. Воронкова, Н.В. Терещенко. – К. : Міленіум, 2003. – 78 с. – Режим доступу: <http://c-e-d.info/img/pdf/etap.pdf>
6. Ларцев В. Перспективы программы приватизации на 2012–2014 [Електронний ресурс] / В. Ларцев. – Режим доступу: <http://pravda.tis.ua/pravda/?p=8891>
7. “Оріон” знову у списку на приватизацію. Остання спроба? [Електронний ресурс] // Тернопіль Веб-чірній. – 2014. – 18 лют. – Режим доступу: <http://t-v.te.ua/ekonomika/orion-znovu-u-spisku-na-privatizaciyu-ostannya-sproba/>
8. Приватизація та реприватизація в Україні після “помаранчевої” революції / О. Й. Пасхавер, Л. Т. Верховодова, К. М. Агєєва. – К. : Міленіум, 2006. – 106 с.
9. Сидорук Т. Актуальність націоналізації підприємств [Електронний ресурс] / Т. Сидорук // Економічна правда. – 2011. – 19 трав. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/columns/2011/05/19/286239/>

References

1. Zakon Ukraini "Pro Derzhavnu programu privatizatsiyi" № 4335–VI vid 13.01.2012 r. // Vidomosti Verhovnoyi Radi Ukraini. – 2012. – № 39. – St. 466.
2. Padalka S. S. Privatizatsiya v Ukraini u sistemI vIdnosin: vlada, gromadyanske suspIlstvo, osoba (1991–2010 roki) [Elektronniy resurs] / S. S. Padalka. – Rezhim dostupu: <http://histans.com/LiberUA/978-966-02-6441-0/7.pdf>
3. Chizhova V. I. Investitsiyna diyainist u protsesi privatizatsiyi / V. I. Chizhova // FInansi Ukraini. – 2000. – № 1. – S. 72–74.
4. Informatsiya pro hid vikonannya derzhavnih program privatizatsiyi za rezultatami analizu zvitiv Fondu derzhavnogo mayna Ukraini [Elektronniy resurs] / Pidgotovleno departamentom kontrolyu vidatkov na agropromisloviy kompleks ta virobnichu infrastrukturu. – Kiyiv : Rahunkova palata Ukraini, 2003. – Vip. 4. – Rezhim dostupu: http://www.ac-rada.gov.ua/control/main/uk/publish/article/39272?cat_id=38964
5. Zavershalniy etap privatizatsiyi v Ukraini [Elektronniy resurs] / O. Y. Pashaver, L. T. Verhovodova, T. E. Voronkova, N. V. Tereschenko. V nadzag.: Tsentr ekonomichnogo rozvitku. – K. : Milenium, 2003. – 78 s. – Rezhim dostupu: <http://c-e-d.info/img/pdf/etap.pdf>
6. Lartsev V. Perspektivi programmi privatizatsii na 2012-2014 [Elektronniy resurs] / V. Lartsev. – Rezhim dostupu: <http://pravda.tis.ua/pravda/?p=8891>
7. "Orion" znovu u spisku na privatizatsiyu. Ostannya sprobа? [Elektronniy resurs] // Ternopil Vechirniy. – 2014. – 18 lyutogo. – Rezhim dostupu: <http://t-v.te.ua/ekonomika/orion-znovu-u-spisku-na-privatizatsiyu-ostannya-sproba/>
8. Privatizatsiya ta reprivatizatsiya v Ukraini pislya "pomaranchevoyi" revolyutsiyi / O. Y. Pashaver, L. T. Verhovodova, K. M. Ageeva. V nadzag.: Tsentr ekonomichnogo rozvitku. – K. : Milenium, 2006. – 106 s.
9. Sidoruk T. Aktualnist natsionalizatsiyi pidpriemstv [Elektronniy resurs] / T. Sidoruk // Ekonomichna pravda. – 2011. – 19 travnya. – Rezhim dostupu: <http://www.epravda.com.ua/columns/2011/05/19/286239/>

Надіслана/Written: 5.06.2014 р.
Надійшла/Received: 8.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Досліджено основні показники обсягів та структури оптової діяльності на товарному ринку України. Здійснено загальні висновки щодо сучасного стану та закономірностей розвитку оптового торговельного посередництва на даному ринку.

Ключові слова: оптова торгівля, торговельне посередництво, оптовий товарооборот, оптовий ринок.

A. B. GRUSHEVITSKA
Khmelnitsk National University

IS ESTIMATION OF RESULTS OF ACTIVITY OF WHOLESALE OF UKRAINE

Abstract – In the article the basic indexes of volumes and structure of wholesale activity are investigational at the commodity market of Ukraine. General conclusions are carried out in relation to the modern state and conformities to law of development of wholesale trade mediation at this market. Adjusting of wholesale market is not possible without determination of objective description and corresponding conformities to law of his development. On such conditions, the special actuality is acquired by the questions of research of activity of wholesalers at the user market. The aim of this research consists in the analysis of basic performance of enterprises of wholesale indicators at the commodity market of Ukraine, in the exposure of characteristic signs of development of wholesale trade mediation on the modern stage.

Key words: wholesale, point-of-sale mediation, wholesale circulation, wholesale market.

Постановка проблеми. Сьогодні на товарному ринку України діє значна кількість оптових торговельних підприємств, які різняться між собою за масштабами, організаційно-економічними формами діяльності, переліком виконуваних функцій, спеціалізацією тощо. У сфері оптової торгівлі нажалі є проблеми у системі пересування товарів, встановлення стабільних господарських зв'язків та обслуговуванні клієнтів. Сучасна вітчизняна оптова ланка не здатна ефективно виконувати роль організатора системи товароруку споживчих товарів. Значно знизилась роль оптової ланки торгівлі як суб'єкта ринку, що призвело до порушення зв'язків між виробниками та покупцями. [5] Основними причинами такої ситуації є відсутність державної підтримки та розуміння необхідності подальшого розвитку торговельного посередництва, як стратегічно важливої галузі економіки та недостатній науковий інтерес до проблем розвитку даної сфери торгівлі.

Одним з основних результативних показників розвитку даної сфери торгівлі, є показник загального обороту, який відображає сукупну вартість товарів у сфері обігу, що змінюють власника за допомогою посередника.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Регулювання оптового ринку не можливе без визначення об'єктивної характеристики та відповідних закономірностей його розвитку. За таких умов, особливої актуальності набувають питання дослідження діяльності оптовиків на споживчому ринку. У наукових публікаціях останніх років учених О. Азарян, А. Мазаракі, В. Торопкова, Н. Голошубової, О. Пустовойт, О. Трубей та ін. знаходили висвітлення питання ролі, місця, значення оптової торгівлі в сучасній економіці, проблеми її розвитку в Україні, пропонувалися шляхи їх вирішення. Аналіз опублікованих праць не достатньо дає розуміння щодо розвитку підприємств оптової торгівлі, що вимагає подальшого дослідження.

Мета статті. Мета цього дослідження полягає в аналізі основних показників діяльності підприємств оптової торгівлі на товарному ринку України, у виявленні характерних ознак розвитку оптового торговельного посередництва на сучасному етапі.

Виклад основного матеріалу. Оптова торгівля поряд з іншими учасниками товарного ринку бере активну участь у формуванні системи господарських зв'язків, організації і проведенні різноманітних комерційних операцій і обороток. Водночас вона має деякі внутрішні особливості і відмінності, що дозволяє кваліфікувати її в окрему підгалузь галузі торгівлі.

Оптова торгівля за своєю організаційною сутністю є формою організації господарських зв'язків між суб'єктами товарного ринку з приводу закупівлі-продажу великих партій товару або комплексів послуг. Основним місцем її здійснення є оптовий ринок, де сконцентровані оптові і комерційні посередники (оптові продавці) та оптові покупці. Метою структурної політики розвитку оптової торгівлі, її суб'єктів є забезпечення ринкової різноманітності структур, які здійснюють посередницьку діяльність, з тим, щоб сприяти раціоналізації та оптимізації процесів товаропостачання, стимулювати вітчизняних виробників як повноцінних, високо-професійних партнерів на міжнародному ринку [2]. В ринкових умовах підгалузь оптової торгівлі включила в себе такі основні види: торгівлю засобами виробництва і предметами праці; торгівлю не переробленою сільськогосподарською продукцією; торгівлю продовольчими товарами; торгівлю непродовольчими товарами; торгівлю транспортними засобами і торгівлю послугами (див. рис. 1).

В умовах ринкових відносин здійснення структурної політики оптового підприємства є виключно його власна компетенція. Видова і типова різноманітність оптових фірм, побудова їхньої організаційної структури управління є наслідком різних масштабів і географії їхньої діяльності.

Сучасна вітчизняна система статистичного спостереження у галузі оптової торгівлі і посередництва в оптовій торгівлі не створює належних підстав для проведення об'єктивного аналізу розвитку сфери торго-

вельного посередництва на товарному ринку. Тому більшість проаналізованих показників є загальними та такими, що характеризують розвиток оптової торгівлі України в цілому. Інформаційною базою дослідження стали матеріали Державного комітету статистики [4].

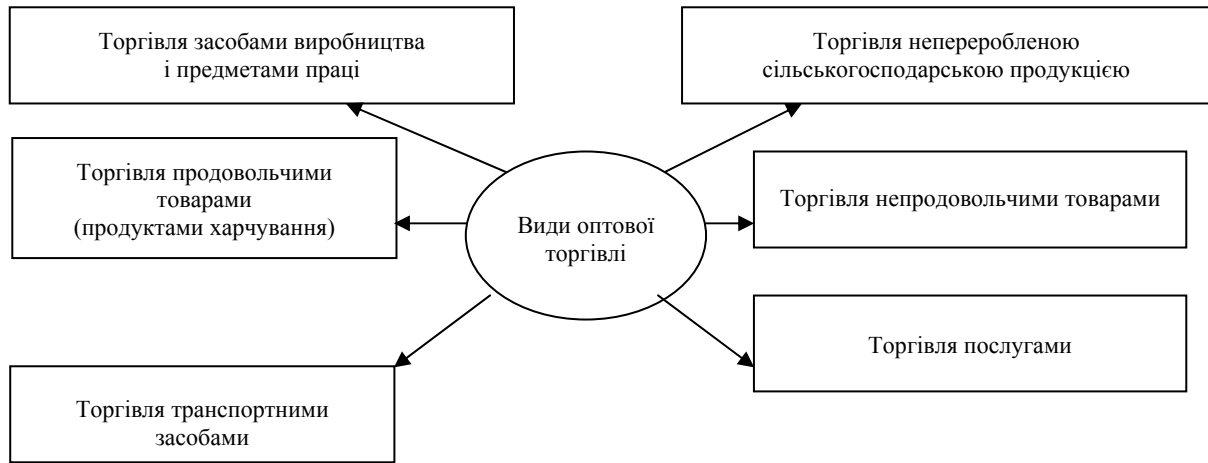


Рис. 1. Основні види оптової торгівлі [2]

Найважливішим показником розвитку торговельно-посередницької діяльності виступає загальний товарообіг підприємств оптової торгівлі та посередництва в торгівлі. Динаміка обсягів та структури загального обороту таких підприємств за видами товарообороту у 2005–2012 рр. представлена у таблицях 1, 2 та на рис. 2.

Таблиця 1

Динаміка обсягів та структури загального обороту підприємств оптової торгівлі України

| Показник | Рік | | | | Абсолютна зміна, млрд грн | | Темп зростання, % | |
|-----------------------------------|-------|-------|--------|--------|---------------------------|-----------|-------------------|-----------|
| | 2005 | 2010 | 2011 | 2012 | 2011–2010 | 2012–2011 | 2011/2010 | 2012/2011 |
| Загальний оборот, у т.ч.: | 492,5 | 993,7 | 1107,3 | 1093,3 | 113,6 | -14,0 | 111,4 | 98,7 |
| оптовий товарооборот | 442,3 | 898,3 | 997,7 | 986,1 | 99,4 | -11,5 | 111,1 | 98,8 |
| роздрібний товарооборот | 25,6 | 47,7 | 53,1 | 47,0 | 5,5 | -6,1 | 111,4 | 88,5 |
| оборот від інших видів діяльності | 24,1 | 47,7 | 56,5 | 60,1 | 8,8 | 3,7 | 118,4 | 106,5 |

Відповідно до представлених даних, загальний оборот підприємств оптової торгівлі протягом 2005–2011 р. мав чітко виражену тенденцію до зростання, темп приросту за цей період склав 124,8 %. Таке збільшення відбулося, передусім, за рахунок збільшення обсягів оптового товарообороту, який в середньому зріс на 125,6 %, а в сумі збільшився на 555,4 млрд грн. Позитивну динаміку у цей період мали показники обсягів роздрібного товарообороту та обороту від інших видів діяльності, середні темпи зростання яких склали відповідно 87,2 % та 94,5 %, що свідчить про збільшення рівня диверсифікації діяльності підприємств оптової торгівлі. В 2012 р. спостерігається незначний спад загального обсягу обороту підприємств оптової торгівлі, який зменшився відносно 2011 р. на 14 млрд грн або на 1,3 %. Таке падіння зумовлене, передусім, загальноекономічною кризою в Україні та світі, спадом ділової активності, зменшенням доходів населення, зниженням обсягів промислового виробництва, скороченням обсягів зовнішньоторговельних операцій.

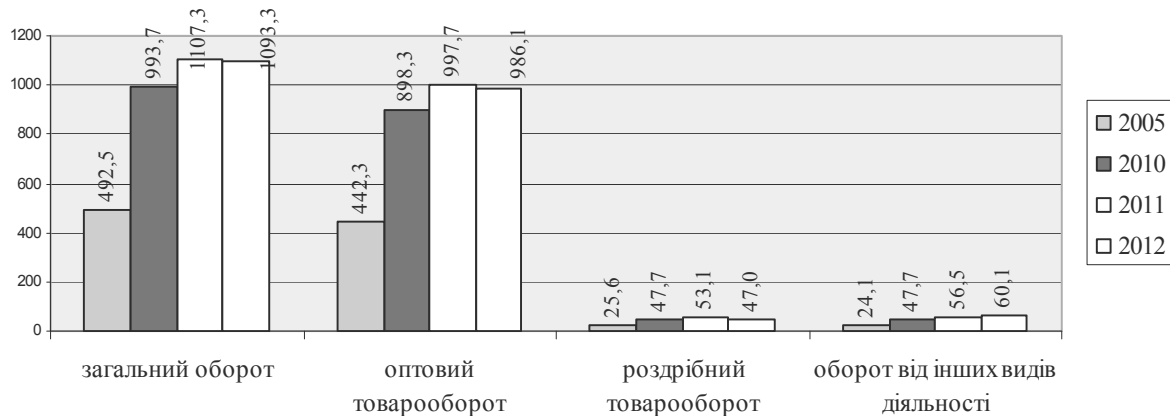


Рис. 2. Динаміка обсягів загального обороту підприємств оптової торгівлі України (2005–2012 рр.), млрд грн

Динаміка структури загального обороту оптових підприємств за видами товарообороту у 2005–2012 рр. представлена у таблиці 2.2

Таблиця 2

Структура загального обороту підприємств оптової торгівлі в Україні, %

| Показник | 2005 р. | 2010 р. | 2011 р. | 2012 р. |
|--|---------|---------|---------|---------|
| Загальний оборот, у т.ч.: | 100 | 100 | 100 | 100 |
| – оптовий товарооборот | 89,8 | 90,4 | 90,1 | 90,2 |
| – роздрібний товарооборот | 5,2 | 4,8 | 4,8 | 4,3 |
| – оборот від посередницької діяльності | 1,4 | 0,7 | 0,5 | 0,6 |
| – оборот від інших видів діяльності | 3,5 | 4 | 4,5 | 4,8 |

Важливим аспектом, що характеризує обсяги торговельно-посередницької діяльності, виступає регіональний розподіл загального обороту підприємств оптової торгівлі та посередництва в торгівлі. Динаміка загального обороту підприємств оптової торгівлі в Україні представлена у таблиці 3 [4].

Таблиця 3

Оптовий товарооборот за регіонами України

| Регіон | Загальний оборот, млрд грн | | | | | | Темп зростання, % | | | | |
|-------------------|----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 2005 р. | 2008 р. | 2009 р. | 2010 р. | 2011 р. | 2012 р. | 2009/2008 | 2010/2009 | 2011/2010 | 2012/2011 | 2012/2005 |
| Україна | 492,51 | 998,58 | 817,53 | 993,70 | 1107,29 | 1093,29 | 81,9 | 121,5 | 111,4 | 98,7 | 222,0 |
| Республіка Крим | 5,29 | 11,58 | 12,01 | 13,71 | 14,11 | 13,05 | 103,7 | 114,2 | 102,9 | 92,4 | 246,5 |
| Області: | | | | | | | | | | | |
| Вінницька | 3,07 | 6,77 | 6,78 | 8,46 | 7,74 | 8,91 | 100,2 | 124,8 | 91,5 | 115,2 | 290,4 |
| Волинська | 12,08 | 21,68 | 21,68 | 15,81 | 13,29 | 13,62 | 100,0 | 72,9 | 84,1 | 102,4 | 112,7 |
| Дніпропетровська | 66,23 | 104,72 | 93,93 | 98,92 | 97,37 | 85,86 | 89,7 | 105,3 | 98,4 | 88,2 | 129,6 |
| Донецька | 67,99 | 145,35 | 114,26 | 173,92 | 237,97 | 207,14 | 78,6 | 152,2 | 136,8 | 87,0 | 304,7 |
| Житомирська | 4,76 | 5,66 | 4,18 | 13,62 | 5,38 | 5,64 | 73,8 | 325,9 | 39,5 | 104,8 | 118,5 |
| Закарпатська | 3,84 | 5,53 | 4,76 | 6,77 | 10,14 | 8,80 | 86,2 | 142,2 | 149,8 | 86,8 | 229,1 |
| Запорізька | 17,73 | 30,41 | 20,51 | 25,66 | 21,35 | 16,86 | 67,4 | 125,1 | 83,2 | 79,0 | 95,1 |
| Івано-Франківська | 4,39 | 6,27 | 8,07 | 8,62 | 6,35 | 7,26 | 128,8 | 106,8 | 73,6 | 114,3 | 165,5 |
| Київська | 15,74 | 35,32 | 35,23 | 43,99 | 50,54 | 61,13 | 99,7 | 124,9 | 114,9 | 120,9 | 388,5 |
| Кіровоградська | 3,02 | 5,64 | 6,24 | 8,41 | 9,24 | 12,16 | 110,8 | 134,7 | 109,9 | 131,5 | 401,9 |
| Луганська | 19,47 | 19,43 | 18,71 | 22,09 | 18,77 | 19,00 | 96,3 | 118,1 | 85,0 | 101,3 | 97,6 |
| Львівська | 16,21 | 24,27 | 20,90 | 23,92 | 39,39 | 41,66 | 86,1 | 114,4 | 164,7 | 105,8 | 257,0 |
| Миколаївська | 13,59 | 18,61 | 20,23 | 21,06 | 17,09 | 16,64 | 108,7 | 104,1 | 81,2 | 97,4 | 122,4 |
| Одеська | 21,79 | 51,04 | 45,51 | 46,34 | 45,45 | 42,91 | 89,2 | 101,8 | 98,1 | 94,4 | 196,9 |
| Полтавська | 8,33 | 17,94 | 14,49 | 32,61 | 11,84 | 11,45 | 80,8 | 225,0 | 36,3 | 96,7 | 137,4 |
| Рівненська | 5,67 | 7,94 | 3,29 | 3,73 | 4,68 | 4,39 | 41,5 | 113,2 | 125,6 | 93,7 | 77,4 |
| Сумська | 3,03 | 5,07 | 4,42 | 5,26 | 5,40 | 4,98 | 87,2 | 118,9 | 102,6 | 92,2 | 164,4 |
| Тернопільська | 1,55 | 3,32 | 4,99 | 4,94 | 11,67 | 19,43 | 150,3 | 99,0 | 236,0 | 166,6 | 1256,6 |
| Харківська | 25,98 | 52,34 | 41,33 | 46,66 | 51,83 | 51,38 | 79,0 | 112,9 | 111,1 | 99,1 | 197,7 |
| Херсонська | 5,14 | 9,71 | 9,46 | 10,47 | 8,32 | 7,22 | 97,4 | 110,7 | 79,5 | 86,7 | 140,5 |
| Хмельницька | 7,96 | 4,87 | 4,36 | 5,01 | 5,46 | 6,11 | 89,5 | 114,9 | 109,0 | 111,9 | 76,8 |
| Черкаська | 4,33 | 9,26 | 8,53 | 9,84 | 11,85 | 13,02 | 92,2 | 115,3 | 120,4 | 109,9 | 300,4 |
| Чернівецька | 2,01 | 3,38 | 2,50 | 2,53 | 3,16 | 3,17 | 73,9 | 101,4 | 125,0 | 100,4 | 157,6 |
| Чернігівська | 2,51 | 4,56 | 4,34 | 5,93 | 7,21 | 7,07 | 95,2 | 136,5 | 121,6 | 98,1 | 282,2 |
| м. Київ | 148,25 | 382,26 | 280,13 | 324,18 | 383,76 | 400,77 | 73,3 | 115,7 | 118,4 | 104,4 | 270,3 |

Як свідчать представлені дані обсяги загального обороту підприємств оптової торгівлі за аналізований період збільшилися у 2,22 разів. Хоча падіння обсягів товарообороту спостерігалось в 2009 р. на 18,1 % та в 2012 р. – на 1,3 % порівняно з попереднім роком. Найбільші обсяги загального обороту підприємств оптової торгівлі спостерігаються у м. Києві. Вони збільшилися з 148,3 млрд грн у 2005 р. до 400,8 млрд грн – 2012 р. або у 2,7 разів.

Найбільші обсяги загального обороту підприємств оптової торгівлі спостерігаються у м. Києві. На долю столиці України припадає близько третини усього обсягу. Стійка позитивна динаміка зростання даного показника у цьому регіоні перервалася лише у 2010 р., коли темп падіння сягнув позначки у (–26,7 %). Однак м. Київ й надалі залишається лідером з обсягів оптового продажу, з позицією у 2012 р. – 36,7 %. Це обумовлено передусім високою концентрацією капіталу в регіоні, значним рівнем ділової та інвестиційної активності, підвищеним попитом на товарному ринку. Структура оптового товарообороту за регіонами України у 2005 р. представлена на рис. 3.

З поміж інших регіонів, лідерами за обсягами оптового продажу, у продовж усього досліджуваного періоду є: Донецька, Дніпропетровська, Київська, Одеська та Харківська області, на дою яких у 2012 р.і при-

падало відповідно 19,0 %, 7,9 %, 5,6 %, 3,9 % та 4,7 %. Така закономірність є природною, оскільки саме ці регіони є промислово-економічними центрами України з розвинутою інфраструктурою та значною густотою населення. Окрім того на їх території сконцентрована найбільша кількість суб'єктів торговельного посередництва. Динаміка розвитку показника загального обороту у цих областях підпорядковується загальній тенденції, щодо падіння темпів приросту у 2012 р. Решта регіонів України не виділяються значними обсягами торговельно-посередницької діяльності. Наприклад, у Житомирській, Закарпатській, Кіровоградській, Рівненській, Сумській, Тернопільській, Чернівецькій та Чернігівській областях рівень обороту менший 1 %. Така ситуація пояснюється передусім, особливостями розміщення продуктивних сил та динамікою розвитку грошових доходів населення у цих областях. Окрім того високий рівень розбіжностей показника обсягу обороту оптових підприємств в різних регіонах України, обумовлений загальною регіональною політикою держави.

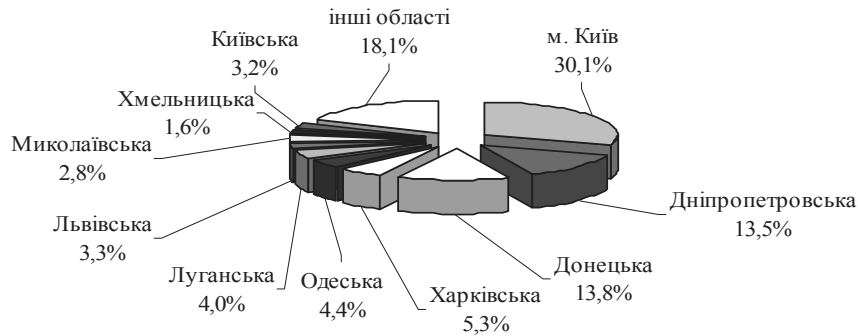


Рис. 3. Структура оптового товарообороту за регіонами України (2005 р.)

Структура оптового товарообороту за регіонами України у 2012 р. представлена на рис. 4.

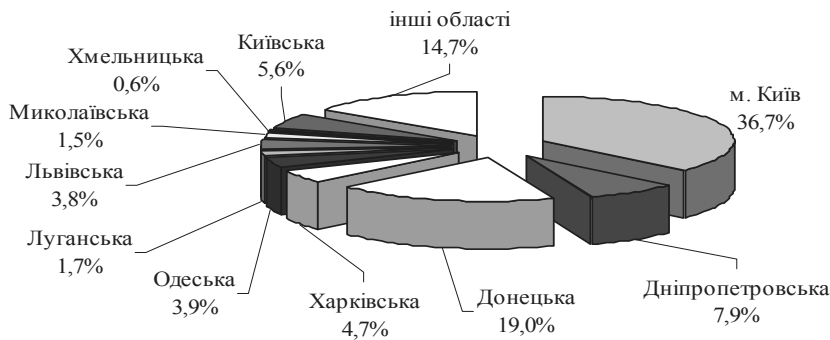


Рис. 4. Структура оптового товарообороту за регіонами України (2012 р.)

Важливим напрямом аналізу оптового товарообороту є вивчення його структури за видами економічної діяльності підприємств оптової торгівлі (табл. 4).

Таблиця 4

Обсяги оптового товарообороту за видами економічної діяльності підприємств оптової торгівлі

| Код КВЕД | Основний вид діяльності | Оптовий продаж, млрд грн | | | | Темп зростання, % | | |
|----------|--|--------------------------|---------|---------|---------|-------------------|-----------|-----------|
| | | 2009 р. | 2010 р. | 2011 р. | 2012 р. | 2010/2009 | 2011/2010 | 2012/2011 |
| | Оптова торгівля – усього | 817,53 | 993,70 | 1107,3 | 1093,3 | 21,5 | 11,4 | -1,3 |
| | з неї: | | | | | | | |
| 50 | Автомобілями та мотоциклами | 26,32 | 41,93 | 51,93 | 25,36 | 59,3 | 23,8 | -51,2 |
| 51.2 | Оптова торгівля сільськогосподарською сировиною і живими тваринами | 23,79 | 24,05 | 41,74 | 47,23 | 1,1 | 73,6 | 13,1 |
| 51.3 | Оптова торгівля продуктами харчування, напоями і тютюновими виробами | 102,03 | 109,90 | 119,26 | 147,16 | 7,7 | 8,5 | 23,4 |
| 51.4 | Оптова торгівля непродовольчими споживчими товарами | 46,35 | 61,61 | 65,33 | 81,45 | 32,9 | 6,0 | 24,7 |
| 51.5 | Оптова торгівля несільськогосподарськими проміжними продуктами | 191,14 | 257,47 | 310,37 | 307,11 | 34,7 | 20,5 | -1,1 |
| 51.6 | Машинне устаткування | 16,68 | 22,56 | 51,82 | 32,14 | 35,3 | 129,7 | -38,0 |

Передусім варто зазначити, що протягом 2009–2012 рр. показник обсягу оптового товарообороту за всіма видами економічної діяльності мав позитивну динаміку розвитку [3].

У 2012 р. обсяги оптового товарообороту зменшилися на $-1,3\%$, суттєво зменшився продаж автомобілів та мотоциклів – на $-51,2\%$ та скоротилася оптова торгівля несільськогосподарськими проміжними продуктами на $-1,1\%$. Збереглася тенденція зростання (хоча і суттєво збільшилася щодо попереднього періоду) у сфері оптової торгівлі продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами та оптової торгівлі непродовольчими споживчими товарами. За рештою видів економічної діяльності спостерігається суттєве скорочення обсягів оптового товарообороту. Така ситуація склалася в наслідок загальноекономічного спаду в Україні, значним скороченням обсягів доходів та кредитування населення. Товарна структура оптового товарообороту в Україні залишається деформованою.

Так, найбільші обсяги товарообороту у 2012 р. припадають на оптову торгівлю несільськогосподарськими проміжними продуктами, в середньому $28,9\%$, тобто більше чверті загального показника. На долю оптової торгівлі у споживчому сегменті ринку (код КВЕД 51.3, 51.4) припадає лише близько 21% . Таким чином оптовий ринок України здебільшого представлений товарами виробничо-технічного призначення.

Таблиця 5

Структура оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі України

| Показник | 2005 р. | 2006 р. | 2007 р. | 2008 р. | 2009 р. | 2010 р. | 2011 р. | 2012 р. |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| Оптовий товарооборот, млн грн, у т.ч. | 492506,2 | 631175,2 | 812160,5 | 998578,2 | 817532,4 | 993695,8 | 1107289,4 | 1093290,8 |
| продовольчі товари | 79123,2 | 103289,0 | 131483,2 | 155100,4 | 168298,8 | 193848,5 | 194516,0 | 215169,0 |
| непродовольчі товари | 413383,0 | 527886,2 | 680677,3 | 843477,8 | 649233,6 | 799847,3 | 912773,4 | 878121,8 |
| Питома вага в оптовому товарообороті, %, у т.ч. | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| продовольчі товари | 16,1 | 16,4 | 16,2 | 15,5 | 20,6 | 19,5 | 17,6 | 19,7 |
| непродовольчі товари | 83,9 | 83,6 | 83,8 | 84,5 | 79,4 | 80,5 | 82,4 | 80,3 |

Оптовий товарооборот підприємств оптової торгівлі у 2012 р. становив $1093290,8$ млн грн. У товарній структурі оптового товарообороту $80,3\%$ склав продаж непродовольчих товарів, $19,7\%$ – продовольчих товарів. Структура оптового товарообороту у 2012 р. змінилась порівняно з попереднім роком у бік зменшення питомої ваги непродовольчих товарів і відповідного збільшення частки продовольчих товарів на $2,1$ в.п.

Висновки. На процеси деформації розвитку підприємництва у сфері оптової торгівлі негативно вплинули такі фактори, як недосконалість організаційних механізмів та нормативно-правової бази внутрішньої торгівлі, у тому числі оптової ланки; нездатність оптовиків пристосуватись до зміни кон'юнктури товарного ринку, нових ринкових умов з тим, щоб стати потрібним оператором у системі збуту і розподілі продукції завдяки наданню спектру послуг; зменшення інвестицій на будівництво нових складів з прогресивними технологіями, відсутність достатніх обігових коштів та джерел їх формування; зростання вартості технологічного устаткування, низький рівень механізації трудомістких робіт.

З наведених причин оптова торгівля не забезпечує повною мірою виконання своїх функцій, основні з яких – це перетворення виробничого асортименту споживчих товарів на торговий, своєчасне постачання товарів роздрібним підприємствам в оптимальних обсягах і належного асортименту, оцінка попиту споживачів, маркетингове обслуговування підприємств торгівлі та виробництва, стимулювання випуску вітчизняних споживчих товарів, стабілізація роздрібних цін. В сучасних умовах виникає об'єктивна необхідність формування розвинутої інфраструктури оптово-посередницьких послуг. А це майже неможливо без цілеспрямованої державної політики розвитку оптової торгівлі для набуття цивілізованих форм здійснення комерційного підприємництва та обслуговування учасників товарного ринку [1].

На розвиток оптової торгівлі позитивно впливають такі фактори, як нарощування обсягів виробництва вітчизняних виробників, постачання імпоротної продукції; збільшення кількості дрібних роздрібних торговців, суб'єктів малого і середнього бізнесу, які потребують регулярного постачання малими партіями; розширення асортименту продукції та його оновлення; збільшення кількості підприємств, які займаються виробництвом товарів народного споживання; наявність оптових, дрібнооптових та роздрібних підприємств, віддалених від місць виробництва; розвиток міжнародної торгівлі.

Довгостроковими цільовими орієнтирами розвитку сфери оптової торгівлі в Україні повинні стати: створення розвинутої структури каналів переміщення товарів; підтримка необхідної інтенсивності товаропотоків; формування резервних джерел фінансового забезпечення процесу руху товарів.

Література

1. Балабан М. П. Оптова торгівля в ринковому середовищі: ефективність функціонування та стратегія розвитку : монографія / М. П. Балабан. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2005.
2. Голошубова Н. О. Оптова торгівля: організація та технологія : навч. посібник / Н. О. Голошубова, В. М. Торопков. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005.
3. Статистичний збірник “Оптова і біржова торгівля України”. – К. : Держкомстат України, 2013.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

5. Трубей О. М. Аналіз обсягів та структури торговельно-посередницької діяльності на споживчому ринку України [Електронний ресурс] / О. М. Трубей. – Режим доступу <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=402>

References

1. Balaban M. P. Optova torhivlya v rynkovomu seredovyshchi: efektyvnist' funktsionuvannya ta stratehiya rozvytku : monohrafiya / M. P. Balaban. – Poltava : RVTs PUSKU, 2005.
2. Holoshubova N. O. Optova torhivlya: orhanizatsiya ta tekhnolohiya : navch. posibnyk / N. O. Holoshubova, V. M. Toropkov. – K. : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2005.
3. Statystychnyy zbirnyk “Optova i birzhova torhivlya Ukrainy”. – K. : Derzhkomstat Ukrainy, 2013.
4. Ofitsiynyy sayt Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrainy [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Trubey O. M. Analiz obsyahiv ta struktury torhovel'no-poserednyts'koyi diyal'nosti na spozhyvchomu rynku Ukrainy [Elektronnyy resurs] / O. M. Trubey. – Rezhym dostupu <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=402>

Надіслана/Written: 15.06.2014 р.

Надійшла/Received: 18.06.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. В. В. Лук'янова

МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖРЕГІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

Представлено комплекс пропозицій для органів виконавчої влади регіону щодо реалізації заходів, спрямованих на підвищення ефективності міжрегіональної взаємодії як чинника інтенсифікації економічного зростання території.

Ключові слова: міжрегіональне співробітництво; економічне зростання; міжрегіональний маркетинговий центр; державно-приватне партнерство.

A. S. MATEHA

Donetsk State University of Management

METHODS TO INCREASE EFFICIENCY INTERREGIONAL ECONOMIC COOPERATION

Abstract – Identification of major regional policies for the improvement of the efficiency of regional cooperation. The article presents a set of measures and proposals for the executive bodies to implement measures aimed at improving the efficiency of inter-regional cooperation as a factor in the intensification of territory economic growth. In general, the regulation of the practice of regional cooperation is necessary to use a wide arsenal of tools and techniques that allow to achieve this goal, and yet complement each other. However, the government is relatively small part. Obviously, it would be useful to the development of all economic means of regulation, especially those who practice in foreign countries make the biggest impact.

Key words: inter-regional cooperation; economic growth; Interregional Marketing Center; public-private partnerships.

Постановка проблеми. Розвиток міжрегіональних торгово-економічних зв'язків розглядається нами як пріоритетний напрямок регіональної економічної політики. В умовах посилення міжрегіональної конкуренції, а також високого динамізму змін, що відбуваються як у зовнішньому середовищі, так і всередині регіону, регулювання міжрегіональної взаємодії, пошук шляхів його розвитку виступає однією з підстав зростання економіки.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженню питань регіонального та міжрегіонального співробітництва було присвячено праці таких відомих науковців, як І. Бабець, О. Бабінова, С. Біла, І. Валюшко, З. Варналій, Я. Жаліло, Є. Кіш, В. Кривцова, В. Куйбіда, М. Лендвел, Є. Лукін, Н. Максименко, Л. Прокопенко, І. Розпутенко, О. Рудік, С. Серьогін, І. Сторонянська, І. Студеннікова, В. Удовиченко, І. Шумляева та ін.

Формулювання цілі статті. Визначення основних напрямів політики регіонів щодо удосконалення ефективності міжрегіонального співробітництва.

Виклад основного матеріалу. Розвитку міжрегіональної діяльності промислових підприємств регіону повинні сприяти дії регіональних органів влади, такі як: створення державного інформаційного порталу в сфері міжрегіонального співробітництва; інвестиційна підтримка міжрегіональних проектів; проведення заходів з метою налагодження ділових контактів; створення спеціалізованих структур в системі органів влади, відповідальних за розвиток і координацію міжрегіональних зв'язків; проведення навчальних семінарів з питань міжрегіонального співробітництва. Таким чином, керівники підприємств повинні розраховувати на сприяння органів державної влади в організації та здійсненні міжрегіональної діяльності [1]. На наш погляд, політику регіонів у питаннях міжрегіонального співробітництва слід удосконалювати за низкою напрямів [2].

1. Підвищення ефективності правового регулювання. Законодавство і адміністративні процедури, що регулюють різні аспекти міжрегіональної торговельної діяльності, характеризуються кількома проблемними областями, негативно позначаються на її розвитку.

Нормативно-правові акти, що регулюють діяльність торговельних організацій, найчастіше характеризуються крайнощами: вони або допускають множинний контроль з боку регіональних і місцевих властей, або містять правові проблеми, коли відсутнє чітке закріплення повноважень за будь-яким органом регіональної або місцевої влади. Приведення регіонального законодавства у відповідність з реальною практикою розвитку міжрегіональної торгівлі дозволить останній розвиватися на благо всіх регіонів, що беруть участь в товарообміні. Незважаючи на гарантовану Конституцією України свободу пересування товарів по її території, високий ступінь злочинності і корупції у сфері перевезення товарів перешкоджає розвитку міжрегіональної торгівлі. Необхідні реальні зусилля по боротьбі зі злочинністю на дорогах.

2. Розвиток інфраструктури. Заходи державної політики в галузі міжрегіонального торговельно-економічного співробітництва повинні бути орієнтовані на збільшення доступності площ і земель для торговельних і логістичних організацій, випереджаюче нарощування комунальних генеруючих і розподільних потужностей, розвиток дорожньої та телекомунікаційної сфер.

Підвищення ефективності міжрегіональної торгівлі можна домогтися, розвиваючи її інфраструктуру за допомогою створення оптових продовольчих ринків; оптимізації розміщення об'єктів складського господарства в окремих секторах міжрегіональних товарних ринків; організації інформаційного обслуговування;

горизонтальної та вертикальної інтеграції підприємств, що знаходяться в сусідніх (прилеглих) регіонах; створення інтегрованих систем маркетингу.

Мінімізація трансакційних витрат у відносинах міжрегіонального товарообміну вимагає формування та функціонування ефективного інституту оптової торгівлі. Формування великих оптових організацій забезпечить значну економію підприємств на витратах, пов'язаних з постачанням і збутом продукції. Діяльність оптових організацій з вивчення ринків, властивостей товарів, вибору партнерів, проведення переговорів, підготовки контрактів, з контролю їх виконання сприяє зниженню трансакційних витрат як самих оптових організацій, так і постачальників і споживачів, які співпрацюють з ними.

На сьогодні існують передумови для розвитку інтегрованих структур оптових посередників (торгівельні доми, ярмарки, брокерські і дилерські посередницькі контори і фірми), які покликані виконувати функції з складування, переробки, відвантаження та доставки продукції. Оптимальним рішенням для регіонів, що активно розвивають свої зв'язки або планують їх активізацію, було б формування сервісно-термінального великого міжрегіонального маркетингового центру (ММЦ), інтегруючого торгівлі, фінансові операції, інформаційну діяльність [3]. Причому у створенні ММЦ і подібних організацій можуть брати участь як органи влади, так і самі економічні суб'єкти, оскільки всі вони зацікавлені в міжрегіональному розвитку. Ефективні торгові зв'язки, що формуються за посередництва великих міжрегіональних оптових організацій, сприяють реалізації економічних інтересів регіонів.

Як можна припустити, ММЦ не тільки здійснювали б функції оптового посередника, а й створювали б умови для формування в регіонах економічного середовища, яке буде адекватним до сучасних умов та сприятиме виникненню стимулів до економічного зростання. Крім того, міжрегіональний маркетинговий центр є більш конкурентоспроможним видом посередницької організації в порівнянні з іншими, тому що знижує ступінь ризику ведення оптової торгівлі для товаровиробника, підвищує його конкурентоспроможність, незважаючи на нестабільну економічну середу.

Фінансування розвитку інфраструктури можливо за рахунок таких трьох груп джерел, як: будівництво інфраструктурних об'єктів за рахунок держави; використання механізмів державно-приватного партнерства; надання різних пільг, створення необхідних адміністративних умов з метою залучення приватного капіталу для розвитку об'єктів інфраструктури.

У таблиці 1 представлені основні інструменти та заходи підтримки розвитку інфраструктури торговельно-економічного співробітництва.

Таблиця 1

| Інструменти розвитку інфраструктури торговельно-економічного співробітництва | |
|--|---|
| Інструмент | Характеристика |
| Стратегічне планування та регіональні програми розвитку інфраструктури торгівлі | Стратегічне планування для всіх регіонів має бути спрямоване на випереджальний розвиток інфраструктурних об'єктів відповідно до прогнозів соціально-економічного розвитку регіонів. Таке планування дозволить вирішити одну з інфраструктурних проблем, пов'язаних з труднощами підключення до комунальних мереж (електроенергетика, водопостачання, тепlopостачання і т.д.). На основі стратегічних планів з розвитку регіонів мають формуватися окремі регіональні програми розвитку інфраструктури, в т.ч. і інфраструктури міжрегіональної торгівлі |
| Використання диференційованих орендних ставок | Введення системи диференційованих орендних ставок дозволить залучити в сектор торгівлі та в сектор логістичних послуг організації та представників малого бізнесу, для яких існуючі орендні ставки роблять бізнес економічно недоцільним |
| Застосування механізмів, пов'язаних з державним фінансуванням розвитку інфраструктури торгівлі | Найбільш ефективними механізмами, які сприяють прискореному розвитку інфраструктури торгівлі, є механізми, пов'язані з державним фінансуванням, це в першу чергу: субсидування процентних ставок за кредитами на будівництво торгової та логістичної інфраструктури; державні гарантії за кредитами на будівництво торгової та логістичної інфраструктури; приватно-державне партнерство, в рамках якого держава виділяє землю і підводить до ділянки всі необхідні комунікації, а приватна компанія буде торговий або логістичний об'єкт |

3. Проведення кон'юнктурних і маркетингових досліджень. Обов'язковою інструментом ефективного функціонування механізму регулювання міжрегіонального співробітництва має стати моніторинг. Побудова системи моніторингу регіональних торгово-економічних показників дозволить оперативного отримувати та аналізувати інформацію про стан міжрегіональної торгівлі регіону, його фінансів, про показники, що характеризують ефективність співпраці. Ця система покликана також забезпечити збір інформації та проведення типологізації територій, схожих за різними критеріями, з метою забезпечення довгострокових пріоритетів розвитку міжрегіональної взаємодії. Водночас аналізуються дані про стан нормативної правової бази, проводиться оцінка інфраструктурних можливостей для здійснення такої взаємодії. Невід'ємним інстру-

ментом зовнішньоторговельної стратегії регіону має стати прогнозування потенційних ринків, що є визначальним при виборі партнерів у сфері міжрегіональної торгівлі.

4. Просування товарів на ринки інших регіонів. З метою висунення міжрегіональної взаємодії в число пріоритетів розвитку регіону необхідно розробити торговий план для підтримки експортних устремлень регіональних підприємств. Для цього потрібно налагодити інформаційне забезпечення ділових кіл, виявити придатні для вивезення товари і послуги.

Продумана система просування товарів на ринки регіонів України особливо потрібна підприємствам із незначним обігом. Малий і середній бізнес не володіє ні необхідними фінансовими ресурсами, ні необхідними знаннями та досвідом проведення міжрегіональних угод. Для тих галузей економіки регіону, які розташовують найбільшим експортним потенціалом і в яких розвиток експортних виробництв обернеться максимально високою віддачею в плані створення нових робочих місць та підвищення рівня життя населення, слід розробити програми відбору конкретних фірм (підприємств) для надання цілеспрямованого сприяння в розвитку експорту. Крім того, доцільно впровадити практику запрошення урядових і ділових делегацій з інших регіонів.

Потрібно чітко уявляти економічний ефект, який повинен бути отриманий від проведених заходів. Так, найбільший ефект дають переговори між бізнесменами, а не тільки між представниками регіональних влад. У сфері просування інформації про зовнішньоторговельний потенціал території найбільш ефективним бачиться проведення відповідних презентацій, спрямованих безпосередньо на регіон, до якого планується залучити торгових партнерів.

Для реалізації як сировинних товарів, так і кінцевої продукції експортно-орієнтовані підприємства мають формувати збутову і сервісну мережі в інших регіонах. Тому виникає необхідність організації спеціальних підрозділів, які здійснюватимуть післяпродажне обслуговування. Дрібним і середнім підприємствам складно вирішити це питання. Виходом для них може стати створення спеціального підрозділу, спільного для декількох експортерів, при координації з боку органів, що займаються підтримкою експортерів в регіоні і представляють в цілому номенклатуру та географію товарного вивезення.

5. Інформаційне забезпечення. Інформаційне забезпечення міжрегіонального торгово-економічного співробітництва має включати створення інформаційної бази, яка містить дані про потенційних партнерів, їх можливості та пропозиції; про потенціал вивезення і потребах у ввезенні; міжурядових угодах; інвестиційних програмах та проектах в даній сфері; економічний і фінансовий стан. Інформаційне забезпечення необхідно розвивати за такими напрямками:

- організація семінарів, конференцій, “круглих столів”, з найбільш актуальних тем із залученням відповідних міністерств і відомств, а також представників некомерційних структур, зацікавлених у стимулюванні регіонального експорту;

- повномасштабне використання потенціалу Інтернету, і, перш за все, організація отримання в режимі он-лайн інформації за запитами про експортні можливості регіону; створення сайту та розміщення на ньому інформації про регіон та його підприємства; партнерство зі спеціалізованими web-сайтами;

- надання безпосередньої підтримки, консультаційної допомоги суб'єктам господарювання; своєчасне їх інформування про проведення заходів; цілеспрямована робота з конкретними підприємствами;

- видання рекламних буклетів, які будуть вигідно представляти регіон і його потенційних експортерів; публікація необхідних відомостей в пресі і каталогах, випуск періодичних інформаційно-аналітичних бюлетенів;

- розширення участі експортерів у міжрегіональних виставках, науково-практичних конференціях; організація та проведення таких заходів на території регіону;

Слід підкреслити, що значний обсяг роботи по збору, аналізу, збереженню інформації та документів, пов'язаних з міжрегіональною торгівлею, надання інформаційної продукції (довідники, буклети про експортний потенціал, мультимедійні презентації та ін.) повинен здійснюватися спеціалізованим департаментом уряду регіону.

Таким чином, створення системи інформаційної підтримки міжрегіонального торговельно-економічного співробітництва регіону ґрунтується на різноманітних формах, що включають:

- створення торгових і рекламних представництв у регіонах України;

- розвиток інфраструктури міжрегіональної торгівлі, комп'ютеризація засобів комунікації;

- проведення консультацій для спеціалістів;

- сприяння фірмам з боку зацікавлених державних структур в підборі торгових посередників у регіонах на основі сформованої бази даних;

- організація інформаційних та навчальних центрів, виставок, семінарів, конкурсів.

Висновки. Таким чином, в цілому в практиці регулювання міжрегіонального співробітництва необхідно використовувати широкий арсенал інструментів і методів, які дозволяли б досягти поставленої мети, і разом з тим доповнювали б один одного. Однак органами влади застосовується порівняно невелика їх частина. Очевидно, що було б корисним освоєння всіх економічних засобів регулювання, особливо тих, які в практиці зарубіжних держав дають найбільший ефект.

Література

1. Міжрегіональне співробітництво у системі нової регіональної політики України / С. О. Біла, І. Г. Бабєць, І. В. Валушко, Я. А. Жаліло [та ін.] ; за ред. Я. А. Жаліла. – К. : НІСД, 2011. – 32 с.
2. Развитие межрегионального сотрудничества в новых экономических условиях: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.komfed.ru/section_42/527.html
3. Ускова Т. В. Межрегиональное взаимодействие как фактор роста экономики: препринт / Т. В. Ускова, Е. В. Лукин. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2013. – 76 с.

References

1. Mizhregional`ne spivrobotny`cztvo u sy`stemi novoyi regional`noyi polity`ky` Ukrainy` / S. O. Bila, I. G. Babecz`, I. V. Valyushko, Ya. A. Zhalilo [ta in.] ; za red. Ya. A. Zhalila. – K. : NISD, 2011. – 32 s.
2. Razvy`ty`e mezhregy`onal`nogo sotrudny`chestva v novyx ekonomy`chesky`x uslovy`yah: problemy u`perspekty`vy [Elektronnyj resurs]. – Rezhy`m dostupa: http://www.komfed.ru/section_42/527.html
3. Uskova T. V. Mezhhregy`onal`noe vzay`modejstvye`e kak faktor rosta ekonomy`ky` : prepry`nt / T. V. Uskova, E. V. Luky`n. – Vologda : Y`SƏRT RAN, 2013. – 76 s.

Надіслана/Written: 15.06.2014 р.

Надійшла/Received: 18.06.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Л. Б. Костровець

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ – ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЕКОНОМІКИ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Обґрунтовано основні положення та практичні рекомендації щодо активізації розвитку сільського зеленого туризму як пріоритету диверсифікації економіки сільських територій Миколаївської області. Досліджено особливості розвитку основних видів туризму, які користуються попитом в Миколаївській області. Визначено роль сільського зеленого туризму у ефективному соціально-економічному розвитку сільських територій. На основі проведеного SWOT-аналізу розвитку туристично-рекреаційної сфери розроблено основні напрями стратегії розвитку сільського зеленого туризму. Запропоновано бізнес-план на відкриття сільського дворику “Бабусина Хата” в с. Софіївка Новобузького району, Миколаївської області.

Ключові слова: сільські території, сільський зелений туризм, соціально-економічний розвиток, агротуризм, екотуризм.

A. Y. GOTSELUK

Mykolaiv National Agrarian University

GREEN TOURISM – A PRIORITY OF ECONOMIC DIVERSIFICATION RURAL AREA MYKOLAIV REGION

Abstract – The article basic provisions and practical recommendations to enhance the development of rural green tourism as a priority economic diversification of rural areas Mykolaiv region. he features of the main types of tourism that are in demand in Mykolaiv region. The role of rural green tourism in effective socio-economic development of rural areas. Based on the SWOT-analysis of tourist and recreation areas developed basic strategies of rural green tourism. The proposed a business plan for opening rural yard “Grandmother's house” in village Sofievka, Mykolaiv region.

Key words: rural areas, rural green tourism, socio-economic development, agrotourism, ecotourism.

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки в Україні основним напрямом аграрних реформувач має стати курс на послідовну переорієнтацію сільської економіки. Сьогодні, сільський розвиток потребує комплексного підходу до вирішення всіх проблем сільських територій – економічних, соціальних, екологічних, демографічних тощо. Саме тому, існує об'єктивна необхідність диверсифікації сільської економіки, що ґрунтується на передислокації наявних ресурсів у нові види сільськогосподарської та несільськогосподарської діяльності на селі й сприяє створенню можливостей для кращого використання людського капіталу, збільшенню прибутків підприємств і домогосподарств, підвищенню рівня життя селян.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема та перспективам розвитку економіки сільських територій присвячено чимало наукових досліджень. Їх результати широко висвітлені у працях провідних вчених: К. Ешлі, В.М. Єрмоленко, О.В. Коваленко, Л.В. Лисенко, А. Лісовий, С. Максвел, М.Й. Малік, С.І. Мельник, О.І. Павлов, І.П. Прокоп, П.Т. Саблук, В.П. Славов, М. Талавиря, В.М. Трегобчук, В.Ю. Уркевича, К.І. Якуба та ін.

Вагомий внесок у дослідження проблем розвитку сільського зеленого туризму, зробили такі відомі вчені, як: В.В. Васильєв, П.В. Горішевський, Т.І. Дьоров, Ю. Зінько, С.П. Кузик, В.К. Федорченко та ін. Проте, незважаючи на значущість проведених досліджень, для вітчизняної економічної науки проблема розвитку сільського зеленого туризму як пріоритету диверсифікації економіки сільських територій на прикладі конкретного регіону України потребує системного обґрунтування.

Постановка завдання. Мета статті полягає у теоретичному обґрунтуванні положень та розробці практичних рекомендацій щодо активізації розвитку сільського зеленого туризму як пріоритету диверсифікації економіки сільських територій Миколаївської області.

Виклад основного матеріалу. Аналіз сучасного стану економіки сільських територій вказує на необхідність її диверсифікації, одним з видів якої є сільський зелений туризм.

Сьогодні, сільський зелений туризм – явище для України досить нове, неординарне і трактується по-різному. Саме тому між фахівцями в сфері туризму ще й досі тривають дискусії щодо визначення змісту таких понять як сільський зелений туризм, еко- та агротуризм, відпочинковий туризм, екоагротуризм, а також багато авторів розуміють одне і теж під різними поняттями. Так, згідно із ст. 1 проекту Закону України “Про сільський зелений туризм” [4] сільський зелений туризм являє собою відпочинковий вид туризму, що передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості (селі) та отримання ними послуг сільського зеленого туризму.

За визначенням Міжнародної спілки екотуризму [6], сільський зелений туризм визначається як спрямована мандрівка в сільську місцевість з метою ознайомлення з місцевою культурою та історією природного середовища, яка не порушує цілісності екосистеми, при цьому робить охорону природних ресурсів вигідною для сільських мешканців.

Міжнародний Союз охорони природи [7] визначає даний вид туризму як мандрівку з відповідальністю перед навколишнім середовищем по відносно незайманих територіях з метою вивчення і насолоди природою, що сприяє її охороні, чинить “м’який” вплив на навколишнє середовище, забезпечує активну соціально-економічну участь місцевих мешканців у збереженні природи та отриманні ними переваг від цієї діяльності.

На думку вченого Кузика С.П. сільський зелений туризм – це проведення вільного часу в сільському середовищі, якому притаманна відповідна забудова, сільський побут, мальовничий ландшафт тощо. Зелений він тому, що туристичні заняття у вигляді пішохідних і кінних прогулянок, спортивних та оздоровчих подорожей (навіть полювання і рибальство) відбуваються у сільській місцевості серед живої зеленої природи [3, с. 104].

За визначенням Федорченка В.К. та Дьорова Т.І. сільський зелений туризм являє собою вид туризму, який дає можливість міським мешканцям активно відпочивати в приватних сільських господарствах, а сільським господарям поліпшити своє фінансове становище [5, с. 95].

Горішевський П.В., Васильєв В.В. та Зінько Ю.В., у своїх наукових досліджень наголошують, що сільський зелений туризм – це відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях, який передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, аграрних і народних музеїв, центрів з обслуговування туристів з екскурсводами [1, с. 16].

Нині, в Україні існує три різновидності сільського зеленого туризму, а саме: агро- та екотуризм і відпочинковий туризм (рис. 1). Головною фігурою в забезпеченні функціонування зазначених видів туризму виступає сільська родина, яка надає житло, забезпечує харчування і знайомить з сільською місцевістю.

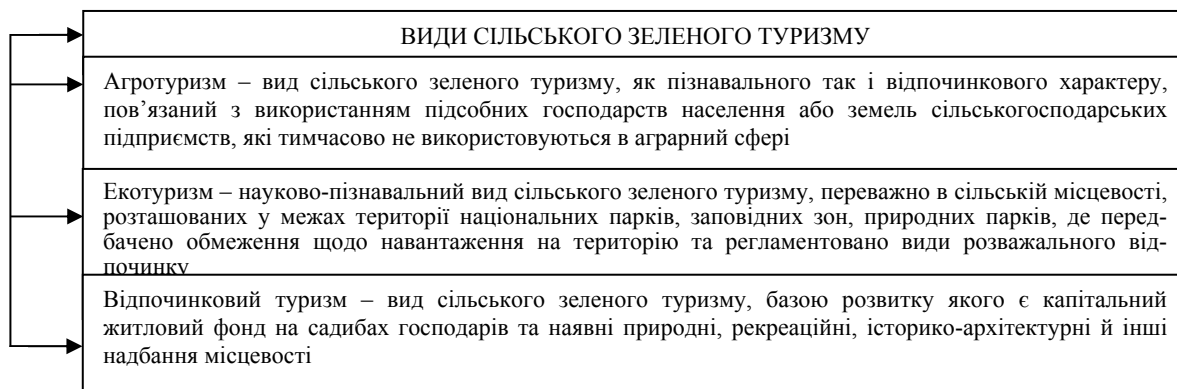


Рис. 1. Основні види сільського зеленого туризму

Варто зазначити, що позитивний вплив сільського зеленого туризму на вирішення соціально-економічних проблем села полягає передусім у тому, що він розширює сферу зайнятості селян, особливо жінок, і дає селянам додатковий заробіток. Сільський туризм в Україні розширює можливості зайнятості сільського господаря не тільки у виробничій сфері, але й сфері обслуговування. При певному нагромадженні числа відпочиваючих з’являється потреба в задоволенні різноманітних запитів, а це в свою чергу, стимулює розвиток сфери послуг: транспортних, відпочинково-розважальних, служби побуту, зв’язку, торгівлі тощо.

Особливо сприятливі умови для розвитку зеленого туризму створюються на територіях національних і ландшафтних парків, де існує можливість поєднати відпочинок з пізнанням природного та історико-культурного потенціалу регіону. Необхідною умовою реалізації програм його розвитку є співпраця місцевих осередків та національних і регіональних парків. Розвиток сільського туризму спонукає до поліпшення благоустрою селищ, тобто сільських садиб, вулиць, а також він стимулює розвиток соціальної інфраструктури. На першому етапі обслуговування відпочиваючих відбувається за допомогою існуючого житлового фонду з використанням місцевих рекреаційних ресурсів. Та з часом за рахунок коштів, які надходять від цієї діяльності ті, хто нею займаються, починають робити вклади у поліпшення комунального облаштування житла, вулиць. Об’єднаними зусиллями вони поліпшують сферу обслуговування, що є вагомим внеском у розвиток села.

Сільський туризм позитивно впливає на відродження, збереження і розвиток місцевих народних звичаїв, промислів, пам’яток історико-культурної спадщини. Проявляючи інтерес до цих надбань народної культури, жителі міст, що відпочивають на селі, розкривають місцевим жителям їх справжню цінність, популяризують їх у своїх краях і таким чином допомагають їх збереженню морально, а подекуди й матеріально.

Суттєву роль відіграє розвиток туризму у підвищенні культурно-освітнього рівня сільського населення. Готуючись приймати і обслуговувати відпочиваючих, члени селянських родин змушені поповнювати свої знання з ведення домашнього господарства, приготування їжі, а спілкування з гостями розширює їх кругозір, дає змогу зав’язати нові знайомства, завести друзів в інших населених пунктах. Сільський туризм сприяє і розвитку демографічних процесів на селі [2].

Крім того, з урахуванням реалій сучасної складної економічної ситуації в Україні, розвиток сільського туризму не потребує значних капіталовкладень, оскільки передбачає використання вже існуючої інфраструктури сільських населених пунктів, наявних помешкань сільських господарів. Особливо цікавим може бути відпочинок у селі тоді, коли до нього долучаються цікаві екскурсійні маршрути, що розкривають витоки

та джерела народної культури та мистецтва, літератури, української духовності в цілому. Це й є ознайомлення з численними центрами народних художніх промислів, ткацтва, вишивання, гончарства, малярства, різьблення по дереві, лозоплетіння.

У Миколаївській області існують всі необхідні сприятливі умови для подальшого перспективного розвитку сільського зеленого туризму (табл. 1).

Таблиця 1

**SWOT-аналіз розвитку сільського зеленого туризму
як напрямку диверсифікації економіки сільських територій Миколаївської області**

| Перевага | Недолік |
|---|--|
| Географічне та геополітичне розташування | Недосконалі умови прибуття та пересування |
| Історична національна особливість регіону | Не розроблені програми просування національно-етнографічної спадщини регіону |
| Існування досвіду прийому відвідувачів | Відсутність інвестицій у сферу рекреації |
| Наявність природних рекреаційних ресурсів | Зanedбаність пам'яток історії, архітектури та культури |
| Наявність пам'яток, історична спадщина міст і сіл, збереженість культури та народних ремесел | Нерівномірність розміщення закладів інфраструктури в територіально-адміністративному розрізі |
| Наявність виходу до Чорного моря | Політичні негаразди в державі |
| Розробка туристичних маршрутів | Відсутність інформації про область |
| Розробка районних програм розвитку сільського зеленого туризму | Відсутність наукового обґрунтування стимулювання процесів розвитку рекреаційно-туристичної сфери |
| Визнання на рекреаційно-туристичних ринках, у т.ч. міжнародних (Молдова, Білорусія, Латвія, Румунія), відносно позитивного іміджу регіону | Невисокий рівень якості обслуговування |
| Чисте навколишнє середовище, порівняно невисоке забруднення внаслідок аварії на ЧАЕС | Відсутність гарантій якості послуг, нестача кваліфікованих спеціалізованих кадрів |
| Розвинута транспортна мережа | Не чітко розроблена концепція розвитку туризму в області |
| Зростання якості та асортименту рекреаційно-туристичних послуг, тенденції до нарощування обсягу наданих послуг | Недостатня кількість розроблених та впроваджених туристичних маршрутів |
| Визнання туристичної сфери одним із пріоритетних напрямів розвитку сільської економіки | Недосконалість нормативно-правової бази в галузі рекреації, неналежний стан туристичних маршрутів |
| Можливості | Загрози |
| Розвиток сільського зеленого туризму значно збільшить доходи селян, що поліпшить економічний розвиток сіл Миколаївщини | Значний рівень безробіття створює основу для збільшення злочинності, що буде відлякувати потенційних туристів |
| Розвиток несільськогосподарських видів підприємницької діяльності | Суперництво та відсутність координації між різними організаціями, що займаються промоцією сільського туризму, заважає впровадженню єдиних стратегічних цілей розвитку сільського туризму в регіоні |
| Приїзд туристів сприятиме більшому піклуванню, а відтак, кращому збереженню культурно-історичних пам'яток регіону | Поганий політичний імідж не сприяє діяльності іноземних інвесторів |
| Створення нових робочих місць в сфері обслуговування, медицини, транспортній мережі, які зможуть надати роботу і випускникам ВНЗ | Відсутність політичної стабільності та закону "Про сільський туризм" заважає організації відпочинку |
| Покращення технології обслуговування рекреантів і туристів | Недооцінювання значення туризму в регіоні |

Таким чином, взявши за основу SWOT-аналіз Миколаївської області в контексті розвитку сфери рекреації і туризму, реальні переваги та недоліки можна визначити основні напрямки стратегії розвитку сільського зеленого туризму, які передбачають: правове та організаційне забезпечення сталого розвитку галузі та підвищення її частки у загальному обсязі виробництва продукції та надання послуг в області; створення іміджу Миколаївської області в Україні та за кордоном; залучення інвестиційного та кредитного капіталу в розвиток туристичної інфраструктури; залучення іноземних туристів та громадян України на відпочинок та оздоровлення; активізацію підприємництва, розвиток бізнесу в сфері туризму; використання економічних, соціальних, оздоровчих та інших функцій туризму для підвищення рівня життя мешканців Миколаївської області та створення додаткових робочих місць.

Позитивний імпульс розвитку зеленого туризму очікується й від реалізації проекту "Туристичне Приінгулля", маршрут якого "Миколаїв – Мар'ївка-Пелагеївка – Софіївка – Баратівка – Миколаїв".

Вважаємо, що ефективній дії зазначеного проекту буде сприяти розроблений нами бізнес-план відкриття сільського дворику "Бабуся хата" в с. Софіївка, Новобузького району, Миколаївської області, основними цілями якого є: розвиток сільської економіки, шляхом створення додаткових робочих місць, розвитком сервісної інфраструктури, покращення привабливості регіону, залучення як вітчизняних, так і іно-

земних інвесторів. Представлений бізнес-план дає загальну оцінку рентабельності проекту по створенню сільського двора “Бабусина хата”. Основні характеристики “сільського двора”, який включає: споруди (для проживання туристів); етномузей українського побуту; медичний пункт; дитячий майданчик; мікроавтобус.

Термін окупності проекту становить 3,5 роки, виручка за реалізацію послуг “сільського дворика” 1216768 грн, а чистий щорічний прибуток за базовий рік складатиме 199692,18 грн.

Основною гордістю запропонованого сільського дворика “Бабусина хата” має стати “етномузей”, який уособлює в собі історію і далеке минуле наших дідів та прадідів, зберігає та розкриває туристам звичаї та традиції українського народу. Також в програмі заплановані екскурсійні пізнавально-розважальні поїздки до історичних пам’яток, фольклорних і архітектурних музеїв на мікроавтобусі, відвідування Пелагеївського монастиря. Пропонуються пішохідні і велосипедні маршрути під керівництвом інструктора.

Відкриття такої садиби є інвестиційно-привабливим, оскільки в регіоні відсутні даного типу садиби, що забезпечуватимуть прибутковістю інвестицій в галузь. Більше того, відкриття такого “сільського дворика” буде привабливим не лише для українських, але й для іноземних туристів, які матимуть змогу завчасно забронювати місця, відвідати історичні та визначні місця, ознайомитись з культурою та побутом українського народу та побувати в знаменитому на весь світ Пелагеївському монастирі.

Висновки. Отже, сьогодні сільський зелений туризм розглядається як один із перспективних напрямів диверсифікації сільської економіки, який робить значний внесок в соціально-економічний розвиток села, а саме: збільшення нових робочих місць, збільшення надходжень від зовнішньоекономічної діяльності, поповнення державного бюджету через сплату податків, зниження імпорту. Вважаємо, що ефективно впровадження в дію проекту “Туристичне Приінгулля”, маршрут якого “Миколаїв – Мар’ївка-Пелагеївка – Софіївка – Баратівка – Миколаїв” та бізнес-плану на відкриття сільського дворика “Бабусина хата” в с. Софіївка позитивно вплинуть на подальший розвиток сільської економіки та ще раз підтвердять про доцільність та необхідність розвитку несільськогосподарських видів підприємницької діяльності на селі.

Література

1. Горішевський П. В. Сільський зелений туризм: організація гостинності на селі: підручник / П. В. Горішевський, В. П. Васильєв, Ю. В. Зінько. – Івано-Франківськ : Місто-Н, 2003. – 148 с.
2. Ключник А. В. Активізація несільськогосподарського підприємництва на селі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rtp.com.ua/news/2014/02/24/5/3099.html>.
3. Кузик С. П. Менеджмент туризму в регіоні / С. П. Кузик, Д. Л. Олесевич // Регіональна економіка. – 1999. – № 1. – С. 103–109.
4. Проект Закону України “Про сільський зелений туризм” станом на 23.10.2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kr-admin.gov.ua/Tourism/NPB/2.pdf>.
5. Федорченко В. К. Історія туризму в Україні / В. К. Федорченко, Т. А. Дьорова. – К. : Вища школа, 2002. – 195 с.
6. <http://mykrai.wordpress.com/> Міжнародна спілка екотуризму.
7. <http://znaimo.com.ua/> Міжнародний союз охорони природи.

References

1. Gorishevs'kyj P. V. Sil's'kyj zelenyj turyzm: organizacija gostynnosti na seli [Green tourism: hospitality organization in the village] / P. V. Gorishevs'kyj, V. P. Vasyly'jev, Ju. V. Zin'ko, – Ivano-Frankivs'k, 2003.
2. Kljuchnyk A. V. Activation of non-agricultural businesses in rural areas”, available at [Elektronniu recurs] / A. V. Kljuchnyk. – Regim dostupu: <http://rtp.com.ua/news/2014/02/24/5/3099.html> (Accessed 20 March 2014).
3. Kuzyk S. P. Management of tourism in the region” / S. P. Kuzyk, D. L. Olesnevych // Regional'na ekonomika. 1999. – Vol 1. – Pp. 103–109.
4. The Verkhovna Rada of Ukraine (2003), Proekt the Law of Ukraine “Pro sil's'kyj zelenyj turyzm”, available at [Elektronniu recurs]. – Regim dostupu: <http://kr-admin.gov.ua/Tourism/NPB/2.pdf>
5. Fedorchenko V. K. Istorija turyzmu v Ukrai'na / V. K. Fedorchenko, T. A. D'orova. – Kyiv : Vyshha shkola, 2002. – 195 s.
6. The International Ecotourism Society (2014), available at: <http://mykrai.wordpress.com>
7. International Union for Conservation of Nature (2014), available at: <http://znaimo.com.ua>

Надіслана/Written: 15.06.2014 р.
Надійшла/Received: 18.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. А. В. Ключник

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ “ПОВЕДІНКА ПІДПРИЄМСТВ” НА РИНКУ КОРПОРАТИВНОГО КОНТРОЛЮ УКРАЇНИ

Визначено сутність поняття “поведінка підприємств” на ринку корпоративного контролю, розглянуто її мету, об’єкт та суб’єкт. Досліджено мотиви, які спонукають керівництво та власників підприємств до активізації поведінки підприємств на ринку корпоративного контролю України. Досліджено найбільш ефективні підходи до вибору типу поведінки підприємств, які використовуються у світовій практиці, та визначено можливості їх використання на ринку корпоративного контролю України. Зауважено важливість вибору типу поведінки підприємств на ринку корпоративного контролю, з урахуванням цілей підприємства, його можливостей та загроз зовнішнього середовища.

Ключові слова: поведінка, ринок корпоративного контролю, рейдерство, недружні поглинання.

B. Y. MOSKVIN

SHEE “Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman”

DETERMINATION OF ESSENCE OF THE CONCEPT OF “BEHAVIOR OF ENTERPRISES” IN THE MARKET FOR CORPORATE CONTROL OF UKRAINE

Abstract – the aim of the article is to define the essence of behavior of enterprises in the market for corporate control of Ukraine, the main motives which encourage shareholders and management to this type of behavior. The essence of the concept of “behaviour” on the market for corporate control, the motives which encourage the management and owners of enterprises to enhance the behavior of enterprises in the market for corporate control in Ukraine have been defined in the article. The most effective approaches to the choice of the type of behavior of enterprises that are used in the world practice, and the possibility of their use in the market for corporate control in Ukraine have been investigated. The importance of defining the essence of the behavior of enterprises in the market for corporate control, the motives which encourage the management and owners of enterprises, and selection the type of behavior of enterprises have been determined in the article.

Key words: behavior, market for corporate control, corporate raid, hostile takeovers.

У сучасних умовах нестабільності економіки в Україні, проблема управління поведінкою підприємств на ринку корпоративного контролю стає однією з головних задач їх власників та менеджменту. Активізація ринку корпоративного контролю в Україні пов’язана з частковою стабілізацією економічної ситуації і підвищенням вартості діючого бізнесу, що мотивує його власників до продажу. Багато хто з них не мають достатньо коштів для збільшення своїх ринкових часток, хочуть вкласти виручені кошти в інші галузі (більш стабільні, більш рентабельні) і т.д. Про зростаючу тенденцію обсягів ринку корпоративного контролю, а, отже, й активізацію поведінки суб’єктів на даному ринку, свідчить поступове зростання обсягів ринку на 37,5 % у 2013 р. (8 млрд дол.) по відношенню до 2012 р. (5 млрд дол.), на 25 % по відношенню до 2011 р. (6 млрд дол.) та на 8,75 % по відношенню до 2010 р. (7,3 млрд дол.) [1].

Необхідно зазначити, що від визначення типу поведінки підприємств на ринку корпоративного контролю також залежить економічна безпека діяльності підприємств, адже неефективне управління поведінкою підприємств на ринку корпоративного контролю та відсутність стратегії захисту підприємств від корпоративних захватів, робить такі підприємства цілями для підприємств-загарбників, які знаходяться у стані пошуку потенційної мішені для недружного поглинання. Про це свідчить дані Українського союзу промисловців та підприємців, за якими щорічна кількість рейдерських атак перевищує 3000 випадків, а їх результативність сягає 90 % [2]. Також ще однією, не менш важливою, проблемою на ринку корпоративного контролю України є агресивна поведінка деяких суб’єктів даного ринку, яка становить загрозу для інших підприємств, за умови привабливості потенційних підприємств-цілей або їх активів для підприємств-загарбників. Про це також свідчить звіт Українського союзу промисловців та підприємців, за яким в Україні діють 35–50 спеціалізованих рейдерських груп, які складаються з спеціалістів різних галузей економіки та права [2], головна мета яких полягає у пошуку потенційної цілі та проведенні рейдерської атаки на підприємство, як за замовленням від інших підприємств так і для власних цілей, з метою подальшого перепродажу за декілька разів вищою ціною, ніж було витрачено на корпоративний захват, тобто для отримання значного прибутку. Отже, спираючись на вищезазначене, визначення сутності поведінки підприємств на ринку корпоративного контролю України є актуальним направленням економічних досліджень та потребує подальшого аналізу.

Проблемні питання дослідження сутності поведінки підприємств на ринку корпоративного контролю України розглянуті у багатьох працях вітчизняних та зарубіжних вчених: П. Астахов, С. Джура, К. Добринін, Д. Зеркалов, М. Іонцев, С. Кліменко, В. Компанієць, О. Костюк, К. Крутильніков, Л. Маханець, І. Можейко, А.С. Молотніков, Н. Ніконова, В. Откидач, А. Піманова, А. Пирогов, В. Поляков, Н. Рудик, С. Сергієв, І. Туник, Н. Фаенсон, О. Фисуренко, А. Фьодоров, тощо. Вище зазначені науковці у своїх дослідженнях розкривають актуальність дослідження економічної поведінки підприємств, розглядають форми взаємодії суб’єктів на ринку корпоративного контролю та досліджують стратегії поведінки підприємств на ринку корпоративного контролю тощо. Недостатньо вирішеними залишаються питання дослідження пове-

дінки підприємств саме на ринку корпоративного контролю, визначення мотивів настання різних типів поведінки та дослідження підходів до вибору типу поведінки, згідно з поставленими перед підприємством цілями на ринку корпоративного контролю України.

Метою статті є визначення сутності поняття “поведінки підприємств” на ринку корпоративного контролю України, основних мотивів, які спонукають акціонерів та керівництво підприємства до такого виду поведінки та дослідження найбільш ефективних підходів до вибору типу поведінки підприємств, які використовуються у світовій практиці та визначення можливості їх використання на ринку корпоративного контролю України.

Отже, з метою розкриття сутності поведінки підприємств на ринку корпоративного контролю, необхідно визначити сутність даного ринку. Ринок корпоративного контролю – це ринок, де відбувається перехід прав на контроль над акціонерним товариством [3]. Контроль може здійснюватись шляхом реалізації права володіння або користування всіма активами чи їх значною частиною, права вирішального впливу на формування складу, результати голосування та прийняття рішень органами управління суб’єкта господарювання, а також вчинення правочинів, які надають можливість визначити умови господарської діяльності, давати обов’язкові до виконання вказівки або виконувати функції органу управління суб’єкта господарювання. Ринок корпоративного контролю поєднує процеси злиттів та поглинань, що в результаті призводить до одержання можливості управляти й розпоряджатись або активами або підприємством в цілому. Натомість перехід контролю може мати як формальний так і неформальний характер. Отже, процес взаємодії суб’єктів на ринку корпоративного контролю, згідно з поставленими акціонерами перед керівництвом підприємства цілями, є управлінням поведінкою підприємств на ринку корпоративного контролю.

Поведінка підприємств на ринку корпоративного контролю визначається зростаючими вимогами конкурентного середовища та потребами підприємств до розширення сфер впливу на ринку господарювання, розширення ринків збуту та зменшення кількості конкурентів на ринку господарювання, шляхом злиттів та поглинань, не завжди дружніх, більш слабих підприємств, з метою отримання їх активів та виходу на їх ринок. Але, зазначимо, що не менш важливою задачею акціонерів та менеджменту підприємств на ринку корпоративного контролю є захист власних прав власності на актив та протидія корпоративним захватам.

З метою аналізу поведінки підприємств на ринку корпоративного контролю, надамо визначення поняття “економічна поведінка” (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення сутності поняття “економічна поведінка”

| Економічна поведінка | |
|--|--|
| Автор визначення | Характеристика визначення |
| Завадський Й.С., Осовська Т.В., Юшкевич О.О. [4] | Мотиваційний зв’язок між постановкою цілей і завдань в організації, з одного боку, і поведінкою персоналу цієї організації, – з іншого |
| А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко [5] | Поведінка, пов’язана з розглядом економічних альтернатив з метою раціонального вибору, тобто вибору, в якому мінімізуються витрати і чиста виручка максимізується |
| Борисов А.Б. [6]; Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. [7] | Образ, спосіб, характер економічних дій громадян, працівників, керівників, виробничих колективів в тих або інших складних умовах економічної діяльності |
| Бутенко Н. Ю., Хоменко Л. М., Черпак А.Є. [8] | – систематичний науковий аналіз індивідів, груп і організацій з метою зрозуміти та вдосконалити індивідуальне виконання і функціонування організації; – вивчення людей і груп в організації; – вивчення багатьох факторів, що впливають на те, як окремі люди та групи реагують і діють в організаціях і як організації управляють зовнішнім середовищем, у якому вони діють; – галузь досліджень, у яких використовують теорію, методи і принципи різних дисциплін з метою вивчення індивідуальних уявлень, цінностей та пізнавальних здібностей під час роботи в групах і в межах цілої організації; аналізу впливу зовнішнього середовища на організацію та її людські ресурси, місії, цілі та стратегії |

Отже, на мою думку, з визначення даного поняття можна зазначити, що економічна поведінка, у тому числі й поведінка підприємств на ринку корпоративного контролю, охоплює дії усіх стейкхолдерів підприємства, з метою досягнення злагодженості та ефективності роботи, що може бути виражено в успішному досягненні поставлених перед підприємством цілей, за умови врахування можливостей підприємства та загроз зовнішнього середовища.

Надамо визначення поняття “поведінка підприємств” на ринку корпоративного контролю – це сукупність наступальних та оборонних дій підприємств, які впроваджуються з дотриманням законів ринку, визначаються конкуренцією та цілями, які поставлені перед підприємствами, та спрямовуються на задоволення

потреб акціонерів та інших стейкхолдерів у максимізації прибутку, розширенні частки ринку та захисті прав власності на активи. З огляду на зазначене, метою поведінки підприємств на ринку корпоративного контролю є розширення сфер впливу акціонерів на своєму чи інших ринках господарювання підприємств, шляхом отримання прав власності на активи інших підприємств за допомоги злиттів або поглинань та захист прав власності на власні активи. Також визначимо об'єкт та предмет поведінки на ринку корпоративного контролю. Об'єктами поведінки на ринку корпоративного контролю є підприємства, переважно акціонерної форм власності, та підприємства з обмеженою відповідальністю, над якими відбувається перехід права власності на їх активи, шляхом злиттів та поглинань. Предметом поведінки на ринку корпоративного контролю є перехід прав власності на актив.

Мотивами поведінки підприємств на ринку корпоративного контролю можуть виступати бажання власників та менеджменту підприємств досягти поставлених перед підприємством цілей, генеральної мети та прописаних у стратегії та стратегічних програмах і планах принципах. Але, здебільшого, мотивами є власні егоїстичні інтереси власників та менеджменту такі, як збагачення, влада, конкурентна боротьба та бажання не зупинятися на досягнутому. Інстинкти виживання та потреби у безпеці бізнесу, мотивують акціонерів та менеджмент підприємств формувати захист прав власності на актив, що може бути виражений у комплексній стратегії захисту підприємств від корпоративних захватів на ринку корпоративного контролю.

За останні кілька років, багато власників та керівників підприємств на зарубіжних ринках корпоративного контролю методично скорочували операційні витрати, збільшували прибуток і зміцнювали власні позиції на ринку. Але, з огляду на новітні світові тенденції та з урахуванням прискорення темпу економічного росту, інвестори хочуть бачити, що витрачені на придбання нових активів грошові кошти використовуються в благих цілях.

Зазначимо, що акціонери підприємств на зарубіжних ринках корпоративного контролю, які мають запаси грошових коштів, шукають потенційні об'єкти для придбання. Але перед власниками та керівництвом підприємств постає вибір між тим, щоб шукати самостійні підприємства, які можуть бути об'єктами поглинання, що призведе до зростання валового доходу та частки ринку підприємства-інвестора, але несуть більші ризики (в зарубіжній практиці такий тип придбання називається зростанням "верхнього рядка"), або фокусуватись на об'єктах, які можуть бути інтегровані в бізнес, що може призвести до зростання чистого прибутку і є менш ризикованим типом придбання (зростання "нижнього рядка"). Це свідчить про наявність двох різних підходів до вибору типу поведінки на зарубіжних ринках корпоративного контролю [9].

Розглянемо кожний з цих підходів. У першому підході, акцент робиться на збільшення валового доходу та розширення частки ринку, у тому числі за рахунок проведення активних дій на ринку корпоративного контролю, а, отже даному підходу притаманний більш агресивний тип поведінки. Тобто, робиться акцент на поглинанні конкурентів. Також це призводить до підвищення рівня задоволеності споживачів та залученні нових клієнтів, але існує ризик не підвищення рівню прибутковості підприємства. Також, за рахунок економії на сировині, деталях, напівфабрикатах та збільшення кількості замовлень, що зумовлені збільшенням масштабу виробництва та обсягу ринку, можна підсилити споживчий ланцюг. Ще одним позитивним фактором даного підходу є те, що швидко зростаючі корпорації залучають кращих співробітників, які хочуть працювати в компаніях, які надають можливість займати різні посади в рамках однієї компанії. Це ідеальна стратегія утримання талантів. Також, існує твердження про те, що великий розмір підприємства надає змогу мислити більшими категоріями та бути інноваційним, що приверне увагу потенційних інвесторів, яких не цікавлять дрібні підприємства [9].

Другий підхід характеризується менш агресивним типом поведінки. Увага власників та керівництва підприємств фокусується на зниженні витрат та підвищенні прибутковості підприємства. Тому для поглинання обираються об'єкти, які можуть швидко бути інтегровані в підприємство-інвестора. В даному підході робиться акцент на ефективному бізнес плануванні, що дозволить економити час на залученні нових клієнтів та підписанні довгострокових договорів на більш вигідних умовах. Також, зазначається, що більш прибуткові та ефективні корпорації пропонують більш довгострокові винагороди та стабільний робочий клімат, адже персонал не хоче ризикувати бути звільненим. Варто зазначити, що даний підхід до вибору типу поведінки приваблює інвесторів тим, що власники та керівництво підприємства не просто хочуть розширювати свій бізнес за ради збільшення частки ринку та поглинання конкурентів, а мають чітко сформульовану політику ведення бізнесу та чітко поставлені перед підприємством цілі, що визначаються у їх стратегії [9].

На думку експерта консалтингової компанії Deloitte Consulting LLP: "В сучасних умовах ринку, існують всі можливості для зосередження на зростанні валового доходу та розширенні частки ринку, шляхом проведення поглинань в різних галузях" [9]. Це зумовлено фінансовою кризою, за якою багато підприємств стали на грані банкрутства, що робить їх привабливими об'єктами для поглинання з боку більших підприємств, які хочуть збільшити власний обсяг ринку, нормалізувати роботу, отримати нові можливості та знизити рівень конкуренції для підвищення задоволеності акціонерів та споживачів.

На мою думку, в Україні, де ринок корпоративного контролю є недостатньо розвинутим, а на ринку домінують великі фінансово-промислові групи, фокусування на першому підході є більш вірогідним, адже більші підприємства мають можливості поглинати менших за них конкурентів у різних галузях господарювання. Але, проблемою цього підходу є те, що поглинання підприємств, які знаходяться на межі банкрутства

не завжди відповідають цілям та сподіванням власників та керівництву підприємств-інвесторів, що призводить до збільшенні витрат, зниженні прибутку та не призводить до розширення частки ринку та не зміцнює позиції підприємства-інвестора. Це свідчить про необхідність проведення детального аудиту діяльності підприємства-цілі.

Підприємствам зі стабільною роботою та прибутком, але які не мають на меті розширення власного бізнесу та виходу на нові ринки, необхідно фокусуватись на другому підході та шукати необхідні для швидкого покращення діяльності об'єкти поглинання або не проводити політику експансії та намагатися покращувати діяльність власними силами. Головне при виборі типу поведінки є те, що будь яка угода на ринку корпоративного контролю повинна відповідати та доповнювати стратегію підприємства та відповідати поставленим цілям, з урахуванням можливостей підприємства та загроз зовнішнього середовища, адже угода, яка може здатися прибутковою, може бути інвестиційно-непривабливою, якщо вона не відповідає баченню власників підприємства-інвестора.

Отже, враховуючи вище зазначене, можна зазначити, що в умовах зростання обсягів ринку корпоративного контролю України, проблема підвищення ефективності поведінки підприємств на ринку корпоративного контролю дуже гостро постає перед власниками та керівниками підприємств, адже від вибору типу даної поведінки, згідно з стратегією та поставленими цілями, залежить ефективність функціонування підприємства в цілому та його місце на ринку. Поведінка підприємств може бути виражена у наступальних чи оборонних діях, які можуть обиратися власниками та керівництвом підприємства, згідно з умовами ринку та власною стратегією. Але, мотивами вибору типу поведінки можуть виступати й егоїстичні цілі власників та керівництва підприємств. Зважаючи на існуючу на зарубіжних ринках корпоративного контролю практику управління поведінкою підприємств, існують два основні підходи до вибору типу поведінки підприємств: фокусування на розширенні доходу та частки ринку та фокусування на зменшенні витрат та збільшенні прибутку. З огляду на умови функціонування ринку корпоративного контролю України, найбільш поширеним явищем є зосередження великих підприємств на розширенні власної частки ринку, хоча даний метод є ризикованим, а тому з метою мінімізації ризиків такі дії потрібно впроваджувати на ринках корпоративного контролю, які чітко регулюються законодавчою базою та контролюються державою. На вітчизняному ринку корпоративного контролю більшу увагу інвестори, власники підприємств, які не мають на меті експансію на нові ринки та розширення власної частки ринку, приділяють максимізації власного прибутку у короткий час та намагаються менш ризикувати через недостатню урегульованість ринку. Також під час вибору типу поведінки підприємств на ринку корпоративного контролю необхідно проводити детальний аналіз потенційних об'єктів для інвестування, враховуючи власні можливості та загрози зовнішнього середовища.

Отже, в статті було проведено дослідження сутності поведінки підприємств на ринку корпоративного контролю України, визначені основні мотиви, які спонукають акціонерів та керівництво підприємства до такого виду поведінки, та проведено дослідження найбільш ефективних підходів до вибору типу поведінки підприємств, які використовуються у світовій практиці та визначені можливості їх використання на ринку корпоративного контролю України. Враховуючи попередні твердження, необхідно зазначити, що подальше дослідження поведінки підприємств на ринку корпоративного контролю є необхідною задачею для науковців та інших зацікавлених у даному питанні осіб, адже від ефективності політики поведінки підприємств, залежить урегульованість та розвиток ринку корпоративного контролю, зниження рівня недоброякісної конкуренції та кількості недружніх поглинань та рейдерських атак, що дозволить власникам та керівництву підприємств підвищити рівень економічної безпеки діяльності та досягти поставлених перед підприємством цілей.

Література

1. Щорічний огляд ринку злиттів та поглинань [Електронний ресурс] : за даними Fixygen – Фондовий ринок України. – Режим доступу: <http://www.fixygen.ua/calendar/ma/>.
2. Крутов В. В. Рейдерство в Україні: реалії ринкової економіки або економічний тероризм [Електронний ресурс] : за даними Українського союзу промисловців та підприємців. – Режим доступу: <http://www.uspp.org.ua/interview/30.reyderstvo-v-ukraine-realii-rinkovoi-ekonomiki-abo-ekonomichniy-terorizm.html>.
3. Jonathan R. Macey. Market for Corporate Control / Jonathan R. Macey. // The concise encyclopedia of economics. – 2nd edition, 2002. – 585 p.
4. Завадський Й. С. Економічний словник / Й. С. Завадський, Г. В. Осовська, О. О. Юркевич. – К. : Кондор, 2006. – 356 с.
5. Грицанов А. А. Социология : энциклопедия / сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко. – Мн. : Книжный Дом, 2003. – 1312 с.
6. Борисов А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 2003. – 895 с.
7. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 2-е изд., испр. – М. : ИНФРА-М., 1999. – 479 с.
8. Бутенко Н. Ю. Організаційна поведінка : навч. посібник / Н. Ю. Бутенко, Л. М. Хоменко, А. С. Черпак ; за заг. ред. Н. Ю. Бутенко. – К. : КНЕУ, 2008. – 744 с.
9. Стратегія m&a в економіці: зростання доходу або чистого прибутку [Електронний ресурс] : за даними консалтингової компанії Deloitte Consulting LLP. – Режим доступу: http://www.deloitte.com/view/en_US/us/Insights/Browse-by-Content-Type/deloitte-debates/85faf10a4829f210VgnVCM1000001a56f00aRCRD.htm.

References

1. Shchorichnyi ohliad rynku zlyttiv ta poglynan [Elektronnyi resurs] : za danymi Fixygen – Fondovyi rynek Ukrainy. – Rezhym dostupu: <http://www.fixygen.ua/calendar/ma/>.
2. Krutov V. V. Reiderstvo v Ukraine: realii rynkovoï ekonomiky abo ekonomichnyi terorizm [Elektronnyi resurs] : za danymi Ukrainskogo soiuzu promyslovtstv ta pidpnyemstv. – Rezhym dostupu: <http://www.uspp.org.ua/interview/30.reyderstvo-v-ukraine-realii-rynkovoï-ekonomiki-abo-ekonomichnyi-terorizm.html>.
3. Jonathan R. Macey. Market for Corporate Control / Jonathan R. Macey // The concise encyclopedia of economics. – 2nd edition, 2002. – 585 p.
4. Zavadskyi Y. S. Ekonomichnyi slovnyk / Y. S. Zavadskyi, H. V. Osovska, O. O. Yushkevych. – K. : Kondor, 2006. – 356 s.
5. Griczanov A. A. Socziologiya: E'ncyklopediya / Sost. A. A. Griczanov, V. L. Abushenko, G. M. Evel'kin, G. N. Sokolova, O. V. Tereshhenko. – Mn. : Knizhny'j Dom, 2003. – 1312 s.
6. Borisov A. B. Bol'shoj ekonomicheskij slovar'. – M. : Knizhny'j Mir, 2003. – 895 s.
7. Rajzberg B. A. Sovremenny'j ekonomicheskij slovar' / B. A. Rajzberg, L. Sh. Lozovskij, E. B. Starodubceva. – 2-e izd., ispr. – M. : INFRA-M., 1999. – 479 s.
8. Butenko N. Yu. Orhanizatsiina povedinka : navch. posib. / N. Yu. Butenko, L. M. Khomenko, A. Ye. Cherpak ; za zah. red. N. Yu. Butenko. – K. : KNEU, 2008. – 744 s.
9. Stratehiiia m&a v ekonomitsi: zrostannia dokhodu abo chystoho prybutku [Elektronnyi resurs] : za danymi konsal'tynhovoï kompanii Deloitte Consulting LLP. – Rezhym dostupu: http://www.deloitte.com/view/en_US/us/Insights/Browse-by-Content-Type/deloitte-debates/85faf10a4829f210VgnVCM1000001a56f00aRCRD.htm.

Надіслана/Written: 15.06.2014 р.

Надійшла/Received: 18.06.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Д. Г. Лук'яненко

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ НАУКОВИХ ПОГЛЯДІВ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ТЕРМІНА “ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ”

Розглянуто та доповнено існуючі наукові погляди щодо визначення сутності терміну “зовнішньоекономічна діяльність”. Акцентовано увагу на доцільності виділення суб’єктів зовнішньоекономічної діяльності на мікро- та макrorівнях та поділу її видів на основні та допоміжні.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, види зовнішньоекономічної діяльності, суб’єкт зовнішньоекономічної діяльності, зовнішньоекономічні операції.

O. E. NOVIKOV, T. Sh. SADRIDINOV
Mykolaiv National Agrarian University

SYSTEMATIZATION OF SCIENTIFIC VIEWS ON THE DEFINITION OF THE ESSENCE OF THE TERM “FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY”

Abstract – The aim of this article is to organize scientific views on the definition of the essence of the term “foreign economic activity” and to offer author’s definition. The article reviewed and amended existing scientific views on the definition of the essence of the term “foreign economic activity”. The attention is focused on the expediency of allocation of subjects of foreign economic activity at the micro and macro levels and division of the types of basic and auxiliary. The author suggests the definition of the term “foreign economic activity” as part of their overall activity, which is defined as a set of production-economic, organizational-economic and operational and commercial functions of the enterprise according to the foreign economic relations of the state, connected with release of the company at foreign markets and participation in foreign trade transactions, directions, forms and methods of which are summarized in accordance with the production process in accordance with the goals and objectives of the enterprise with respect to its functioning and development. The role of foreign economic activity in the economic development of the enterprise.

Key words: foreign economic activity, types of foreign economic activity, the subject of foreign economic activity, foreign economic operations.

Міжнародне економічне співробітництво є одним із головних чинників впливу на рівень розвитку економіки кожної країни і світового прогресу в цілому. Складовим елементом такого співробітництва є зовнішньоекономічна діяльність суб’єктів господарювання різних країн. Вона є важливою і невід’ємною частиною господарської діяльності підприємств, фірм, усіх учасників ринкових відносин. Цим обумовлено помітний інтерес до питань, пов’язаних зі здійсненням ЗЕД.

Дослідження проблем розвитку зовнішньоекономічної діяльності знайшли відповідне відображення в наукових працях таких відомих учених-економістів, як А.П. Баскакова, Л. Головка, О. Гребельника, Л. Дідківської, Л. Письмаченко, В. Покровської, Л. Швайка та ін. Проте питання пов’язане з визначенням економічного змісту поняття “зовнішньоекономічна діяльність” залишається дискусійним, що і обумовлює актуальність обраної теми.

Метою статті є систематизація наукових поглядів щодо визначення сутності терміну “зовнішньоекономічна діяльність” та запропонувати авторське визначення.

Під зовнішньоекономічною діяльністю розуміють діяльність суб’єктів господарської діяльності України (частіше підприємств) та іноземних суб’єктів господарської діяльності (іноземних підприємств), яка заснована на взаємовідносинах і здійснюється або на території України, або за її межами [1]. За законом України “Про зовнішньоекономічну діяльність” – зовнішньоекономічна діяльність – це діяльність суб’єктів господарської діяльності України та іноземних суб’єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами” [5].

На підставі основних господарських підходів до ведення зовнішньоекономічної діяльності сформувався два основні поняття – зовнішньоекономічні зв’язки (ЗЕЗ) і зовнішньоекономічна діяльність.

За визначенням А.П. Баскакова [2], зовнішньоекономічна діяльність це:

- діяльність суб’єктів зовнішньоекономічної діяльності України із суб’єктами ЗЕД інших країн, що виникає у процесі виробництва, реалізації, розподілу та споживання продукції на основі взаємної вигоди;
- система економічних відносин, яка виникає внаслідок руху товарних і фінансових ресурсів.

О. Гребельник [3, с. 644–645] вважає, що зовнішньоекономічна діяльність – це діяльність суб’єктів господарської діяльності України та іноземних суб’єктів господарської діяльності, побудований на взаємовідносинах між ними, що має місце на митній території України та за її межами.

На думку Л. Дідківської та Л. Головка [4, с. 151–152] зовнішньоекономічна діяльність – це розвиток економічних відносин між країнами, що здійснюють зовнішню торгівлю, міграцію капіталів і робочої сили; формують міжнародні науково-технічні та виробничі зв’язки.

Л. Швайка [8, с. 315] відмічає у своїй праці, що зовнішньоекономічна діяльність – це сукупність відносин суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарювання, побудованих на принципах взаємної вигоди, еквівалентного обміну і дотримання положень міжнародного права.

Зовнішньоекономічна діяльність на думку В. Покровської [7, с. 259], можна визначити як сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і оперативно-комерційних функцій підприємства, пов'язаних з його виходом на зовнішній ринок та участю в зовнішньоекономічних операціях.

На думку Л. Пісьмаченко [6, с. 74], поняття зовнішньоекономічна діяльність є складовою агрегованою економічною категорією, яка складається з окремих елементів і класифікується за типами, формами та видами (рис. 1).



Рис. 1. Класифікаційні ознаки дефініції “зовнішньоекономічної діяльності” [6, с. 74]

Проаналізувавши наукові джерела можна зазначити, що економічна сутність зовнішньоекономічної діяльності виявляється в тому, що це: важливий і потужний фактор економічного зростання і розвитку кожної країни (національний аспект зовнішньоекономічної діяльності); спосіб включення економіки кожної країни до системи світового господарства, а отже, і до процесів міжнародного поділу праці та міжнародної кооперації, що особливо актуально в умовах зростаючих тенденцій до глобалізації (регіональний, глобальний аспект зовнішньоекономічної діяльності).

Роль зовнішньоекономічної діяльності, як зовнішнього фактора економічного росту в сучасних умовах постійно зростає, посилюється її вплив на соціально-економічний розвиток не тільки країни, а й кожного господарського суб'єкта. Поняття зовнішньоекономічна діяльність включає такі види діяльності: зовнішню торгівлю; міжнародне виробниче кооперування; міжнародне науково-технічне співробітництво; міжнародне інвестиційне співробітництво; валютно-фінансові та кредитні операції.

Зовнішньоекономічна діяльність реалізується як на рівні держави або так званому макроекономічному рівні діяльності, так і на рівні окремих господарюючих суб'єктів – мікроекономічному рівні діяльності. У першому випадку зовнішньоекономічна діяльність держави спрямована на встановлення міждержавних основ співробітництва, створення правових, торговельних і політичних механізмів, що стимулюють розвиток і підвищення ефективності зовнішньоекономічних зв'язків. Суб'єктами макроекономічного рівня є Україна, як держава, в особі її повноважених органів у межах їх компетенції, а також недержавні органи управління (рис. 2). Рациональна зовнішньоекономічна політика держави може призвести до підвищення темпів зростання національного доходу, прискорення науково-технічного прогресу, підвищення концентрації виробництва та ефективності капітальних вкладень.

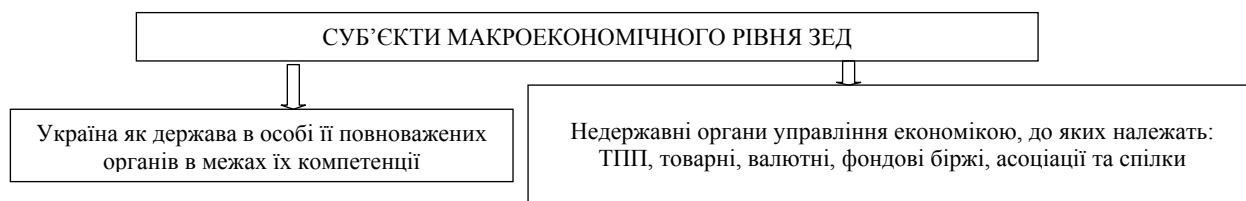


Рис. 2. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності України макроекономічного рівня діяльності

У другому випадку (рис. 3) зовнішньоекономічна діяльність підприємства – це сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою інтеграцією і кооперацією, експортом та імпортом товарів і послуг, виходом на зовнішній ринок.

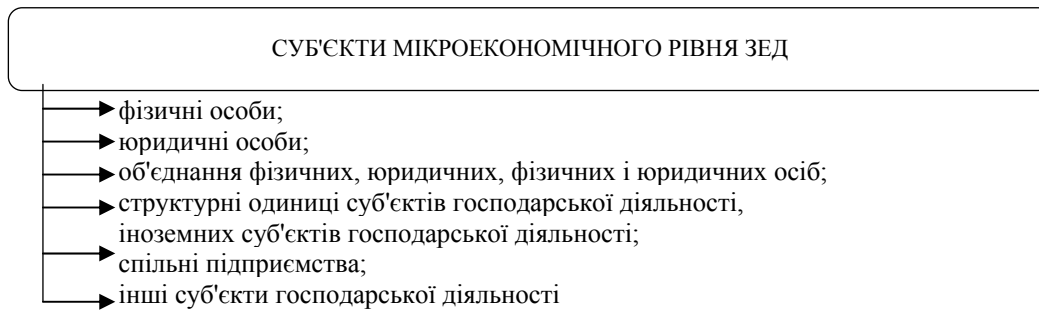


Рис. 3. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності України на мікроекономічному рівні

Всі суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають рівне право здійснювати будь-які її види, прямо не заборонені законами України, незалежно від форм власності та інших ознак. Фізичні особи мають право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність з моменту набуття ними цивільної дієздатності згідно з законами України. Юридичні особи мають право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність відповідно до їх статутних документів з моменту набуття ними статусу юридичної особи.

Значне місце в зовнішньоекономічній діяльності посідають зовнішньоекономічні операції, які характеризуються великим розмаїттям, оскільки вони здійснюються за трьома абсолютно різними напрямками: товарним, наданням послуг та обміном продуктами інтелектуальної власності. Міжнародна практика проведення зовнішньоекономічних операцій припускає здійснення певних видів комерційної діяльності, що складається з окремих етапів і стадій, на кожному з яких вирішуються конкретні задачі і виконуються формальності, що пов'язані з оформленням, пересиланням і обробкою документації, необхідної для забезпечення виконання угоди.

Зовнішньоекономічні операції поділяються на основні і допоміжні. До основних відносять операції які здійснюються на розрахунковій основі між безпосередніми учасниками цих операцій. Це операції: по обміну науково-технічними знаннями в формі торгівлі патентами ліцензіями, “ноу-хау”; по обміну товарами в матеріально-речовій формі (експортно-імпортні операції); по обміну технічними послугами в формі консультативного і будівельного інжинірингу; орендні, в тому числі лізингові; з надання консультативних послуг в галузі інформації та удосконалення управління; по міжнародному туризму; по обміну кінофільмами, телепрограмами та ін. До допоміжних зовнішньоекономічних відносять операції: по міжнародних перевезеннях; транспортно-експедиторські; зі страхування вантажів; збереження вантажів при міжнародних перевезеннях; операції за міжнародними розрахунками та ін.

Зовнішньоекономічна діяльність багатонаменклатурна: вона об'єднує, здавалося б, на перший погляд, несумісні операції, які можна здійснювати і на локальному рівні, не виходячи за межі національних відносин усіх суб'єктів господарювання.

Висновки. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств – це частина їх загальної діяльності, яка визначається як сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і оперативних-комерційних функцій підприємства відповідно до зовнішньоекономічних зв'язків держави, пов'язаних з виходом підприємства на зовнішній ринок та участю в зовнішньоекономічних операціях, напрямки, форми та методи якої узагальнюються відповідно до процесу виробництва згідно із цілями та задачами підприємства щодо його функціонування та розвитку. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності дає нові можливості, такі як використання переваг міжнародної кооперації виробництва та свобода в прийнятті рішень для здійснення своїх виробничих завдань.

Література

1. Бабицький А. Ф. Методологія аналізу економічних процесів і управління : навч. посібник / А. Ф. Бабицький. – К. : МАУП, 2003. – 128 с.
2. Баскаков А. П. Формирование организационно-экономического механизма управления внешнеэкономической деятельностью промышленных предприятий : дис. канд. экон. наук : 08.00.05 / А. П. Баскаков. – Саратов, 2006. – 210 с.
3. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навч. посібник / О. П. Гребельник, О. О. Романовський. – К. : Деміур, 2003. – 296 с.
4. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посібник / М. І. Дідівський. – К. : Знання, 2006. – 462 с.
5. Закон України “Про зовнішньоекономічну діяльність” від 16 квітня 1991 р. № 959–ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.
6. Письмаченко Л. М. Державне управління зовнішньоторгівельною діяльністю в Україні: регулювання та контроль : монографія / Л. М. Письмаченко. – Донецьк : ТОВ “Юго-Восток, Лтд”, 2008. – 366 с.

7. Покровская В. В. Международные коммерческие операции и их регламентация / В. В. Покровская ; за ред. В. В. Покровская. – М. : ИНФРА, 1996. – 336 с.

8. Швайка Л. А. Державне регулювання економіки : навч. посібник / Л. А. Швайка. – К. : Знання, 2006. – 435 с.

References

1. Baby`cz`ky`j A. F. Metodologiya analizu ekonomichny`x procesiv i upravlinnya : navch. posib. / A. F. Ba`y`-cz`ky`j. – K. : MAUP, 2003. – 128 s.

2. Baskakov A. P. Formy`rovany`e organy`zacy`onno-ekonomy`cheskogo mexany`zma upravleny`ya vneshne-ekonomy`cheskoj deyatel`nost`yu promyshlennyy`x predpry`yaty`j : dy`s. kand. ekon. nauk : 08.00.05 / A. P. Baskakov. – Saratov, 2006. – 210 s.

3. Grebel`ny`k O. P. Osnovy` zovnishn`oekonomichnoyi diyal`nosti : Nav. posib. / O. P. Grebel`ny`k, O. O. Romanovs`ky`j. – K. : Demiur, 2003. – 296 s.

4. Zovnishn`oekonomichna diyal`nist` pidpry`yemstva : navch. posib. / M. I. Didkivs`ky`j. – K. : Znannya, – 2006. – 462 s.

5. Zakon Ukrayiny` “Pro zovnishn`oekonomichnu diyal`nist`” vid 16 kvitnya 1991 r. # 959-XII [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.

6. Pis`machenko L. M. Derzhavne upravlinnya zovnishn`otorgivel`noyu diyal`nistyu v Ukrayini: reguluvannya ta kontrol` : monografiya / L. M. Pis`machenko. – Donecz`k : TOV “Yugo-Vostok, Ltd”, 2008. – 366 s.

7. Pokrovskaya V. V. Mezhdunarodny`e kommerchesky`e operacy`y` y` y`x reglamentacy`ya / za red. V. V. Pokrovskaya. – M. : Y`NFRA, 1996. – 336 s.

8. Shvajka L. A. Derzhavne reguluvannya ekonomiky` : navch. posib. / L. A. Shvajka. – K. : Znannya, 2006. – 435 s.

Надіслана/Written: 15.06.2014 р.

Надійшла/Received: 18.06.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

РОЛЬ ЕТИКИ У РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Основна увага приділяється значенню етики та етикету здійснення зовнішньоекономічної діяльності аграрними підприємствами. Наводяться деякі національні особливості етики та етикету здійснення зовнішньоекономічної діяльності, характерних для підприємств аграрного сектору Миколаївської області. Наголошено на необхідності використання системного підходу при підготовці до ведення переговорів.

Ключові слова: етика, зовнішньоекономічна діяльність, аграрні підприємства, діловий протокол, переговори.

A. V. KLYUCHNIK

Mykolaiv National Agrarian University

ROLE OF ETHICS IN THE DEVELOPMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

Abstract – The purpose of the article is the theoretical justification of the determining role of ethics in the development of foreign trade activities and development of proposals for the organization of business Protocol. Focuses on the importance of ethics and etiquette foreign economic activity of agrarian enterprises. Are some national features of ethics and etiquette foreign economic activity, characteristic for the enterprises of agrarian sector of Nikolaevregion. Noted the need for a systematic approach in preparation for the negotiations.

Key words: ethics, foreign economic activity, agricultural enterprise, business Protocol negotiations.

Глобалізаційні економічні процеси у світі, інтеграція України у міжнародні економічні процеси, розширення світогосподарських зв'язків висувають якісно нові більш високі вимоги до теоретичних та практичних концепцій, що покладаються в основу формування системи управління зовнішньоекономічними зв'язками, процесами, діяльністю. Втім слід зважати і на те, що національні ринки окремих товарів набувають рис повної відкритості через лібералізацію міжнародної торгівлі у відповідності з набуттям Україною членства в СОТ. Здійснюючи різні транскордонні операції з капіталом, товарами і технологією, суб'єкти господарської діяльності повинні дотримуватися не тільки законів своєї країни і країни контрагента, а й досить і усвідомлено впроваджувати в свою практику додаткові обмеження, тобто активно використовувати принципи бізнес етики. Засвоєння стереотипів поведінки, пропонованих етикетом дає можливість створити сприятливий психологічний клімат ділового спілкування, що робить бізнес успішним і приємним.

Етичні засади міжнародного бізнесу є предметом наукових інтересів вітчизняних і зарубіжних вчених таких як І.В. Волкової, Х. Гандлер, В.Л. Долинської, С. Ермолаєва, В. Іванченко, А. Іванова, Ф. Котлера, Ф. Кіля, А. Капто, Б. Мільнера, Г. Нурулліна, О. Невелєв, Дж. Пендлера, В. Скрипаченко, Н. Чабан, В. Шепельта ін. У своїх працях вони розкривають питання, щодо формування основних етичних принципів, ділових взаємовідносин та правил етичної поведінки менеджерів під час підписання ділового контракту. Проте, незважаючи на значний внесок сучасних вчених і фахівців проблемою залишається недостатня розробка питання визначення ролі етики у ефективному розвитку зовнішньоекономічна діяльність підприємств.

Мета статті полягає в теоретичному обґрунтуванні визначення роль етики у розвитку зовнішньоекономічної діяльності та розробці пропозицій щодо організації ділового протоколу.

Етика є моральною категорією, що охоплює різноманітні форми діяльності фірми, і не може бути викладена за допомогою певного переліку правил поведінки і спілкування. Етика свою закінчену форму набуває у вигляді ділового етикету, який в цілому можна охарактеризувати як основу кодексу поведінки, прийнятого у бізнес-середовищі. У міжнародній комерційній практиці етика бізнесу – це сукупність норм і правил, розроблених і прийнятих на багатосторонній основі, які визначають відносини між господарськими суб'єктами різних країн, що виступають контрагентами в міжнародних угодах.

Протокол – це форма ієрархічного порядку, виявляючи манер у стосунках між партнерами з різних країн і, подібно до ввічливості, – одна з основних форм щоденного життя. Протокол є сукупністю правил поведінки, норм і традицій на офіційних та неофіційних зустрічах. Розрізняють два види протоколу:

– дипломатичний – це сукупність правил, традицій та умовностей, яких слід дотримуватися у міжнародному спілкуванні. Загальноприйняті правила протоколу є основою дипломатичної практики будь-якої країни, хоча в кожній з них існують свої особливості, зумовлені специфікою національних традицій, соціального ладу. Відступ від дипломатичного протоколу чи порушення його норм неприпустимі, оскільки можуть принизити гідність іншої держави та викликати небажані політичні наслідки. Протокол регламентує порядок прийому голів іноземних держав або урядів, урядових делегацій, представників державних і громадських організацій і ділових кіл; усі види офіційних дипломатичних контактів. Ставлення до протоколу, внесення в нього незначних змін (більша чи менша урочистість, підвищення або зниження рівня представництва на офіційних церемоніях тощо) використовують як інструмент зовнішньої політики. Правила ці

склалися на основі тривалого історичного досвіду. Тому дипломатичний протокол є зразком міжнародного спілкування, на який орієнтуються всі організації і приватні особи;

– діловий – регламентує порядок зустрічей та проведів делегацій, проведення бесід, переговорів і прийомів, ведення ділового листування, підписання договорів та угод тощо. На відміну від дипломатичного, ділового протоколу можна дотримувати не так суворо у сфері ділового спілкування його правила можуть бути більш гнучкими. Проте солідні комерційні структури в міжнародному спілкуванні суворо дотримуються правил дипломатичного протоколу.

Протокольні положення у сфері зовнішньоекономічної діяльності забезпечують діловий світ універсальними, загальноприйнятими правилами поведінки, сприяють взаєморозумінню між представниками різних країн, роблять їх спілкування гармонійним, приємним і корисним, гарантують формування активного політичного, економічного, соціального та культурного середовища.

Під час дослідження визначено, що дотримання правил ділового протоколу у системі зовнішньоекономічної діяльності дає можливість аграрним підприємствам підтримувати порядність і свій престиж, сприяти створенню сприятливого психологічного клімату в процесі спілкування з іноземними партнерами, що впливає на успішне вирішення справи та закладення основи для взаємовигідних ділових стосунків в подальшому та розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Проведений аналіз зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств Миколаївської області показує, що основними партнерами є країни СНД (Російська Федерація), країни Африки (Єгипет, Туніс), країни Азії (Йорданія, Ісламська Республіка Іран, Ліван, Саудівська Аравія), країни Європи (Бельгія, Італія, Іспанія, Польща). Практика міжнародних відносин встановила загальноприйнятими стандарти ділової етики. Але існують відмінності в засобах, манерах, традиціях ділового спілкування, які є проявом етнокультурних особливостей різних народів (табл. 1). Це треба брати до уваги, щоб уникнути непорозумінь під час підписання ділового контракту та для досягнення успішних результатів у міжнародній діяльності.

Таблиця 1

Етнічні традиції зарубіжних країн у діловому спілкуванні

| Країни СНД | Країни Африки | Країни Азії | Країни Європи |
|--|--|---|---|
| 1. Багато в чому збігаються з особливостями українців. 2. Одразу беруться до декількох справ. 3. Тривале “розкачування”, а потім – напружена праця в авральному режимі. 4. Переважно екстраверти. 5. Цінують спілкування у неформальних обставинах, дружніх бесідах. 6. Гостинні господарі. 7. Часте небажання дотримуватися точного строку виконання угоди. 8. Зневага до “дрібниць” | 1. Екстраверти й легко йдуть на встановлення контактів. 2. Схильні до поважання авторитетів. 3. Необов’язковість виконання встановлених домовленостей. 4. Чесність і доброзичливість. 5. Особливу увагу слід надавати старшому за віком. 6. У двері першим входить господар. 7. Часто торкаються свого обличчя руками та прикривають очі. 8. При рукоштовпанні не прийнято дивитися людині прямо у вічі | 1. В азійських країнах є чимало особливостей, які стосуються як окремих народів, так і континенту в цілому. 2. Суворій ієрархії відносин старших та молодших. 3. Суворо відносяться до даруванні подарунків. 4. Велика увага приділяється зовнішньому вигляду партнерів, манері їх поведінки, відносинам всередині делегації. 5. Особливо сильним впливом релігії на всі сфери життя, в т. ч. і на ділові відносини | 1. Потрібно запам’ятати, що кожна з європейських країн має свої відмінності, звичаї та національні традиції ділового спілкування. 2. Обережно користуватися невербальними жестами. 3. Ввічливість, простота, вихованість та гідність. 4. Особливою ознакою доброго виховання є точність в усьому вище зазначеному. 5. Головною рисою є самоконтроль. 6. Суворо ставляться до одягу, теми бесіди під час візитів та переговорів |

Проведене дослідження специфічних особливостей етики здійснення зовнішньоекономічної діяльності у основних країнах партнерах дає змогу зробити висновок, що при її здійсненні важливою в системі комунікації для менеджера зовнішньоекономічної діяльності є врахування питань національної культури, моралі та етики. Діловим протоколом передбачаються такі основні моменти домовленості: предмет ділової зустрічі; місце проведення; часові межі; склад делегації; матеріали для обговорення та підсумкові документи.

Предметом ділової зустрічі є питання, проблеми, які потрібно розглянути під час зустрічі. Місце проведення зустрічі має важливе значення для сторін переговорного процесу, адже може стати важливим аспектом ефективності зустрічі для однієї або всіх сторін переговорів. Важливим кроком до успіху ділової зустрічі є правильний вибір часу і дня тижня. Потрібно враховувати обставини ділового життя, ділові звички партнерів, години їх оптимальної працездатності. Переговори тим ефективніші, чим менша кількість їх учасників. Варто враховувати, якщо необхідно якомога швидше їх провести, треба зменшити чисельний склад сторін, тим більше, що нерідко збільшення кількості учасників переговорів призводить до непорозумінь.

Найпоширенішою формою ділового протоколу є переговори, особливості організації яких необхідно знати як бізнесменам, підприємцям, так і менеджерам будь-якого рівня.

Нами запропоновано для аграрних підприємств такі етапи підготовки до переговорного процесу (рис. 1). Визначено, що найбільш ефективним є системний підхід при підготовці до ведення переговорів,

який полягає в необхідності “охопити” весь процес переговорів. Гарний результат переговорів може розглядатися як сума п'яти елементів.

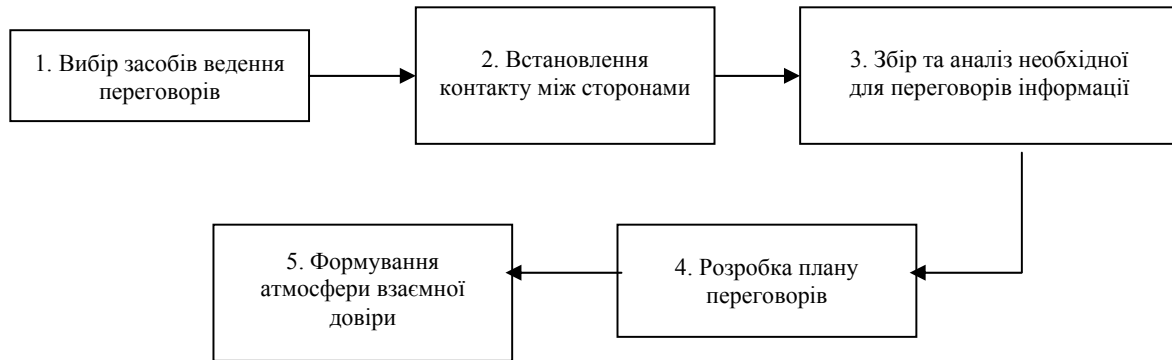


Рис. 1. Етапи підготовки проведення переговорів суб'єктів ЗЕД

Дотримання запропонованих етапів проведення підготовки переговорів забезпечить аграрним підприємствам: правильно визначену мету проведення переговорів, що є одним із найважливіших моментів при їх підготовці; чіткість і точність формулювання інтересів, що забезпечить концентрацію зусиль передусім навколо головного питання; позитивне рішення якого сторона прагне досягти на переговорах.

В роботі обгрунтовано, що під час проведення переговорів слід виходити з того, що переговори необхідні та корисні для вирішення корпоративних завдань відділу, підприємства. Для того, щоб переговори пройшли, конструктивно та з користю для обох сторін, необхідно враховувати наступні рекомендації (рис. 2).

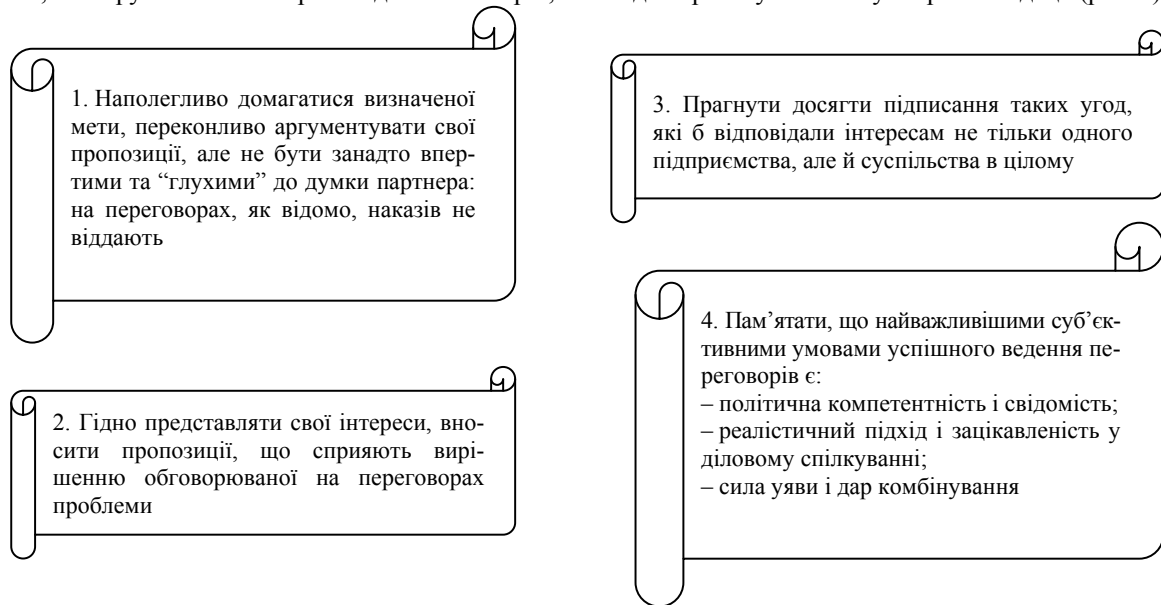


Рис. 2. Рекомендації щодо проведення успішних переговорів

Дати рекомендації щодо проведення ділових переговорів у кожній конкретній країні практично неможливо. Однак для чіткішої орієнтації пропонуються деякі характеристики ведення ділових переговорів з представниками ряду країн:

Американський стиль – високий професіоналізм, наполегливість, відкритість під час переговорів, реагування на поведінку партнера.

Англійський стиль – прагматизм, дотримання деякого вибраного режиму переговорів, позитивна реакція на інтерес суспільних проблем, стриманість у прийнятті рішення.

Французький стиль – більше уваги попереднім домовленостям, жорсткість у процесі переговорів, мала поступливість, велике прагнення до економії коштів.

Німецький стиль – обачливість і педантичність, згода на переговори при значному переконанні в позитивному результаті, ретельна попередня підготовка.

Японський стиль – активне обговорення загальнолюдських цінностей, точність щодо часу і виконання своїх обіцянок, максимальна увага до партнерів, використання тактики, затягування при небажанні подальших контактів.

Китайський стиль – велика увага на початковому етапі, розмбужування стадій взаємовідносин, активність щодо пропозицій, відмова від прийняття кінцевого рішення безпосередньо на переговорах.

Арабський стиль – бажання торгуватися щодо умов угоди, коректне ставлення, гостре почуття національної гордості.

Російський стиль – орієнтація на загальну мету, мала увага до деталей, небажання роботи спільні компроміси.

Отже, можна зробити висновок, що ефективний розвиток зовнішньоекономічної діяльності багато в чому залежить від того наскільки його учасники, фахівці володіють наукою і мистецтвом спілкування, уміють вести переговори, враховують національні особливості партнерів на переговорах, вимоги ділового протоколу й етикету.

Література

1. Афанасьєв І. Діловий етикет. Етика ділового спілкування / І. Афанасьєв – К. : Альтерпрес, 2003. – 368 с., іл. – (“Бібліотека ділової людини”).
2. Мігус І. П. Транспарентність банку як складова механізму забезпечення його економічної безпеки / І. П. Мігус, Н. В. Дудченко // БІЗНЕС ІНФОРМ. – 2013. – № 10. – С. 322–328.
3. Івасів І. Б. Транспарентність банківської діяльності / І. Б. Івасів // Фінанси, облік та аудит. – К. : КНЕУ, 2005. – Вип. 6. – С. 55–66.

References

1. Afanas'yev I. Dilovyetyket. Etykadilovohospilkuvannya / I. Afanas'yev. – K. : Al'terpres, 2003. – 368 s., il. – (“Bibliotekadilovoyilyudyny”).
2. Mihus I. P. Transparentnist' banku yak skladova mekhanizmu zabezpechennya yoho ekonomichnoyi bezpeky / I. P. Mihus, N. V. Dudchenko // BIZNES INFORM. – 2013. – # 10. – S. 322–328.
3. Ivasiv I. B. Transparentnist' bankivs'koyi diyal'nosti / I. B. Ivasiv // Finansy, oblik ta audyt. – K. : KNEU, 2005. – Vyp. 6. – S. 55–66.

Надіслана/Written: 15.06.2014 р.
Надійшла/Received: 18.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ МОРСКОГО ТРАНСПОРТА ПРИ ЗАМЕДЛЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Інвестиційна та функціональна діяльність підприємств морської транспортної індустрії схильна до впливу складної сукупності цільових та зовнішніх факторів. Тому важливо на кожному етапі розвитку основних складових ринку морської торгівлі враховувати особливості прояву зовнішніх обмежень та умов. Саме вони в визначальній мірі коректують ефективність реалізації базових проектних параметрів економічного потенціалу флоту та торгових портів. Морський транспорт, що виступає у формі інструменту стійкості світової економіки, потребує особливої підтримки в умовах падіння вантажопотоків. Через це важливо сформулювати основні вимоги та норми позиціонування по сукупності інтересів.

Ключові слова: морські перевезення, правоздатність, результативність, транспортна індустрія, фактори економічного зростання.

N. S. LYSENKO

Odessa National Maritime Academy

FEATURES OF FORMATION OF RESULTS IN MARITIME TRANSPORT ECONOMIC SLOWDOWN

Abstract – The main aim of the article is to systematize the conditions for the effective functioning of the main divisions of the marine transport industry in the current restrictions. Investment and functional activity of the enterprises of marine transportation industry is affected by a complex set of objectives and external factors. Therefore it is important at every stage of the main maritime market's components trade to consider features displays of external constraints and conditions. They adjust to a certain extent the effectiveness of the basic implementation design parameters of the fleet economic potential and commercial ports. Maritime transport, in the form of tool projecting stability of the world economy requires special support in the fall flows. Therefore important to establish the basic requirements and standards for ranking aggregate interests.

Key words: shipping, transportation capacity, efficiency, results of the transport industry, growth factors.

Постановка проблеми. Морской транспортный комплекс любой экономической подсистемы должен постоянно отвечать условиям внешнеэкономических отношений [1]. При этом в процессе формирования собственных предпринимательских результатов транспортировки товаров не должен нарушать их временную и стоимостную конкурентоспособность [2]. Поэтому стоимость труда работников транспорта и величина амортизации транспортных средств должны быть сбалансированы с объемом транспортной работы. При этом неустойчивость отдельных сегментов мировой экономики существенно искажает намерения собственников и менеджмента судоходных компаний. Основной задачей экономической устойчивости является оптимизация транспортной составляющей в стоимости реализованного продукта. В этом процессе определяющим становится достижение минимума издержек на производство и доставку продукции на рынки, сформированные конкурентными преимуществами отдельных участников международного разделения труда.

С изменением уровня несбалансированности предложения дедефта и величины грузопотоков формируется разрыв между уровнем тарифов и экономически оправданных затрат на работу флота. Стоимость перевозки в этих условиях, отражающая сумму затрат транспортных предприятий, не покрывается рыночными тарифами в пределах нормализованной окупаемости капиталовложений. К признанным рынком затратам транспорта, с этих позиций относятся эксплуатационные расходы и соответствующие нормативные накопления, формируемые при оптимальном использовании средств транспорта [3]. Вместе с тем по внешним факторам возрастают непроизводительные затраты, связанные с нерациональной реализацией транспортного потенциала, и несоответствующим взаимодействием с другими организациями транспортного бизнеса. По некоторым оценкам они достигают 12 % суммы транспортных расходов. Поэтому, при системных проблемах экономики Украины и в условиях цикличности фрахтового рынка важно выбрать направление развития флота, обеспечивающее экспорт продукции и национального производственного комплекса.

Ход развития глобальной экономики и ее региональных составляющих в 2010–2013 годах предопределил негативные изменения в динамике основных грузопотоков и в развитии провозной способности флота новых морских государств. Такие ситуации усложняют выбор стратегии конкурентного развития торгового флота Украины, поэтому фактически не реализована ни одна программа развития морского транспорта страны. В этом аспекте усиливается роль достижения фрахтовой независимости в условиях нестабильности.

Анализ последних исследований и публикаций. Приоритеты развития торгового флота в системе национальных и глобальных потребностей обуславливают концентрацию внимания на важнейших проблемах развития флота. Об этом свидетельствуют публикации [4–7]. Тем не менее, задачи устойчивого развития рынка морской торговли далеки от завершения.

Несмотря на жесткую специализацию отдельных секторов фрахтового рынка, различный уровень эффективности капитала определяет систему его перелива. Поэтому важно рассмотреть общие закономерности формирования как провозной способности флота иностранных владельцев, так и параметры функционирования основных секторов фрахтового рынка.

За период 1970–2003 гг. среднегодовой объем международной морской торговли вырос в четыре раза. В 1990 г. составил 4 млрд т, же в 2002 г. превысил 5 млрд т. При этом произошли коренные изменения в структуре мирового товарооборота. К сожалению, объемы морской торговли увеличивались неравномерно, четко проявлялась цикличность изменения провозной способности и грузопотоков. Несмотря на достижение объема в 8,7 млрд т в 2013 г. усиливается проблема избытка тоннажа. Это ведёт к ужесточению конкуренции на фрахтовом рынке.

Выделение нерешенных частей общей проблемы. Жесткая конкуренция и необходимость использования в судоходстве достижений техники и технологии предопределили изменение традиционных споров организаций работы флота, появились новые тенденции развития мирового флота. Сюда можно отнести:

- специализацию и комбинирование в составе сухогрузного флота и типизацию танкерных судов;
- оптимизацию размера и скорости судов (средний размер сухогрузных судов возрастал незначительно).
- усиление регуляторной политики со стороны международных морских организаций на основе стандартизации и нормирования социально-экономических и эколого-технических характеристик судов.

Главной нерешенной проблемой остается сужение сферы операторской деятельности большинства государств, участвующих в международном разделении труда. Поэтому важно исследовать условия справедливого участия в обслуживании грузопотоков флотом всех морских государств, особенно в условиях замедления экономического роста.

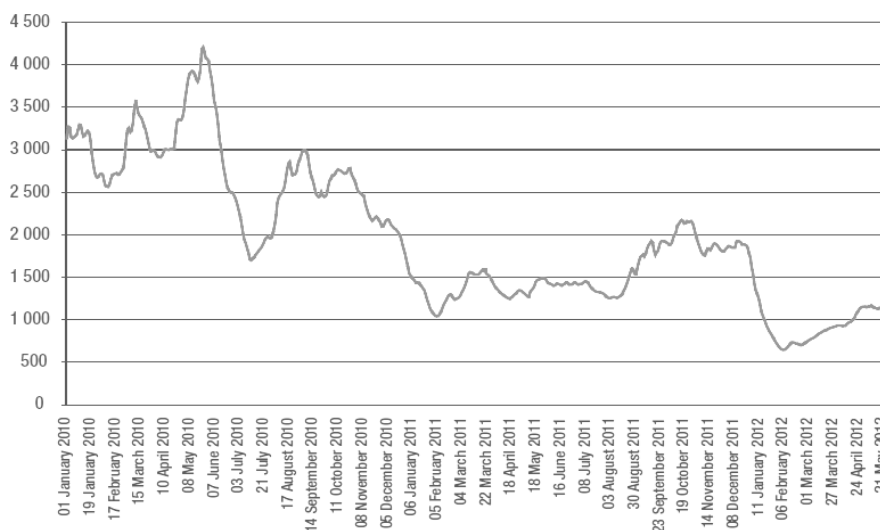
Формирование целей статьи. Мировой фрахтовый рынок подразделяется на отдельные секции. Секции формируются по видам соглашений, типам фрахтуемых судов, географическому положению, национальной принадлежности. Сложность мирового фрахтового рынка предопределяется тем, что основана на договоре морских перевозок и включает посредников, национальные и международные правила и стандарты, арбитражные организации, морские фрахтовые биржи, страховые организации. Разветвленность инфраструктуры мирового рынка транспортных услуг обеспечивает его нормальное функционирование. Однако при этом возрастает риск несбалансированности по приоритетам отдельных компаний.

Неравномерность развития морского флота [6] становится важнейшей причиной дисбаланса рынка морской торговли. Однако этот процесс не находит достаточного освещения. Поэтому основной целью статьи является систематизация условий эффективного функционирования основных подразделений морской транспортной индустрии в современных ограничениях

Изложение основного материала. К экономическим тенденциям развития мирового морского судоходства, оказывающим существенное влияние на параметры национальных судоходных компаний, относятся: неравномерность и несбалансированность предложения тоннажа относительно ожидаемой величины грузопотоков; жесткая конкуренция в системе традиционных морских государств с недопущением в сегмент новых операторов; перемещение региональных приоритетов в судостроительной индустрии.

В системе морской транспортной индустрии [7] выделяются базовые принципы функциональной устойчивости. Среди них выделяется требование к сбалансированности судоходства, судостроения относительно величины грузопотоков. Кроме того, важно наличие глобальной регуляторной системы и развернутого сервисного рынка. При этом в ведущем звене – мореплавании постоянно изменяются проблемные задачи в развитии основного капитала, человеческого капитала и несистемных ограничений.

В условиях сложной и фактически устойчивой цикличности фрахтового рынка (рис. 1) и финансовых сбоев формируются рискованные ситуации в судостроении либо в судоходстве.



Source: UNCTAD, based on London Baltic Exchange data.

Note: The index is made up of 20 key dry bulk routes measured on a time charter basis. The index covers Handysize, Supramax, Panamax and Capesize dry bulk carriers, carrying commodities such as coal, iron ore and grain.

Рис. 1. Балтийский фрахтовый индекс сухогрузного тоннажа (индекс базового 1985 г. – 1000)

Характерным в этом отношении является функционирование корейского судостроительного комплекса. Обычно при значительной серии строительства судов используется банковский кредит на принципах альянса при государственной поддержке. При нарушении финансового равновесия банки стремятся изменить процентные ставки. Таким образом, риск перемещается на судостроительные компании. При этом судовладельцы, работая в правовом поле, защищены от финансовых сбоев на основе заключенного контракта. В таких условиях даже судостроительные верфи Кореи, имеющие высокую стоимостную конкурентоспособность, попадают в полосу финансовых катастроф, как это случилось с выходом Китая в состав ведущих судостроительных государств. Отсутствие четкой системы регуляторов не позволяет украинскому судостроению и судоходству устойчиво развиваться.

Последствия всех форм и масштабов кризиса существенно изменяют ситуацию на мировом рынке транспортных услуг. Появление очередного рычага нестабильности предопределяет неопределенную длительность спада в мировой экономике мира. Это провоцирует формирование несбалансированности фрахтового рынка вследствие появления в секторах морского судоходства существенного избытка тоннажа. Отрицательным следствием такой ситуации становится интенсивная ценовая конкуренция с последующим снижением фрахтовых ставок.

При выработке национальной стратегии развития флота необходимо учитывать принципиальные особенности функционирования открытого и регионального фрахтового пространства. К общим закономерностям развития мирового судоходства и фрахтового рынка [2, 8] относятся:

- зависимость объема перевозок от состояния международного разделения труда;
- повышение технической надежности судов и качества доставки товаров;
- сохранение сбалансированности функций морского транспорта: стратегической значимости и коммерческой эффективности судоходства;
- высокая капиталоемкость конкурентного развития основных типов флота;
- жесткая конкуренция и стремление к выработке единых международных правил ее регулирования.

Вследствие мирового финансово-экономического кризиса 2008–2009 гг. и последующей стагнации в системе морского транспорта произошли кардинальные изменения. Это обстоятельство впоследствии повлияло на резкое падение в использовании провозной способности мирового флота. Это обусловлено тем, что в период 2010–2013 гг. общий дедейт мирового флота вырос на 250 млн т или на 19,5 %. Объем производства в масштабах мировой экономики в среднегодовом исчислении находился в пределах 3 %.

Последовавшее резкое падение тарифных и фрахтовых ставок по Intaskale повлекло за собой банкротство ряда судоходных компаний с концентрацией капитала ниже критерия устойчивости. В этот период осуществлялось списание тоннажа по возрастному критерию. Введение затем в практику мирового судоходства ограничения возраста судов не физическим амортизационным износом (22–24 года), а моральным и экономической надежностью (14–15 лет) привело к изменению роли отдельных судоходных компаний из-за их неконкурентоспособности. В числе таких судовладельцев оказалось и большинство операторов Украины.

Для повышения надежности работы и эффективного контроля состояния мирового флота реализуется стратегия сокращения численности плавсостава на основе автоматизации производственных процессов на судах, что ведет к дальнейшему росту капиталоемкости перевозочного процесса и, тем не менее, к усилению роли человеческого фактора. К существенным недостаткам такой схемы управления объектами морехозяйственного комплекса в условиях цикличности функционирования рынка транспортных услуг относятся: ужесточение конкурентоспособности; сужение операторской инициативы менеджеров; бюрократизация принятия хозяйственных решений; недостаточная ответственность собственника и высшего руководства за конечные результаты деятельности предприятия.

Несмотря на определенное несоответствие производственного потенциала Украины принципам интеграции и развития мировых хозяйственных связей, транзитная привлекательность территории предопределяет заинтересованность смежных локальных экономических систем в использовании транспортных мощностей, расположенных на маршрутах, обслуживающих грузопотоки Запад–Восток и Север–Юг. Одним из таких примеров служит реконструкция транспортных комплексов с целью создания транспортного коридора Триест–Стамбул–Николаев с использованием впоследствии кольцевой причерноморской автодороги. Проблемой становится политическая и экономическая нестабильность в Украине, что ставит под сомнение реализацию проекта в течение 6 лет со сметной стоимостью в зоне украинской ответственности – \$195 млн, несмотря на участие в проекте японских фирм. Инициатором инвестиций является германская “Даймлер-Крайслер”, что и подчеркивает высокую значимость транзитного пространства Украины.

Выводы. С сужением портового пространства Украины возрастает роль отдельных ренджей в транспортно-экономических связях. Поэтому реализация проекта, ориентированного на создание мощного регионального транспортного узла становится важнейшей национальной проблемой. Усиление интеграционных процессов в системе региональных хозяйственных связей предопределило характер развития морского транспорта в течение XXI в.

Изменение объемов транспортной работы в морской индустрии Украины произошло вследствие непродуманной в ряде случаев трансформации народнохозяйственного комплекса. Вследствие чего разрушилась многолетняя кооперация и специализация регионов и взаимодействие предприятий. Без четкого анализа мирохозяйственных связей и конкурентоспособности национальной промышленности сделана неудач-

ная попытка интеграции в европейский производственный и потребительский конгломерат. При этом не учитывались приоритеты ЕС в развитии морского транспорта. Резкое падение объемов производства и транспортной работы в течение всей новой истории обусловлено также игнорированием роли национального рынка на начальном этапе перехода от централизованного управления к рыночным механизмам.

Проблемой национального транспортного комплекса Украины остается, с одной стороны, неадекватность ее технико-экономических параметров относительно взаимодействующих систем, а с другой, недоиспользование нормативной мощности торговых портов. Ограниченность основных видов ресурсов в торговых портах предопределяет величину нормы обработки судов. Нормы времени выполнения вспомогательных операций существенно уступают параметрам иностранных портов Европы, Северной Америки и других регионов. Нарушения внутривортовой сбалансированности не позволяет достичь критериального уровня конкурентоспособности национальных флота и портов. В то же время интенсивность обработки транспортных средств ограничивается внешними условиями функционирования транспортного узла, и прежде всего, несоответствием провозной способности и сменности работы наземных видов транспорта.

Главной задачей становится концентрация усилий со стороны институциональных систем и предпринимательских структур на нормализованном развитии флота и портов флага Украины относительно ее роли в международном разделении труда.

Литература

1. Пугель Т. А. Международная экономика : учебник / Т. А. Пугель, П. Х. Линдерт ; пер. с англ. – М. : Дело и Сервис, 2003. – 800 с.
2. Примачев Н. Т. Эффективность развития морской транспортной индустрии : монография / Н. Т. Примачев, Н. Н. Примачева. – О. : ИнформИздат, 2011. – 405 с.
3. Липинська О. А. Становлення та розвиток транзитного потенціалу України / О. А. Липинська. – О. : ІПРЕЕД НАН України, 2012. – 396 с.
4. Котлубай М. И. Становление морского транспорта в рыночной бреде : монография / М. И. Котлубай. – О. : ИПРЭИ НАН Украины, 2005. – 224 с.
5. Николаева Л. Л. Принципы устойчивого развития судоходных компаний в глобальном рынке морской торговли : монография / Л. Л. Николаева. – О. : Фенікс, 2007. – 323 с.
6. Примачев Н. Т. Управление конкурентоспособностью /Л. В. Мезина, Н. Н. Примачева. – О. : Издат-Информ, 2010. с.
7. Review of Maritime Transport. Report by the UNCTAD – New York and Geneve: UN, 2012. – 243 p.
8. Ханин М. С. Международное морское судоходство. Экономика. Політика : учеб. пособие / М. С. Ханин. – М. : РосКонсульт, 2001. – 334 с.

References

1. Pugel` T. A. Mezhdunarodnaya ekonomy`ka : uchebn. / T. A. Pugel` , P. X. Ly`ndert ; per. s angl. – M. : Delo y` Servy`s, 2003. – 800 s.
2. Pry`machev N. T. Effekty`vnost` razvy`ty`ya morskoy transportnoj y`ndustry`y` : monografy`ya / N. T. Pry`machev, N. N. Pry`macheva. – Odessa : Y`nformY`zdat, 2011. – 405 s.
3. Ly`py`ns`ka O. A. Stanovlennya ta rozvy`tok tranzy`tnogo potencialu Ukrayiny`/ O. A. Ly`py`ns`ka. – Odessa : IPREED NAN Ukrayiny` , 2012. – 396 s.
4. Kotlubaj M. Y`. Stanovleny`e morskogo transporta v rynochnoj srede : monografy`ya / M. Y`. Kotlubaj. – Odessa : Y`PRЭЭY` NAN Ukray`ny, 2005. – 224 s.
5. Ny`kolaeva L. L. Pry`ncy`py` ustojchy`vogo razvy`ty`ya sudoxodny`x kompany`j v global`nom rynke morskoy torgovly` : monografiya / L. L. Ny`kolaeva. – Odessa : Feniks, 2007. – 323 s.
6. Pry`machev N. T. Upravleny`e konkurentosposobnost`yu / L. V. Mezy`na, N. N. Pry`macheva. – Odessa : Y`zdatY`nform, 2010.
7. Review of Maritime Transport. Report by the UNCTAD. – New York and Geneve : UN, 2012. – 243 p.
8. Xany`n M. S. Mezhdunarodnoe morskoe sudoxodstvo. Ekonomy`ka. Poly`ty`ka : uchebnoe posoby`e / M. S. Xany`n. – M. : RosKonsul`t, 2001. – 334 s.

Надіслана/Written: 15.06.2014 р.
Надійшла/Received: 18.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. Н. Т. Примачев

**ОЦІНЮВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ЙОГО РОЗВИТКУ**

Досліджено методичні підходи щодо оцінювання експортного потенціалу промислових підприємств. На основі системи кількісних та якісних показників проведено комплексне оцінювання експортного потенціалу промислових підприємств Подільського регіону. Виконано прогнозування та визначено рівень експортного потенціалу підприємств за оптимістичним та песимістичним сценарієм їх розвитку. Сформуовано рекомендації щодо визначення стратегічних пріоритетів розвитку внутрішніх складових експортного потенціалу досліджуваних підприємств.

Ключеві слова: експортний потенціал, рівень експортного потенціалу, прогнозування, сценарії розвитку

N. M. TYURINA, I. O. SHELEST, N. S. KARVATSKA
Khmel'nyts'ky National University

**ESTIMATION OF EXPORT POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISES
AND PREDICTION OF ITS DEVELOPMENT**

Abstract – The purpose of the article is research of theoretical and practical aspects of evaluation of export potential of industrial enterprises and prognostication of its development. Methodical approaches in relation to the evaluation of export potential of industrial enterprises are analyzed. The complex evaluation of export potential of industrial enterprises of the Podil's'kyu region is conducted on the basis of the system of quantitative and quality indexes. The level of export potential of enterprises for the optimistic and pessimistic scenario of their development is appraised and its prognostication is executed. Recommendations in relation to determination of strategic priorities of development of internal constituents of export potential of the probed enterprises are formed. The evaluation of export potential of enterprise with the use of complex methodical approach will allow guidance of enterprise to define directions and prospects of future export activity, define priorities of export policy, find out the problems of exportation, accept the grounded administrative decisions in relation to exportation, to provide fixing on the certain segment of competition market, to define the size of export potential in accordance with optimistic and pessimistic prognoses etc.

Key words: export potential, level of export potential, prognostication, scenarios of development.

Вступ. Загострення конкуренції на тлі економічної кризи спонукає практично усі держави світу з метою захисту власних економік до посилення прагматизму та протекціонізму у сфері зовнішньоекономічної діяльності. За таких умов уряди високорозвинених країн з ринковою економікою, а також керівники потужних міжнародних та великих національних компаній здійснюють пошуки нових механізмів нарощування та підвищення ефективності використання експортного потенціалу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Показники розвитку міжнародної торгівлі вітчизняні науковці компонують у такі групи: обсягові (абсолютні), результуючі, структурні, інтенсивності, ефективності, динаміки та зіставлення. Фахівці різноманітних міжнародних організацій (Світового банку, Світової організації торгівлі, Європейського Центрального Банку, ЮНКТАД тощо), аналізуючи експортний потенціал будь-якої країни чи регіону, переважно акцентують увагу на узагальнених показниках, як: обсяг експорту, частка в національному експорті, чистий експорт, індекс Херфіндала, частка в світовому експорті, ринкова диверсифікація (кількість еквівалентних ринків), індекс Лафая, відносна вартість одиниці експорту (спеціалізація внутрішньогалузевої торгівлі), товарна диверсифікація (кількість еквівалентних товарів), індекс Грубела-Ллойда, відповідність динаміці світового попиту. Зазначені показники використовуються у дослідженнях численної групи інших закордонних вчених: Абд-ель-Рахман К., Алгієрі В., Алессандріні М., Бутурач Г., Гріневей Д., Дамурі Ю. Р., Загхіні А., Моран М. Т., Реганаті Ф. та ін.

Крім того, обґрунтованість застосування наведених показників доводиться й когортою таких відомих українських науковців як: Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В., Пирець Н.М., Головень В.П., Вавришук В.П. та ін. Натомість, Шевцовою В.Б., Коломійцем В.В., Петренко Л.А., Коровайченко Н.Ю. та ін. запропоновано власну оригінальну методику, що може бути застосована для подальших уточнених, докладніших та детальніших досліджень. Перелік методичних підходів та їх загальна характеристика подані у таблиці 1.

Незважаючи на значний обсяг напрацювань у зазначеній сфері, науковцями порушуються, в основному, питання щодо проблематики формування та використання експортного потенціалу підприємств, вказується на необхідність підвищення ефективності цих процесів, але недостатньо уваги приділяється питанням його оцінки. Комплексна система оцінювання експортного потенціалу підприємств, на думку авторів, повинна враховувати його статичний та динамічний рівні, бути побудована на основі комплексної системи показників, що дозволяють всебічно охарактеризувати експортний потенціал підприємства та дослідити ефективність його окремих елементів, охоплювати чинники внутрішнього та зовнішнього середовища впливу на розвиток експортного потенціалу підприємства.

Мета статті – дослідження теоретичних та практичних аспектів оцінювання експортного потенціалу промислових підприємств та прогнозування його розвитку.

Методичні підходи щодо оцінювання експортного потенціалу підприємства

| Назва підходу | |
|---|---|
| Автор підходу | Сутність підходу |
| 1. Оцінювання експортного потенціалу підприємства здійснюється на основі врахування лише факторів (ресурсів) його внутрішнього середовища | |
| Волкова І. М. [1, 11–12] | Показники стану експортного потенціалу підприємства об'єднано в 7 груп: 1) ретроспективний та оперативний аналіз фактичного експорту підприємства; 2) оцінка виробничих можливостей підприємства; 3) якість продукції; 4) ресурсне забезпечення підприємства; 5) цінова політика підприємства; 6) система збуту підприємства; 7) організаційні чинники |
| Серова Л. П. [2, 10–11] | Оцінка експортного потенціалу підприємства здійснюється у трьох напрямках: визначення структури виробництва і реалізації продукції у межах планових показників роботи підприємства; визначення структури виробництва і реалізації продукції з врахуванням резерву незавантажених виробничих потужностей підприємства; визначення структури виробництва і реалізації продукції з врахуванням резерву незавантажених виробничих потужностей підприємства та за умови впровадження у виробничий процес заходів щодо модернізації, реорганізації, реконструкції |
| Козьменко С. М. [3] | Показник оцінки експортного потенціалу підприємства дорівнює добутку показників експортного потенціалу країни, інтегральної оцінки експортної конкурентоспроможності підприємства (зважаючи середня кількість працівників підприємства, зважені основні засоби підприємства, зважений власний капітал) та поправочного коефіцієнта |
| 2. Експортний потенціал підприємства оцінюється з врахуванням чинників внутрішнього та зовнішнього середовища | |
| Попов О. І. [4, 5–6] | Експортний потенціал підприємства оброблюється як добуток виробничого потенціалу (сума агроресурсного потенціалу, коефіцієнта технології виробництва потенціалу переробних виробництв, потенціалу виробничої інфраструктури), коефіцієнта конкурентоздатності продукції, коефіцієнта попиту на світовому ринку, а також коефіцієнта пропозиції на світовому ринку |
| Стичішин П. П. [5, 7–8] | Експортний потенціал системи визначається: виробничо-технологічним потенціалом системи як здатності її до випуску продукту у кількості, якості та ціні відповідно до вимог цільового ринку (тобто макросередовище все ж вивчається); маркетинговим потенціалом системи як сукупності її засобів та можливостей у міжнародній маркетинговій діяльності щодо просування конкретного продукту на конкретний ринок |
| Мельник Т. М. [6, 231] | До складових експортного потенціалу належать: потенціал внутрішніх ресурсів (функція від техніко-технологічної бази, кваліфікації кадрів, методів управління, фінансів); потенціал цільового зарубіжного ринку; умови виходу на ринок, які охоплюють національні (торговельна політика країни, система підтримки експортного виробництва) та зовнішні умови (торговельний режим країни експортування) |
| Близнюк В. П. [7] | Експортний потенціал підприємства можна визначити через аналіз та прогноз стану макросередовища (обсяг та частка імпорту оцінюваних продуктів, рівень вхідного бар'єру, купівельна спроможність суб'єктів ринку та частка імпорту у загальному обсязі споживанні на кожному з їхніх ринків), мікросередовища (коефіцієнт рентабельності продажу, рівень маркетингового тиску, середньоринкову ціну оцінюваних продуктів, відносний темп розвитку кожного з ринків) та можливостей підприємства до адаптації (можливість поставки продукту відносно його загального імпорту на ринок, можливість маркетингового супроводу відносно ринку, можлива ціна підприємства відносно ціни ринку) |

Виклад основного матеріалу. На розуміння авторів, експортний потенціал підприємства є інтегрованою динамічною сукупністю конкурентоспроможних ресурсів, які певна економічна система має, та здатна створити і спроможна реалізувати на зовнішніх ринках у теперішньому та майбутньому часі. Своєю чергою сукупність конкурентоспроможних ресурсів є поєднанням виробничої, маркетингової, фінансової, інноваційної, інформаційної, організаційно-управлінської та трудової її складових. Тобто, забезпеченість підприємства різноманітними ресурсами, наявність у його працівників відповідних сучасних знань, досвіду та управлінської схильності щодо здійснення експортної діяльності, налагодження співпраці з державними і недержавними, вітчизняними й закордонними спеціалізованими організаціями підтримки експортерів та імпортерів сприятиме оптимізації процесу експорту та зниженню рівня ризиків. Тому для оцінювання експортних можливостей промислових підприємств регіону будемо використовувати комплексний набір показників, що може трансформуватись залежно від поставлених цілей.

Вважаємо, що проводити оцінювання експортного потенціалу варто на основі застосування показників (обсяги експорту машинобудівної продукції підприємства, темпи їх росту, частка експорту в загальному обсязі реалізації продукції підприємства, питома вага підприємства у загальному обсязі експорту продукції машинобудування регіону, країни (у нашому випадку Подільського регіону), динаміка показників світового імпорту основного виду продукції суб'єкта господарювання, рівень вхідного бар'єру країн-імпортерів продукції підприємства, рівень продуктової диверсифікації експорту підприємства, індекс Херфіндаля (рівень географічної концентрації експорту підприємства), продуктивність праці персоналу (виручка від реалізації експортної продукції на пра-

цівника суб'єкта господарювання), а також окремих показників фінансового стану підприємства), які є прийнятними для використання на рівні підприємства. До групи показників маркетингової складової входять характеристики внутрішнього (збутова та логістична структурні одиниці маркетингової складової) та зовнішнього (ринкова структурна одиниця) середовища впливу. З метою окреслення кола характеристик зовнішнього середовища пропонуємо використати показники рівня вхідного бар'єру (середнє арифметичне тарифів агрегованого рівня продукту країн-імпортерів) для експортної продукції машинобудівного підприємства на закордонних ринках, а також темпів зростання (спаду) світового імпорту основного виду продукції суб'єкта господарювання. Обґрунтування доцільності застосування цих показників та їх значення для різних країн і галузей економіки подано на сайті Міжнародного торговельного центру [8; 9]. Щодо характеристики організаційно-управлінської складової експортних можливостей підприємства, то значна кількість науковців рекомендують використовувати, як правило, експертні методи її дослідження. Зважаючи на мету нашого оцінювання, прагнення до максимальної незаангажованості, актуальність проблеми надмірності апарату адміністративних працівників вітчизняного машинобудівного підприємства, пропонуємо проводити відповідні розрахунки шляхом визначення співвідношення прибутку від реалізації експортної продукції та адміністративних витрат підприємства. Більш детально характеристику показників було розглянуто у попередніх дослідженнях [9]. Набір показників можна розширити та поглибити, але з огляду на мету нашого оцінювання експортного потенціалу окремих промислових підприємств Подільського регіону, обмежимося поданим вище переліком. На його основі формуємо матрицю показників, необхідних для обрахунку експортного потенціалу семи промислових підприємств. За допомогою багатовимірної середньої переводимо обрахункові значення вказаних показників у бали, після чого на їх основі визначаємо рейтинг промислових підприємств протягом 2012–2013 рр.

В основі розрахунку багатовимірної середньої лежить порівняння j -го підприємства з "еталоном", тобто з умовним підприємством, яке має найкращі результати за усіма показниками – максимальні для стимуляторів і мінімальні для дестимуляторів. У результаті порівняння індивідуальних значень показника з "еталоном" отримаємо відносні величини P_{ij} , де i – показник, j – підприємство. Чим ближче j -те підприємство до "еталону", тим ближче P_{ij} до одиниці. Припустимо, що обраховані нами показники рівноважні, відтак багатовимірна середня показників усіх груп складових конкурентоспроможного ресурсу експортного потенціалу підприємства за відповідний рік визначатиметься як середня арифметична проста. Еталоном можуть бути не лише умовне вітчизняне підприємство з найкращими значеннями відповідного показника групи. За еталоном доцільно також приймати значення результативних показників діяльності успішних закордонних підприємств машинобудування, або нормативні значення цих показників, затверджені в Україні та за її межами. На нашу думку, необхідно прагнути до поєднання вищезазначених підходів визначення еталоноу, що сприятиме проведенню найбільш об'єктивного оцінювання експортного потенціалу суб'єктів господарювання саме відповідно вимогам зовнішніх ринків. Результати обрахунків подано у рис. 1.

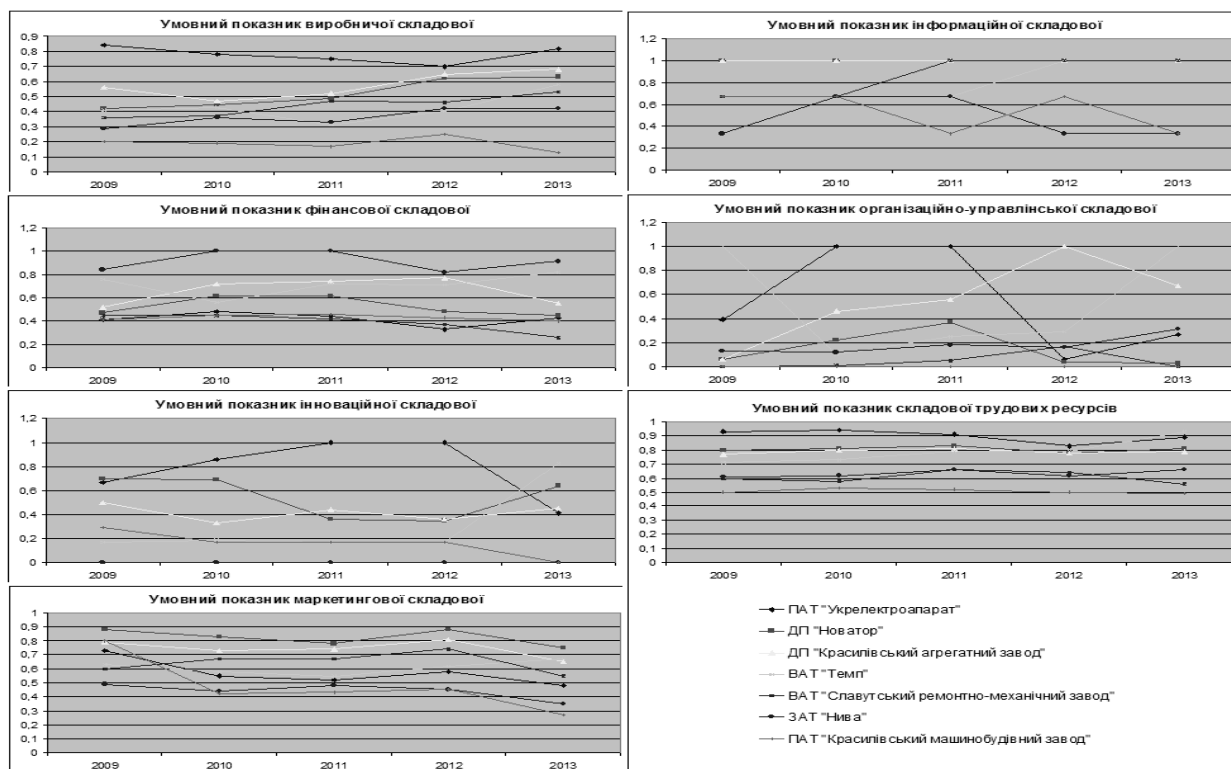


Рис. 1. Динаміка умовних показників експортного потенціалу окремих промислових підприємств Подільського регіону

Результати дослідження показників експортного потенціалу обраних підприємств показали, що лідерами за значенням обсягів експорту є, зокрема: ПАТ “Укрелектроапарат”, ДП “Новатор” та ДП “Красилівський агрегатний завод”. До 2013 р. їм значно поступалося ВАТ “Темп”, однак цього ж року обсяги реалізації експортної продукції підприємства різко збільшилися, що свідчить про наявність у підприємства прихованих, зарезервованих ресурсів, які воно спроможне, за потреби, реалізувати. Абсолютними лідерами за часткою експорту в загальному обсязі реалізації продукції підприємства стали ПАТ “Укрелектроапарат” та ВАТ “Темп”.

Характеризуючи показники маркетингової складової конкурентоспроможного ресурсу експортного потенціалу підприємств, слід зазначити таке. Практично вся продукція підприємств протягом періоду дослідження користувалася значним попитом на ринках основних країн-партнерів, а також на світових ринках в цілому. Крім того, у країнах, куди найбільше експортували продукцію ці підприємства, були встановлені мінімальні митні тарифи. Однак підприємства, як правило, не мають налагодженої збутової мережі за кордоном. Переважна більшість досліджуваних підприємств все ще не зареєстрували власну торговельну марку, серед них: ПАТ “Укрелектроапарат”, ДП “Красилівський агрегатний завод”, ВАТ “Темп”, ВАТ “Славутський ремонтно-механічний завод”, ЗАТ “Нива”.

Керуючись розробками японського вченого Т. Коно [12], підприємства за рівнем та характером диверсифікації можна класифікувати таким чином: ПАТ “Красилівський машинобудівний завод” – компанія з домінуючим продуктом (на частку однієї продукції припадає менше 95 %, але більше 70 % загального обсягу продажів), тобто диверсифікація на підприємстві практично відсутня; протягом 2009–2012 рр. такої ж стратегії дотримувалися на ВАТ “Темп”, однак з 2013 р. компанія обрала стратегію випуску продукції, пов’язаної технологічно (на частку одного виду продукції припадає менше 70 % загального обсягу продажів, на частку продукції, пов’язаної технологічно, – більше 70 %), таким самим курсом прямують ПАТ “Укрелектроапарат” та ЗАТ “Нива”; найпрогресивнішими в цьому плані можна вважати ДП “Новатор”, ДП “Красилівський агрегатний завод” та ВАТ “Славутський ремонтно-механічний завод”, адже вони відносяться до диверсифікованих компаній з непов’язаною продукцією (частка продукції, пов’язаної збутом і технологічно, – менше 70 % від загального обсягу продажів). Критичний стан з рівнем географічної концентрації експорту, що розраховується за допомогою індексу Херфіндаля, стосується практично усіх досліджуваних нами підприємств. Помірна концентрація експорту у межах значення показника від 1000 до 1800, була властива лише в окремі роки для ЗАТ “Нива”. Відтак, можна зробити висновок про підвищену залежність підприємств від їхніх найбільших клієнтів, а отже – про зростаючу вразливість суб’єктів підприємництва до змін зовнішнього середовища.

За рівнем рентабельності, що розраховується через співвідношення прибутку за експортовану продукцію та витрат на виробництво експортної продукції, до сукупності підприємств з найвищим значенням показника потрапили ДП “Красилівський агрегатний завод”, ВАТ “Темп” та ЗАТ “Нива”. Особливої уваги за станом фінансової стійкості, ліквідності та рентабельності усіх активів підприємства потребують ПАТ “Укрелектроапарат”, ДП “Новатор”, ВАТ “Славутський ремонтно-механічний завод” та ПАТ “Красилівський машинобудівний завод”.

Недооцінюють переваги інформатизації підприємства та необхідність впровадження новітніх технологій для виготовлення інноваційної продукції ВАТ “Славутський ремонтно-механічний завод”, ЗАТ “Нива” та ПАТ “Красилівський машинобудівний завод”. Якщо низьку інноваційну активність підприємств можливо пояснити браком коштів, то відсутність реально діючого веб-сайту за часів використання прогресивних інформаційних технологій, можливості ведення бізнесу у форматі “business to business” та “business to consumer” (електронна торгівля, що забезпечує прямий продаж продукції іншим юридичним та фізичним особам) є незрозумілою і, на нашу думку, досить ризикованою.

Існують певні проблеми з показниками групи складової трудових ресурсів конкурентоспроможного ресурсу експортного потенціалу підприємств. Основні недоліки, пов’язані з недостатнім рівнем освіти працівників, високим середнім їх віком та незначною кількістю персоналу, який прагне і має можливість підвищувати свою кваліфікацію, самовдосконалюватися, властиві практично усім вітчизняним підприємствам, а особливо тим, що працюють більше 20 років. З урахуванням цього та окремих інших позицій, найкращим показником величини обсягу виручки від реалізації експортної продукції на працівника характеризуються ПАТ “Укрелектроапарат”, а у 2013 р. – ВАТ “Темп”.

Далі виконаємо прогнозування рівня експортного потенціалу підприємства та визначимо перспективи розвитку досліджуваних нами суб’єктів господарювання на закордонних ринках. Розрізняють два види прогнозування: точкове та інтервальне. Вважаємо, що у нашому випадку саме інтервальне прогнозування є доцільнішим, адже надає значно більше інформації, яка зумовлює прийняття адекватнішого управлінського рішення. Інтервальна оцінка визначається двома числами – межами інтервалу. Тому за інваріантного прогнозування експортних можливостей підприємства описується лише один сценарій розвитку його експортного потенціалу. Однак практичне значення прогнозу значно підвищується, якщо в ньому описані декілька можливих сценаріїв, до прикладу, оптимістичний та песимістичний. Такий прогноз називається варіативним. Інтервальній оцінці (з надійністю γ) математичного очікування a нормально розподіленої кількісної ознаки

X за вибірковою середньою \bar{x}_g , відомому середньому квадратичному відхиленні σ генеральної сукупності слугує довірчий інтервал:

$$\bar{x}_g - t(\sigma/\sqrt{n}) < a < \bar{x}_g + t(\sigma/\sqrt{n}), \quad (2)$$

де $t(\sigma/\sqrt{n}) = \delta$ – точність оцінки;

n – обсяг вибірки;

t – значення аргументу функції Лапласа, за якого $\Phi(t) = \gamma/2$ [11].

З метою визначення розсіювання варіант вибірки відносно \bar{x}_g використовується показник дисперсії D_g , тобто середнє арифметичне квадратів відхилень варіант відносно \bar{x}_g . У процесі обчислення дисперсії вибірки відхилення підносяться до квадрата, що призводить до зміни одиниці виміру ознаки X . У зв'язку з цим необхідно розрахувати середнє квадратичне відхилення σ_g , що визначає розсіювання варіант вибірки відносно \bar{x}_g , але в тих же одиницях вимірювання що й ознака X .

Проведемо відповідні завершальні обрахунки експортного потенціалу окремих промислових підприємств Подільського регіону (табл. 2).

Таблиця 2

**Прогнозний рівень експортного потенціалу підприємств Подільського регіону
за оптимістичним та песимістичним сценарієм**

| Підприємство | Розрахунок довірчого інтервалу значення показника експортного потенціалу | | | Рівень експортного потенціалу підприємства | | |
|---|--|----------------------------|------------|--|------------------------|------------------------|
| | $\bar{x}_g = \frac{\sum x_i n_i}{n}$ | $\frac{\sum x_i^2 n_i}{n}$ | σ_g | Довірчий інтервал | Песимістичний сценарій | Оптимістичний сценарій |
| ПАТ “Укрелектроапарат” | 0,712 | 0,5132 | 0,0794 | 0,6205 < a < 0,8035 | 0,62 | 0,80 |
| ДП “Новатор” | 0,626 | 0,3924 | 0,0224 | 0,6002 < a < 0,6518 | 0,60 | 0,65 |
| ДП “Красилівський агрегатний завод” | 0,676 | 0,4602 | 0,057 | 0,6107 < a < 0,7413 | 0,61 | 0,74 |
| ВАТ “Темп” | 0,596 | 0,3718 | 0,1288 | 0,4672 < a < 0,7447 | 0,47 | 0,75 |
| ВАТ “Славутський ремонтно-механічний завод” | 0,428 | 0,1832 | 0,0045 | 0,4228 < a < 0,4332 | 0,42 | 0,43 |
| ЗАТ “Нива” | 0,428 | 0,1844 | 0,0346 | 0,388 < a < 0,468 | 0,39 | 0,47 |
| ПАТ “Красилівський машинобудівний завод” | 0,328 | 0,1112 | 0,06 | 0,2588 < a < 0,3972 | 0,26 | 0,40 |

Рекомендовані пріоритетні напрями розвитку внутрішніх складових експортного потенціалу підприємств представлено на рис. 2.

Узагальнюючи результати проведеного нами аналізу, зважаючи на можливі песимістичний та оптимістичний сценарії їх розвитку, ми виділили чотири відокремлені групи підприємств. Стабільним лідером щодо багатьох показників серед досліджуваних підприємств є ПАТ “Укрелектроапарат”. До другої групи входять підприємства, що характеризуються порівняно непоганими експортними можливостями та вирізняються високою ефективністю їх використання, йдеться про ДП “Новатор” та ДП “Красилівський агрегатний завод”. Що стосується ВАТ “Темп”, то значення відповідних показників підприємства протягом 2009–2012 рр вказують на його належність до групи підприємств з дещо меншими успіхами. Але різке покращення практично всіх ключових показників експортної діяльності суб’єкта у 2013 році, що засвідчує перспективність підприємства, дозволяє віднести його до першої групи. Учасниками третьої групи відповідно до показників логічно вважати ВАТ “Славутський ремонтно-механічний завод” та ЗАТ “Нива”. До найпроблематичніших підприємств відноситься ПАТ “Красилівський машинобудівний завод” тому підприємство потрапило до четвертої групи – найменш результативні підприємства у сфері експорту.

Висновки. Оцінювання експортного потенціалу підприємства за використанням комплексного методичного підходу дозволить керівництву підприємства визначити напрями та перспективи майбутньої експортної діяльності, визначити пріоритети експортної політики, виявити проблеми експортування, приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо експортування, забезпечити закріплення на певному сегменті конкурентного ринку, визначити величину експортного потенціалу відповідно до оптимістичного та песимістичного прогнозів тощо.

| Пріоритетний напрям нарощування експортного потенціалу підприємства | Перелік груп підприємств | | | | |
|---|--------------------------------------|--|---|--|--|
| | Група I: ПАТ “Укрелектроапарат” | Група II: ДП “Новатор”, ДП “Красилівський агрегатний завод”, ВАТ “Темп” | Група III: ВАТ “Славутський ремонтно-механічний завод”, ЗАТ “Нива” | Група IV: ПАТ “Красилівський машинобудівний завод” | |
| Спрямованість та зміст заходу | Виробнича сфера | Сприяти зниженню собівартості продукції за рахунок заміни імпортних комплектуючих складовими власного виробництва. Для покращення управління матеріально-технічними запасами впровадити автоматизовану систему управління. Складення оптимального енергетичного бюджету у межах існуючих обмежень та проведення страховальних заходів. Важливим заходом економії електроенергії є дотримання бюджету, уникнення перевитрат електроенергії за допомогою оптимізації календарного графіка робіт, режиму праці та завантаження обладнання | Дотримуватися оптимальних витрат виробництва за рахунок поєднання низьких витрат та широкої диференціації, заснованої на якості, технологічної переваги продукції підприємства. Це дозволить забезпечити оптимальні витрати та ціни порівняно з виробниками продукції аналогічної якості та відповідних характеристик. Сприяти активізації сертифікації та стандартизації продукції | Зосередити ресурси підприємства на випуску обмеженої кількості продукції високої якості, що дозволить за рахунок повнішого ніж у конкурентів виконання замовлення задовольнити специфічні потреби покупців. Адаптувати продукцію підприємства до особливих потреб споживачів шляхом впровадження гнучкої системи організації виробництва. Забезпечити нарощування обсягів виробництва з мінімально можливим збільшенням виробничих потужностей | Максимальне збереження наявних виробничих потужностей підприємства |
| | Маркетингова сфера | Утримання підприємством домінуючої ринкової частки, одночасне здійснення ним стратегії оборони та наступу. Максимальне використання налагоджених партнерських зв'язків щодо постачання сировини та збуту продукції підприємства. Розширення присутності на ринках ОАЕ, Лівії, Гвінеї, Нігерії. Активізація брендингу | Збільшення ринкової частки для досягнення ринкової першості. Розширення присутності на існуючих ринках та проникнення на ринки східноазійських країн. Розробка та виконання власних каналів реалізації експортної продукції, відкриття регіональних представництв. Інтенсифікація реклами | Підтримування існуючих на ринку позицій. За рахунок об'єднання під спільною торговою маркою намагатися вийти за межі ніші. Доцільно дотримуватися непрямого експорту, активізуючи збут продукції підприємства зусиллями великих компаній-посередників | З метою стабілізації ситуації на підприємстві, максимального задоволення лише внутрішній попит |
| | Фінансова сфера | З метою захисту своїх лідируючих позицій у зростаючій галузі продовжувати інвестувати діяльність підприємства. Постійно контролювати вчасне погашення його зобов'язань | Намагатися утримувати високі показники ефективності діяльності підприємства, що дозволить інвестувати в інші сфери господарювання | Для посилення своїх конкурентних переваг підприємство потребує значних інвестицій, які слід здійснювати лише після ретельного їх аналізу | Фінансове оздоровлення підприємства |
| | Інноваційна сфера | З метою утримання існуючих ринкових позицій та завоювання нових дотримуватися стратегії “раннього технологічного лідерства”. Використання якісно нових технологій та обладнання, що сприятиме значному зростанню частки інноваційного експорту | | З огляду на незначні ресурси підприємства використовувати стратегію технологічного послідовництва | Про інновації поки не йдеться |
| | Інформаційна сфера | Активізація використання сучасних інформаційних технологій. Покращення інформаційного та аналітичного забезпечення усіх процесів виробництва та реалізації продукції підприємства | | Впровадження централізованої інформаційної системи збору, обробки та аналізу усіх необхідних для успішного функціонування підприємства видів інформації. Введення в дію веб-сайту | Концентрація усіх наявних інформаційних ресурсів для подолання кризи на підприємстві |
| | Організаційно-управлінська сфера | Оптимізація організаційно-управлінської структури підприємства. Заміна стабільної контрольованої організаційної системи управління підприємства з орієнтацією усередину на динамічну та гнучку, спрямовану назовні. З метою підвищення якості комунікацій між членами колективу підприємства необхідно впровадити систему комунікацій, що полягає у здійсненні комунікацій як згори вниз, так і в протилежному напрямі з чіткими командами та швидкою адекватною на них реакцією. Покращення відповідного інфраструктурного забезпечення здійснення суб'єктом господарювання експортної діяльності | | | |
| | Сфера управління трудовими ресурсами | З метою підвищення продуктивності праці та зменшення рівня плинності кадрів слід впровадити гнучку систему винагородження і компенсацій працівників відповідно до їх “участі у прибутках” залежно від займаної посади та якості виконання виробничих завдань. Для ефективного функціонування системи планування чисельності персоналу необхідно створити відповідну базу даних працівників підприємства. Сприяти постійному підвищенню кваліфікації персоналу, у т.ч. за кордоном | | | Збереження висококваліфікованих трудових ресурсів підприємства |

Рис. 2. Рекомендовані пріоритетні напрями розвитку внутрішніх складових експортного потенціалу підприємств

Література

1. Волкова І. М. Формування експортного потенціалу молокопродуктового підкомплексу АПК : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.00.04 "Економіка та управління підприємствами (економіка сільського господарства і АПК)" / І. М. Волкова. – Житомир, 2007. – 23 с.
2. Серова Л. П. Управління експортним потенціалом підприємства : автореф. дис... канд. екон. наук : спец. 08.06.02 "Підприємництво, менеджмент та маркетинг" / Л. П. Серова. – К., 2002. – 21 с.
3. Козьменко С. М. Методичні підходи до оцінки експортного потенціалу інновацій машинобудування [Електронний ресурс] / С. М. Козьменко, С. І. Колосок. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=422>.
4. Попов О. І. Підвищення ефективності формування і використання експортного потенціалу підприємств (на прикладі АПК Автономної Республіки Крим) : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.06.01 "Економіки підприємств і організація виробництва" / О. І. Попов. – Сімферополь, 1998. – 17 с.
5. Стичішин П. П. Експортний потенціал підприємства: концепція механізму формування та реалізації / П. П. Стичішин // Зовнішня торгівля: проблеми та перспективи : зб. наук. праць. – К. : УАЗТ, 2000. – Вип. 4, ч. 1. – 180 с.
6. Мельник Т. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз [Електронний ресурс] / Т. Мельник / Наукова періодика України. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mep/2009_8_9/.../10_Melnuk1.pdf.
7. Близнюк В. П. Міжнародний стратегічний маркетинг в системі управління зовнішньоторгівельною діяльністю підприємства : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.06.02 "Підприємництво, менеджмент та маркетинг" / В. П. Близнюк ; Укр. акад. зовніш. торгівлі. – К., 1999. – 20 с.
8. Trade Competitiveness Map. Analyse country and product competitiveness with trade flows [Electronic resource] / International Trade Centre. – Mode of access: <http://www.intracen.org>
9. UK Trade and Investment flows [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.ukti.gov.uk/export.html?guid=none>
10. Шелест Є. О. Приклад поєднання закордонного та вітчизняного досвідів для забезпечення об'єктивності оцінювання експортного потенціалу машинобудівного підприємства / Є. О. Шелест // Вісн. Донец. нац. університету. Серія В: економіка і право. – 2011. – № 2. – С. 197–203.
11. Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий / Т. Коно. – М. : Прогресс, 1987. – 201 с.

References

1. Volkova I. M. Formuvannya eksportnoho potentsialu molokoproduktovoho pidkompleksu APK : avto-ref. dys... kand. ekon. nauk : 08.00.04 "Ekonomika ta upravlinnya pidpryyemstvamy (ekonomika sil's'koho hospodarstva i APK)" / I. M. Volkova. – Zhytomyr, 2007. – 23 p.
2. Syerova L. P. Upravlinnya eksportnym potentsialom pidpryyemstva : avto-ref. dys... kand. ekon. nauk : 08.06.02 "Pidpryyemnystvo, menedzhment ta marketynh" / L. P. Syerova. – K., 2002. – 21 p.
3. Koz'menko S. M. Metodychni pidkhody do otsinky eksportnoho potentsialu innovatsiy mashynobuduvannya [Electronic resource] / S. M. Koz'menko, S. I. Kolosok. – Mode of access: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=422>.
4. Popov O. I. Pidvyshchennya efektyvnosti formuvannya i vykorystannya eksportnoho potentsialu pidpryyemstv (na prykladі APK Avtonomnoyi Respubliki Krym) : avto-ref. dys... kand. ekon. nauk : 08.06.01 "Ekonomiky pidpryyemstv i orhanizatsiya vyrobnystva" / O. I. Popov. – Simferopol', 1998. – 17 p.
5. Stychishyn P. P. Eksportnyy potentsial pidpryyemstva: kontseptsiya mekhanizmu formuvannya ta realizatsiyi / P. P. Stychishyn // Zovnishnya torhivlya: problemy ta perspektyvy : zb. nauk. prats'. – K. : UAZT, 2000. – Vyp. 4, ch. 1. – 180 p.
6. Mel'nyk T. Eksportnyy potentsial Ukrayiny: metodolohiya otsinky ta analiz [Electronic resource] / T. Mel'nyk / Naukova periodyky Ukrayiny. – Mode of access: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mep/2009_8_9/.../10_Melnuk1.pdf.
7. Blyznyuk V. P. Mizhnarodnyy stratehichnyy marketynh v systemi upravlinnya zovnishn'otorhovel'noyu diyal'nistyu pidpryyemstva : avto-ref. dys... kand. ekon. nauk : 08.06.02 "Pidpryyemnystvo, menedzhment ta marketynh" / V. P. Blyznyuk ; Ukr. akad. zovnish. torhivli. – K., 1999. – 20 p.
8. Trade Competitiveness Map. Analyse country and product competitiveness with trade flows [Electronic resource] / International Trade Centre. – Mode of access: <http://www.intracen.org>
9. UK Trade and Investment [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.ukti.gov.uk/export.html?guid=none>
10. Shelest I. O. Pryklad poyednannya zakordonnoho ta vitchyznyanoho dosvidiv dlya zabezpechennya ob'yektivnosti otsinyuvannya eksportnoho potentsialu mashynobudivnoho pidpryyemstva / I. O. Shelest // Visnyk Donets'koho natsional'noho universytetu. Seriya B: ekonomika i pravo. – 2011. – № 2. – P. 197–203
11. Kono T. Stratehiya y struktura yaponskykh predpryyaty / T. Kono – M. : Prohress, 1987. – 201 p.

Надіслана/Written: 15.06.2014 р.

Надійшла/Received: 18.06.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. М. Д. Ведерніков

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ

Розглянуто основні сфери працевлаштування та рівень освіти українських трудових мігрантів. Виявлено, що в умовах глобалізації зростають можливості легальної зайнятості за кордоном, в результаті чого, хоча фахівці з вищою освітою не домінують у загальній кількості українських мігрантів, посилюються тенденції до від'їзду кваліфікованих фахівців та науковців. Встановлено, що збереження викладених міграційних тенденцій може негативно вплинути на темпи відновлення економіки України.

Ключові слова: глобалізація, міграція, трансформація, ринок праці.

J. A. GETMANENKO

Donbass State Engineering Academy

THE GLOBALIZATION'S IMPACT ON THE LABOR MARKET TRANSFORMATION OF UKRAINE

Abstract – The aim is to study the labor migration processes and to identify the globalization's impact on the labor market development in Ukraine. The main areas of employment and education Ukrainian labor migrants are considered. There are found that in the context of globalization the opportunities for legal employment abroad are increasing, and, as a result, although specialists with higher education do not dominate at the total number of Ukrainian immigrants, the qualified experts and researchers leaving tendency is increasing. There is established that outlined migration's tendency can adversely affect the economic recovery's pace of Ukraine. The labor market globalization' impact on the Ukraine's transformation could have the following symptoms: the new technology and experience introduction, the employment qualification and professional restructuring, the rapid and efficient adaptation to the conditions of the world market.

Key words: globalization, the labor market migration and transformation.

Постановка проблеми. Зростання відкритості економіки України сприяє активізації залучення держави до процесів міжнародного обміну робочою силою. Міграційні трансформації на світовому ринку праці, зумовлені глобалізаційними зрушеннями у світовому господарстві – складне і багатоаспектне явище, яке характеризується різноспрямованістю потоків робочої сили, наслідків для різних країн і різних груп країн залежно від рівня їх економічного розвитку, рівня інтелектуального потенціалу, структури зайнятості, наявності можливостей для професійної самореалізації, рівня оплати праці та добробуту в державі тощо.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам глобалізації економіки присвячено праці М. Кастельса, Р. Кеохане, Т. Левітта, Д. Лук'яненка, Ю. Макогона, Т. Орехової, В. Омельченка, А. Поручника, Є. Савельєва, О. Сохацької тощо. Питання розвитку міжнародного ринку праці і міжнародної трудової міграції досліджували Р. Билсбороу, Х. Кларк, Д. Массі, М. Піоре, А. Порт, М. Тодаро та ін.

Формулювання цілі статті. Метою статті є дослідження процесів міграції робочої сили та визначення напрямів впливу глобалізації на розвиток ринку праці України.

Виклад основного матеріалу. На міжнародному ринку праці Україна переважно виступає як держава-експортер робочої сили, хоча відзначається і тенденція до зростання кількості іноземних громадян, що працюють в Україні, що визначає відповідні тенденції міграційного приросту населення України (рис. 1). Як свідчать статистичні дані, кількість останніх приблизно в 10 разів менша, ніж кількість українців, які працюють за кордоном (при цьому мова йде лише про офіційну статистику, яка не враховує нелегальних мігрантів та біженців) [3]. У нашій країні працевлаштовуються громадяни з Росії, Молдови, Китаю, В'єтнаму, Туреччини переважно у сфері торгівлі, послуг тощо, в той час як українці за кордоном – у промисловості, будівництві, сільському господарстві (рис. 2).

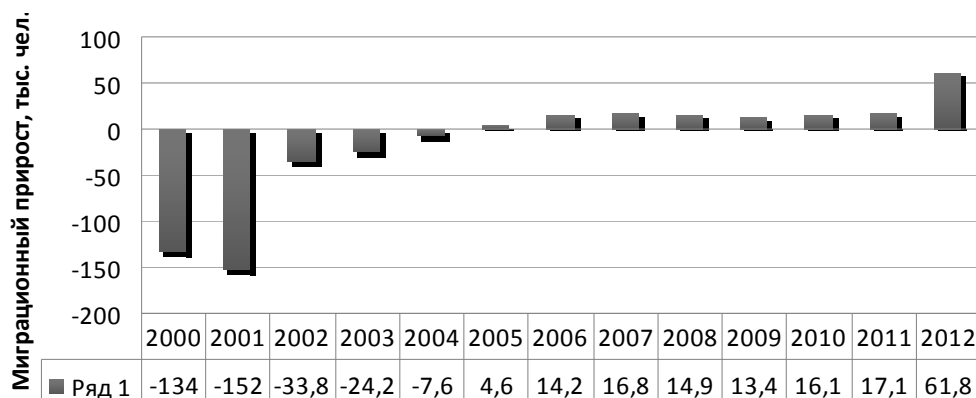


Рис. 1. Міграційний приріст (скорочення) населення України (2001–2012 рр.), тис. осіб

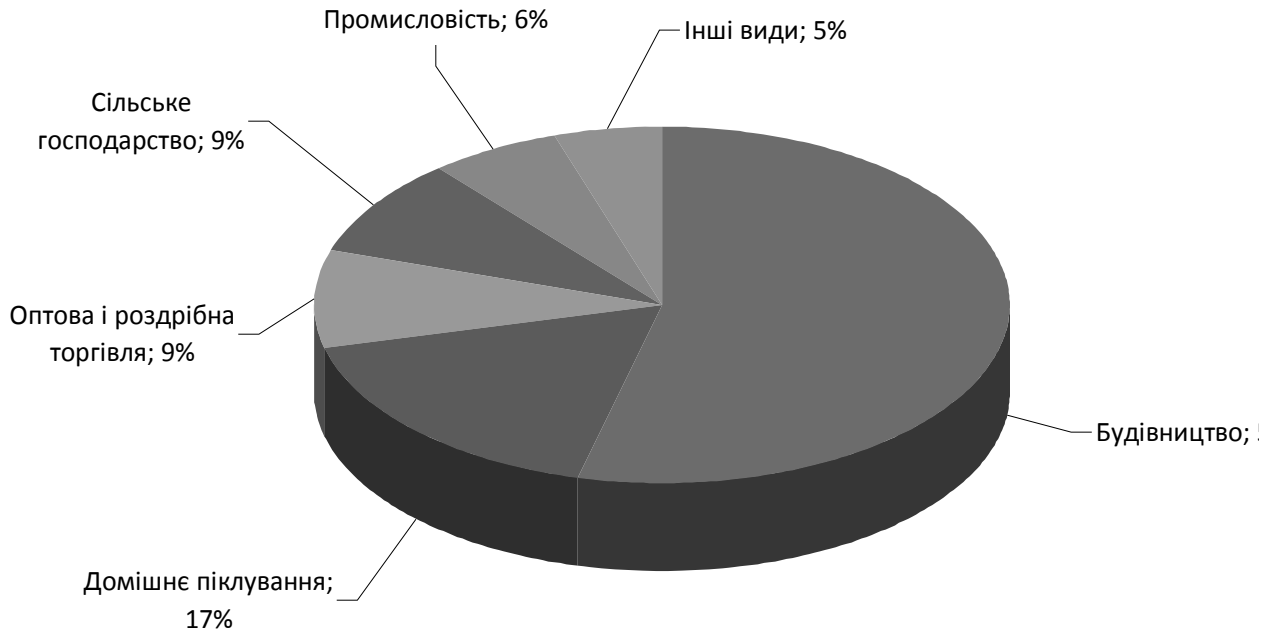


Рис. 2. Основні сфери працевлаштування українських трудових мігрантів

За межами України станом на початок 2012 р. працюють близько 3,5 млн громадян: близько 70 % в країнах СНД і решта – в інших країнах. Найбільшими центрами офіційного працевлаштування громадян України у Західній Європі є Німеччина, Франція, Велика Британія, Греція (близько 30 % легальних мігрантів); у Східній Європі – Польща, Чехія, Італія, Португалія, Угорщина, Словаччина, Білорусь; останніми роками спостерігається збільшення міграційних потоків до Росії. Потік трудової міграції у цьому напрямку обумовлений, перш за все, близькістю кордонів та певною лояльністю місцевих законів до працівників-мігрантів. Одночасно все більше українців мігрує для роботи у США, Канаду, країни Близького Сходу тощо. Однак більша частина емігрантів працюють за кордоном на нелегальних засадах [1, с. 251].

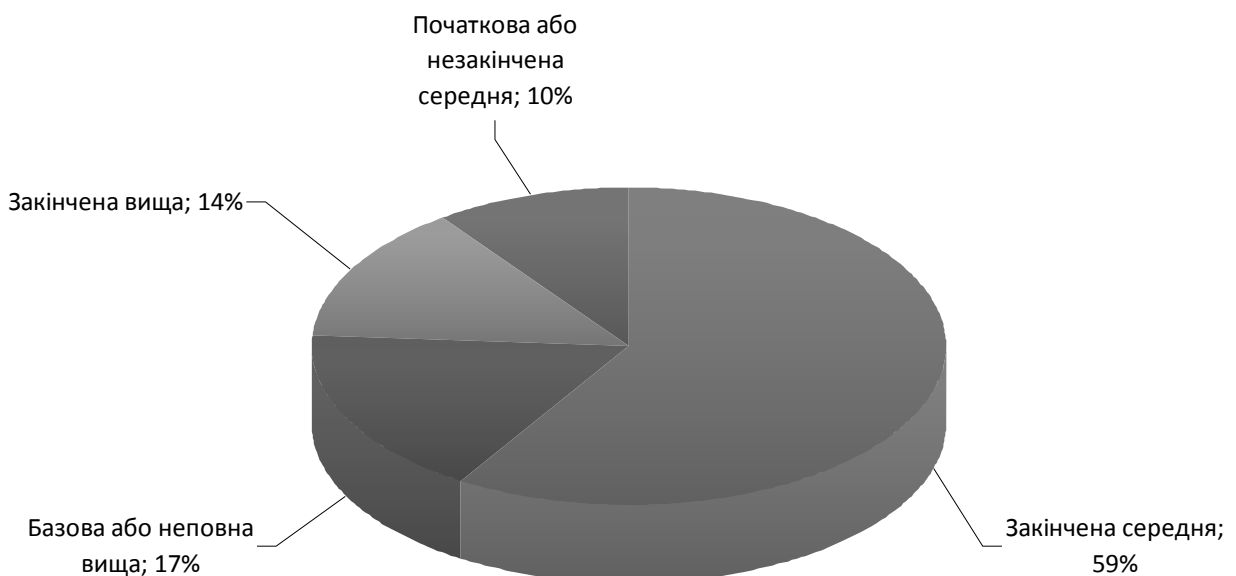


Рис. 3. Рівень освіти українських трудових мігрантів

За даними іноземних періодичних видань, найбільша кількість (близько 1 млн осіб) українців працюють сьогодні легально і нелегально в Росії, 500 тис. – Італії, по 300 тис. – у Португалії та Німеччині, 200 тис. – у Великій Британії, більше ніж 150 тис. – у Франції та Іспанії. Щодо статевого розподілу заробітчан, то в Італії на частку жінок припадає близько 90 % від загальної чисельності заробітчан з України, в той час як у Португалії та Іспанії працюють переважно чоловіки (70–80 %). Щодо віку, то як чоловіки, так і жінки мають здебільшого 2045 років, 80 % з них знаходяться в шлюбі і мають дітей [2, с. 223].

Основними чинниками, що спонукають до трудової міграції, є несприятлива економічна ситуація в державі, нестача робочих місць, низька мотивація легальної зайнятості, низький рівень охорони здоров'я, географічні особливості територій тощо, наслідком чого є високий рівень безробіття за окремими регіонами держави, незбалансована структура вітчизняного ринку праці та зростання маятникової міграції.

Одночасно в умовах глобалізації зростають можливості легальної зайнятості за кордоном, в результаті чого, хоча фахівці з вищою освітою не домінують у загальній кількості українських мігрантів (рис. 3), посилюються тенденції до від'їзду кваліфікованих фахівців та науковців (рис. 4 та 5).

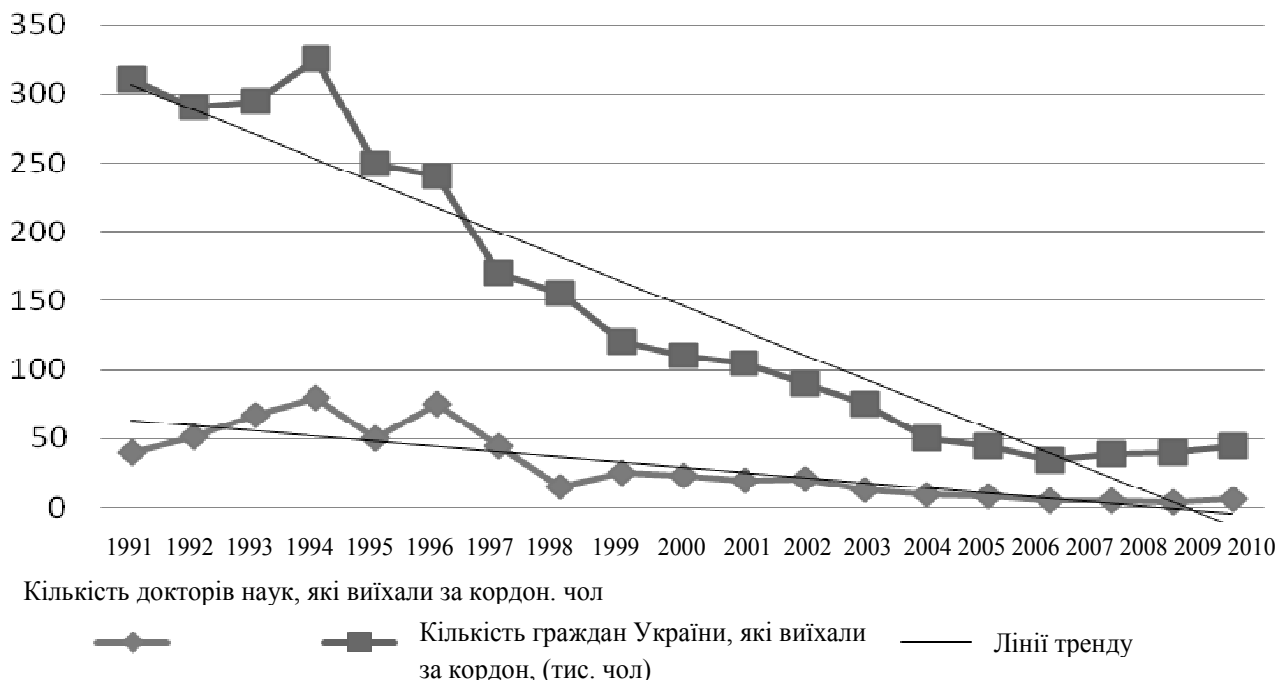


Рис. 4. Чисельність громадян України, в т.ч. докторів наук, які виїхали за кордон протягом 1991–2010 рр.



Рис. 5. Чисельність громадян України, які виїхали за кордон протягом 1991–2010 рр. і чисельність кандидатів наук, які виїхали за кордон протягом 1996–2010 рр.

Економічні і професійні мотиви відпливу умів ґрунтуються на невдоволенні фахівців не тільки матеріальним становищем, але й їх соціальним статусом у суспільстві, низьким престижем наукової праці, неможливістю повноцінної реалізації творчих можливостей. Слід відзначити, що відповідно до рекомендацій МОП, Україна матиме право на компенсацію за підготовку робочої сили від країн – користувачів її трудових ресурсів.

Таким чином, міграція робочої сили для України на даний час має переважно негативні наслідки. Мігрують, як правило, висококваліфіковані спеціалісти, але лише невеликий відсоток з них має гарантовану роботу і відповідні соціальні та трудові гарантії. Збереження викладених міграційних тенденцій і надалі може негативно вплинути на темпи відновлення економіки України.

Висновки. Хоча найближчим часом Україна на світовому ринку праці буде виступати у якості постачальника робочої сили, навіть у даній якості держава може отримати ряд вигод. По-перше, знизити рівень безробіття і пом'якшити таким чином соціальну напруженість у суспільстві. По-друге, значну частину заробітної плати емігранти будуть перераховувати на батьківщину, що поповнюватиме валютний фонд країни (кошти, які пересилають мігрантами в Україну, становлять, за різними оцінками, 25–30 млрд дол. США). По-третє, розроблені МОП рішення дають Україні право порушувати питання про одержання компенсацій за підготовку робочої сили від країн-можливих користувачів її робочої сили. Крім того, вплив глобалізації на трансформацію ринку праці України буде мати такі прояви: надходження в Україну нових технологій, досвіду роботи, перебудова професійної і кваліфікаційної структури зайнятості, швидке й ефективне пристосування до умов світового ринку.

Одночасно очевидно й те, що масовий відтік продуктивної робочої сили в результаті глобалізації світового ринку праці, особливо вчених і фахівців, нанесе Україні істотний економічний, інтелектуальний і моральний збиток. Від'їзд кваліфікованих кадрів, молодих фахівців негативно вплине на професійну структуру працездатного населення, погіршить його статеві-віковий склад.

Міграційна політика України повинна ґрунтуватись на міждержавних угодах з країнами-потенційними користувачами вітчизняної робочої сили. Такі угоди, крім правової й соціальної захищеності співвітчизників за кордоном, повинні передбачати планомірний, цілеспрямований вплив на професійну підготовку і перепідготовку працівників, регламентувати умови проживання і, як вище зазначалось, визначати компенсацію Україні за підготовку кадрів (витрати на виховання, освіту, оздоровлення тощо).

Доцільним вбачається створення спеціальних бірж праці – для посередництва з найму українських громадян для роботи за кордоном. Такі біржі мають брати на себе функцію підбору робочих місць, складання контрактів, гарантування дотримання угод приймаючою стороною.

Література

1. Міжнародна економіка. – К. : ЦУЛ, 2012. – Вид. 3-тє перероб. та доп. – 368 с.
2. Міжнародна економіка / за заг. ред. Сахарова В. Є. – К. : Національна академія управління, 2007. – 432 с.
3. Офіційний сайт Держкомстату України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.org>

References

1. Mizhnarodna ekonomika. – Vy`dannya 3-tye pererob. ta dop. – K. : Centr uchbovoyi literatury`, 2012. – 368 s.
2. Mizhnarodna ekonomika / za zag. red. V. Ye. Saxarova. – K. : Nacional`na akademiya upravlinnya, 2007. – 432 s.
3. Oficijny`j sajт Derzhavnogo komitetu staty`sty`ky` Ukrayiny` [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu : <http://ukrstat.org>

Надіслана/Written: 15.06.2014 р.
Надійшла/Received: 18.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. С. П. Калініна

РЕТРОСПЕКТИВА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ЯК СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ

Розглянуто етапи становлення та розвитку міжнародного туризму. Обґрунтовано необхідність виділення п'ятого етапу, який пов'язаний з впливом глобалізаційних процесів на розвиток світової економіки в цілому і міжнародного туризму зокрема. Охарактеризовано сучасний організаційний механізм функціонування міжнародного туризму, у межах якого визначено необхідні умови для його розвитку.

Ключові слова: туризм, міжнародний туризм, глобалізація, ретроспектива, організаційний механізм функціонування міжнародного туризму.

V. A. LEONTIEV

Mykolayiv National Agrarian University

RETROSPECTIVE OF INTERNATIONAL TOURISM DEVELOPMENT AS A COMPONENT OF THE COUNTRY'S ECONOMY

Abstract – The aim of the article is a comprehensive overview of the development of international tourism, as an integral part of global economy. Rationale dependence of the economy on the development of the tourism industry. The article describes the stages of formation and development of international tourism. The necessity of selection of the fifth stage, which is connected with the influence of globalization processes on the development of the world economy in General and international tourism in particular. Characterized by a modern organizational mechanism of functioning of international tourism, in which are defined the necessary conditions for its development. Developed tourist infrastructure improves the attractiveness of the country and its competitiveness in the world, accelerating the process of its integration into the world economy and contributes to the development of the economy based on services.

Key words: Tourism, international tourism, globalization, retrospective, organizational mechanism of functioning of international tourism.

Постановка проблеми. Рух у просторі та постійна необхідність творити його є невід'ємною потребою людського організму. Поняття “туризм” почало формуватися з початком масового переміщення значної кількості людей з метою змістовного проведення дозвілля. Туризм є невід'ємною частиною життя людини, а отже важливою складовою світового господарства. Дослідження історії розвитку туристичної сфери підтверджує її вплив на економіку країни. Глобалізаційні процеси вплинули на розвиток та модернізацію туризму, виділення його в окрему галузь. Такий різновид туризму – як міжнародний впливає на розвиток світової економіки, зміцнення міжнародних зв'язків, забезпечує зайнятість населення країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роль туризму у світовій економіці, основні проблеми, умови та чинники розвитку міжнародного туризму розглядаються багатьма вітчизняними і зарубіжними вченими. Серед яких: Н.В. Антонюк, Т.В. Божидарнік, Н.В. Божидарнік, Н.М. Ганич, В.Ф. Данильчук, В.Ф. Ки-фяк, М.П. Мальська, Л.В. Савош. У їхньому науковому доробку досить широко описано історію туризму, глибоко освітлено поняття “туризм” та “туристична індустрія”, розглянуто проблеми, пов'язані з бізнесовими аспектами туризму, наведено характеристику туристично-фінансовим потокам та моделям управління в міжнародному туристичному бізнесі.

Формулювання цілі статті. Метою статті є всебічний огляд та визначення основних етапів ретроспективи розвитку міжнародного туризму, як невід'ємної складової світової економіки з урахуванням глобалізаційних процесів.

Виклад основного матеріалу. Рух у просторі та постійна необхідність творити його є невід'ємною потребою людського організму. Щоб задовольнити цю потребу, а водночас – природне бажання відкривати і пізнавати невідомі краї, люди почали мандрувати. З часом ці подорожі ставали дедалі популярнішими. Поняття “туризм” почало формуватися з початком масового переміщення значної кількості людей з метою змістовного проведення дозвілля. Туризм зародився в давні часи. В історії його розвитку розрізняють чотири етапи (див. рис. 1). У подальшому нашому дослідженні охарактеризуємо зазначені етапи.

Один з експертів Всесвітньої туристичної організації Джафар Джафарі у своїй праці “Феноменологія туризму” [1] зазначає, що люди подорожували завжди. Про це свідчать записи стародавніх народів, які населяли Середній і Далекий Схід та Середземномор'я. Ці історичні нариси показують, що з розширенням торговельної діяльності і завоювань в Греції, Римі та Китаї представники знаті все частіше відправлялись у поїздки для розваг, знайомства зі світом, із торговою чи дипломатичною метою.

Наступний період суспільного життя серйозно позначився на становленні туризму. Розвиток і укрупнення міст, поглиблення процесів спеціалізації праці, розвиток торгових ярмарків, підвищення життєвого рівня спричинює до зростання кількості людей, які мають стимул і можливість подорожувати.

Велику роль у процесі подальшого розвитку туризму починають відігравати фактори, пов'язані з появою сфери послуг та невиробничої сфери, будівництвом інфраструктури. Так, у першій чверті XVIII ст. в Англії зроблені величезні капіталовкладення в розбудову судноплавної річкової сітки, розширивши її до 1160 миль, збільшивши частину країни доступною для водних перевезень. У Франції в другій половині XVIII ст. від-

бувалося масове будівництво доріг і до початку XIX ст. нараховувалося близько 40 тис. км сухопутних доріг, 8 тис. км судноплавних річок і 1000 км каналів.



Рис. 1. Етапи розвитку туризму

Другий етап датується початком XIX ст. і тривав до початку XX ст. – це період видатних наукових відкриттів і впровадження їх у практику. Революційні перетворення в галузі механізації і укрупнення виробництва мали для розвитку туризму велике значення. Перш за все, це було пов'язано з подальшим розвитком різних напрямів сфери послуг, одним з яких став туристичний бізнес. Тому початком другого етапу в розвитку туризму можна вважати 1841 р., коли англійцем Томасом Куком здійснена перша комерційна туристична поїздка з Лейстера в Лафборо, під час якої було перевезено залізницею з метою прогулянки 600 чоловік – членів товариства тверезості. У 1847 р. Томас Кук створив туристичне товариство, яке розповсюджувало білети (путівки) не тільки в Англії, а й за її межами. У 1863 р. Т. Куком організована велика подорож англійців у Швейцарію, а у 1868 р. – у Північну Америку [2]. Томас Кук вперше створив специфічний туристичний продукт – тур, уклавши угоди із залізничниками і пароплавними компаніями, готелями та ресторанами на обслуговування туристів. Ідею Т.Кука підхопили багато підприємців найбільш індустріально розвинутих європейських країн, де в 40–50-х роках XIX ст. відкриваються перші туристичні бюро [2]. У зв'язку з розвитком міжнародних курортів у Німеччині, Швейцарії, Франції, Італії ці країни нарівні з Англією стають міжнародними центрами туризму в Європі. Значну роль у розвитку туризму відіграли нові географічні відкриття, подорожі мореплавців, освоєння Американського, Африканського і Австралійського континентів. Розвиток туристичної індустрії привів до створення у 1898 р. Міжнародної ліги туристичних асоціацій зі штаб-квартирою в Люксембурзі.

Третій етап розпочався після закінчення Першої світової війни. Глибоке опрацювання багатьох аспектів, велика організаційна робота по залученню і обслуговуванню туристів, планування і підготовка маршруту, будівництво спеціалізованих комплексів, розвиток інфраструктури окремих регіонів – все це дозволяє віднести туризм до сучасної індустрії відпочинку, лікування, розваг, бізнесу. Саме в цей період туристична діяльність стає основною діяльністю для багатьох підприємств і організацій, які професійно надають туристичні послуги.

Туристична індустрія – це сукупність виробництв різних галузей господарства, закладів культури, освіти, науки, що забезпечують створення матеріально-технічної бази туризму, підготовку кадрів та процес виробництва, реалізації і споживання туристичного продукту на основі використання природних багатств, матеріальних і духовних цінностей суспільства.

Четвертий етап почався після закінчення Другої світової війни, коли туристична індустрія отримує ще більш могутній поштовх до розвитку. Міжнародна інтеграція, розширення міжнародного розподілу праці, відкриття кордонів, забезпечення більш легкого доступу в інші країни, розвиток транспорту і зв'язку, підвищення рівня життя широких верств населення – це ті загальні тенденції, які характеризують початок четвертого етапу. Але визначальною його характеристикою може бути названа монополізація галузі туризму, тобто виділення її в самостійну складову сфери послуг. В індустріальних країнах туризм діє як ефективний засіб рекреації. З предмету розкоші він стає необхідністю населення високорозвинутих індустріальних країн. В кінці XX ст. спостерігається збільшення попиту на туристичні послуги серед людей середнього і нижче середнього статку. Це ще більшою мірою диференціювало туристичний ринок, призвело до різноманіття туристичний продукт, розрахований на людей з різним матеріальним становищем, різними

інтересами, мстою і вимогами до рівня сервісу. Таким чином, інтенсивний розвиток туризму спостерігається в країнах зі сприятливою внутрішньою і зовнішньою політикою, стійким економічним розвитком, високим рівнем культури, соціальною підтримкою громадян.

В середині ХХ століття уряди багатьох країн світу звернули серйозну увагу на розвиток туризму, і в 1947 р. розрізнені міжнародні туристичні організації були об'єднані в Міжнародний союз офіційних туристичних організацій (МСОТО). Його дійсними членами стали як державні, так і недержавні офіційні національні організації 116 країн світу. Необхідність постійних міжнародних контактів з метою розвитку і координації туристичних обмінів, погодження політичних, економічних, соціальних і культурних аспектів діяльності стала причиною реорганізації в 1969 р. згідно з резолюцією Генеральної асамблеї ООН неурядової організації МСОТО в міжурядову Всесвітню туристичну організацію (ВТО). Нині вже можемо говорити про туризм як про суспільне явище, пов'язане з добровільною тимчасовою зміною місця перебування, ритму і середовища життя, а також безпосереднім контактом із середовищем (природним, культурним чи суспільним). Це суспільне явище настільки багатогранне, що дати йому єдине точне та повне визначення практично неможливо [3]. Одне з найперших та, мабуть, найточніших визначень туризму запропонували професори Бернського університету Гудзікер і Крап, згодом його схвалила Міжнародна асоціація наукових експертів туризму. Вчені вважали, що туризм можна розглядати як низку явищ і взаємовідносин, які виникають у результаті подорожі, якщо вона не призводить до постійного місця перебування у визначеному місці та не пов'язана з отримання прибутку.

З розвитком туризму з'являється і набирає значного розвитку міжнародний туризм. Український вчений В.Ф. Данильчук [4] виділяє 4 етапи розвитку міжнародного туризму – початковий етап (до 1841 р.), що пов'язаний з появою товарно-грошових відносин, поділом праці, розвитком торгівлі, мистецтв, релігій, спорту, шляхового будівництва і нових видів транспорту; етап становлення туризму як галузі (1841–1914 рр.), що характеризується видатними науковими відкриттями та впровадженням їх у практику, підвищенням продуктивності та інтенсивності праці, вивільненням робочих рук, початком розвитку сфери послуг; етап формування індустрії туризму (1918–1939 рр.), пов'язаний із комерційною спрямованістю діяльності туристичних фірм, появою можливостей для мандрівок у середнього класу; етап монополізації туристичної індустрії (від 1945 р. – до сьогодні), що пов'язаний із інтенсифікацією процесів науково-технічного, торгового, економічного та ін. співробітництва між країнами практично всіх континентів.

Враховуючи глобалізаційні процеси вважаємо за необхідне виділити п'ятий етап розвитку міжнародного туризму, що характерний саме для країн, які інтегруються (наприклад розвиток міжнародного туризму в країнах членах СНД та ЄС), рис. 2.



Рис. 2. Етапи розвитку міжнародного туризму

У подальшому дослідженні проаналізувавши організаційний механізм міжнародного туризму, який визначає особливості п'ятого етапу. Останній, на нашу думку, слід розглядати як сукупність умов, необхідних для забезпечення розвитку міжнародного туризму, та чинників, що на нього впливають (рис. 3).



Рис. 3. Організаційний механізм функціонування міжнародного туризму

Міжнародний туризм активно впливає на економіку країн, зокрема тих, які мають атрактивні туристичні ресурси і завдяки їм задіяні у світовий туристичний простір. Вплив туризму на їх економіку виявляється у тому, що він:

- надійне джерело валютних надходжень і засіб підвищення зайнятості населення;
- стимулює розвиток елементів інфраструктури;
- розширює відрахування у платіжний баланс та ВВП країни;
- сприяє диверсифікації економіки, зокрема будівництву, торгівлі, сільському господарству, виробництву сувенірів, зв'язку й інших галузей виробництва;
- вагомий чинник посилення престижу країни у світі.

Але позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається тільки у тому випадку, якщо він розвивається всебічно тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Іншими словами, економічна ефективність туризму передбачає, що він в державі повинен розвиватися паралельно і у взаємозв'язку з іншими галузями соціально-економічного комплексу.

Висновки. Якщо проаналізувати ретроспективу розвитку міжнародного туризму, то ми бачимо, що він перетворився в перспективну галузь міжнародного бізнесу з багатьма напрямками свого розвитку, індустрією курортів, особливими фінансовими інструментами, системою комунікацій; став складовою частиною стратегічних, економічних і соціальних концепцій розвитку країн світу. У зв'язку з глобалізаційними процесами вважаємо за необхідне виділити п'ятий етап розвитку міжнародного туризму, який став складовою частиною стратегічних, економічних і соціальних концепцій розвитку країн світу.

Література

1. Джафар Джафари. Феноменология туризма: сайт “туристический вестник” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tourvest.ru/articles/article0003>.
2. Кифяк В. Ф. Организация туризма : навч. посібник / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2008. – 344 с.
3. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підруч. для студ. ВНЗ / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К. : Знання, 2008. – 661 с.
4. Данильчук В. Ф. Мировой рынок услуг турбизнеса : учеб. пособие / В. Ф. Данильчук. – Донецк, 2000. – 146 с.

References

1. Dzhafar Dzhafary`. Fenomenology`ya tury`zma: sayt “tury`sty`chesky`j vestny`k” [Elektronnyj resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://www.tourvest.ru/articles/article0003>.
2. Ky`fyak V. F. Organizaciya tury`zmu : navch. posib. / V. F. Ky`fyak. – Chernivci : Kny`gy`-XXI, 2008. – 344 s.
3. Mal`s`ka M. P. Mizhnarodny`j tury`zm i sfera poslug : pidruch. dlya stud. vy`shh. navch. zakl / M. P. Mal`s`ka, N. V. Antonyuk, N. M. Gany`ch. – K. : Znannya, 2008. – 661 s.
4. Dany`l`chuk V. F. My`rovoj ry`nok uslug turby`znesa : ucheb. posoby`e / V. F. Dany`l`chuk. – Doneczk, 2000. – 146 s.

Надіслана/Written: 15.06.2014 р.
Надійшла/Received: 18.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. А. В. Ключник

РОЛЬ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВОЇ ПАЛАТИ В АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Досліджено місце торгово-промислової палати у регулюванні розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Проаналізована діяльність Регіональної Торгово-Промислової Палати Миколаївської області, визначена її роль в активізації зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів досліджуваного регіону. Акцентовано увагу на необхідності взаємодії суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та Регіональної Торгово-Промислової Палати Миколаївської області.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, торгово-промислова палата, економіка, активізація, діяльність, підприємства, співпраця.

V. M. PEREPETCH, O. M. DEMYTER
Nicholas National Agrarian University

ROLE OF THE CHAMBER OF COMMERCE IN ACTIVATION OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

Abstract – The paper considers the role of the Chamber of Commerce in activation of foreign economic activity. And analyzed Nikolayev RCCI activities to develop foreign economic activity. The role and features of the Chamber of Commerce as an important center of economic activity in most countries of the world and become an effective means of mutual cooperation in the general system of the world economy. And with a number of its objectives, orientations and providing a service Spector Chamber in foreign economic activity. Today, the House is a leading regional service center for the development of cooperation with businesses. And defined the essence of the House as one of the external factor of foreign trade. Note that CCI has become an effective means of mutual cooperation in the global economy and considered as an organ of state regulation of economic activity, defining its role in enhancing the development of foreign trade. Which, in turn, maintained close ties with the trade community.

Key words: foreign trade, chamber of commerce, economics, activation, activity, enterprise collaboration.

Постановка проблеми. Важливу роль в умовах ринкової економіки в активізації розвитку зовнішньоекономічної діяльності посідає Торгово-промислова палата. Цьому сприяє діяльність Палати через низку своїх завдань, напрямів та надаючи широкий спектр послуг у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання про торгово-промислові палати та зовнішньоекономічну діяльність розглядаються такими вченими як В. Бесчастний, І. Дахно, Т. Коломієць, П. Кравчук, Н. Саніахматова та ін. Разом з тим, важливим залишається питання стосовно ролі торгово-промислової палати в активізації зовнішньоекономічної діяльності.

Формування цілі статті. Метою статті є аналіз особливостей діяльності торгово-промислової палати Миколаївської області та визначення її ролі в активізації розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Економічний розвиток суспільства сприяв розвитку торгово-промислових палат як важливих центрів ділової активності у більшості країн світу. Вони стали ефективним засобом взаємовигідної співпраці в загальній системі світової економіки.

Діяльність ТПП регламентується: Законом України від 2.12.1997 № 671/97-ВР “Про торгово-промислові палати в Україні”; Положенням Про порядок державної реєстрації торгово-промислових палат. Найголовнішим документом, окрім Закону України, яким керується палата є її Статут. Згідно із законом України “Про ТПП” торгово-промислова палата є недержавною неприбутковою самоврядною організацією, яка об'єднує юридичних осіб, які створені і діють відповідно до законодавства України, та громадян країни, зареєстрованих як підприємці, та їх об'єднання [1].

Керівними органами Палати є загальні збори, президія та президент. Вищим керівним органом Палати є загальні збори засновників та членів Палати. Для керівництва поточною діяльністю Палати загальні збори обирають строком на п'ять років президента та затверджують президію у складі віце-президента і членів президії. На цей час членами ТПП України є майже 10 тисяч господарюючих суб'єктів всіх форм власності.

Цілями Палати є створення її з метою сприяння розвитку народного господарства та національної економіки, її інтеграції у світову господарську систему, формуванню сучасних промислової, фінансової, і торговельної інфраструктур, створенню сприятливих умов для підприємницької діяльності в регіоні, всебічному розвитку всіх видів підприємництва, не заборонених законодавством України, науково-технічних і торговельних зв'язків між підприємцями України та підприємцями зарубіжних країн. А також створення сприятливих умов для підприємницької діяльності, сприяння всебічному розвитку науково-технічних і торговельних зв'язків між українськими підприємцями та їх зарубіжними партнерами, представлення інтересів її членів з питань господарської діяльності як в Україні, так і за її межами [1].

Одним із напрямів ТПП є надання послуг із супроводу зовнішньоекономічної діяльності підприємств, зміцнюючи їх позиції на міжнародних ринках авторитетом та досвідом всієї системи торгово-промислових палат [2]. ТПП сприяє встановленню ділового співробітництва, як між місцевими діловими колами,

так і з іноземними партнерами. З метою розвитку зовнішньоекономічних зв'язків вони виступають ініціаторами створення змішаних торгових палат, відкривають свої представництва за кордоном.

ТПП України виконує свої функції самостійно або через регіональні торгово-промислові палати, які діють в областях, містах, а також через створені нею підприємства та інші організації, які вона об'єднує і діяльність яких координує. Однією такою є Миколаївська регіональна торгово-промислова палата, яка розпочинає свою історію з 1964 р., коли було створене Миколаївське бюро товарних експертиз, і сьогодні є невід'ємною частиною української й міжнародної системи торгово-промислових палат.

Метою РТПП Миколаївської області є сформований діловий союз, що об'єднує організації й підприємства з метою розвитку миколаївського регіону й інтеграції його у світову економічну систему, що надає унікальний комплекс послуг, необхідних для успішного бізнесу. Міжнародні зв'язки торгово-промислової палати дозволяють одержувати оперативну інформацію про бізнес-заходи за кордоном, обмінюватися комерційними пропозиціями, розширювати зовнішньоекономічні контакти, просувати продукцію миколаївського бізнесу на нові ринки.

Миколаївська регіональна торгово-промислова палата прагне стати універсальним провідником для інвестора в регіоні. Підтримка охоплює всі етапи: від підбора потенційних партнерів до рішення проблем, пов'язаних з виділенням земельної ділянки.

Завданнями торгово-промислової палати Миколаївської області є сприяння розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, експорту українських товарів і послуг; надання практичної допомоги підприємцям у проведенні торговельно-економічних операцій на внутрішньому та зовнішньому ринках, освоєнні нових форм співробітництва; представлення інтересів членів палати стосовно питань господарської діяльності як в Україні, так і за її межами; організація взаємодії між суб'єктами підприємницької діяльності, координація їх взаємовідносин із державою в особі її органів; надання довідково-інформаційних послуг, основних відомостей, що не є комерційною таємницею, про діяльність українських підприємців і підприємців зарубіжних країн згідно з національним законодавством, сприяння поширенню, зокрема через засоби масової інформації, знань про економіку і науково-технічні досягнення, законодавство, звичаї та правила торгівлі в Україні і зарубіжних країнах, можливості зовнішньоекономічної співпраці українських підприємців; сприяння в організації інфраструктури інформаційного обслуговування підприємництва; надання послуг для здійснення комерційної діяльності іноземним фірмам та організаціям; встановлення і розвиток зв'язків з іноземними підприємствами, а також організаціями, що об'єднують або представляють їх, участь у роботі міжнародних неурядових організацій та інших спільних організацій; сприяння розвитку торгових та інших чесних звичаїв у підприємницькій діяльності; виконання інших завдань, передбачених її статутом [3].

Основними напрямками діяльності РТПП Миколаївської області визнані: розширення і зміцнення членської бази РТПП; координація роботи з органами місцевої самоврядності і державної влади; створення сучасної системи ділового інформування; вдосконалення структури традиційних послуг палати; розширення комплексу послуг за оцінкою землі для супроводу процесів інвестування; розвиток виставкової діяльності і створення сучасного виставкового центру в Миколаєві; забезпечення зовнішньоекономічних контактів з метою розширення можливостей розвитку ринків для миколаївських виробників; надання підтримки підприємствам малого та середнього бізнесу тощо [3]. У сфері зовнішньоекономічної діяльності ТПП надають такі послуги: здійснюють незалежну експертизу товарів, ТПП також уповноважені Урядом України, підтверджувати походження товарів, видавати сертифікати походження, засвідчувати обставини форс-мажору, а також торговельні й портові звичаї, прийняті в Україні; організують спеціалізовані та універсальні виставки, ярмарки а також презентації, які сприяють популяризації продукції вітчизняного виробництва, встановлення ділових контактів, на яких підприємства мають змогу продемонструвати свою продукцію.

Однією із місій Палати є сприяння розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, встановленню контактів між вітчизняними та зарубіжними підприємствами. З метою встановлення прямих зв'язків між українськими підприємствами і представниками зарубіжних ділових кіл проводяться зустрічі, переговори, семінари, конференції та інші міжнародні заходи як в Миколаєві, так і за кордоном. Налагоджено і підтримується конструктивне співробітництво з багатьма зарубіжними посольствами та торговими місіями в Миколаєві, а також посольствами та торговими місіями Миколаєва за кордоном. За сприяння ТПП Миколаївської області вітчизняні підприємці відвідують країни, які зацікавлені в розширенні економічних зв'язків з нашою державою, а саме областю. Насамперед Миколаївська РТПП співпрацює зі всіма Палатами своєї країни, а також з Всесвітньою Федерацією торгових палат, Міжнародною торговою палатою, Московською торгово-промисловою палатою, Бансько-Бистрицькою торгово-промисловою палатою Словацької Республіки, Карловацька Жупанівською палатою Господарча Палата Хорватії. Та найбільш тісний зв'язок Миколаївська палата має з Білоруською Республікою, а саме Мінське і Гомельське відділення Білоруської торгово-промислової палати та представництво Білоруської палати в Україні.

Слід зазначити, що РТПП Миколаївської області має зв'язки з такими підприємствами і організаціями, як: Бразильсько-російська Палата з торгівлі, промисловості, культури і туризму; Бельгійсько-українська торгова палата; Італійська Торгово-промислова палата для іноземних країн; Міжнародний Чорноморський клуб; Південна Академія підвищення кадрів Мінпромполітики; Регіональний фонд підтримки підприємництва Миколаївської області [5].

В 2013 році приділялась велика увага розширенню зовнішньоекономічних зв'язків підприємств області, інформуванню зарубіжних партнерів про економічний потенціал регіону, розвитку туристичного потенціалу

Миколаївської області. Найбільш великими заходами на міжнародному рівні стали: - проведення презентації економічного потенціалу Миколаївської області на україно-австрійському бізнес-форумі “Україна і B2B платформа” у Відні; – організація та поїздки делегації області з презентацією економічного потенціалу Миколаївщини у Західно-Поморському воєводстві Польщі, в м. Щепин. Обидва заходи стали можливі завдяки співпраці з Миколаївською облдержадміністрацією. Відповідно помітними подіями також були зустрічі ділових кіл Миколаївської області з області з керівником Бюро німецької економіки в Україні О. Маркусом, ділові зустрічі з офіційними делегаціями Республіки Чехія і Карловацької жупанії (Хорватія) – з якими було налагоджено зовнішньоекономічні зв'язки. За результати зустрічей РТПП підготувала і надала гостям пакети комерційних пропозицій миколаївських фірм. З приводу комерційних пропозицій в РТПП розпочалася велика робота (яка є нововведенням) з пошуку потенційних партнерів для членів Палати за кордоном з використанням існуючих міжнародних платформ ділової інформації. Так, 12 підприємств включені в міжнародну біржу субконтрактинга та промислової кооперації. Миколаївська РТПП бере участь в Міжнародній програмі East-Invest, програмах SABIT, KOMPASS та ін. [5].

РТПП Миколаївської області при наданні зовнішньоекономічної діяльності використовує комерційну пропозицію, яка допомагає українським виробникам в пошуку ділових партнерів, надає інформацію щодо вимог до продукції. Вона складається з двох частин. Перша полягає саме в сприянні у пошуку ділових партнерів у ЄС. Друга це про сам ринок, інформація про імпорт в Євросоюзі.

Результатом інтенсивних ділових контактів із зарубіжними колегами було укладання договорів про співпрацю з Бансько-Бистрицької ТПП (Словаччина), Карловацької економічною палатою (Хорватія), Північної господарською палатою (Польща). Також відбувалося протягом року надання інформації про економічний потенціал регіону та експортних можливостях миколаївських підприємств в дипломатичні установи та торговельно-економічних місій Єгипту, Канади, Німеччини, Норвегії та інших країн.

У 2013 році отримало розвиток такий новий напрям діяльності РТПП, як організація колективної експозиції Миколаївській області на міжнародних виставках. Таким чином більше 40 миколаївських підприємств взяли участь у міжнародних виставках “АГРО-2013” (м. Київ), “Енергія-2013” (м. Запоріжжя), “ТурЕКСПО 2013” (м. Львів). Під час виставки у Львові спільно з Миколаївською облдержадміністрацією була проведена презентація туристичного потенціалу нашої області для операторів Західної України. Також в рамках цієї діяльності були організовані зустрічі бізнес-делегації регіону з представниками ділових кіл Херсона і Запоріжжя. І для миколаївських компаній та організацій було організовано дві презентації іноземних компаній: “MG Star Inc” (США) і “INDUSS” (Бельгія) [5]. Тому регіональна торгово-промислова палата бачить своє завдання в організації й активній участі в діалозі бізнесу та влади, представництві інтересів малого та середнього бізнесу з діловими партнерами.

Висновки. Отже, враховуючи зазначене слід відмітити, що торгово-промислова палата стала ефективним засобом взаємовигідної співпраці в загальній системі світової економіки. Вона має вагомий вплив саме на активізацію розвитку зовнішньоекономічної діяльності Миколаївської області, а саме через співпрацю з іншими палатами; організацію семінарів, конференцій і виставок, а також проведення ділових зустрічей із зарубіжними партнерами, результатом яких є укладання договорів про співпрацю надання послуг; проведення зустрічей, виставок, презентацій та інші міжнародні заходи. При цьому здійснюється забезпечення зовнішньоекономічних контактів з метою розширення можливостей розвитку економіки. Таким чином торгово-промислові палати є інструментом активізації розвитку зовнішньоекономічної діяльності, які сприяють розвитку економічних і торговельних зв'язків з партнерами зарубіжних країн.

Література

1. Закон України від 24.01.1995 “Про торгово-промислові палати в Україні” // Відом. Верх. Ради України, 1998. – № 13.
2. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : навч. посібник / Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, І. Ю. Сіваченко та ін.; МОН України, Одес. держ. екон. ун-т. – К. : Центр навч. л-ри, 2006. – 791 с.
3. Статут Миколаївської регіональної торгово-промислової палати.
4. <http://www.ucci.org.ua/ua/about.shtml>
5. <http://rtpp.com.ua/uchamber/2>

References

1. Zakon Ukrayiny vid 24.01.1995 “Pro torhovo-promyslovi palaty v Ukrayini” // Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny, 1998. – № 13.
2. Zovnishn'oeconomichna diyal'nist' pidpryyemstv : navchal'nyy posibnyk / Yu. H. Kozak, N. S. Lohvynova, I. Yu. Sivachenko ta in.; MON Ukrayiny, Odes. derzh. ekon. un-t. – K. : Tsentr navchal'noyi literatury, 2006. – 791 s.
3. Statut Mykolayivskoyi rehional'noyi torhovo-promyslovoi palaty.
4. <http://www.ucci.org.ua/ua/about.shtml>
5. <http://rtpp.com.ua/uchamber/2>

Надіслана/Written: 15.06.2014 р.
Надійшла/Received: 18.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. А. В. Ключник

ПІДХОДИ ДО ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ МІЖНАРОДНИМИ КОМПАНІЯМИ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ

Досліджено систему інструментів у прийнятті ефективних та продуктивних управлінських рішень. Визначені інструменти прийняття управлінських рішень міжнародними компаніями та розглянуто їх вплив на ефективність та продуктивність діяльності у короткостроковому та довгостроковому періоді. Визначено вплив децентралізації на ефективність та продуктивність управлінських рішень.

Ключові слова: управлінські рішення; міжнародна компанія; ефективність; продуктивність; децентралізація.

O. V. PAZYNICH

Municipal Management Academy, Kyiv

APPROACHES TO MANAGEMENT DECISION MAKING INTERNATIONAL COMPANIES IN THE CHANGE MANAGEMENT PROCESS

Abstract – The system of tools in making effective and efficient managerial decisions. Identified tools of managerial decision making and international companies consider their impact on the effectiveness and efficiency of activities in the short and long periods. Vyznachenno impact of decentralization on efficiency and productivity management solutions. Thus, a successful manager needs flexibility to manage the company and effectively organize the process of change in it. It is necessary to identify the real issues effectively use appropriate management tools allowing for the management of national cultures and experiences of other successful companies. The success of the restructuring to be caused by precision identification of market needs, clarity of goals, defining appropriate ways to achieve them, involving staff in the process of restructuring the company. All this allows for efficient and productive management decisions in the short and long run.

Key words: management decisions; international company; efficiency; performance; decentralization.

Постановка проблеми. Сучасний менеджмент – це управління змінами. Наприкінці ХХ ст. почали розвиватись концепції радикальної перебудови компаній, метою якої є перепроєктування ділових процесів для досягнення стрибкоподібного покращення діяльності фірми. Це дозволило відмовитись від застарілих норм та структур, подолати негативний вплив господарських стереотипів. Для реалізації даних концепцій необхідно приймати якісні управлінські рішення і виконувати їх продуктивно.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню різних аспектів цього процесу на різних рівнях присвячені праці зарубіжних та вітчизняних учених, зокрема І. Адізеса, С. Пивоварова, Х. Віссема, Р. Акоффа, А. Майзеля, А. Полукеєва, Дж. Хаммера та ін. Однак все ще залишаються недостатньо дослідженими окремі питання прийняття ефективних управлінських рішень у ході управління змінами.

Мета та задачі дослідження. Основною метою статті є дослідження інструментів забезпечення ефективності та продуктивності управлінських рішень. Завданнями дослідження стало визначення інструментів підвищення ефективності роботи міжнародної компанії у коротко- та довгостроковому періодах; формування інструментів досягнення високої продуктивності у цих періодах; визначення ролі децентралізації для досягнення поставленої мети.

Виклад основного матеріалу Управління змінами охоплює усі заплановані, організовані та контрольовані процеси перебудови у сфері стратегії, виробничих процесів, структури та культури будь-якої соціально-економічної системи, в т.ч. і міжнародних компаній. У багатьох галузях сучасної економіки умови господарської діяльності змінюються дуже швидко. Стрімкий науково-технічний прогрес призводить до появи нових технологій, на основі яких здійснюється розробка нових продуктів та послуг. Навколо нових технологій та продуктів формуються нові ринки. Економіка зростає, впливаючи на індивідуальний та суспільний добробут. Змінюються вподобання споживачів та структура попиту. До цінностей економічного зростання долучається все більша кількість країн. Світова економіка завдяки впровадженню нових технологій та уніфікації запитів споживачів поступово стала глобальною. Паралельно всередині компаній здійснюються мимовільні процеси, що розмивають структури та системи управління, порушують стандарти процесів, знижують рівень керуваності.

Під тиском зовнішніх та внутрішніх чинників компанії змушені змінювати власні стратегії, системи та структури управління. Якщо не здійснювати ці зміни, їх ефективність в умовах зростаючої конкуренції може досить швидко знижуватись. Ті компанії, які в цьому середовищі випереджають конкурентів і першими встигають запропонувати ринку нові, більш перспективні управлінські рішення, у більшості випадків отримують суттєві додаткові конкурентні переваги.

Процес управління змінами починається з усвідомлення існування проблеми втрати ефективності або загрози появи цієї проблеми у майбутньому. Ця проблема викликає необхідність проектування нової стратегії, системи та структури управління, що будуть відповідати новим, зміненим умовам діяльності. Після того, як новий організаційний проект розроблений, формується програма його впровадження, яка, у свою чергу, вимагає постійного контролю та координації дій у ході реалізації змін.

Безпосередньо термін “зміни” трактується вченими як деякий динамічний процес, що розгортається у часі, як переведення індивідів, команд та організацій з поточного стану до майбутнього бажаного стану. Як правило, такі процеси у бізнесі проявляються у формі конкретних подій, які чітко фіксуються. Тому і трактувати зміни, на наш погляд, необхідно як певну послідовність подій, пов’язаних між собою. Будь-які події, що відбуваються у компанії, є результатом впровадження у практику управлінських рішень, що приймаються менеджерами усіх ланок.

Небезпідставно вважається, що управлінські рішення щодо змін у діяльності корпорацій несуть Високий ступінь ризику через невизначеність майбутнього і важкої передбачуваності результатів. Проте у галузях, що динамічно розвиваються, розраховувати на ефективність та результативність бізнесу та управлінських рішень може лише той менеджер, який намагається не відставати від вимог часу, чітко визначає стратегію та здійснює активні зміни. Більш того, новаторські управлінські рішення лідерів змін у багатьох випадках самі починають формувати умови конкуренції. І тим самим створюють додаткові переваги. При цьому чим суттєвіше нововведення лідера переважають зміни у бізнесі конкурентів, чим краще враховують тенденції розвитку тинку, тим більше отримують лояльності з боку споживачів і тим складніше конкурентам схилити ринкові надання переваг у свою користь, навіть якщо їх рішення виявляються більш досконалими з технічної точки зору. Для того, щоб звести ризики до мінімуму у процесі управління змінами міжнародних компаній необхідно прийняття управлінських рішень здійснювати на основі ретельного аналізу змін на ринку. При цьому альтернатив для пошуку оптимальних рішень повинно бути досить багато і вони повинні відбивати увесь спектр проблем компанії. Більшість з них може бути відкинута на різних стадіях розробки та впровадження змін. Для забезпечення ефективності такого відбору необхідно сформувати надійну систему контролю, яка повинна дозволити якісно співставляти досягнуті результати змін з очікуваними і вчасно знаходити незаплановані можливості та загрози для їх впровадження. Ефективні управлінські рішення щодо впровадження змін повинні перетворювати компанію в ефективну та продуктивну у короткостроковому та довгостроковому періодах, робити її функціональною, систематизованою, проактивною, надавати їй органічну свідомість.

Для забезпечення ефективності роботи компанії у короткостроковому періоді необхідно виробляти продукцію та послуги, що задовольняють у повному обсязі потреби її клієнтів. Якість управлінських рішень, що забезпечують даний результат може оцінюватись кількістю повторних покупок або звернень для отримання послуг. При цьому формується безпосередній зв'язок із споживачами шляхом створення відповідної організаційної структури та моделі поведінки персоналу компанії.

На наш погляд, проблема створення відповідної організаційної структури важлива, оскільки без її відповідності ринковій ніші, на яку орієнтована компанія, неможливо оперативно задовольняти потреби споживачів. Якщо фірма досить диверсифікована, то у багатьох випадках доцільно здійснювати департаментизацію по регіональному принципу. Це передусім вирішує проблему комплексного обслуговування споживача і необхідності його контактів з декількома працівниками. Крім цього, підвищується ефективність координації діяльності в регіоні за різними напрямками. У випадку, коли фірма має вузьку спеціалізацію, досвід успішних компаній свідчить про оптимальність продуктової організаційної структури.

Проте, як зазначалося, лише зміна організаційної структури компанії не вирішує проблеми ефективної орієнтації на споживача. При цьому необхідно мати на увазі, що в рамках даної структури необхідно створити принципово нову модель поведінки і співпраці персоналу. Аналізуючи сучасні підходи до вирішення цієї проблеми слід зауважити, що досить дієвою є ідея децентралізації у формі перенесення відповідальності на більш низькі рівні. При цьому формуються контрактні взаємовідносини між працівниками та підрозділами всередині компанії, які пов'язують між собою виробничі одиниці. Працівники при цьому не можуть повернутись до старих стереотипів поведінки, бо це одразу впливає на інтереси інших підрозділів.

Продуктивність у короткостроковому періоді означає використання мінімальної кількості ресурсів для досягнення певної мети. Для цього діяльність компанії повинна бути регламентована, систематизована та впорядкована. Для досягнення цього результату в компанії повинна запроваджуватись необхідна дисципліна та система показників, за допомогою яких можна було б оцінити успішність діяльності менеджерів. Одним з найбільш ефективних підходів до вирішення цієї проблеми, на наш погляд, є визначення завдань для кожного підрозділу і контроль за ступенем їх досягнення.

Формування у міжнародних компаніях більш дрібних структурних одиниць дозволяє покласти на їх керівників відповідальність на основі інтегральної оцінки. При цьому, як правило, використовується показник рентабельності інвестованого капіталу. Узгодження з інтересами менеджерів здійснюється через надання їм певної свободи дій та участі у прибутках компанії. Проте, керівники підрозділів можуть регулювати розмір прибутків за рахунок дій, що носять короткотерміновий характер як то економія на науково-дослідних та дослідно-конструкторських роботах, перенесення термінів завоювання нових ринків, тощо. Водночас така позиція не приносить користі у довготерміновій перспективі. З огляду на можливість таких дій топ-менеджмент міжнародної компанії повинен контролювати конкурентні позиції підрозділу. Ефективна конкурентна позиція забезпечує або пряме зростання прибутків, або дозволяє збільшувати долю ринку і, таким чином, підвищувати прибуток за рахунок ефекту масштабу.

Для досягнення ефективності у довгостроковій перспективі фірма повинна бути проактивною та діяти як підприємець. Вона повинна володіти умінням вчасно передбачати майбутні потреби клієнтів та

позиціонувати себе так, щоб забезпечувати задоволення цих потреб. Для цього компанія повинна бути креативною і готовою ризикувати. Підприємництво у межах підрозділів, як і будь-яке підприємництво засноване на інноваційних підходах і, таким чином, пов'язане з ризиком. Для того, щоб децентралізоване управління нормально функціонувало, необхідно надати менеджерам свободу дій у рамках стабільних правил.

Особливість внутрішнього підприємництва полягає в тому, що, з одного боку, менеджер є керівником незалежної структурної одиниці, а з іншого боку – членом єдиної управлінської команди корпорації. Як наслідок, він повинен самостійно приймати рішення та узгоджувати у необхідних випадках власні дії з керівництвом компанії або централізованими функціональними підрозділами. Таким чином, у інтрапренера виникає подвійна позиція. По-перше, він може користуватись інформаційною, фінансовою, організаційною, юридичною підтримкою компанії, використовувати фірмову синергію. По-друге, коли виникає необхідність, він може приймати самостійні рішення, гнучко реагуючи на зміни зовнішнього середовища.

Менеджери підрозділів повинні володіти певною системою якостей, якої досягти досить важко. Вони повинні бути справжніми лідерами. Їх позиція вимагає відкритості, широкого світогляду, уміння працювати в команді. Такі менеджери за своєю суттю виконують багатофункціональні обов'язки і саме це є пріоритетним чинником для успішної кар'єри. Управління підрозділами є своєрідною школою менеджменту, яка дозволяє сформувати кадровий резерв на заміщення посад на вищому рівні управління. А це є однією з головних завдань ефективного менеджменту компанії. Разом з цим, кар'єра у функціональних підрозділах дозволяє майбутньому керівнику компанії глибоко вивчити проблематику у певній функціональній площині, проте формує однобокий погляд на розвиток фірми в цілому. Цю проблему дещо вирішує ротация по різних функціональних службах, однак, відсутність досвіду несення інтегральної відповідальності все ж таки знижує якість управління.

Для досягнення продуктивності у довготерміновому періоді компанії необхідно забезпечити власну інтеграцію до системи осіб, що зацікавлені у розвитку відповідного ринку. Дана інтеграція здійснюється шляхом формування відносин співробітництва між усіма зацікавленими особами та клієнтами. Для цього компанія повинна ідентифікувати потреби усіх зацікавлених осіб та клієнтів і розробити систему, що забезпечує взаємне задоволення цих потреб. У цьому сенсі існування фірми полягає в отриманні додаткового ефекту від взаємодії частин, тобто, синергії. Протириччя між підрозділами, а також між ними та компанією в цілому призводить до організації координаційного механізму. При цьому, ефективність компанії у більшому ступені залежить від взаємодії підрозділів, ніж від того, як функціонує кожен з них окремо.

У процесі перебудови компанії досить важко знайти межу надання самостійності підрозділам, вихід за яку може зруйнувати організацію в цілому. У випадку невірної оцінки даної межі самостійності підрозділів може перетворити їх на непов'язані малі підприємства, які змушені конкурувати з великими компаніями, що мають більш широкі зв'язки з клієнтами та економію на масштабах виробництва. З погляду багатьох сучасних дослідників даної проблематики, успіх введення децентралізованого управління пов'язаний як з рішучістю проведення перебудови, так і з формуванням єдності компанії.

Ми вважаємо справедливим підхід Х. Віссема, який виділяє дві сторони єдності: структурну, жорстку та поведінську, м'яку. Перша передбачає складання загальних планів, проектування структури, загальну комунікаційну систему. Поведінська сторона охоплює корпоративну культуру, тобто норми, цінності, ритуали, символи, поведінку у побуті, корпоративний імідж, стосунки з колегами та клієнтами. При цьому слід зазначити, що для міжнародних компаній створення єдиної корпоративної культури є не лише важливим, але й надзвичайно складним завданням, оскільки наявність різнонаціональних команд у структурі організації спричиняє появу деяких бар'єрів у процесі вирішення цієї задачі.

Висновки. Таким чином, успішний менеджер повинен гнучко управляти компанією і ефективно організовувати процес змін у ній. Для цього необхідно ідентифікувати актуальні проблеми, ефективно використовувати відповідні інструменти управління з урахуванням особливостей національних управлінських культур та досвіду інших успішних компаній. Успіх перебудови повинен бути обумовленим точністю ідентифікації потреб ринку, чіткістю поставлених цілей, визначенням адекватних шляхів їх досягнення, залученням персоналу до процесу перебудови компанії. Усе це дає змогу приймати ефективні та продуктивні управлінські рішення у короткостроковому та довгостроковому періодах.

Література

1. Акофф Р. Планирование будущего корпорации / Р. Акофф. – изд. 2-е, доп. – М. : Прогресс, 2010. – 350 с.
2. Адизес И. Управляя изменениями / И. Адизес. – СПб. : Питер, 2011. – 224 с.
3. Беседовський О. М. Прийняття управлінських рішень: процесний підхід: автореф. дис... канд. екон. наук : спец. 08.06.01 “Економіка, організація і управління підприємствами” / О. М. Беседовський. – Х., 2004. – 19 с.
4. Ветлужских Е. Система вознаграждения. Как разработать цели и KPI / Е. Ветлужских. – М. : Альпина Паблицер, 2013. – 217 с.
5. Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство: возможности для будущего процветания / Х. Виссема ; пер. с англ. – М. : ФИНПРЕСС, 2004. – 277 с.

6. Ольшанська М. В. Сумісність підприємницьких структур у трансформаційному процесі “кооперування – інтеграція підприємств” : монографія / М. В. Ольшанська, І. В. Алексєєв // Корпорації та інтегровані структури: проблеми науки та практики. – Х. : ВД “ІНЖЕК”, 2007. – С. 97–114.

7. Рогальський О. Ф. Удосконалення процесу прийняття рішень для забезпечення ефективного управління підприємством : автореф. дис... канд. екон. наук : спец. 08.06.01 “Економіка, організація і управління підприємствами” / О. Ф. Рогальський. – К., 2004. – 20 с.

8. Универсальная система показателей: Как достигать результатов, сохраняя целостность / Хьюберт Рамперсад ; пер. с англ. – 3-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 352 с.

References

1. Akoff R. Plany`rovany`e budushhogo korporacy`y` / R. Akoff. – Y`zd. 2, dop. – M. : Progress, 2010. – 350 s.

2. Ady`zes Y`. Upravlyaya y`zmeneny`yamy` / Y`. Ady`zes. – SPb. : Py`ter, 2011. – 224 s.

3. Besedovs`ky`j O. M. Pry`jnyattya upravlins`ky`x rishen` : procesny`j pidxid: avtoref. dy`s. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ekon. nauk: specz. 08.06.01 “Ekonomika, organizaciya i upravlinnya pidpry`yemstvamy`” / O. M. Besedovs`ky`j. – Xarkiv, 2004. – 19 s.

4. Vetluzhsky`x E. Sy`stema voznagrazhdeny`ya. Kak razrobotat` cely` y` KPI / E. Vetluzhsky`x. – M. : Al`py`na Pably`sher, 2013. – 217 s.

5. Vy`ssema X. Strategy`chesky`j menedzhment y` predpry`ny`matel`stvo: vozmozhnomy` dlya budushhego procvetany`ya / X. Vy`ssema ; per. s angl. – M. : FY`NPRESS, 2004. – 277 s.

6. Ol`shans`ka M. V. Sumisnist` pidpry`yemny`cz`ky`x struktur u transformacijnomu procesi “kooperuvannya – integraciya pidpry`yemstv” : monografiya / M. V. Ol`shans`ka, I. V. Alyeksyeyev // Korporaciyi ta integrovani struktury` : problemy` nauky` ta prakty`ky`. – X. : VD “ІNZhEK”, 2007. – S. 97–114.

7. Rogal`s`ky`j O. F. Udoskonalennya procesu pry`jnyattya rishen` dlya zabezpechennya efekty`vnogo upravlinnya pidpry`yemstvom : avtoref. dy`s... kand. ekon. nauk : specz. 08.06.01 “Ekonomika, organizaciya i upravlinnya pidpry`yemstvamy`” / O. F. Rogal`s`ky`j. – K., 2004. – 20 s.

8. Uny`versal`naya sy`stema pokazatelej: Kak dosty`gat` rezul`tatov, soxranyaya celostnost` / X`yubert Rampersad ; Per. s angl. – 3-e y`zd. – M. : Al`ny`na By`znes Buks, 2006. – 352 s.

Надіслана/Written: 15.06.2014 р.
Надійшла/Received: 18.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПАРАДИГМ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Проведений аналіз наукових робіт щодо парадигм управління персоналом на підприємстві. Обґрунтовано, що стратегія розвитку підприємства має не тільки економічний, але і соціальний аспект. Здійснена уніфікація проблем розвитку персоналу для стратегічних бізнес одиниць із різними темпами зростання і стратегіями. Доведено, існуюча класифікація чинників виробництва (земля, праця, капітал, підприємницькі здібності, інформація) не враховує інші, які в значній мірі впливають на ефективність діяльності підприємства.

Ключові слова: управління персоналом, підприємство, трудові ресурси, організаційний розвиток, мотивація, парадигма, концепція, соціальна політика.

I. V. PETENKO

Donetsk State University of Management

TRANSFORMATION OF PERSONNEL MANAGEMENT PARADIGM IN THE INDUSTRY

Abstract – The analysis of scientific papers on human resource management paradigm for pidryemstvi. The development of modern production is primarily determined by factors such as creative activity, initiative, education and professionalism, which largely depend on the personnel management system (EMS), which has developed in the company. Thus all components of EMS have motivational value. It is proved that the strategy of the company is not only economic but also the social aspect. Carried unification problems of staff for strategic business units with different growth rates and strategies. We prove that the existing classification of factors of production (land, labor, capital, entrepreneurial skills, information) ignores others that greatly affect the efficiency of the company.

Key words: human resource management, enterprise, human resources, organizational development, motivation, paradigm, the concept of social policy.

Постановка проблеми. Успішний розвиток будь-якого промислового підприємства залежить від ефективності управлінських рішень, що приймаються. На сьогодні немає єдиного підходу до проблеми вимірювання ефективності управління підприємством (фірмою). Складність полягає в тому, що процес управління тісно пов'язаний не тільки з виробничим процесом та його кінцевими результатами, але і з соціально-політичними обставинами в країні, станом економіки, з методологією управління персоналом. Тому необхідно визначитись відносно термінології.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Внесок у розвиток теорії управління персоналом зробили відомі зарубіжні вчені П. Друкер, А. Маслоу, Е. Мейо, К. Альдерфер, Д. МакКлелланд, Ф. Тейлор, Ф. Герцберга, Е. Деминг, Т. Вебер, М. Портер, П. Сенге та ін. Серед вітчизняних вчених, які внесли певний внесок у розвиток цієї галузі наук слід відзначити Ю. Комара, Л. Балабанову, Н. Лук'яченко, А. Турило, Л. Лутай, Ф. Хміля. У сучасних дослідженнях науковців з проблем управління людьми в умовах підприємства, де люди виступають як об'єкт управління, зустрічаються три основні підходи, які приймають як базовий об'єкт управління відповідно "кадри", "персонал" або "людські ресурси". В дослідженнях зарубіжних авторів зустрічається і таке поняття, як "трудова ресурси".

Формулювання цілі статті: розвинути уявлення про процес управління персоналом на промисловому підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Під управлінням людськими ресурсами підприємства маємо на увазі наступні взаємозв'язані види діяльності: визначення потреби у персоналі за різними професійно-кваліфікаційними групами; аналіз ринку праці; відбір і адаптація персоналу; організація праці; управління продуктивністю; забезпечення нормальних умов праці; розробка систем мотивації; проектування систем оплати праці; розробка та здійснення соціальної політики підприємства; запобігання й усунення конфліктів. Інші автори віддають перевагу розгляду як об'єкту управління персонал підприємства. Це поняття має збірне значення і відповідно означає особистий склад будь-якого підприємства, установи або його частини, що об'єднаний за професійними ознаками [1]. В контексті посадових інструкцій об'єктом управління, як правило, вибираються кадри підприємства – основний підготовлений склад працівників підприємства або організації [2]. З урахуванням цього обидва поняття можна вважати еквівалентними.

Поняття "ресурс", навпаки, має зовсім інше значення і означає засоби, запаси. В такому значенні поняття "людські ресурси" або "трудова ресурси", можна трактувати ширше і в більш глобальному значенні порівняно з двома попередніми поняттями, наприклад, "людські ресурси держави або регіону". При створенні нового підприємства або розширенні виробництва наявність трудових ресурсів відповідної кваліфікації має принципове значення.

Існують два підходи до проблеми управління людськими ресурсами – стратегічні аспекти вирішення проблеми, включаючи питання соціального розвитку, і державне регулювання відносин в галузі праці і зайнятості [3]. Під "управлінням персоналом" у першому підході мається на увазі оперативна робота з

кадрами, а в другому – трудові відносини на рівні підприємства. Слід також відзначити, що людські ресурси, як поодинокий випадок, являють собою і людські ресурси підприємства. Уявляється, що люди, які працюють на підприємстві, можуть виступати як об'єкт управління у будь-якій з трьох наведених трактувань. Головне, що є при цьому загальним для всіх, – це об'єднання людей в рамках однієї виробничої системи (підприємства) з метою досягнення єдиного результату. Саме це твердження приймемо як базове. З метою впорядкування подальшого викладу відзначимо, що надалі як основний буде використовуватися термін “управління персоналом”.

Ретроспективний аналіз розвитку цієї галузі досліджень показав, що в СРСР питання управління персоналом вивчалися у загальному курсі економіки праці, який, в свою чергу, був складовою частиною політичної економії соціалізму. Перехід на ринкову систему господарювання обумовив виникнення принципово нових проблем, що вимагали свого вирішення. Серед них можна відзначити [4]:

- кризовий стан економіки;
- наявність реального ринку праці, а як наслідок – виникнення нових відносин між робітником і роботодавцем, суттєві відмінності в оплаті праці по галузях і регіонах тощо;
- залежність заробітної плати від становища ринку праці, тобто від якості робочої сили, рівня затребуваності певних професійно-кваліфікаційних груп працівників у конкретний момент або період часу;
- зміни в структурі доходів. Тепер це не тільки виключно заробітна плата, але і додаткові доходи, наприклад, відсотки за акціями, які необхідно враховувати при загальному аналізі доходів працівників;
- принципово нові форми оцінки діяльності персоналу, вільні від якої б то не було ідеологічної спрямованості;
- більш інтенсивний розвиток персоналу, пов'язаний з оновленням технологій;
- зміна якісного змісту традиційно вирішуваних задач управління персоналом;
- зміна організаційної структури підприємств;
- зміна взаємовідносин підприємств між собою, в т.ч. з урахуванням участі іноземних компаній;
- орієнтація молоді на отримання престижних професій і нестача кваліфікованих інженерних кадрів.

Відповідно до цих проблем, ряд авторів [5–7] пропонують власні структурно-методичні підходи побудови системи управління персоналом. Крім таких обов'язкових складових, як питання наймання співробітників, облік кадрів, мотивація, правове забезпечення кадрової роботи та ін., розглядається безліч аспектів, актуальних для окремих підприємств і регіонів. У зв'язку з цим можна констатувати, що на сьогодні ще не вироблено єдиного підходу стосовно управління персоналом. Коло питань, що розглядається при цьому, подається певною множиною (виробничі відносини, нормування, мотивація, організація праці, оплата праці та ін.) і кожний із авторів формує з нього своє розуміння системи управління персоналом (СУП), включаючи в нього відповідно різні елементи цієї множини.

Систематизуючи задачі, що вирішуються, виділяють наступні функціональні підсистеми: умов праці; трудових відносин; оформлення та обліку кадрів; планування, прогнозування і маркетингу персоналу; розвитку кадрів; аналізу і розвитку засобів стимулювання; юридичних послуг (правові питання трудових відносин, погодження документів з управління персоналом); розвитку соціальної інфраструктури (громадське харчування, житлово-побутове обслуговування, культура і фізичне виховання, здоров'я і відпочинок, дитячі заклади, соціальні конфлікти і стреси); розробки оргструктури управління (штатний розпис, аналіз організаційної структури управління і проектування нової).

В останні роки за прикладом західних компаній на більшості великих підприємств ці підсистеми групуються у вигляді служби управління персоналом, завданням якої є формування і реалізація політики кадрового забезпечення виробництва.

Управління персоналом, як правило, ґрунтується на концепції управління – якійсь узагальненій уяві (необов'язково декларованій) про місце людини в організації. В теорії і практиці управління співробітниками організації можна виділити три основні підходи: економічний, органічний і гуманістичний. В межах цих підходів розвивались чотири концепції: використання трудових ресурсів; управління персоналом; управління людськими ресурсами; соціальний менеджмент.

Економічний підхід до управління дав початок концепції використання трудових ресурсів. В межах цього підходу провідне місце посідає технічна, а не управлінська підготовка людей на підприємстві. Організація трактується як упорядкованість відношень між окремими частинами цілого, які мають певний порядок. Вона повинна функціонувати згідно із заданим алгоритмом, що забезпечує ефективність і надійність.

Серед основних принципів концепції використання трудових ресурсів можна виділити наступні: забезпечення єдності керівництва; суворе дотримання управлінської вертикалі, визначений канал для комунікації і прийняття рішення; фіксування необхідного і достатнього об'єму контролю – число підлеглих одному начальнику людей повинно бути таким, щоб це не створювало проблеми для комунікації і координації; чіткий розподіл штабної і лінійної структур організації; баланс прав і обов'язків; забезпечення дисципліни, виявлення зовнішніх знаків поваги до керівника; підпорядкування індивідуальних інтересів спільній справі; забезпечення рівності на кожному рівні організації.

Окрема особистість розглядається як елемент машини, поведінка якого повинна бути передбачуваною, а будь-яке відхилення від правил і інструкцій покараним. Економічний підхід демонструє свою ефек-

тивність при виробництві одного і того ж продукту, коли від робітника не вимагається високої кваліфікації. Стимулювання праці здійснюється в основному системою доплат за чітке виконання завдання.

В межах органічної парадигми послідовно склались концепція управління персоналом; концепція управління людськими ресурсами. Саме органічний підхід позначив нову перспективу управління персоналом, вивівши цей тип управлінської діяльності далеко за рамки традиційних функцій організації праці і зарплати. Кадрова функція із реєстраційно-контрольної поступово стала розвиваючою і поширилась на пошук і підбір працівників, планування кар'єри значних для організації фігур, оцінку працівників управлінського апарату, підвищення їх кваліфікації. Акцентування уваги на людському ресурсі сприяло народженню нового уявлення про організацію. Вона почала сприйматися як жива система, що існує в навколишньому середовищі. В цьому зв'язку використовувались, як мінімум, дві аналогії (метафори), що сприяли розвитку нового погляду на організаційну реальність. Перша, яка виходила із ототожнення організації з людською особистістю, ввела у науковий обіг такі ключові поняття, як цілі, потреби, мотиви, а також народження, дорослішання, старіння і смерть або відродження організації. Друга, прийнявши як взірць для опису організаційної реальності функціонування людського мозку ("організація як мозок, що переробляє інформацію"), дозволила поглянути на організацію як на зібрання частин, поєднаних лініями управління, комунікації і контролю. Ілюстрацією першої можливості є використання положень теорії мотивації А. Маслоу як основи для виділення напрямків і змісту діяльності з управління персоналом. Друга модель передбачає орієнтацію на зовнішнє середовище, взаємодію цілей, стратегії, структури тощо, визначення потреб, необхідних для власного виживання.

Гуманістична парадигма, що розвивається останнім часом, виходить із концепції управління людиною і з уявлення про організацію як культурний феномен. Гуманістичний підхід фокусується на людському боці організації, про який мало говорять інші підходи. При цьому дуже важливо, наскільки працівники підприємства інтегровані в існуючу систему цінностей (в якій мірі вони беззастережно приймають її як "свою власну") і наскільки вони є чутливими, гнучкими і готовими до змін у ціннісній сфері у зв'язку із змінами в умовах життя і діяльності. Також важливо, чи живе підприємство в цілому за одними і тими ж правилами і принципам прийняття рішення або ж на підприємстві різні групи живуть за різними правилами і сповідують різні принципи. Цей підхід тісно пов'язаний із концепцією організаційної поведінки, яка ще чітко не сформульована і в спрощеному вигляді подається як розуміння сутності процесів, які відбуваються в навколишньому середовищі, передбачення наслідків змін і управління людською поведінкою.

В останні роки спостерігається справжній бум у використанні терміна "організаційний розвиток". В Інтернеті виявлено майже 20 тис. посилань, що містять цю комбінацію слів, з них майже половина відноситься до пропозицій консалтингових фірм щодо надання послуг з удосконалення системи управління організаціями. Незважаючи на те, що часто-густо на різних сайтах міститься одна й та ж інформація, така велика кількість публікацій наводить на думку, що, здійснивши ще один ривок у зазначеному напрямку, можна не хвилюватись про безперервність процесу вдосконалення підприємства. Разом з тим виникає цілком резонне питання: що ж таке організаційний розвиток, яким чином можна порівняно об'єктивно оцінити ступінь розвитку? Найбільш просто піддаються оцінці процеси або предмети, якщо вдається виявити еталон для порівняння. В більшості випадків замість еталонів, що застосовуються для одномірних задач, доводиться використовувати багатокритеріальну оцінку. Проте стосовно до організаційного розвитку потрібної системи показників практично не існує. Заради справедливості треба застерегти, що розроблені і застосовуються різні моделі "ідеального підприємства" (модель Демінга в Японії, модель Болдріджа в США, Європейська модель досконалості). Практично всі вони базуються на концепції TQM.

Ефективність діяльності підприємства визначається як відношення досягнутих результатів і витрачених на це досягнення ресурсів і визначається ефективністю використання різних чинників виробництва. В економічній літературі виділяють такі чинники виробництва: земля, праця, капітал, підприємницькі здатності, інформація. Однак існуюча класифікація чинників виробництва не враховує ряд чинників другого порядку, які не в меншій мірі впливають на ефективність діяльності підприємства. Найбільшою мірою це стосується такого чинника, як персонал. Як правило, увага при цьому приділяється тільки витратам робочого часу. В той же час розвиток сучасного виробництва в першу чергу визначається такими чинниками, як творча активність, ініціатива, освіта і професіоналізм, які багато в чому залежать від системи управління персоналом (СУП), що складалась на підприємстві. При цьому всі складові СУП мають мотиваційне значення. Мотивація суттєво впливає на поведінку людини, а, отже, на ефективність праці і ефективність використання капіталу. Внаслідок цього доцільно виділити мотивацію як самостійний чинник виробництва, який впливає на ефективність виробничої діяльності. З огляду на вищевикладене пропонується наступна схема взаємозв'язку між рівнем компетенції, мотивацією праці та ефективністю функціонування промислового підприємства (див. рис. 1). Отже відзначимо, що такий підхід, як цілісна структура, відсутній, але, безумовно, вимагає спеціального розгляду. При цьому є важливим використання потенціалу кожного працівника і побудова відносин конструктивної співпраці між працівниками і керівництвом.

Ефективність виробництва залежить від багатьох чинників, в тому числі і від якості робочої сили. Щоб підприємство успішно функціонувало, є необхідною така організація праці, при якій відсутні простої в роботі, завдання відповідають професійній підготовці та рівню кваліфікації робітників, санітарно-гігієнічні умови праці відповідають нормативам, а в колективі панує сприятливий психологічний клімат.

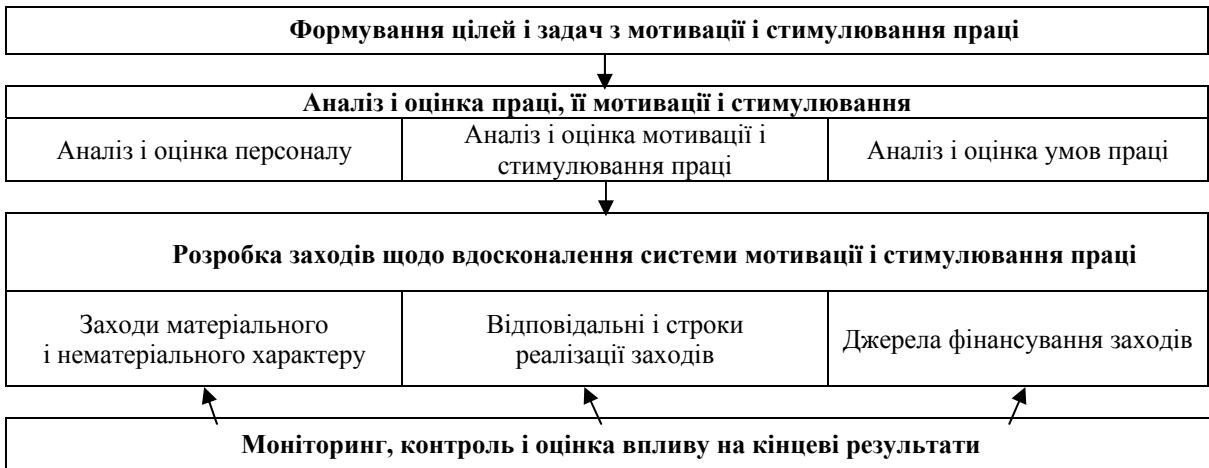


Рис. 1. Мотиваційне поле управління персоналом

В основі цих вимог лежить розвиток кожного працівника. Для реалізації цього підходу пропонується доповнити загальну схему еволюції концепцією розвитку персоналу (рис. 2).



Рис. 2. Механізм формування концепції розвитку персоналу

Розглянемо мотиваційний блок запропонованої системи управління персоналом. Підприємство – відкрита економічна система. В результаті відносин, що виникають у суспільстві, створюється певна система цінностей, яка має значний вплив на мотивацію праці окремих його членів. Зрозуміло, що система суспільних відносин не може жорстко і однозначно визначити наперед кожний вчинок людини, але вона прямо або опосередковано обумовлює основний зміст і спрямованість її діяльності і поведінки. Держава також значно впливає на формування трудової діяльності у формі законодавчої регламентації трудової діяльності, захисту прав робітників і соціального захисту малозабезпечених верств населення.

Вирішальне значення при формуванні ефективної системи управління персоналом має кадрова політика підприємства. В її створенні беруть участь керівники різних рівнів, управляючі з персоналу, профспілки. Основним завданням служби з управління персоналом є створення на підприємстві обстановки конструктивної співпраці, при якій працівник зацікавлений максимально повністю розкрити свій потенціал. Для

підвищення ефективності виробничої діяльності є необхідним створення спеціальної служби, яка займається проблемами мотивації і менеджменту знань. При формулюванні цілей передбачається з'ясування мотивів для формування цілісної системи мотивації підприємства та окремих працівників. Задачами аналізу стимулювання і мотивації персоналу є вивчення стану системи мотивації і стимулювання праці; оцінка її ефективності і оптимальності управлінських рішень, які приймаються.

Висновки. Розвиток сучасного виробництва в першу чергу визначається такими чинниками, як творча активність, ініціатива, освіта і професіоналізм, які багато в чому залежать від системи управління персоналом (СУП), що склалась на підприємстві. При цьому всі складові СУП мають мотиваційне значення. Тому ефективність використання персоналу визначається такими критеріями оцінки персоналу, як мотивація і стимулювання персоналу, умови праці. З одного боку, дані чинники впливають на трудову діяльність працівників, а з другого – допомагає виявити недоліки системи мотивації і стимулювання праці на підприємстві.

Література

1. Воробьев Г. Г. Человеческие ресурсы и современная служба персонала / Г. Г. Воробьев // СОЦИС. – 1996. – № 9. – С. 109–115.
2. Жигирь А. Вплив мотиваційних моделей на формування механізму заробітної плати / А. Жигирь // Предпринимательство, хозяйство и право. – 2000. – № 2. – С. 51–53.
3. Базаров Т. Ю. Управление персоналом / Т. Ю. Базаров. – М. : Центр кадровых технологий – XXI век. – 2005. – 361с.
4. Амоша А. И. Экономическая эффективность улучшения условий труда (Предпосылки, анализ, прогнозирование) / А. И. Амоша. – Донецк, 1998. – 378 с.
5. Кушплер Л. Практики управління людськими ресурсами на українських підприємствах / Л. Кушплер // Синергія. – 2004. – С. 4–7.
6. Назаренко В. В. Принципы управления персоналом в учении Э. Деминга / В. В. Назаренко, В. А. Захаров // Державне регулювання галузей економіки : зб. наук. праць. – Т. V. – Вип. 35. – Донецьк : ДонДУУ, 2004. – С. 222–229.
7. Міокова Г. І. Оцінка результативності використання трудових ресурсів / Г. І. Міокова // Вісн. Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля. – 2004. – № 1 (71). – Ч. 2. – С. 120–123.

References

1. Vorob'ev H. H. Chelovecheskiye resursy y sovremennaya sluzhba personala / H. H. Vorob'ev // SOTsYS. – 1996. – # 9. – S. 109–115.
2. Zhyhir' A. Vplyv motyvatsiynykh modeley na formuvannya mekhanizmu zarobitnoyi platy / A. Zhyhir' // Predprynimatel'stvo, khozyaystvo y pravo. – 2000. – # 2. – S. 51–53.
3. Bazarov T. Yu. Upravlenye personalom / T. Yu. Bazarov. – M. : Tsentr kadrovyykh tekhnolohyy – XXI vek. – 2005. – 361 s.
4. Amosha A. Y. Ekonomycheskaya effektivnost' uluchshenyaya uslovyy truda (Predposylky, analiz, prohozhyrovanye) / A. Y. Amosha. – Donetsk, 1998. – 378 s.
5. Kushpler L. Praktyky upravlinnya lyudskymy resursamy na ukrayins'kykh pidpryyemstvakh / L. Kushpler // Synerhiya. – 2004. – S. 4–7.
6. Nazarenko V. V. Pryntsyry upravlynyya personalom v uchenyy Э. Demynha / V. V. Nazarenko, V. A. Zakharov // Zb. nauk. prats' DonDUU “Derzhavne rehulyuvannya haluzey ekonomiky”. – Tom V. – Vyp. 35. – Donetsk : DonDUU, 2004. – S. 222–229.
7. Miokova H. I. Otsinka rezul'tatyvnosti vykorystannya trudovykh resursiv / H. I. Miokova // Visnyk Skhidnoukrayins'koho natsional'noho universytetu im. V. Dalya. – 2004. – # 1 (71). – Ch. 2. – S. 120–123.

Надіслана/Written: 18.06.2014 р.
Надійшла/Received: 21.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Розглянуті сучасні підходи до оцінки кадрового потенціалу підприємств. В умовах ринкової економіки метою підприємства є отримання максимального прибутку за найменших затрат. Діяльність підприємства залежить від його здатності мати і зберігати кадровий потенціал, а також поповнювати його висококваліфікованим персоналом.

Ключові слова: розвиток, кадровий потенціал, підприємство, ефективність, конкурентоспроможність.

T. N. SYDORENKO

Kyiv National University of Technologies and Design

DEVELOPMENT OF HUMAN RESOURCES AS TOOL TO INCREASE THE EFFICIENCY OF ENTERPRISES

Abstract – In article modern approaches evaluation of human resources enterprises. In a market economy, the purpose of the enterprise is to maximize profits at the lowest cost. Activities of the enterprise depends on its ability to have and maintain human resources and qualified personnel to replenish it. Staff training has an important dual function best use of the employee and his motivation. By improving the abilities and skills of the employee to perform production tasks, in which the enterprise is interested, training allows for more efficient use of human resources; by creating a sense of mastery from the employee in the performance of their work. Proper management of human resources is the core of the enterprise and is manifested in its competitiveness and, consequently, economic growth and efficiency.

Key words: development, human resources, enterprise, efficiency, competitiveness.

Постановка наукової проблеми. В сучасних економічних умовах ключовою задачею підприємств є забезпечення високої ефективності своєї діяльності. Така задача є складною, оскільки ефективність організації в цілому визначається значущим числом різних факторів – як внутрішньої, так і зовнішньої середовища. Серед факторів внутрішньої середовища, яка в більшій мірі контролюється і формується самим підприємством, одним з найважливіших є персонал. Відповідність його характеристик цілям і завданням організації – ключовий фактор підприємницького успіху.

Аналіз останніх досліджень. В сучасній економічній літературі проблема розвитку кадрового потенціалу не є принципово новою, однак в практичній роботі кадрових служб підприємств ця проблема залишається складною, що вимагає розвитку теоретичних підходів до розуміння кадрового потенціалу як наукової категорії і визначення основних практичних підходів до формування і реалізації його розвитку, що забезпечують підвищення ефективності діяльності підприємств.

Вопросам управління персоналом організації, формування кадрової політики, а також економічним аспектам трудової діяльності присвячені свої дослідження зарубіжні вчені: Л. Стаут, Т. Питерс, А. Файоль, Р. Еренберг і др., і російські: Т.Ю. Базаров, В.Р. Веснин, Н.А. Волгин, Б.М. Генкин, В.А. Дятлов, Ю.Г. Одегов, Р.С. Капелюшников, С.А. Карташов, А.Я. Кибанов, А.П. Егоршин, А.И. Роффе, С.Ю. Рошин.

Більше визнання серед дослідників отримує точка зору, що праця є найбільш цінним ресурсом сучасного суспільства, набуваючи великого значення, ніж природні ресурси або накоплене багатство. Праця грає важливу роль в соціально-економічній житті людини і суспільства, в науково-технічному і культурному прогресі, в створенні валового внутрішнього продукту. Під працею розуміється цілеспрямована діяльність людини, направлена на перетворення предметів природи і пристосування їх для задоволення власних потреб [1].

Метою написання статті є уточнення теоретичних і практичних підходів до розвитку кадрового потенціалу підприємств як основи для підвищення ефективності їх діяльності.

Основні результати дослідження. В умовах динамічного розвитку економічної середовища пріоритетною задачею в сфері управління персоналом є забезпечення вимог, формулюються в межах стратегії розвитку підприємства, в частині складу, структури, рівня професійної компетентності персоналу. Основним багатством будь-якого суспільства є люди, а кінцевим критерієм соціального і економічного прогресу є міра розвитку людства. Процеси динамічного оновлення технологічної бази викликають суттєві перетворення всіх сторін сучасного суспільства і призводять до необхідності переосмислення місця і ролі людини в суспільно-виробничому процесі.

Отчизняний і зарубіжний практичний досвід свідчить, що успішна діяльність підприємств і їх конкурентоспроможність, визначається не тільки величиною доступних їм матеріальних і фінансових ресурсів, але й кадровим потенціалом цих підприємств. А в свою чергу висока ефективність роботи підприємств визначається високим рівнем розвитку кадрового потенціалу, пов'язаного з сукупністю професійних знань, здібностей, навичок і мотивів до трудової діяльності.

Кадровый потенциал – совокупная характеристика личностных и приобретенных в результате профессионального и производственного и умений производственного и непроизводственного персонала эффективно выполнить профессиональные обязанности в целях реализации стратегических целей организации.

Кадровый потенциал может рассматриваться и в более узком смысле – в качестве временно свободных или резервных трудовых мест, которые потенциально могут быть заняты специалистами в результате их развития и обучения. Управление кадровым потенциалом должно содействовать упорядочению, сохранению качественной специфики, совершенствованию и развитию персонала.

С точки зрения процесса формирования и использования, можно расширить характеристику долгосрочного потенциала. Во-первых, это уже частично созданный в прошлом кадровый потенциал, объективно необходимый для непрерывного текущего процесса производства. Во-вторых, это прирост общего кадрового потенциала, который имел место в течение определенного периода времени. С определенной долей условности можно предположить, что этот прирост кадрового потенциала еще не полностью реализован и представляет собой наиболее перспективную часть общего потенциала. Эти характеристики кадрового потенциала играют важную роль при разработке программы управления им. В первую очередь, это касается вопросов профессионального развития и обучения персонала.

Субъектами процесса управления кадровым потенциалом являются: руководители предприятий, руководители структурных подразделений, службы персонала, юридические службы, финансовое управление, отдел подготовки персонала.

Изменение кадрового потенциала предприятия, его рост, может быть связан не с изменением численности работников предприятия, но с привлечением ранее не задействованного человеческого ресурса, то есть следует говорить о интенсивном характере изменения кадрового потенциала. Его необходимо рассматривать с двух позиций: фактический кадровый потенциал который связан с текущим кадровым составом предприятия; перспективный кадровый потенциал определяющийся на основе максимально возможного развития способностей работников предприятия. Основными мерами по повышению эффективности использования кадрового потенциала предприятия есть просмотр норм труда по мере изменения организационно-технических условий; установление научно обоснованных норм труда; внедрение передовых приемов и методов труда; аттестация и последующая рационализация или ликвидация рабочих мест; организация удаленной работы; введение гибких графиков работы, неполного рабочего дня.

Сегодня дефицит квалифицированных сотрудников, в т.ч., на руководящие позиции в компании, чувствуется все острее. Упущенные возможности, упущенное время, высокие затраты на поиск и адаптацию нового персонала – все это стимулирует руководителей создавать систему развития “долгосрочного кадрового потенциала”. Этот, поначалу кажущийся сложным системный процесс, предоставляет возможности, которые помогут добиться эффективности в социально-экономическом росте компании, а значит, раскрытию и использованию кадрового потенциала своих сотрудников и будут являться внутренним источником кандидатов на ключевые позиции.

Обучение персонала выполняет важную двойную функцию наилучшего использования работника и его мотивации. Путем усовершенствования умений и навыков работника выполнять производственные задачи, в которых заинтересована компания, обучение позволяет более эффективно использовать человеческие ресурсы; путем создания у работника чувства мастерства в выполнении своей работы и признания руководством его заслуг повышается удовлетворенность работника своей работой. Процедуры, оценки персонала являются базовыми для многих конкретных аспектов кадровой работы. Если оценке персонала при приеме на работу уделено достаточное внимание, то у организации появляются хорошие возможности заложить прочный фундамент всей работы по управлению человеческими ресурсами (табл. 1).

Таблица 1

Динамика занятого населения за статью (в возрасте 15–70 лет, тыс. человек)

| Показатель | 2008 г. | 2009 г. | 2010 г. | 2011 г. | 2012 г. | Динамика (2008–2012) % |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|------------------------|
| Все население, из него | 20972,3 | 20191,5 | 20266,0 | 20324 | 20354,3 | 97,05 |
| трудоспособного возраста | 19251,7 | 18365,0 | 18436,5 | 18516 | 18736,9 | 97,33 |
| Женщины из него | 10122,6 | 9974,3 | 9965,6 | 9881,3 | 9846,3 | 97,27 |
| трудоспособного возраста | 8900,7 | 8657,7 | 8645,4 | 8586,5 | 8746,2 | 98,3 |
| Мужчины, из него | 10849,7 | 10217,2 | 10300,4 | 10442,9 | 10508,0 | 96,85 |
| трудоспособного возраста | 10351,0 | 9707,3 | 9791,1 | 9929,7 | 9990,7 | 96,52 |

Кадровый состав предприятия можно оценить при помощи определённых количественных, качественных характеристик и показателей эффективности. Очень важным свойством кадрового потенциала является именно его интенсивность по отношению к экономической эффективности деятельности организации, а следовательно, и необходимость увеличения кадрового потенциала за счет стратегии его развития.

Развитие кадрового потенциала предприятия становится необходимостью в условиях роста и развития самой организации, то есть в момент положительного изменения конъюнктуры рынка даже для простого сохранения своей доли в отрасли нельзя ограничиваться программами стабилизации, и следует в

рамках перспективного планирования, сформировать адекватные изменения рынка а также проведение компании в нем, кадровую стратегию активного роста.

Взаимосвязь стратегии и практики управления персоналом, привлечения, отбора и закрепления кадров актуальная задача кадровой политики. Необходимо исходить из того, что кадровая политика предприятий должна быть ориентирована на устойчивое развитие, на привлечение людей профессионально подготовленных, предприимчивых, с новаторскими созидательными устремлениями и мотивами. Поэтому в своих базовых установках она должна быть:

– комплексной, основывающейся на единстве целей, принципов, форм и методов работы с кадрами, учитывающей различные аспекты решения кадровых вопросов (экономические, социальные, политические, нравственные, социально-психологические и др.);

– единой и одновременно (в силу специфики) многоуровневой (центральной и региональной), охватывающей весь кадровый корпус, многие кадровые процессы при различных механизмах и степени воздействия на них;

– перспективной, имеющей упреждающий и опережающий характер, рассчитанной на формирование кадров с учетом социального прогресса, в том числе изменения содержания и характера труда работников;

– демократической по целям, социальной базе и механизму решения кадровых проблем;

– духовно-нравственной, воспитывающей в каждом работнике человеколюбие, честность, убежденность в правоте и гражданскую ответственность за порученное дело и личное поведение;

– правовой, осуществляемой в рамках и на основе закона, создающего правовые гарантии объективного и справедливого решения кадровых вопросов.

Взаимосвязь стратегии и практики управления персоналом, привлечения, отбора и закрепления кадров – актуальная задача кадровой политики. Необходимо исходить из того, что кадровая политика предприятий должна быть ориентирована на устойчивое развитие, на привлечение людей профессионально подготовленных, предприимчивых, с новаторскими созидательными устремлениями и мотивами.

Стратегия развития кадрового потенциала представляет собой систему стратегических задач, направленных на повышение квалификации, компетентности персонала и формирование его ценностных трудовых ориентаций за счет применения материальных и нематериальных стимулов с учетом его половозрастной, квалификационной и должностной структуры, а также – комплекс мер по закреплению накопленного кадрового потенциала в целях достижения стратегической конкурентоспособности предприятия.

Вывод. Развитие кадрового потенциала является обязательным условием завоевания устойчивых и лидирующих позиций на рынке, а конкурентоспособность предприятия напрямую зависит от качества трудовых ресурсов. На современном этапе сделан существенный вклад в повышение эффективности деятельности предприятий и в частности, проблем планирования развития и реализации программ обучения кадров. Грамотное управление кадровым потенциалом является ядром фирмы и проявляется в ее конкурентоспособности, а следовательно, экономическом росте и эффективности деятельности.

Литература

1. Одегов Ю. Г. Экономика труда : учебник / Ю. Г. Одегов. – М. : Волтерс Клувер, 2011. – 800 с.
2. Жуков Е. Ф. Управление кадрами предприятия / Е. Ф. Жуков. – М. : ЮНИТИ, 2005.
3. Управление персоналом / под ред. Т. Ю. Базаров, Б. Л. Еремина. – М., 2006.

References

1. Odehov Yu. H. Ekonomyka truda: uchebnyk / Yu. H. Odehov. – M. :VoltersKluver, 2011. – 800 s.
2. Zhukov E. F. Upravlenye kadramy predpryyatyaya / E. F. Zhukov. – M. : Yzdatel'skoe ob'edynenye "YuNYTY", 2005.
3. Upravlenye personalom / pod red. T. Yu. Bazarov, B. L. Eremyna. – M., 2006.

Надіслана/Written: 6.06.2014 р.

Надійшла/Received: 9.06.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. И. А. Игнатьева

НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЗА СЛАБКИМИ СИГНАЛАМИ

Проведено класифікацію слабких сигналів, проаналізовано послідовність дій при стратегічному управлінні за слабкими сигналами та визначено особливості такого управління.

Ключові слова: стратегічне управління, слабкі сигнали, потенційні можливості, загрози, стратегічна інформація.

S. M. TARANENKO

Khmelnitsky National Universit

MANAGEMENT NOW NEED FOR WEAK SIGNALS

Abstract – To develop an appropriate response the company needs to evaluate the relative signal strength. For strong signal company can act decisively, for example, to stop further increase capacity and to accommodate them for another purpose. Act so strongly on weak signals risky: the trend changes emerging in the future can not be confirmed. Classification of weak signals, analyzes the sequence of actions in the strategic management of weak signals and peculiarities of the management.

Key words: strategic management, weak signals, potential, threats, strategic information.

Актуальність теми. Сьогоднішня економіка України характеризується як нестабільна, а сучасні політичні події в державі ще посилюють негативні явища в ній, що призвело до падіння попиту на товари та послуги вітчизняних виробників, зниження рівня інноваційно-інвестиційної активності, зменшення обсягів інвестицій. Підсилюючий вплив на ці негативні тенденції мали внутрішні несприятливі умови ведення бізнесу, обумовлені інституційними чинниками. Отже, виникає потреба у зміщенні акцентів класичної парадигми управління підприємствами у напрямі дослідження неявних ознак змін внутрішнього і зовнішнього середовища, які є слабкими сигналами, та формування на цій основі упереджувачих реакцій, що, в свою чергу, актуалізує питання розробки комплексного підходу до управління підприємством на основі слабких сигналів.

Розвиток ринкового середовища свідчить про недостатній рівень стабільності і передбачуваності умов функціонування промислових підприємств. У результаті посилюється роль задач, пов'язаних із прогнозуванням, розпізнаванням і завчасним попередженням розвитку негативної економічної ситуації на окремих підприємствах. Про недостатню розвиненість цього напрямку свідчить те, що вітчизняні підприємства виявилися неготовими до подолання наслідків ситуації, яка склалася після світової фінансової кризи. Треба відзначити, що цьому сприяла також інтенсифікація внутрішніх кризових процесів. Все це свідчить про необхідність врахування у практиці управління вітчизняними підприємствами загальносвітових тенденцій менеджменту, спрямованих на відстеження змін як в зовнішньому, так і у внутрішньому середовищах функціонування підприємства. Застосування методів управління на основі слабких сигналів не тільки дозволяє нівелювати, але і попереджати негативні впливи внутрішнього і зовнішнього середовища.

Метою статті є дослідження слабких сигналів, пов'язаних з потребами пошуку і вибору ефективних підходів до управління.

Виклад основного матеріалу. Діючи в умовах нестабільного середовища ринкової економіки, вітчизняні підприємства можуть досягти успіху в бізнесі тільки тоді, коли їм вдається передбачати зміни і відповідно вживати запобіжні адаптивні заходи щодо них. Відтак, забезпечення стабільної ефективної діяльності підприємств у довготривалому періоді в умовах постійного ускладнення і нестабільності зовнішнього середовища їх функціонування: посилення конкуренції, зміни технологій, появи різноманітних нових цілей тощо висуває на перший план вимогу пошуку нових підходів до управління вітчизняним підприємством як суб'єктом господарювання. На сьогодні у світовій практиці таким підходом до забезпечення ефективності і конкурентоспроможності господарювання підприємств у довгостроковому періоді в нестабільному агресивному ринковому середовищі є стратегічний менеджмент – управлінський процес створення та підтримки стратегічної відповідності між цілями підприємства, потенціалом і можливостями у зовнішньому середовищі.

У міру наростання швидкості змін у зовнішньому середовищі стає все важче передбачити з достатньою мірою точності характер змін, що дозволило б своєчасно і повно масштабно відреагувати на них керівництву підприємства. У випадку рішення стратегічних завдань воно може своєчасно на них реагувати, з'являється можливість завчасно дізнаватися про різкі зміни в оточуючому середовищі, своєчасно реагувати на них. Використовуючи всі свої ресурси, фірма вживає спеціальні заходи для прискорення вирішення завдання. Завчасне виявлення стратегічного завдання збільшує час можливої реакції на неї. Однак, з почастішанням можливих раптових змін ступінь їх передбачуваності знижується. Це означає, що до моменту отримання інформації, достатньої для продуманих заходів у відповідь, виявляється дефіцит часу для їх реалізації, що може завдати фірмі збитки або призвести до втрати вигідної економічної можливості.

Якщо дестабілізуючі явища виходять за рамки четвертого рівня, небезпека насувається так швидко, що якщо фірма очікує моменту, коли можна буде точно розрахувати її вплив і наслідки, то вона може не встигнути вчасно відреагувати. У таких випадках необхідно почати вживати відповідних заходів ще до отримання повної інформації, за слабкими сигналами. Поінформованість про кожну загрозу зростає поступово: спочатку з'являються перші ознаки змін у зовнішньому середовищі, потім виявляється вірогідне джерело

цих змін, далі конкретна небезпека вимальовується досить ясно, але ще не настільки, щоб розрахувати наслідки її впливу на фірму. Надалі стає можливим визначити заходи протидії цієї небезпеки, хоча інформації про неї поки ще недостатньо, щоб розрахувати, як вона може позначитися на доходах фірми. Останнє може бути розраховане на наступному шаблі розвитку подій, але з невисокою достовірністю, а це означає, що слід враховувати ще й ймовірність подій. Все стає ясним лише тоді, коли дії фірми спрямовані на запобігання впливу загрози. Тому керівництво фірми в умовах слабких сигналів повинно вимагати насамперед, щоб фахівці, що аналізують інформацію про зовнішнє середовище, були кваліфіковані і добре підготовлені. Отриману інформацію потрібно правильно класифікувати і зробити розрахунки можливого впливу небезпеки і часу її настання. Чим менше є інформації, тим більше буде розкид розрахункових даних про вплив небезпеки і про терміни її наближення. Цим фахівцям треба відреагувати на приховане явище на будь-якому рівні обізнаності, що поступово буде готувати фірму до дій в умовах небезпеки. Перевага завчасної реакції полягає в тому, що дозволяє вжити своєчасних кроки до усунення небезпеки, чого не трапиться, якщо фірма буде очікувати остаточного розвитку подій. Крім завчасної реакції, фірма може компенсувати брак часу шляхом використання спеціальних тактичних засобів.

Методи реагування визначаються шляхом порівняння часу наближення небезпеки з часом, необхідним для вироблення заходів у відповідь, і шляхом порівняння доходів, одержаних в результаті цих дій з витратами. Управління за слабкими сигналами – один з трьох варіантів дій при виникненні загрози. Іншими варіантами є управління за сильним сигналом і планування на регулярній основі. Вибір комбінацій цих варіантів залежить від швидкості наближення небезпечної ситуації порівняно зі швидкістю реакції на неї в кожному з трьох варіантів. Коли небезпечна ситуація наближається дуже швидко і періодичне планування вже не може допомогти, застосовується варіант дій в умовах сильних сигналів. Коли не залишається часу для застосування останнього, використовується варіант дії в умовах слабких сигналів.

На жаль, в Україні теорія і практика стратегічного управління за слабкими сигналами ще не знайшли широкого поширення. Хоча саме воно є найважливішим засобом забезпечення успішного виживання підприємства в агресивному динамічному конкурентному середовищі, засобом його адаптації до змін в цьому середовищі. Відсутність орієнтирів, місця і цільової спрямованості розвитку підприємства, можливості розпізнання впливу його зовнішнього оточення й адекватної реакції на нього, а також здатності адаптуватися чи навіть активно впливати на це середовище, на жаль, робить вітчизняні підприємства безпомічними сьогодні і безперспективними на майбутнє. Складність і новизна створюють зростаюче навантаження на вищу ланку керівників, тоді як сукупність управлінських навичок, вироблених у ХХ ст., усе менше відповідає умовам вирішення проблем. Але фахівцям підприємств розвивати в собі навички впровадження управління за слабкими сигналами необхідно, незважаючи на те, що сама ідея такого підходу може важко сприйматися керівництвом. Для цього потрібно використовувати практичні приклади слабких сигналів, які виявилися досить важливими для підприємств різних галузей.

Одним із завдань стратегічного управління є ідентифікування слабких сигналів середовища функціонування підприємств, тобто визначення будь-яких початкових, ранніх ознак зміни тенденцій розвитку певного явища. Для цього доцільно сформувати базу можливих слабких сигналів середовища підприємства. Перетворення і зміни можуть стосуватися будь-якої сфери діяльності організації (виробничої, техніко-технологічної, маркетингової, логістичної, фінансової), то спектр слабких сигналів є достатньо широким.

Основними слабкими сигналами внутрішнього середовища підприємства, наприклад, в інноваційній сфері можуть бути зміни обсягу власних фінансових ресурсів на здійснення інноваційної діяльності, рівня проектно-конструкторської бази, рівня техніко-технологічної бази, рівня науково-дослідної бази, рівня ефективності управління інноваційною діяльністю підприємства, рівня професійності та кваліфікованості персоналу, що здійснює інноваційну діяльність на підприємстві, стану обладнання та устаткування для виробництва інноваційної продукції тощо.

Основними слабкими сигналами зовнішнього середовища підприємства в інноваційній сфері є зміни інтенсивності конкуренції на ринку інновацій, валютних курсів, податкових ставок, митної політики, ставок за кредитами, рівня попиту на інноваційну продукцію, смаків та вподобань споживачів, купівельної спроможності споживачів, політичної ситуації, рівня науково-технічного прогресу, торговельних обмежень на ринку інноваційних продуктів, законодавчих норм і правил у сфері інноваційної діяльності, умов співпраці з постачальниками, умов співпраці з інвесторами, цін на сировину і матеріали для виробництва інноваційної продукції, цін на обладнання для впровадження інновацій, насиченості інноваційного ринку тощо.

Після виявлення та відповідного оброблення слабких сигналів необхідно відібрати індикатори, які репрезентуватимуть ідентифіковані сигнали. До таких індикаторів можна віднести: рівень якості певного виду інноваційної продукції, рівень конкурентоспроможності інноваційної продукції підприємства, ціну продажу інноваційної продукції, частку власних коштів у загальному обсязі фінансування витрат на інновації, динаміку фінансування витрат на НДДКР за джерелами (власні кошти, внутрішні інвестори, зовнішні інвестори), термін окупності інновацій, кількість (обсяг) реалізованих інноваційних продуктів, кількість інновацій, які реалізовані у конкретній сфері діяльності підприємства (виробничій, збутовій, маркетинговій діяльності підприємства, сфері управління тощо), рівень частоти реалізації підприємством інновацій, загальну суму витрат на інноваційну діяльність, обсяг витрат на придбання машин та обладнання, пов'язаних з впровадженням інновацій, обсяг витрат на підготовку виробництва для впровадження інновацій, обсяг

витрат на придбання нових технологій, обсяг витрат на НДДКР, кількість працівників, що здійснюють інноваційну діяльність на підприємстві, частку НДДКР, що виконуються власними силами підприємства, рівень економічного ефекту та ефективності інноваційної діяльності тощо [2]. Надалі обрані індикатори служать об'єктом для передбачення кількох альтернативних траєкторій розвитку певної події, що дає змогу врахувати різноманітні варіанти перебігу явища та розробити відповідні превентивні заходи щодо ліквідації загроз чи використання можливостей середовища функціонування.

У виробничій і маркетинговій сферах, якщо при спостереженні за динамікою попиту на продукцію, що випускається підприємством і його конкурентами, встановлено, що темпи зростання попиту поступово згасають і з часом згасання прискорюється, то з достатньою імовірністю можна зробити висновок про припинення в перспективі зростання попиту на даний вид продукції. Повільні темпи змін, що відбуваються дозволяють підприємству вирішувати виникаючі проблеми на плановій основі. Можливі рішення будуть спрямовані або на подовження життєвого циклу попиту, або на створення принципово нового виду продукції і перехід до нового життєвого циклу попиту. Однак не виключено, що, приймаючи рішення на основі очевидної інформації про згасання попиту, підприємство вже несе втрати через те, що вчасно не припинило нарощування виробничих потужностей і тепер зіткнулося з проблемою їх неповного використання. Це призведе до збільшення постійних витрат на одиницю продукції, що випускається і, отже, до зниження рентабельності. Щоб уникнути таких наслідків, підприємство має реагувати на появу слабких сигналів із зовнішнього середовища (в даному випадку слабких ознак згасання попиту). При надходженні таких сигналів слід передусім встановити спостереження за зовнішнім середовищем, щоб знати, як розвиватиметься подія.

До переліку основних слабких сигналів у фінансовій сфері відносять: наявність і зростання кредиторської заборгованості, кредитів і позик, наявність і зростання дебіторської заборгованості, наявність і зростання збитків, зниження обсягу нерозподіленого прибутку, зниження вартості основних засобів, наявність і зростання виробничих запасів, незавершеного виробництва, незавершеного будівництва і т.п.

Проблеми, що виявляються в ході спостереження за зовнішнім станом, по-різному забезпечені інформацією. Одні настільки очевидні й конкретні (пов'язані з сильними сигналами), що фірма може дати оцінку їх значимості й вжити відповідних заходів для вирішення. Про інші проблеми відомо лише зі слабких сигналів – неточним ознакам настання важливих подій. Всі слабкі сигнали згодом зміцнюються і перетворюються на сильні. Коли рівень нестабільності перебуває в межах значень 3,5–4, організація ще може дозволити собі чекати більш сильного сигналу, тому що в неї вистачає часу підготувати рішення до моменту, коли проблема назріє. Але при значеннях нестабільності 4 й 5, коли ситуація змінюється швидко, організація, чекаючи сильного сигналу, може або спізнитися з рішенням, або виявитися неспроможною прийняти його в той момент, коли виникла проблема, яка гальмує інтереси організації. Тому при високих рівнях нестабільності з'являється необхідність готувати рішення ще тоді, коли із зовнішнього середовища надходять слабкі сигнали. Щоб система отримувала інформацію, має бути налагоджене спостереження, чутливе до попереджуючих сигналів. Крім того, загальноорганізаційне управління й інші підрозділи організації мають виробити у себе позитивне ставлення до змін, бути готовими до прийняття ризикованих рішень і вміти підходити до вирішення проблем, спираючись не на минулий, а на новий досвід, що накопичується.

Для вироблення адекватної реакції підприємству необхідно оцінити відносну силу сигналу. Очевидно, що чим сильніше сигнал, тим менше часу має підприємство для відповідної реакції. За сильним сигналом підприємство може діяти рішуче, наприклад, припинити подальше нарощування потужностей і переорієнтуватися на використання їх за іншим призначенням. Поступати настільки рішуче за слабким сигналом ризиковано: тенденція змін що намітилася в подальшому може не підтвердитися. Тому відповідна реакція на слабкий сигнал повинна бути розтягнута в часі і посилюватися в міру посилення сигналу. Коли джерела небезпеки або нової можливості стають зрозуміли (наприклад, небезпека згасання попиту з'явилася в результаті створення нового виду взаємозамінної продукції, якою споживач віддає перевагу), необхідно вжити заходів до зниження зовнішньої стратегічної вразливості і підвищенню внутрішньої гнучкості компанії (наприклад, розробити попередні заходи по догляду на інший ринок або опрацювати можливість створення нового асортименту продукції). Подальше посилення сигналу дозволяє оцінити масштаби небезпеки (наприклад, попит на продукцію в короткостроковій перспективі буде швидко зменшуватися) або рівень нових можливостей. Такий сигнал свідчить про необхідність приступити до розробки підготовчих планів, техніко-економічному обґрунтуванню проектів або програм, проведення попередніх заходів, виконання яких дозволить скоротити час реалізації практичних заходів. Нарешті, коли сутність проблеми розкрита, шляхи її вирішення встановлені і стало можливим передбачити результати намічених контрзаходів, розробляють плани практичних заходів і починається їх здійснення.

Висновки. Запропоновано класифікація слабких сигналів, яка базується на принципах системного підходу та дозволяє організувати й удосконалити на підприємстві моніторинг слабких сигналів, які повідомляють про наближення кризи.

Література

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989.
2. Круглов М. И. Стратегическое управление компанией / М. И. Круглов. – М. : Русская деловая литература, 1998. – 768 с.

References

1. Ansoff Y. Stratehichesky menedzhment / Y. Ansoff. – М. : Эkonomyka, 1989.
2. Kruhlov M. Y. Stratehicheskoe upravlenye kompanyy / M. Y. Kruhlov. – М. : Russkaya Delovaya Lyteratura, 1998. – 768 s.

Надіслана/Written: 6.06.2014 р.
Надійшла/Received: 9.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов



За зміст повідомлень редакція відповідальності не несе

Підп. до друку 19.08.2014. Ум. друк. арк. – 26,60. Обл.-вид. арк. – 25,87
Формат 30×42/4, папір офсетний. Друк різнографією
Наклад 100, зам. № 164/14

Тиражування здійснено з оригінал-макета
редакційно-видавничим центром Хмельницького національного університету
29016, м. Хмельницький, вул. Інститутська, 7/1, тел. (03822) 72-83-63
Свідоцтво про внесення в Державний реєстр, серія ДК № 4489 від 18.02.2013 р.