

ISSN 2307-5740

Науковий журнал

ВІСНИК

Хмельницького
національного
університету

Економічні науки

2015, № 3, Том 2

Scientific journal

HERALD

of Khmelnytskyi national university

Economic sciences

2015, Issue 3, Part 2

Хмельницький 2015

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, 2015, № 3, Т. 2 (224)

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

Включено до наукометричної бази

НБ України ім. В.І. Вернадського http://nbuv.gov.ua/j-tit/Vchnu_ekon

Index Copernicus <http://jml2012.indexcopernicus.com/i++++i++++,p4539,3.html>

Google Scholar <http://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&user=nDupjDAAAAAJ>

РИНЦ http://elibrary.ru/title_about.asp?id=37652

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.; Вишківська Зоя, д.е.н. (Польща); Гесць В.М., д.е.н.; Григоруку П.М., д.е.н.; Дудко В.М., д.е.н. (Російська Федерація); Завгородня Т.П., д.е.н.; Йохна М.А., д.е.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 27.05.2015

Адреса редакції: Україна, 29016, м. Хмельницький, вул. Інститутська, 11, Хмельницький національний університет
редакція журналу “Вісник Хмельницького національного університету”
☎ (03822) 2-51-08
e-mail: visnyk_khnu@rambler.ru
web: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik>
<http://vestnik.ho.com.ua>
http://lib.khnu.km.ua/visnyk_tup.htm

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, 2015
© Редакція журналу “Вісник Хмельницького національного університету”, 2015

ЗМІСТ

Загальні проблеми планування. Планування витрат

ОРЛОВ О. А. СИСТЕМА “СТАНДАРТ-КОСТ” И МЕТОД ABC. РЕШАЮТ ЛИ ОНИ ПРОБЛЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ?	7
ДЕНИСОВ В. Т., АВДЕЕВА Е. С., ПАНЮШКИНА Л. В., ДЕНИСОВ Д. Д. О МЕЖДУНАРОДНОМ СОТРУДНИЧЕСТВЕ В СОЗДАНИИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ЛЕТАТЕЛЬНЫХ АППАРАТОВ	14
КОЗАЧЕНКО Г. В., ПОГОРЕЛОВ Ю. С. ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ЗАТРАТАМИ: ПРИНЦИПОВІ ПІДХОДИ	18
КОВАЛЕНКО О. В., АНДРЕЄВА Ю. В., КОЛОСОВ А. М. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	24
СТАДНИК В. В., МИХАЛЬЧИК Т. В. ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЯК НЕВІД’ЄМНА СКЛАДОВА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	28
ХРИСТИАНОВСКИЙ В. В. МОДЕЛИРОВАНИЕ МОТИВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ (СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)	34
КУЛІШ Д. В. ДОСЛІДЖЕННЯ БЮДЖЕТУВАННЯ НА АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ	39

Планування ресурсного забезпечення підприємства

ЖИВКО З. Б., ЛЕВКІВ Г. Я., МЕЛЬНИКОВИЧ В. М. МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСОБЛИВИЙ НАПРЯМ УПРАВЛІННЯ АГРОПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	43
КОВАЛЕНКО О. В., КОНОНОВА А. О. ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	48
ДОРОШУК Г. А., ХАРІЧКОВ С. К. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ	52
ІВАНОВА М. І. ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ	56
МАЗУР Н. О. НЕПОВНА ЗАЙНЯТІСТЬ У СИСТЕМІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ДО ПРОДУКТИВНОЇ ПРАЦІ	62
ЯНКОВОЙ Р. В. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ	66

МАЦЮК Н. О. УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ІНТЕГРОВАНОГО ABC-R/S-XYZ-АНАЛІЗУ	70
--	----

МІЛОШЕВИЧ Н. В. СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ	80
--	----

Управління розвитком підприємства

ОРЛОВ О. А., РЯСНЫХ Е. Г. НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРЖИНАЛЬНОГО АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ	84
---	----

ALYOKHIN A. V., BRUTMAN A. V. ECONOMIC THEORY OF POTENTIAL. QUASI AXIOMATIC APPROACH TO MODELING AND MEASUREMENT	91
---	----

ГОНЧАРОВ Ю. В. РОЗВИТОК ПОТЕНЦІАЛУ КРЕАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	105
--	-----

КОВАЛЕНКО О. В., НІМЧЕНКО І. Г. ДІАГНОСТИКА І РОЗРОБКА НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	111
---	-----

КОЛОСОВ А. М., ЗОЛОТАРЕВСЬКИЙ Б. В. ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ З МЕТОЮ ПОКРАЩЕННЯ УМОВ ВІДТВОРЕННЯ ЇХ ОСНОВНИХ ФОНДІВ	115
--	-----

МЕЛЬНИКОВА М. В., ГРАДОБОЄВА Є. С. РОЗВИТОК КОМУНАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В МІСЬКИХ АГЛОМЕРАЦІЯХ: ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ	120
--	-----

МИКОЛАЙЧУК М. М., МИКОЛАЙЧУК Н. С., МИКОЛАЙЧУК К. М. СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ	125
--	-----

КРИМЧАК Л. А., РУДНІЧЕНКО Є. М. ЗАГРОЗИ, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ – СУБ'ЄКТІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	131
---	-----

СИТНИК Л. С., БЕРВЕНОВА Т. М. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ РЕГІОНУ (на прикладі Донецької області)	134
--	-----

ТКАЧЕНКО А. М., ДРОБЕЦЬКА Т. О. БЕНЧМАРКІНГ – АЛЬТЕРНАТИВНИЙ МЕТОД СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ	139
---	-----

ФЕДУЛОВА Л. І. ПОЛІТИКА КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	144
---	-----

ГАРАФОНОВА О. І. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ЗДІЙСНЕННЯ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ	149
--	-----

ДАВИДЕНКО Н. М. МІСЦЕ АНТИКРИЗОВИХ ЗАХОДІВ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	153
---	-----

SELIVERSTOVA L. S. STRATEGIC DEVELOPMENT OF INNOVATIVE POTENTIAL COUNTRY	157
--	-----

КОВАЛЕНКО О. В., ВЕЛИЧКО Т. В. СУТНІСТЬ, РІВНІ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	161
РАЧКОВСКИЙ Э. А. ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ МНОГОМЕРНОГО НЕМЕТРИЧЕСКОГО ШКАЛИРОВАНИЯ ДЛЯ СРАВНИТЕЛЬНОЙ ОЦЕНКИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЫНКОВ.....	165
ГАРБУЗ С. В. ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ.....	172
КАТКОВА Н. В., МАРУЩАК С. М. ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	178
KOZYR-CHEPURNA M. A. ENTERPRISE RESTRUCTURING: PRINCIPLES OF PLANNING (METHODOLOGICAL ASPECTS)	183
СМЕНТИНА Н. В. ІНСТИТУЦІЙНІ ПОСЕРЕДНИКИ – ЦЕНТРИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД.....	193
КУЗНЕЦОВ Э. А. СОВРЕМЕННОЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ: ИНТЕГРАЛЬНЫЕ ПРИЗНАКИ И ФОРМАТ СИСТЕМНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ	198
ФРАСИНЮК Т. І. КЛЮЧОВІ ЗАВДАННЯ В СТАНОВЛЕННІ КОНКУРЕНТНОЇ МОРСЬКОЇ ДЕРЖАВИ.....	203
АФТАНДІЛЯНЦ В. Є. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ	207
Є. А. БЕЛЬТЮКОВ, БЕЗНОЩЕНКО Н. О. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	211
КОВЫЛИНА М. А. ТЕНДЕНЦИИ ИНТЕНСИФИКАЦИИ В ОСВОЕНИИ РЕГИОНАЛЬНОГО КРУИЗНОГО ПРОСТРАНСТВА.....	217

Структурні зміни в економіці

ПЕТЕНКО І. В., ПЕТЕНКО А. В. УКРАЇНА В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНИХ УГОД ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ І СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ	221
СМОЛІНСЬКА Н. В., ГРИБИК І. І. ВПЛИВ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПРОВЕДЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	227
СОЛОДАРЕНКО М. О. ЗАКОНОДАВЧЕ ПІДГРУНТЯ РЕГУЛЮВАННЯ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН ДЕРЖАВНОГО ТА ПРИВАТНОГО СЕКТОРІВ В УКРАЇНІ	232

Зовнішньоекономічна діяльність

ШВИДАНЕНКО Г. О., БУДЯЄВ М. О. СТАНОВЛЕННЯ НАУКОВОГО ПОНЯТТЯ “ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА”	238
--	-----

БЕЛЯВЦЕВ М. І., ЗАЙЦЕВА А. М. СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ БРЕНДИНГУ	244
ЛУБЕНЧЕНКО О. Е. АУДИТОРСЬКА ПЕРЕВІРКА ОПЕРАЦІЙ ІЗ ЗОВНІШЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ВИКОНАННЯ ЗАВДАННЯ З УЗГОДЖЕНИХ ПРОЦЕДУР	251
УМАНЕЦЬ Т. В., СОРГОВИЦЬКА Я. Г. ПРОГНОЗУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ	255

УДК 338

О. А. ОРЛОВ

Хмельницький національний університет

СИСТЕМА “СТАНДАРТ-КОСТ” И МЕТОД АВС. РЕШАЮТ ЛИ ОНИ ПРОБЛЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ?

На основе проведенного анализа доказывается, что использование этих методов имеет ограниченный характер применения, а с позиций ценообразования они ориентированы на “затратный” подход.

Ключевые слова: система “стандарт-кост”, метод АВС, цены на новую продукцию, гибкое управление затратами и прибылью.

О. О. ОРЛОВ

Хмельницький національний університет

СИСТЕМА “СТАНДАРТ-КОСТ” И МЕТОД АВС. ЧИ ВИРІШУЮТЬ ВОНИ ПРОБЛЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ?

На основі проведеного аналізу доводиться, що використання цих методів має обмежений характер використання, а з позицій ціноутворення вони орієнтовані на “витратний” підхід. Акцентується увага на тому, що використання саме маржинального прибутку при розподілі постійних витрат, формування прибутку, цін і крім того при вирішенні питань оцінки інноваційних проектів забезпечується реальна можливість впровадження гнучкого планування в умовах мінливої ринкової кон'юнктури.

Ключові слова: система “стандарт-кост”, метод АВС, ціни на нову продукцію, гнучке управління витратами і прибутком.

О. А. ORLOV

Khmel'nitsky National University

SYSTEM “STANDART-COST” AND METHOD OF ABC. DO THEY WORK OUT OR THE PROBLEMS OF PRICING?

Abstract – On the basis of the conducted analysis proved, that the use of these methods has a limited character of application, and from positions of pricing they are oriented to “expense” approach. The attention that the use of the profit margin is the allocation of fixed costs, income formation, prices and also with respect to the assessment of innovative projects provided a real opportunity for flexible implementation planning in a changing market conditions.

Key words: system “standart-cost”, method of ABC, prices on new products, flexible management by expenses and income.

Вопросами распределения постоянных затрат, расчетами себестоимости и прибыли занимаются многие отечественные и зарубежные экономисты. Более обстоятельно эти проблемы рассматривают специалисты по управленческому учету: А. Апчерч, К. Друри, Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер и Ш. Датар, Р. Каплан, С. Марк-Янг, Э. Аткинсон, Р. Банкер, В. Керимов, О. Волкова, А. Соколов, В. Савчук и др.

Систему “стандарт-кост” излагают в своих работах большинство указанных авторов, правда некоторые из них заменяют этот термин “калькуляцией себестоимости на основе нормативных издержек” [1, с. 638]. Метод АВС тоже излагается в статьях указанных авторов, хотя, на наш взгляд, эти методы являются антиподами и по разному в них решаются проблемы формирования себестоимости продукции и цен на нее.

Наиболее обстоятельно метод АВС изложен в книге Д. Дейли “Эффективное ценообразование – основа конкурентного преимущества” [2].

Существующая на украинских промышленных предприятиях практика сильно отличается от рекомендаций этих ученых. Ни система “стандарт-кост”, ни метод АВС на них практически не используются. В то же время проведенный анализ методов и инструментов рекомендуемых западными учеными для условий рыночной экономики показал, что многие из них имеют весьма ограниченный характер применения, а их использование без учета этих ограничений приводит к получению искаженной информации и, соответственно, принятию ошибочных управленческих решений.

Начнем с системы “стандарт-кост”. Эту систему или ее модификации специалисты управленческого учета предлагают в качестве метода калькулирования. Дело в том, что система “стандарт-кост” – это, по сути, стремление заменить фактическую себестоимость продукции на целесообразную, то – есть, вроде на плановую, но не совсем. В основе системы стандарт-кост лежит предварительное (до начала производственного цикла) нормирование (весьма своеобразное) прямых и накладных затрат. Стремление спрогнозировать и заложить в планы нормы расхода прямых затрат (хорошо бы подкрепленные соответствующими оргтехмероприятиями), а по факту отслеживать и отклонение от этих норм, можно только приветствовать. Что же касается нормирования и установления *твердых ставок* по накладным затратам, то здесь есть большие сомнения.

Распределение накладных затрат по твердым ставкам, рекомендуемое специалистами по управленческому учету, нецелесообразно использовать в планировании и анализе затрат производства. Дело в

том, что “твердые ставки” устанавливаемые на весь планируемый период предполагают распределение накладных затрат независимо от изменения объема производства.

В этой ситуации накладные затраты ведут себя как переменные, то есть не изменяются на единицу продукции при изменении объемов производства.

Между тем, особенность поведения постоянных затрат в том и состоит, что они, оставаясь неизменными в целом по предприятию, при изменении объема производства по конкретным изделиям могут существенно изменяться. Поэтому применение твердых ставок для их распределения будет искажать реальную величину плановой (фактической) себестоимости изделий.

О том, что стабильные ставки распределения накладных затрат искажают сумму реально начисленных затрат, отмечает и А. Апчерч, сторонник “стабильных ставок”. “Если распределенные накладные затраты *превышают* фактические, – отмечает А. Апчерч, – имеет место *избыточное поглощение* накладных затрат. Если распределенные накладные затраты *меньше* фактических, имеет место *недопоглощение* накладных затрат. В обоих случаях накладные затраты, распределенные на калькуляционные единицы отличаются от реального поглощения, что требует корректировки данных на счетах” [3, с. 175].

Ключевой проблемой в системе “стандарт-кост” является контроль за отклонениями. “Главное в стандарт-косте, – отмечает В. Керимов, – контроль за наиболее точным сравнением отклонений от установленных стандартов затрат” [4, с. 208]. Но, продолжает В. Керимов: “При отсутствии такого контроля применение стандарт-коста будет иметь условный характер и не даст должного эффекта” [4, с. 208].

Следует отметить, что система стандарт-кост в зарубежной практике не регулируется нормативными актами, не имеется единой методики установления стандартов, норм и ставок распределения накладных расходов.

Мы далеки от мысли, что специалисты по управленческому учету не понимают, что стабильные ставки искажают реальную себестоимость по видам продукции при расчете плана на полугодие, квартал и месяц. Скорее всего, цель системы стандарт-кост показать стандартную себестоимость изделия в разрезе года, не зависимо от сезонных колебаний объема производства. Более того по мнению специалистов по управленческому учету при использовании “нормативного калькулирования” (система стандарт-кост) нет необходимости рассчитывать фактическую себестоимость продукции, “...так как нормативные издержки представляют собой *будущие* целевые расходы, – утверждает К. Друри, – то для принятия решения они предпочтительнее, чем фактические, но *прошлые* расходы” [1, с. 38]. И потому по мнению Д. Друри, если применяется система калькуляции на основе нормативных издержек (система стандарт-кост), то “существуют убедительные аргументы в пользу того, чтобы не заниматься вычислениями фактической себестоимости продукции, так как в этом случае можно сэкономить достаточно крупные суммы средств...” [1, с. 638].

Кроме того, результаты “нормативного калькулирования” предлагается использовать для формирования цен на продукцию. Однако здесь не все так просто. Дело в том, что, как правило, система стандарт-кост предусматривает распределение между видами продукции только производственных издержек, а для распределения непроизводственных используют произвольные условные методы распределения. Так К. Друри предлагает “непроизводственные издержки” распределять пропорционально “производственным издержкам” [1, с. 91]. А. Апчерч предлагает в качестве базы распределения накладных затрат и “производственные затраты” и “выручку от продаж” [3, с. 187]. Признавая произвольный характер распределения “непроизводственных издержек” К. Друри отмечает, что некоторые организации вообще не распределяют непроизводственные накладные затраты, а вместо этого добавляют определенный процент к себестоимости (или к переменным затратам), чтобы полученная цена обеспечивала устанавливаемую ими для себя рентабельность с учетом непроизводственных накладных расходов [1, с. 91]. То есть это фактически система ценообразования типа “затраты плюс”. К. Друри приводит пример такого расчета, когда к “прямым переменным издержкам” – 200 ф. ст., прибавляет наценку 150 % и получает цену реализации – 500 ф. ст. [1, с. 381]. Аналогичный пример приводит и А. Апчерч, где к полной производственной себестоимости приплюсовывает наценку 25 %, но тут же оговаривает, “...предполагается, что надбавки в 25 % будет достаточно, но неясно, какая часть из этих 25 % идет на покрытие непроизводственных расходов. Поэтому более предпочтительным может оказаться применение полной себестоимости” [3, с. 337]. Основой для расчета цены, по мнению А. Апчерча, могут служить “переменные затраты на единицу продукции”, но при этом “...возникает опасность, что какие-то постоянные расходы не будут учтены, что приведет к убыткам” [3, с. 338].

Основной недостаток такого подхода заключается в отсутствии каких-либо объективных критериев обоснованных размеров таких надбавок (почему 25 %, а не 50 % или даже 150 %). Без определения научно обоснованных критериев установления размеров таких надбавок расчет таким методом теряет экономический смысл. Такой рутинный подход к ценообразованию в условиях все более усложняющейся рыночной конъюнктуры является серьезной угрозой для благополучия предприятия.

В 2009 г. нами было проведено исследование, целью которого было определить – каковы же пределы надбавок и от чего они зависят? Для этого была проанализирована зависимость надбавок в абсолютном выражении (маржинальной прибыли) и в относительном – в процентах к переменным затратам при различных значениях “коэффициента маржинальной прибыли K_{mn} ”. При фиксированной величине переменных затрат оказалось, что с увеличением K_{mn} растет как абсолютная величина надбавок (маржинальная

прибыль), так и ее относительная величина в процентах к переменным затратам. При $K_{mn} = 0,1$ надбавка равна 11,1 %, а при $K_{mn} = 0,6$ она равна 150 %. Причем величина надбавки в процентах к переменным затратам при одинаковых значениях K_{mp} будет одинаковой для всех значений переменных затрат по новой продукции. Большая разница надбавок в процентах к переменным затратам не должна смущать. В любом случае это цена обосновывает “равновыгодность”, которая определяется тем, что по базовому и новому изделиям в основе цены лежит один и тот же коэффициент потенциальной рентабельности K_{mn} [5, с. 10].

Таким образом, вряд ли можно согласиться с утверждением специалистов по управленческому учету, что нормативное калькулирование (система стандарт-кост) дает лучшую основу для определения себестоимости продукции и цены продажи. И дело не только в произвольном установлении надбавок. Суть проблемы заключается в том, что это чисто затратный подход к формированию цен, который, на наш взгляд, уже не отвечает современным реалиям.

К чему может привести использование системы “стандарт-кост” рассмотрим на примере ПАТ “Красиловский машиностроительный завод”. Предприятие с сезонным производством (производство отопительных котлов). Из всего объема производства выберем три изделия, сохранив для них реальные цены, переменные затраты и выделив из общего расчета постоянные затраты. Исходные данные: годовой объем производства изделий “16Е–1200” – 1200 ед.; “30Е” – 250 ед.; “50У” – 50 ед., причем в первом полугодии (зима-весна) планируется продавать соответственно изделия “16Е” – 400 ед.; “30Е” – 80 ед.; “50Е” – 15 ед., а во втором полугодии, соответственно, 800 ед., 170 ед. и 35 ед. Постоянные затраты в первом полугодии 140 тыс. грн, а во втором – 100 тыс. грн (с учетом затрат на освещение и отопление).

Постоянные затраты распределим пропорционально маржинальной прибыли. Из расчета на год (см. табл. 1) они будут равны $K_{\bar{o}} = 240/389,25 = 0,6166$, а $Z_n = 0,3834$.

Осуществим теперь эти расчеты на год и по полугодиям, используя годовую ставку (см. табл. 1). В результате получим одинаковую с годовым расчетом по полугодиям себестоимость, прибыль и рентабельность по изделиям, но при этом в первом полугодии получим недопоглощение постоянных затрат на сумму 60478 грн, а во втором полугодии наоборот избыточное поглощение постоянных затрат на эту же сумму. В результате показатели работы предприятия искажены и естественно не отображают реальные денежные потоки, а самое главное, не дают объективную информацию для принятия управленческих решений. Реально же за показателями прибыли во втором полугодии скрывается кризис наличности. Покажем теперь, используя те же данные, но применяя для расчетов основных показателей *полугодовые ставки* распределения постоянных затрат (см. табл. 2). Для первого полугодия: $K_{\bar{o}} = 140000/128975 = 1,0855$; а $Z_n = -0,0855$; для второго полугодия: $K_{\bar{o}} = 100000/260275 = 0,3842$; $Z_n = 0,6158$.

Реально в первом полугодии в связи с низкими объемами производства, а также увеличением постоянных затрат, предприятие имеет убыток в сумме 11,025 тыс. грн, а не прибыль в размере 49,45 тыс. грн, как это следует при использовании годовых ставок.

В чем преимущество расчета стоимостных показателей исходя из плановых (фактических) ставок (коэффициентов) распределения постоянных затрат отдельно по каждому периоду (полгода, квартал, месяц)?

Во-первых, имеем реальный, а не виртуальный размер стоимостных показателей. Действительно, в первом полугодии – убытки, во втором – прибыль. Во-вторых, эти расчеты позволяют разработать на плановый период реальный прогноз движения денежных средств. Если такая ситуация повторяется, то очевидно стоит предусмотреть резервирование денежных средств со второго полугодия для потребностей первого полугодия. В-третьих, такой подход дает возможность путем анализа принять соответствующие управленческие решения по достижению безубыточности, изменения структуры ассортимента и т.п.

Ничего из перечисленных вариантов управленческих решений в ситуации с годовой ставкой принять нельзя. Нет достоверной информации. Кроме того, в нашем примере в течение года не изменяются цены и переменные затраты. Если снять эти ограничения, то расчеты с использованием годовых ставок распределения накладных затрат еще больше отдалятся от реальной действительности. Наоборот расчеты по квартальным, а лучше по месячным ставкам при распределении постоянных затрат пропорционально маржинальной прибыли снимают эти ограничения при определении как плановых, так и фактических показателей. Для этих расчетов необходимо по каждому плановому (фактическому) периоду иметь информацию о размере накладных затрат, а исходными данными для расчетов являются объем производства в натуральных показателях, цены и размер переменных затрат по конкретным изделиям.

В качестве альтернативы системе “стандарт-кост” (нормативному методу) в конце 80-х годов XX в. появилась система распределения затрат по видам деятельности (метод ABC). В отличие от системы “стандарт-кост” метод ABC при определении себестоимости продукции, а затем и цены (модель АВР) в первую очередь учитывается *объем продаж*. Д. Дейли приводит сравнительный расчет себестоимости единицы продукции с использованием метода ABC и традиционного метода (так Д. Дейли называет систему “стандарт-кост”). В этом расчете себестоимость единицы продукции при традиционном методе учета издержек при изменении объема продаж от 1 тыс. шт. до 1250 тыс. шт. не изменяется и составляет 1,2 дол., а при методе ABC напротив с ростом объема себестоимость единицы изделия снижается от 101 дол. до 1,08 дол. [2, с. 36].

Таблица 1

Распределение накладных затрат с использованием годовой ставки

Наименование изделия	Цена, грн	Количество единиц, шт.	Объем продукции, тыс. грн	Маржинальная прибыль		Переменные затраты, на ед. грн	Постоянные затраты		Прибыль		Полная себестоимость единицы, грн	Рентабельность, дол. ед.	Коэффициент маржинальной прибыли
				на ед. грн	на объем, тыс. грн		на ед. грн	на объем, тыс. грн	на ед. грн	на объем, тыс. грн			
Распределение накладных затрат с использованием годовой ставки (на год)													
16E	1000	1200	1200	285	342	715	75,7	210,8	109,28	131,13	890,7	0,12	0,285
30E	1500	250	375	160	40	1340	98,6	246,6	61,35	15,34	1438,6	0,04	0,107
50E	2200	50	110	145	7,25	2059	89,4	4,47	55,6	2,78	2144,4	0,026	0,066
Сумма			1685		389,27			240		149,25			
Распределение накладных затрат с использованием годовой ставки (по первому полугодю)													
16E	1000	400	400	285	114	715	175,7	70,289	109,28	43,71	890,7	0,12	0,285
30E	1500	80	120	160	12,8	1340	98,65	7,89	61,35	4,91	1438,6	0,04	0,107
50E	2200	15	33	145	2,176	2055	89,4	1,34	55,6	8,33	2144,4	0,026	0,066
-	-	Сумма	553	-	128,975	-	-	79,5	-	49,45	-	-	-
Распределение накладных затрат с использованием годовой ставки (по второму полугодю)													
16E	1000	800	800	285	228	715	175,72	140,58	109,28	87,92	890,7	0,12	0,285
30E	1500	170	255	160	27,2	1340	98,65	16,77	61,38	10,43	1438,6	0,04	0,107
50E	2260	35	77	145	5,07	2055	89,4	3,13	55,6	1,94	2144,4	0,026	0,066
-	-	Сумма	1132	-	260,27	-	-	160,48	-	99,80	-	-	-

Таблица 2

Распределение накладных затрат с использованием полугодовых ставок

Наименование изделия	Цена, грн	Количество единиц, шт.	Объем продукции, тыс. грн	Маржинальная прибыль		Переменные затраты, на ед. грн	Постоянные затраты		Прибыль		Полная себестоимость единицы, грн	Рентабельность, дол. ед.	Коэффициент маржинальной прибыли
				на ед. грн	на объем, тыс. грн		на ед. грн	на объем, тыс. грн	на ед. грн	на объем, тыс. грн			
Распределение накладных затрат с полугодовой ставкой (по первому полугодю)													
16E	1000	400	400	285	114	715	309,36	123,74	-24,36	-9,744	1024,36	-	0,285
30E	1500	80	120	160	12,8	1340	173,68	13,89	-13,68	-1,094	1513,68	-	0,107
50E	2200	15	33	145	2,176	2055	157,39	2,36	-12,39	-1,185	2212,39	-	0,066
Сумма			553	-	128,975	-	-	140	-	-11,025	-	-	-
Распределение накладных затрат с полугодовой ставкой (по второму полугодю)													
16E	1000	800	800	285	228	715	109,5	87,60	175,5	140,40	824,5	0,21	0,285
30E	1500	170	255	160	27,2	1340	61,47	10,45	98,53	16,75	1401,47	0,07	0,107
50E	2200	35	77	145	5,07	2055	55,71	1,95	89,29	3,12	2110,7	0,04	0,066
Сумма			1132	-	260,27	-	-	100	-	160,275	-	-	-

На наш взгляд, Д. Дейли несколько утрирует ситуацию, так как система “стандарт-кост” расчет стандартной себестоимости осуществляет в пределах принятой для расчета “нормальной” или “сметной” мощности и, естественно, если их величины будут больше или меньше, то и себестоимости единицы продукции будут меньше или больше. По мнению Д. Дейли из-за того, что компании не имеют информации по видам продукции рассчитанную с учетом всех издержек в совокупности (включая административные и общехозяйственные издержки) многие из них на практике продают около 20 % своих продуктов по цене не отражающей затрат на их производство [2, с. 187].

Мы в свое время подробно анализировали особенности и недостатки метода ABC [6, с. 7–17]. Отметим здесь, что этот метод по мнению многих его сторонников не лишен субъективности, не обеспечивает распределение всех накладных затрат и очень дорогостоящий. И самое главное на практике не обеспечивает расчет полной себестоимости по видам продукции. Сам Д. Дейли приводит высказывание Гарри Гогинса, менеджера по корпоративным связям в ABC Technologies: “... в 99 случаях из 100 возможности программного продукта по расчету издержек используются для того, чтобы провести анализ издержек за прошлые периоды времени, а не для прогнозирования издержек по новым продуктам в будущем” [2, с. 191].

Собственно это же констатирует и сам Д. Дейли: “Тем не менее многие компании применяют ABC наряду с традиционными методами учета издержек. Причина такого положения кроется в том, что ABC используется в основном для обоснования распределения издержек по видам деятельности. Расчет же полной себестоимости продукта или обслуживание отдельных клиентов пока проводится в рамках традиционного управленческого учета [2, с. 191]. Однако главная цель метода ABC состоит в том, что на его основе была разработана модель цены (ABP).

“Модель ABP, – отмечает Д. Дейли, – имеет то преимущество по сравнению с моделями традиционного ценообразования, что включает анализ полных издержек на производство и реализацию продукции с точки зрения их группировки по видам деятельности [2, с. 191]. Такой подход, при котором не учитывается потребительский спрос, отражает, по сути затратный метод ценообразования.

Авторы одной из работ по активному ценообразованию Р. Долан и Г. Саймон утверждают: “Если при установлении цены исходят из полных затрат, как это часто имеет место на практике, цена определяется постоянными затратами, а это логически неверно. Постоянные затраты не влияют ни на форму кривой прибыли, ни на расположение оптимальной цены: следовательно их не нужно учитывать при определении этой цены” [7, с. 46]. Себестоимость по видам продукции во многом зависит от общего объема производства, структуры ассортимента, величины переменных затрат и в связи с их изменением постоянно изменяется. Это своего рода “бегающая мишень” и только по этой причине (не говоря уже о неадекватном распределении постоянных затрат) не может быть основой для формирования цен на новую продукцию.

Итак, ни система “стандарт-кост”, ни “метод-ABC” главную свою цель – формирования цен на новую продукцию практически не решают. Между тем, учитывая высокую степень неопределенности отношений между субъектами хозяйственных связей, эта проблема становится наиболее сложной для практической деятельности машиностроительных предприятий. Говоря о ценообразовании на новую продукцию в условиях машиностроения следует различать две ситуации в конкретных условиях работы предприятий.

Первая ситуация. Машиностроительное предприятие разрабатывает новую продукцию превосходящую по своим показателям существующие аналоги. Предприятие в этом случае несет большие расходы на проектирование, разработку и освоение производства нового продукта. Речь в этом случае идет о серийном или даже массовом производстве нового продукта в течение ряда лет с учетом его жизненного цикла. При формировании цены изготовитель должен учесть свои затраты на проектирование и освоение продукции и с учетом “ценности” для потребителя согласовать с ним цену. Эта ситуация подробно рассмотрена нами в статье “Проблемы оценки инновационных проектов в машиностроении” [8, с. 43–51]. В ней подробно изложены методы расчета нижнего и верхнего пределов цен, лимитной и продажной цены и метод оценки эффективности проекта. Но к сожалению ситуация с созданием новой продукции существенно отличающейся по своим технико-экономическим показателям и эффективности от существующих аналогов встречается не столь часто. В практике многие машиностроительные предприятия формируют свою производственную программу с учетом разных заказов на изготовление небольшого количества изделий. Причем нередко заказчик предоставляет чертежи этих изделий. Разумеется, заказчик учитывает опыт работы предприятия по изготовлению подобной продукции. Короче речь идет о мелкосерийном, а то и единичном производстве. Задача предприятия состоит в разработке конструкции и технологии изготовления этих заказов, определении затрат на изготовление и согласовании цены с заказчиком.

В этой ситуации ни о системе “стандарт-кост”, ни о “методе ABC” для расчета себестоимости и формирования цены этого заказа речи быть не может. Как правило предприятия пытаются рассчитать прямые затраты (материалы и заработную плату с начислениями) и к их величине приплюсовывают накладные затраты (общепроизводственные, административные и сбытовые). Поскольку, учитывая разновременность получения таких заказов, встроить эти расчеты в систему переменных и постоянных затрат с распределением последних тем или иным методом не удастся, экономисты предприятия чисто произвольно включают их в себестоимость изделий. Разумеется, рассчитанная таким образом себестоимость заказа не отражает величину реальных затрат предприятия по его изготовлению.

Какой же выход? В этой ситуации **нецелесообразно вообще пытаться рассчитывать полную себестоимость изделия с целью обоснования цены.** Работники предприятия принимая заказ на изготовление продукции должны стремиться к тому, чтобы выполнение этого заказа по крайней мере не ухудшило показатели прибыли по сравнению с иной выпускаемой предприятием продукцией. С этой целью следует проанализировать сложившийся на предприятии показатель “коэффициент маржинальной прибыли” по видам выпускаемой продукции и в целом по предприятию. Коэффициент маржинальной прибыли (отношение маржинальной прибыли к цене) отражает потенциальную рентабельность изделия. Для подобных ситуаций цену нового изделия предлагается рассчитывать по формуле:

$$C_n = I_{пер} / (1 - K_{мл}), \quad (1)$$

где $I_{пер}$ – переменные затраты по новой продукции; $K_{мл}$ – коэффициент маржинальной прибыли по виду продукции или в целом по предприятию.

Допустим, что $I_{пер} = 240$ тыс. грн, а $K_{мл} = 0,4$, то $C_n = 240 / (1 - 0,4) = 400$ тыс. грн. Отсюда маржинальная прибыль по новому изделию будет равна: $ПМ = C_n - I_{пер} = 400 - 240 = 160$ тыс. грн, а $K_{мл}$ по

новому изделию соответственно 0,4 (160/400). Таким образом, в цену нового изделия заложен коэффициент маржинальной прибыли в целом по предприятию или по аналогичной группе изделий.

Величину прямых затрат по новой продукции должны представить конструкторы, технологи и нормировщики исходя из проектной трудоемкости и материалоемкости его изготовления.

Использование $K_{мн}$ в этой формуле обеспечивает включение в цену **такой маржинальной прибыли, которая обеспечит покрытие постоянных затрат и формирование прибыли на уровне заменяемой (аналогичной) продукции или в целом по предприятию.**

В расчете $Ц_n$ по предложенной формуле не принимают участие постоянные затраты, то есть это не затратный подход. Однако это не означает, что в $Ц_n$ не учитываются постоянные затраты. Они заложены в маржинальной прибыли изделия. Маржинальная прибыль как в целом по предприятию, так и по отдельным изделиям состоит из постоянных затрат и прибыли. Но как маржинальная прибыль “делится” на постоянные затраты и прибыль, а точнее было бы сказать как маржинальная прибыль покрывает постоянные затраты и формирует прибыль мы сможем определить только после проведения расчетов в целом по предприятию.

С полной уверенностью можно сказать только одно: если предприятие прибыльно (в целом по предприятию маржинальная прибыль больше постоянных затрат), то новое изделие будет обязательно прибыльно и его рентабельность буде на уровне заменяемого (аналогичного) изделия или в целом по предприятию. В то же время следует отметить, что само по себе высокое значение $K_{мп}$ не обязательно обеспечивает высокую прибыль. Все зависит от уровня активности предприятия, то есть величины объема производства. В 2005 году завод “Темп” был убыточным предприятием. Маржинальная прибыль не покрывала даже величину общепроизводственных затрат. Но при этом некоторые изделия имели $K_{мп}$ на уровне 0,68–0,75. В 2014 году ПАТ “Темп” имел высокие показатели по прибыли, хотя некоторые изделия имели $K_{мп}$ на уровне 0,25–0,3. Что это означает? При больших объемах производства с целью увеличения объема заказов предприятие может пойти на снижение $K_{мп}$, но при этом выигрывает на величине маржинальной прибыли и соответственно прибыли.

Предложение использовать коэффициент маржинальной прибыли для расчета цен вовсе не означает, что предприятие должно стремиться устанавливать единый коэффициент для всей продукции. Решение должно приниматься в каждом конкретном случае с учетом общей ситуации сложившейся на предприятии, учетом спроса на продукцию и т.п. Многие зарубежные компании сознательно планируют разную рентабельность по видам продукции. Так компания Xerox продает копируемые аппараты с более низкой прибылью, а контракты на бумагу и копируемые чернила заключает с более высокой прибылью. Фирма Gillete продает бритву с низкой для себя прибылью, а лезвия к ней с более высокой [9, с. 115].

В таблицах 1 и 2 мы привели данные по Красилковскому машиностроительному заводу. Коэффициенты по изделиям “30E” и “50E” очень низкие. Это произошло потому, что цены формировались из расчета полной себестоимости изделий, и при распределении постоянных затрат пропорционально заработной плате оказались убыточными. В нашем расчете при распределении постоянных затрат пропорционально маржинальной прибыли они стали прибыльными, но с очень низким уровнем рентабельности. Пожалуй, лучшим решением было бы или увеличить цены на эти изделия или снять их с производства.

Многие авторы (сторонники системы “стандарт-кост”) демонстрируя методы распределения, чаще всего в качестве базы распределения постоянных затрат используют человеко-часы или машино-часы. Сторонники метода ABC категорически против такого подхода. “В большинстве компаний, – утверждает Д. Дейли, – большая часть накладных издержек не связана с затратами машинного времени и времени рабочих, в то же время традиционные методы учета издержек предполагают наличие такой связи” [2, с. 194].

Возможно, что метод ABC обеспечит более точную себестоимость по видам продукции, но, учитывая его огромную трудоемкость и затратно-емкость можно согласиться с его противниками, которые воспринимают этот метод как “охоту на комара с кувалдой”.

В качестве выводов проанализируем рассматриваемые нами методы и предлагаемые решения с позиций релевантности информации – понятия, характеризующего степень полезности информации для принятия решений. Обычно релевантность информации оценивают по следующим параметрам: точность, своевременность, совместимость (непротиворечивость) и гибкость.

1. Точность. Разумеется, если информация неточная, а тем более искажена, то она вводит в заблуждение и не позволит принять правильное решение. Так распределение постоянных затрат пропорционально машино-часам, прямой зарплате, материальным затратам серьезно искажает реальную себестоимость продукции. Система “стандарт-кост” как раз принимает в расчет эти базы распределения. Кроме того использование так называемой “нормативной мощности” и стабильных годовых ставок не отражает реальные затраты по плановым (отчетным) периодам. Метод ABC претендует на более точную себестоимость продукции, однако сами сторонники этого метода отмечают высокую степень субъективности при выборе носителей затрат, невозможность распределения всех постоянных затрат этим методом.

Распределение постоянных затрат пропорционально маржинальной прибыли, а также покрытие маржинальной прибылью постоянных затрат и формирование прибыли с использованием квартальных и месячных ставок обеспечивают достаточно точную информацию при которой рентабельность изделий коррелирует с потенциальной рентабельностью – коэффициентом маржинальной прибыли.

2. Своєчасність. Даже точная информация, полученная с опозданием, мало пригодна для принятия управленческих решений. Система “стандарт-кост” очевидно отвечает этому требованию, а вот метод ABC нет. Сам процесс внедрения проекта ABC в крупной компании требует в среднем 3,6 года, а в небольшой 2,3 года [2, с. 144]. Метод распределения постоянных затрат пропорционально маржинальной прибыли прост, не требует дополнительных затрат и результаты могут быть получены практически мгновенно.

3. Совместимость (последовательность, непротиворечивость). Противоречивость и непоследовательность системы нормативного калькулирования затрат состоит в том, что целью ее ставится расчет себестоимости продукции с последующим использованием для формирования цены, но система “стандарт-кост” как правило не обеспечивает расчет полной себестоимости продукции, а произвольное определение надбавок не позволяет определить объективную величину цены, даже если за базу ее расчета брать полные затраты на единицу изделия. Использование коэффициента маржинальной прибыли как составного элемента формирования цены противоречит “затратному подходу”, но зато вполне совместим с “ценностным подходом” обоснования цены новой продукции.

4. Гибкость. Система “стандарт-кост” не отвечает этому принципу, поскольку в основе ее лежат неизменные “стандартные” ставки распределения к тому же чаще всего привязанные не к расчетному плановому объему производства, а к так называемой “практической” или “нормальной” мощности. Метод ABC не отвечает требованию гибкости так как излишне усложнен, требует расчета большого количества носителей затрат и самое главное его распространение приводит к практически полному исчезновению концепции маржинального дохода [2, с. 240]. Это обстоятельство значительно снижает ценность и необходимость внедрения метода, т.к. в этом случае предприятия лишаются возможности реализовать на практике гибкое планирование. Между тем использование именно маржинальной прибыли при распределении постоянных затрат, формирования прибыли, цен и, кроме того, при решении вопросов оценки инновационных проектов создает реальную возможность внедрения гибкого планирования в условиях меняющейся рыночной конъюнктуры.

Литература

1. Друри К. Управленческий и производственный учет : учебник / К. Друри ; пер. с англ. – М. : Юнити-Дана, 2002. – 1071 с.
2. Дейли Дж. Эффективное ценообразование – основа конкурентного преимущества / Дж. Дейли ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2004. – 304 с.
3. Апчерч А. Управленческий учет: принципы и практика / А. Апчерч ; пер. с англ. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 952 с.
4. Керимов В. Управленческий учет : учебник / В. Керимов. – М. : Маркетинг, 2001. – 268 с.
5. Орлов О. Анатомия затрат и цен на новую продукцию / О. Орлов // Вісн. Хмельниц. нац. університету. Економічні науки. – 2009. – № 3, т. 1. – С. 7–13.
6. Орлов О. Метод ABC. Мифы и реальность / О. Орлов // Вісн. Хмельниц. нац. університету. Економічні науки. – 2008. – № 4, т. 1. – С. 7–17.
7. Долан Р. Дж. Эффективное ценообразование / Р. Дж. Долан, Г. Саймон. – М. : Экзамен, 2005. – 416 с.
8. Орлов О. Проблемы оценки инновационных проектов в машиностроении / О. Орлов // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 1 (163). – С. 43–51.
9. Хорнгрен Ч. Управленческий учет / Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер, Ш. Датар. – 10-е изд. – СПб. : Питер, 2005. – 1008 с.

References

1. Drury` K. Upravlenchesky`j y` proy`zvodstvennyj uchet : uchebny`k / K. Drury` ; per. s angl. – M. : Yuny`ty`-Dana, 2002. – 1071 s.
2. Dejly` Dzh. Effekty`vnoe cenoobrazovanme – osnova konkurentnogo prey`mushhestva / Dzh. Dejly` ; per. s angl. – M. : Vy`ly`yams, 2004. – 304 s.
3. Apcherch A. Upravlenchesky`j uchet: pry`ncy`ry y` prakty`ka / A. Apcherch ; per. s angl. – M. : Fy`nansy y` staty`sty`ka, 2002. – 952 s.
4. Kery`mov V. Upravlenchesky`j uchet : uchebny`k / V. Kary`mov. – M. : Markety`ng, 2001. – 268 s.
5. Orlov O. Anatomy`ya zatrat y` cen na novuyu produkcy`yu / O. Orlov // Visn. Xmel`ny`cz. nacz. univerty`tetu. Ekonomichni nauky`. – 2009. – # 3, t. 1. – S. 7–13.
6. Orlov O. Metod AVS. My`fy y` real`nost` / O. Orlov // Visn. Xmel`ny`cz. nacz. univerty`tetu. Ekonomichni nauky`. – 2008. – # 4, t. 1. – S. 7–17.
7. Dolan R. Dzh. Effekty`vnoe cenoobrazovany`e / R. Dzh. Dolan, G. Sajmon. – M. : Ekzamen, 2005. – 416 s.
8. Orlov O. Problemy` ocenky` y` nnovacy`onnyh proektov v mashy`nostroeny`y` / O. Orlov // Aktual`ni problemy` ekonomiky`. – 2015. – # 1 (163). – S. 43–51.
9. Xorngren Ch. Upravlenchesky`j uchet / Ch. Xorngren, Dzh. Foster, Sh. Datar. – 10-e y`zd. – SPb. : Py`ter, 2005. – 1008 s.

Надіслана/Written: 15.07.2015 р.
Надійшла/Received: 17.07.2015 р.

УДК 338.1

В. Т. ДЕНИСОВ

Саратовский социально-экономический институт РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Е. С. АВДЕЕВА

Поволжский институт управления им П.А. Столыпина РАНХ и ГС, г. Тольятти, Россия

Л. В. ПАНЮШКИНА

Саратовский социально-экономический институт РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Д. Д. ДЕНИСОВ

Поволжский институт управления им П.А. Столыпина РАНХ и ГС, г. Тольятти, Россия

О МЕЖДУНАРОДНОМ СОТРУДНИЧЕСТВЕ В СОЗДАНИИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ЛЕТАТЕЛЬНЫХ АППАРАТОВ

Рассматриваются основные направления осуществления международного сотрудничества в разработке, производстве и эксплуатации летательных аппаратов, даются рекомендации по их развитию. Для руководителей предприятий, специалистов, студентов, аспирантов.

Ключевые слова: международное сотрудничество, самолеты, вертолеты, комплектация, поставки, инновации.

В. Т. ДЕНИСОВ

Саратовський соціально-економічний інститут РЕУ ім. Г.В. Плеханова, Росія

Е. С. АВДЕЄВА

Поволзький інститут управління ім. П.А. Столипіна РАНХ і ГС, м. Тольятті, Росія

Л. В. ПАНЮШКІНА

Саратовський соціально-економічний інститут РЕУ ім. Г.В. Плеханова, Росія

Д. Д. ДЕНИСОВ

Поволзький інститут управління ім. П.А. Столипіна РАНХ і ГС, м. Тольятті, Росія

ПРО МІЖНАРОДНУ СПІВПРАЦЮ У СТВОРЕННІ ТА ЕКСПЛУАТАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ЛІТАЛЬНИХ АПАРАТІВ

Розглядаються основні напрями здійснення міжнародної співпраці у розробці, виробництві та експлуатації літальних апаратів, даються рекомендації щодо їх розвитку. Зроблено висновок про політичні мотиви щодо призупинення міжнародного співробітництва з Україною у виробництві літальних апаратів і авіакомпонентів. Тим часом, така співпраця, як було зазначено, було б дуже вигідно обом сторонам.

Ключові слова: міжнародне співробітництво, літаки, вертольоти, комплектация, поставки, інновації.

V. T. DENISOV

Saratov state socio-economic university, Russia

E. S. AVDEEVA

Volga Management Institute PA Stolypin Rahn and GS, Toliyatti, Russia

L. V. PANYUSHKINA

Saratov state socio-economic university, Russia

D. D. DENISOV

Volga Management Institute PA Stolypin Rahn and GS, Toliyatti, Russia

THE INTERNATIONAL COOPERATION IN CREATION AND OPERATION OF INNOVATIVE AIRCRAFT

Abstract – The main directions of implementation of the international cooperation in development, production and operation of aircraft are considered, recommendations about their development are made. For heads of the enterprises, experts, students, graduate students.

Key words: international cooperation, planes, helicopters, complete set, deliveries, innovations.

Практика работы предприятий различных отраслей машиностроения развитых стран убедительно доказывает необходимость всемерного расширения международного сотрудничества в разработке, производстве и эксплуатации наукоемкой, высокотехнологичной инновационной продукции. К числу таких отраслей следует отнести авиастроение, предприятия которой осуществляют выпуск гражданских, боевых самолетов и вертолетов, а также изделий двойного применения. Для российских авиастроительных предприятий, на деятельность которых крайне отрицательное влияние оказывают кризисные явления, применение экономических санкций со стороны западных стран и ограничение кредитных возможностей, развитие международного сотрудничества в самолетостроении и вертолетостроении приобретает чрезвычайно важное значение. Это обусловлено тем, что скажем, в гражданском самолетостроении очень велик удельный вес комплектующих изделий, поставленных зарубежными партнерами. Так, например, в изготовлении так и не ставшего прорывным, ближнемагистрального самолета SSJ 100 удельный вес зарубежных комплектующих превышает 70 %. Поставщиками основных систем этого самолета являются компании таких стран: США – авионика THALES; система электроснабжения HAMITON SUNDSTRAND; противопожарная система AUTRONICS (CURTISS WRIGHT); кислородная система и интерьер В/Е AEROSPACE; вспомогательная силовая установка HONEYWELL; колеса, тормоза GOODRICH; датчики вибрации двигателя VIBRO-METER; топливная система INTERTECHNIQUE (ZODIAC). Поставщиком системы управления, системы жизнеобеспечения является компания LIEBHERR (Швейцария). Кресла экипажа предоставляет английская компания IPECO, гидрав-

лическую систему международная корпорация PARKER, а шасси – французская компания MESSIER DOWTY. Кстати говоря, французские компании-партнеры принимают самое активное участие в производстве двигателей SAM-146 для данной машины.

Все отмеченное свидетельствует о высокой зависимости выпуска таких самолетов от деятельности зарубежных поставщиков и от наличия покупателей на них. В минувшем году было выпущено 37 самолетов, а продано только 27. В текущем году ОАК намерена продать в общей сложности 44 этих воздушных судна [1]. Для привлечения покупателей производители SSJ-100 ведут работу, направленную на создание различных модификаций машины. В том числе с дополнительными топливными баками и увеличенной до 8 тыс. километров дальностью полета. Однако, такие летательные аппараты, как и машины в VIP комплектации являются дорогими и спрос на них ограничен, могут производиться только по индивидуальным заказам, что означает небольшие объемы продаж. Сейчас Таиланд заключил контракт с компанией “Гражданские самолеты Сухого” на приобретение трех воздушных судов SSJ-100 в VIP исполнении для нужд королевского двора [2]. И пока больше нет заказов на них.

В целях расширения международного сотрудничества и увеличения объема продаж отмеченных ближнемагистральных самолетов на международном рынке Россия и Индия обсудили возможности развертывания их совместного производства. Отмечено, что самолет может производиться как для нужд российского и индийского рынков, так и для совместного выхода на рынки третьих стран. Мы ранее уже отмечали, что в порядке выполнения соглашения о военно-техническом сотрудничестве с Индией на ее территории на предприятиях компании Hindustan Aeronautics Limited (HAL) осуществляется лицензионное производство самолетов-истребителей Су-30 МКИ. Также выполняется совместное проектирование среднего военно-транспортного самолета, летные испытания которого должны начаться в 2017 году [8]. Развивается сотрудничество в области вертолетостроения. Так, достигнута договоренность о производстве вертолетов двойного назначения на территории Индии с возможностью экспорта продукции в третьи страны. И кроме того стороны договорились о производстве здесь комплектующих для российской военной техники, закупаемой Индией [9]. Помимо этого в рамках работы 20-го заседания Межправительственной Российско-Индийской комиссии по торгово-экономическому, научно-техническому и культурному сотрудничеству было объявлено, что к 2015 году товарооборот двух стран должен существенно вырасти.

В рамках офсетной программы холдинг “Вертолеты России” прорабатывает проект по разработке и организации в Индии сборки адаптированных модификаций вертолета Ка-226Т для гражданского рынка страны. Сейчас рассматриваются вопросы создания медицинской и полицейской версий. Помимо этого, рассматривается поставка и организация производства на территории Индии легких вертолетов Ка-226 [10].

Также была выражена заинтересованность в среднемагистральном воздушном судне МС-21, которое полностью отвечает требованиям индийского рынка как по числу пассажирских мест – 180 пассажиров, так и по дальности полета – до 5000 километров [3]. И надо сказать, что на данный среднемагистральный лайнер, серийное производство которого должно начаться в 2018 г., сформирован портфель заказов на 150 ед. Монтаж линий по сборке этого самолета, изготовленной в Германии, завершится в 2015г. Уровень локализации его с учетом российского двигателя ПД-14 составит 60 % [4]. А это означает необходимость установления жестких кооперационных связей с зарубежными поставщиками по поставкам комплектующих изделий. Несомненным успехом можно считать организацию производства компонентов этого самолета на территории Индонезии.

Следует отметить расширение международного сотрудничества с Китаем в области авиастроения. Так, китайская корпорация авиационной промышленности “Авик” и российская корпорация “Ростех” подписали соглашение о стратегическом сотрудничестве. Причем, это соглашение охватывает сотрудничество сторон в самолетостроении, вертолетостроении, двигателестроении, бортового и радиолокационного оборудования, авиационных материалов. Для обсуждения конкретных проектов будет создана рабочая группа. Характерной особенностью данного соглашения является выделение возможных направлений работы: подготовка и реализация совместных проектов на территории России, Китая и третьих стран, представление дополнительных льгот по гарантийному обслуживанию и обеспечению взаимовыгодных условий послегарантийного обслуживания техники [5].

Подобного рода соглашения позволяют совместно решать сложные проблемы удовлетворения потребностей покупателей в тех или иных летательных аппаратах. По данным специалистов к 2025 г. ожидается рост мировых пассажирских и грузовых перевозок, что обусловит рост спроса на новые воздушные суда в 2,9 раза. И при этом сохранится тенденция увеличения гражданского сегмента относительно военного. Опираясь на опыт предыдущих лет сотрудничества, подписанное соглашение призвано оказать помощь в решении сложных задач, возникающих на международном рынке. Подтверждением тому может служить наше длительное военно-техническое сотрудничество. Начиная с 1992 г. Китай разместил крупный заказ на приобретение самолетов Су-27, а затем было налажено их лицензионное производство. Велась поставка двигателей для истребителя J-10 и многофункционального истребителя-бомбардировщика FC-1.

Следует выделить такой важный аспект международного сотрудничества с Китаем, как представление проекта совместного производства широкофюзеляжного пассажирского дальнемагистрального авиалайнера на 300 мест. Известно, что технологиями производства таких воздушных судов обладают три производителя авиационной техники в мире: американский “Боинг”, европейский “Эрбас” и российские

предприятия, выпускающие самолеты Ил-86 и Ил-96, отличающиеся надежностью в эксплуатации. Выпущенные двигатели Пс-90А, имеющие тягу 16 т, оказались слабыми, и потому лайнер Ил-96 укоротили на 9 м от изначального проекта, и он получил название Ил-96-300. В настоящее время, тягу двигателей ПС-90А-1 довели до 17,4 тонн и появилась возможность вернуть воздушное судно к запроектированной размерности и производить перевозку 435 пассажиров [6]. Однако судно будет оснащаться четырьмя двигателями, что неизбежно ведет к его удорожанию и большим расходам на техническое обслуживание. Между тем, аналогичные машины наших конкурентов оснащаются двумя двигателями, что ведет к сокращению затрат на их производство и эксплуатацию. Поскольку двигателей с тягой в 30 и более тонн нет ни в России, ни в Китае, сейчас обсуждается проект по совместному созданию таких двигателей для широкофюзеляжного пассажирского самолета. Поэтому, поскольку процесс создания двигателей является длительным, придется к 2025 г. выпустить на рынок такого летательного аппарата с двигателями имеющейся размерности [6]. Продолжаются переговоры о возможности приобретения Китаем современных многофункциональных истребителей Су-35.

Успешным надо признать и сотрудничество в области эксплуатации самолетов-амфибий Бе-200. На протяжении 12 лет эти летательные аппараты использовались при тушении пожаров не только в России, но и в Италии, Греции, Португалии, Франции, Азербайджане, США, Венесуэле, Индонезии. При этом Индонезия рассматривает вопрос закупки данных воздушных судов. А на деловом форуме “Аэромарт Тулуза” во Франции обсуждались вопросы не только об установлении новых и развитии старых контактов между европейским, американскими, азиатско-тихоокеанскими авиастроительными предприятиями и продвижении их продукции на мировой рынок, но и вопросы продвижения этих машин в Европу и США в противопожарном варианте. Причем пожарный корпус США (USAFAC) активно лоббирует данную машину. Даже заключено российско-американское соглашения о сотрудничестве в деле продвижения Бе-200 в США. И это не удивительно, поскольку у этого самолета нет равных конкурентов. Он способен забрать на глиссировании с поверхности моря, озера или реки несколько тонн воды за 10–20 секунд и обеспечить до шести сбросов в час.

Помимо сказанного, данное воздушное судно может использоваться при патрулировании водных поверхностей, выполнении поисково-спасательных работ, в борьбе с экологическими нарушениями, осуществлении транспортных и пассажирских перевозок. Тому в немалой степени способствует оснащение его электронным оборудованием и обеспечивающим всепогодность эксплуатации машины. А установленная на самолете тепло-телевизионная аппаратура, в комплексе с радиолокационной станцией, дают возможность осуществлять поиск и обнаружение пострадавших в сложных метеоусловиях [7].

Продолжается международное сотрудничество с Перу по поставкам вертолетной техники. Так, контракт на поставку сюда 24 вертолетов Ми-17Ш и тренажеров для обучения личного состава был подписан корпорацией “Рособоронэкспорт” в декабре 2013 г. Первая партия из четырех машин этого типа была поставлена заказчику в 2014 г., остальные поставки будут осуществляться в 2015 г. Эти вертолеты оснащены новыми системами, повышающими эффективность их боевого применения, комплексом средств защиты основных систем и экипажа машины от поражения. Кроме того, они оснащены радиоэлектронным приборным оборудованием, позволяющим выполнять полеты в сложных метеоусловиях в любое время суток. На их борту могут располагаться до 26 десантников, которые могут быть высажены за 7–8 с, чему способствует оснащение вертолетов сдвижными дверями и электрогидравлический рамкой. В целях углубления сотрудничества в Перу будет создан региональный центр для обслуживания российских вертолетов [11].

Успешно поставляются в страны Латинской Америки и транспортно-боевые вертолеты Ми-35, вооружением которых является двухствольная пушка калибра 23 мм и ракеты различных типов. Такие машины имеют экипажи в составе двух или трех человек и в состоянии перевозить до восьми десантников. При грузоподъемности 2,4 т они развивают скорость до 300 км/час и имеют боевой радиус действия 450 км. Эти вертолеты в количестве 12 единиц получили ВВС Бразилии [12]. И в настоящее время ведутся переговоры о поставках такой авиатехники Пакистану.

Положительным явлением в международном сотрудничестве следует признать заключение контракта на поставку в Таиланд двух дополнительных многоцелевых вертолетов Ми-17В-5 [13].

В заключение с сожалением необходимо отметить, что по политическим мотивам было приостановлено международное сотрудничество с Украиной в производстве летательных аппаратов и авиаконпонентов. Между тем, такое сотрудничество, как мы отмечали, было бы весьма выгодно обеим сторонам [14]. Сеем надеяться, что кооперационные связи между российскими и украинскими партнерами будут восстановлены и это обусловит повышение эффективности их деятельности в производстве авиатехники.

Литература

1. Хазбиев А. Полетное задание ОАК / А. Хазбиев // Эксперт. – 9–15.02.2015. – № 7. – С. 34.
2. Таиланд заказал три самолета Sukhoi Superjet-100 в версии VIP // Авиаинформ. – Янв., 2015. – Вып. № 1 (130). – С. 163.
3. Рогозин Д. Индия заинтересована в совместном производстве Sukhoi Superjet-100 и в эксплуатации Мс-21 / Д. Рогозин // Авиаинформ. – Декаб., 2014. – Вып. № 12 (129). – С. 53.

4. Первый пассажирский самолет Мс-21 будет собран на Иркутском авиазаводе в конце 2015 г. // *Авиаинформ.* – Декаб., 2014. – Вып. № 12 (129). – С. 21–22.
5. “Ростех” и китайская “Авик” договорились о стратегическом сотрудничестве в авиастроении // *Авиаинформ.* – Декаб., 2014. – Вып. № 12 (129). – С. 67–68.
6. Китайские мечты и русский ПИИЦ // *Авиаинформ.* – Декаб., 2014. – Вып. № 12 (129). – С. 112.
7. Птичкин С. Летит, плывет, спасает / С. Птичкин // *Авиаинформ.* – Янв., 2015. – Вып. № 1 (130). – С. 35–37.
8. Денисов В. Т. О производстве и продажах инновационной военной авиатехники на внутреннем и международном рынках / В. Т. Денисов, Л. В. Панюшкина, Д. Д. Денисов // *Инновационная деятельность.* – 2013. – № 4 (27). – С. 23–30.
9. Москва и Нью-Дели договорились о производстве вертолетов в Индии // *Авиаинформ.* – Янв., 2015. – Вып. № 1 (130). – С. 42.
10. “Вертолеты России” прорабатывают проект по разработке и организации в Индии сборки вертолетов Ка-226Т // *Авиаинформ.* – Декаб., 2014. – Вып. № 12 (129). – С. 53.
11. Первая партия вертолетов Ми-17Ш будет поставлена в Перу до конца года // *Авиаинформ.* – Декаб., 2014. – Вып. № 12 (129). – С. 165.
12. Россия завершила поставку вертолетов Ми-35 Бразилии // *Авиаинформ.* – Янв., 2015. – Вып. № 1 (130). – С. 165.
13. Казанский вертолетный завод изготовит для Таиланда еще два вертолета Ми-17 // *Авиаинформ.* – Янв., 2015. – Вып. № 1 (130). – С. 169.
14. Денисов В. Т. О производственной кооперации с Украиной в пассажирском и транспорте самолетостроении / В. Т. Денисов, Л. В. Панюшкина, Д. Д. Денисов // *Вестник экономической науки Украины.* – 2014. – № 1 (25). – С. 27–31.

References

1. Hazby`ev A. Poletnoe zadany`e OAK / A. Hazby`ev // *Эксперт* #7. – 09-15.02.2015. – S. 34.
2. Tay`land zakazal try` samoleta Sukhoi Superjet-100 v versy`y` VIP // *Avy`ay`nform.* Выпуск #1 (130). Yanvar`. – 2015. – S. 163.
3. Rogozy`n D. Y`ndy`ya zay`nteresovana v sovместnom proy`zvodstve Sukhoi Superjet-100 y` v ekspluatatsy`y` Ms-21 / D. Rogozy`n // *Avy`ay`nform.* Выпуск. – #12 (129). – Dekabr`. 2014. – S. 53.
4. Pervyy` passazhy`rsky`j samolet Ms-21 budet собран na Y`rkutskom avy`azavode v konce 2015g. // *Tam zhe,* s. 21–22.
5. “Rostex” y` ky`tajskaya “Avy`k” dogovory`ly`s` o strategy`cheskom sotrudny`chestve v avy`astroeny`y` // *Tam zhe.* – s. 67–68.
6. Ky`tajsky`e mechty y` russky`j PY`NCz // *Tam zhe,* s. 112.
7. Pty`chky`n S. Lety`t, plyvet, spasaet // *Avy`ay`nform.* Выпуск #1 (130). Yanvar`. 2015. – S. 35–37.
8. Deny`sov V. T. O proy`zvodstve y` prodazhax y`nnovacy`onnoj voennoj avy`atexny`ky` na vnutrennem y` mezhdunarodnom rыnках / V. T. Deny`sov, L. V. Panyushky`na, D. D. Deny`sov // *Y`nnovacy`onnaya deyatel`nost`* # 4 (27). – 2013. – S. 23–30.
9. Moskva y` N`yu-Dely` dogovory`ly`s` o proy`zvodstve vertoletov v Y`ndy`y` // *Avy`ay`nform.* Выпуск # 1 (130). Yanvar`. – 2015. – S. 42.
10. “Vertolety Rossy`y`” prorabatyvayut proekt po razrabotke y` organy`zatsy`y` v Y`ndy`y` sborky` vertoletov Ka-226T // *Avy`ay`nform.* Выпуск #12 (129). – Dekabr`. 2014. – S. 53.
11. Pervaya party`ya vertoletov My`-17Sh budet postavlena v Peru do koncza gody` // *Tam zhe.* – S. 165.
12. Rossy`ya zavershy`la postavku vertoletov My`-35 Brazyl`y`y` // *Avy`ay`nform.* Выпуск #1 (130). – Yanvar`. 2015. – S. 165.
13. Kazansky`j vertoletny`j zavod y`zgotovy`t dlya Tay`landa eshhe dva vertoleta My`-17 // *Tam zhe,* s. 169.
14. Deny`sov V. T. O proy`zvodstvennoj kooperacy`y` s Ukray`noj v passazhy`rskom y` transportom samoletostroeny`y` / V. T. Deny`sov, L. V. Panyushky`na, D. D. Deny`sov // *Vestny`k ekonomy`cheskoj nauky` Ukray`ny.* # 1 (25) 2014. – S. 27–31.

Надіслана/Written: 19.07.2015 р.
 Надійшла/Received: 22.07.2015 р.
 Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

УДК 336.5.02:338:512

Г. В. КОЗАЧЕНКО, Ю. С. ПОГОРЕЛОВ
Полтавський національний технічний університет ім. Ю. Кондратюка**ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ЗАТРАТАМИ: ПРИНЦИПОВІ ПІДХОДИ**

Розглянуто зміст методів управління затратами підприємства. Надано загальну характеристику таких методів. Розглянуто функції управління затратами підприємства. Надано принципові підходи до реалізації функцій управління затратами підприємства при використанні методів управління затратами підприємства.

Ключові слова: затрати, підприємство, управління, методи, функції.

A. V. KOZACHENKO, Y. POGORELOV
Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University**USING THE METHODS OF COST MANAGEMENT: BASIC APPROACHES**

Abstract – The content management costs of the company. Provided overall harakteryys-tic such methods. The functions of enterprise cost management. Provided basic approaches to implementing enterprise cost management functions using the methods of cost management company. The conclusion about what should be the range of work in the implementation of various management costs.

Key words: cost, enterprise management, methods, functions.

A. V. KOZACHENKO, Ю. С. ПОГОРЕЛОВ
Полтавський національний технічний університет ім. Ю. Кондратюка**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ: ПРИНЦИПИАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ**

Рассмотрено содержание методов управления затратами предприятия. Предоставлено общую характерис тике таких методов. Рассмотрены функции управления затратами предприятия. Предоставлено принципиальные подходы к реализации функций управления затратами предприятия при использовании методов управления затратами предприятия. Сделан вывод о том, каким должен быть круг работ при реализации тех или иных методов управления затратами.

Ключевые слова: затраты, предприятие, управление, методы, функции.

Постановка проблеми. Затрати підприємства завжди є об'єктом управління, адже затрати, характеризуючи трансформацію ресурсів і грошові платежі, неминуче виникають у ході нормальної діяльності підприємства. Величина затрат підприємства визначає його прибуток, ефективність діяльності, спроможність до розвитку і забезпечення економічної безпеки.

Результативність управління затратами формується під впливом низки чинників. Серед них поки ще мало дослідженим є вплив використовуваної методології управління затратами, у якій важливе місце посідають методи управління затратами.

Аналіз досліджень та публікацій. Методи управління затратами сьогодні відомі (табл. 1) [4, с. 46–47].

Таблиця 1

Зміст та умови застосування методів управління затратами

Метод	Сутність методу	Умови застосування методу
Директ-костинг	Постійні накладні витрати не включаються в собівартість продукції, а відносяться безпосередньо на рахунок прибутків і збитків у тім періоді, коли вони відбулися	Поділ витрат на перемінні і постійні
Абзорпшн-костинг	У собівартість продукції включаються усі витрати (у тому числі й накладні)	Використання методів розподілу накладних витрат, що дозволяють найбільше точно установити величину накладних витрат, які включаються в собівартість одиниці продукції
Стандарт-кост	Для кожного виду витрат (матеріальних, трудових та інших) визначаються обґрунтовані норми витрат (стандарти) ресурсу на одиницю продукції. Витрати ресурсів за нормами і відхилення від норм споживання ресурсів враховуються окремо	Наявність системи стандартів (норм і нормативів)

Метод	Сутність методу	Умови застосування методу
СVP-аналіз (аналіз точки беззбитковості)	Ґрунтується на зіставленні трьох величин – витрат підприємства, доходу від реалізації й одержуваного прибутку, співвідношення яких дозволяє визначити виторг від реалізації (обсяг реалізації), що при відомих величинах постійних витрат підприємства і перемінних витрат на одиницю продукції забезпечить беззбитковість діяльності або запланований фінансовий результат	Дотримання системи допущень (незмінність ціни; поділ витрат на перемінні і постійні; відсутність відхилення фактичних постійних і перемінних витрат від планових). Для графічного рішення кількість видів продукції не повинне перевищувати 3–4
Метод ABC	Діяльність підприємства розглядається у виді процесів або робочих операцій. Сума витрат підприємства протягом періоду або витрат на певний вид продукції визначається на підставі витрат на здійснення сукупності відповідних процесів і операцій	Виділення видів діяльності й операцій за ними. Розширення існуючої системи бухгалтерського обліку. Додаткове навчання персоналу
Таргет-костинг	На підставі заданої ціни реалізації виробу і бажаної величини прибули встановлюється цільова собівартість, що надалі забезпечується зусиллями всіх служб підприємства. Забезпечує цільову собівартість на стадії планування продукції. Є інструментом стратегічного управління витратами	Тісна горизонтальна взаємодія між функціональними підрозділами підприємства. Постійне застосування. Організація постійного контролю рівня витрат. Надійність маркетингових прогнозів і правильне позиціонування підприємства на ринку
Кайзен-костинг	Передбачає не досягнення певної величини витрат, а постійне, безупинне і всеохоплююче їх зниження. Забезпечує цільову собівартість у процесі виробництва продукції. Використовується переважно в оперативному управлінні витратами і контролі за їхнім рівнем	Постійне застосування. Проведення безупинних, відносно невеликих удосконалень виробничих процесів, здатних у сукупності дати значний результат. Залучення всіх співробітників у безупинне удосконалення якості діяльності і створення необхідної системи мотивації
Бенчмаркінг витрат	Припускає порівняння стану управління витратами на підприємстві з підприємствами-лідерами з метою подальшого прийняття рішень в області управління витратами	Правильний вибір підприємства-еталона. Наявність повної і достовірної інформації про еталонні результати і методи їхнього досягнення
Кост-кілінг	Спрямований на максимальне зниження витрат у найкоротший термін без збитку для діяльності підприємства і перспектив його розвитку. Використовується в антикризовому менеджменті й управлінні конкурентоспроможністю	Наявність повної і достовірної інформації про стан витрат на підприємстві. Прагнення керівництва підприємства до зниження витрат. Певним чином побудована система мотивації персоналу
LCC-аналіз	Витрати визначаються на виробництво і продаж конкретного продукту протягом усього його життєвого циклу і надалі зіставляються з відповідними доходами. Застосовується в стратегічному управлінні витратами	Наявність точних і детальних маркетингових описів стану ринку і позиціонування продукції або послуг підприємства. Чітка ідентифікація етапів життєвого циклу продукту
Метод VCC	Розглядає ланцюжок споживчої вартості і передбачає в тому числі аналіз витрат, що знаходяться поза сферою прямого впливу підприємства. Застосовується в стратегічному управлінні витратами	Відповідність стратегічного позиціонування підприємства особливостям діяльності підприємства і сформованій кон'юнктурі ринку. Повне знання кон'юнктури ринку, внутрішніх процесів підприємства, повне уявлення про діяльність суб'єктів, що хазяюють, взаємодіючих з підприємством

Методи управління затратами докладно описано у сучасній, у томі числі вітчизняній науковій літературі [1–7]. Проте щодо застосування цих методів (вихідна інформація, виконувані розрахунки, формат надання їхніх результатів, взаємозв'язок показників тощо) публікацій значно менше. Тому з урахуванням практично ключової ролі затрат у формуванні результатів діяльності підприємства необхідно імплементувати надані у табл. 1 методи управління затратами до управління затратами підприємства. Зрозуміло, що у межах однієї статті виконати поставлене завдання неможливо, розглянемо принципові підходи до використання методів управління затратами підприємства.

Метою статті є розгляд особливостей застосування методів управління затратами при використанні функціонального підходу до управлінських затрат.

Виклад основного матеріалу. Форма використання методів управління затратами підприємства залежить від вибраного методологічного підходу. Переважно в управлінні затратами підприємства використовується функціональний підхід, інші основні методологічні підходи (системний, процесний та ситуа-

ційний) зустрічаються значно рідше. Незважаючи на критику (і в окремих аспектах справедливо) функціонального підходу до управління підприємством, в управлінні затратами від нього поки ще не відмовилася переважна частина вітчизняних підприємств. Отже, виходячи з потреб практики управління, доцільно розглянути використання методів управління затратами підприємства саме в межах функціонального підходу.

За функціональним підходом управління затратами здійснюється шляхом спільної реалізації сукупності функцій управління. Функція управління затратами розглядається як і будь-яка інша функція менеджменту – як сукупність дій та операцій, що здійснює менеджмент організації з метою узгодження спільної діяльності працівників у процесі досягнення цілей організації (або підприємства) [8, с. 205].

Внаслідок особливостей затрат як об'єкта управління [4, с. 205] функції управління затратами реалізуються циклічно, а у низці випадків – паралельно. За результатами узагальнення наявних точок зору щодо функцій управління затратами в різних системах управління представляється можливим виділити такі функції в управлінні затратами: прогнозування, планування, нормування, організація, облік, регулювання, координація, калькулювання собівартості зробленої і реалізованої продукції, економічний аналіз, контроль, стимулювання зниження витрат. Усі функції управління затратами перераховані в логічному і хронологічному порядку. Розуміння змісту функцій управління затратами підприємства (табл. 2) дозволяє забезпечити найбільш повну їхню реалізацію, встановити їхні взаємозв'язки і забезпечити погодженість у ході послідовної реалізації управління затратами підприємства шляхом виконання його функцій.

Таблиця 2

Зміст функцій управління затратами підприємства

Функція	Характеристика
Прогнозування	Визначенні ймовірного стану неконтрольованих об'єктів та чинників зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, що впливають на формування затрат
Планування	Розподіл ресурсів підприємства по окремих задачах з метою досягнення поставленої мети
Нормування	Процес науково обґрунтованого розрахунку норм і нормативів, спрямованих на забезпечення ефективного використання усіх видів ресурсів і пошук шляхів найбільш продуктивного перетворення витрат у випуск продукції
Організація	Розподіл повноважень, задач і обов'язків у формуванні затрат
Облік	Визначення складу і розміру затрат по видах, групах виробів, окремих виробках, замовленнях, підрозділах підприємства у межах бухгалтерського обліку, регламентованого законодавчо, і в межах внутрішнього виробничого або управлінського обліку з метою накопичення інформації про затрати у розрізі різноманітних критеріїв відповідно до потреб управління
Регулювання	Поточне усунення недоліків, відхилень і порушень у формуванні виникаючих затрат відповідно до встановлених критеріїв прийняття рішень і затвердженого бюджету затрат
Координація	Забезпечення погодженості прийнятих рішень і реалізованих процесів формування затрат
Калькулювання собівартості	Отримання величини собівартості виробленої та реалізованої продукції, підсумкового показника витрат підприємства, який у подальшому використовується як в управлінні затратами, так і в інших сферах управління на підприємстві
Аналіз	Встановлення стохастичних та факторних залежностей між вихідними та результуючими показниками, що мають відношення до формування витрат, виявлення причин відхилень фактичних величини затрат від планових або нормативних
Контроль	Виявлення відповідності фактичного результату у формуванні затрат плановому й надання управлінського впливу на процеси, що формують затрати
Стимулювання зменшення затрат	Стимулювання мінімізації затрат при досягненні планового результату або максимізація результату при орієнтації на планові затрати

Для реалізації функцій управління затратами підприємства у сучасній економічній науці використовуються різноманітні методи (див. табл. 1). Використання кожного з методів управління затратами зумовлює специфіку реалізації функцій управління затратами. Покажемо цю специфіку на прикладі найважливіших (або функцій першого порядку) функцій управління затратами – планування, облік, аналіз та організація (табл. 3).

Таблиця 3

Специфіка реалізації основних функцій управління затратами при використанні методів управління затратами

Основні функції управління затратами			
Планування	Облік	Аналіз	Організація
<i>Директ-костинг</i>			
Визначення величини прямих затрат, розрахунок калькуляцій на планово-облікову одиницю за прямими затратами. Використання переважно котлового методу планування накладних затрат	Відокремлений облік прямих та накладних затрат підприємства	Аналіз дотримання норм витрат ресурсів за прямими затратами	Наявність кількох центрів первинного обліку затрат (окремо прямих та накладних)

Основні функції управління затратами			
Планування	Облік	Аналіз	Організація
Абзорпши-костинг			
Розподіл накладних затрат для досягнення встановленої мети (найточніша величина накладних витрат, які включаються в собівартість планово-облікової одиниці, забезпечення конкурентоспроможної ціни тощо)	Виконання процедури розподілу накладних затрат підприємства	Аналіз досягнення встановленої мети (найточніша величина накладних витрат, які включаються в собівартість планово-облікової одиниці, забезпечення конкурентоспроможної ціни тощо)	Вибір та обґрунтування методу розподілу затрат (особливо для спільних та взаємних затрат)
Стандарт-кост			
Використання для кожного виду ресурсів (матеріальних, трудових та ін.) норм витрат ресурсу на одиницю продукції. Витрати ресурсів за нормами і відхилення від норм споживання ресурсів враховуються окремо	Окреме обліковування витрат ресурсів за нормами та відхилень від норм	Аналіз величини та причин відхилень витрат ресурсів від норм	Організація визначення норм витрат ресурсів на одиницю продукції та нормативів затрат, організація паралельного обліку витрат ресурсів за нормами та відхилень від них
CVP-аналіз (аналіз точки безбитковості)			
Сценарне планування обсягів реалізації продукції, необхідних для досягнення точки безбитковості та величини планового прибутку. Розрахунок операційного левериджу, розрахунок запасу міцності та маржі реалізації	Накопичення інформації крім традиційних рахунків у розрізі постійних та змінних затрат	Аналіз впливу величини змінних та постійних затрат на динаміку точки безбитковості. Сценарний аналіз можливостей підприємства щодо зсуву точки безбитковості за рахунок зміни прямих і накладних затрат	Використання методів встановлення постійних та змінних затрат
Метод ABC			
Планування затрат підприємства у розрізі окремих процесів та операцій	Облік затрат підприємства та його фінансових результатів за окремими процесами в діяльності підприємства	Аналіз затрат підприємства, зіставлення фактичних та планових затрат підприємства за окремими процесами та операціями	Виділення окремих процесів та операцій в діяльності підприємства, організація обліку за окремими процесами та операціями
Таргет-костинг			
Цільове планування собівартості продукції підприємства та повних затрат	Облік не має специфічних властивостей	Докладний та ретельний аналіз чинників, які впливають на формування собівартості продукції підприємства та повних затрат. Докладний аналіз причин, які призвели до перебільшення фактичних затрат над плановими	Акцент на розробленні та впровадженні заходів щодо досягнення цільового рівня собівартості продукції та повних затрат підприємства
Кайзен-костинг			
Акцент не стільки на розмірі затрат, скільки на плануванні заходів постійного удосконалення діяльності підприємства та зменшення його затрат	Облік не має специфічних властивостей	Аналіз (часто за допомогою спеціальних інструментів, наприклад "скелета риби") чинників, які впливають на формування затрат підприємства, виділення тих чинників, що можуть бути покращені, визначення заходів, які дозволяють покращити вплив чинників на формування затрат підприємства	Акцент на безупинному розробленні та впровадженні заходів щодо постійного удосконалення діяльності підприємства та зменшення його затрат

Основні функції управління затратами			
Планування	Облік	Аналіз	Організація
Бенчмаркінг витрат			
Визначення порядку порівняння показників затрат підприємства за визначеними об'єктами з їх еталонними значеннями, визначення міри покращання показників та процесів в діяльності підприємства	Багатооб'єктне накопичення інформації про затрати підприємства у розрізі видів продукції, видів діяльності, центрів відповідальності тощо	Порівняння затрат підприємства за окремими об'єктами затрат з еталонними, нормативними значеннями або значеннями конкурентів. Встановлення окремих складників затрат. Визначення процесів діяльності підприємства, які потребують покращання	Визначення еталонів для порівняння показників діяльності підприємства, визначення ключових процесів та показників діяльності підприємства, які потребують покращання
Кост-кілінг			
Активне вирішення тих видів та об'єктів затрат, що можуть бути скорочені без загрози для основної діяльності підприємства	Облік не має специфічних властивостей	Аналіз динаміки затрат підприємства, встановлення зв'язку окремих видів затрат, об'єктів та драйверів таких затрат з основною діяльністю підприємства. Сценарний аналіз можливості продовження діяльності підприємства у разі одномоментного скорочення таких затрат	Різке скорочення затрат підприємства за рахунок скорочення підрозділів та відмови від видів діяльності, які не є прямими пов'язаними з формуванням основного результату діяльності підприємства
LCC-аналіз			
Врахування етапів життєвого циклу та їхньої тривалості для визначення планового обсягу затрат та динаміки їхнього накопичення	Відмова від принципу періодизації обліку та закріпленого періоду фінансової звітності; накопичення інформації стосовно затрат підприємства за окремими етапами життєвого циклу, пов'язування затрат підприємства з доходами за окремими етапами життєвого циклу, розрахунок фінансового результату за життєвим циклом в цілому	Зіставлення доходів та затрат підприємства за окремими етапами життєвого циклу продукції; ідентифікація типових траєкторій фінансового результату ("ключка", "сигмоїдна крива" тощо); ідентифікація типового або нетипового характеру траєкторії фінансового результату підприємства	Ідентифікація окремих етапів життєвого циклу, формування управлінських дій та облікових процедур за окремими етапами життєвого циклу
Метод VCC			
Бюджетування затрат підприємства за окремими етапами ланцюжка споживчої вартості підприємства, побудова ланцюжка споживчої вартості на майбутні або модельовані процеси в діяльності підприємства	Накопичення інформації про затрати підприємства та отримуваний економічний ефект за окремими етапами ланцюжка споживчої вартості, накопичення в управлінському обліку інших параметрів окремих етапів ланцюжка споживчої вартості (наприклад, часу)	Ідентифікація відхилень фактичних показників від планових за окремими елементами ланцюжка споживчої вартості, аналіз можливості рекомбінування ланцюжку споживчої вартості поелементно, аналіз субституційності елементів за параметрами	Вирішення окремих етапів ланцюжка споживчої вартості та встановлення кількісних показників, які характеризують такі етапи. Рекомбінування складників ланцюжка споживчої вартості

Висновки. Зрозуміло, що дані таблиці лише закладають напрями подальших досліджень щодо реалізації функцій в управлінні затратами при реалізації тих чи інших методів управління затратами. Але аналіз змісту таблиці дозволяє дійти попереднього висновку про обсяг робіт, які мають бути виконані реалізації функцій в управлінні затратами при реалізації тих чи інших методів управління затратами.

Література

1. Асеева А. А. Теоретико-методологические подходы к управлению затратами производства / А. А. Асеева, Ю. Л. Петрачкова // Вестн. Курс. гос. с.-х. академии. – Курск : КГСА, 2014. – Вып. 9. – С. 72–78.
2. Ерижев М. К. Сравнительный анализ основных подходов к управлению затратами современной компании / М. К. Ерижев // Финансовые и бухгалтерские консультации. – 2007. – № 10. – С. 18–25.

3. Злобина Н. В. Теория и методология управления стратегическими затратами в системе менеджмента качества организации : монография / Н. В. Злобина. – Тамбов : Изд-во ГОУ ВПО ТГТУ, 2011. – 124 с.
4. Козаченко Г. В. Управління затратами підприємства : монографія / Г. В. Козаченко, Ю. С. Погорелов, Г. А. Макухін. – К. : Либра, 2007. – 320 с.
5. Маняева В. А. ABC-метод – информационная система стратегического управленческого учета расходов по видам деятельности / В. А. Маняева // Международный бухгалтерский учет. – 2011. – № 2. – С. 87–92.
6. Нуныян О. А. Методы учета и управления затратами предприятия / О. А. Нуныян, Л. А. Толстолева // Экономика и современный менеджмент: теория и практика : сб. ст. по материалам XXXII Междунар. научно-практ. конф. 4 декаб. 2013 г. – Новосибирск : НГУ, 2013. – С. 56–61.
7. Усатова Л. В. Организация современного управленческого учета на промышленном предприятии с применением зарубежных методик учета затрат / Л. В. Усатова // Управленческий учет. – 2008. – № 7. – С. 98–102.
8. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник / Ф. І. Хміль. – К. : Академвидав, 2003. – 608 с.

References

1. Aseeva A. A. Teorety`ko-metodology`chesky`e podhody k upravleny`yu zatratamy` proy`zvodstva / A. A. Aseeva, Yu. L. Petrachkova // Vestny`k Kurskoj gosudarstvennoj sel`skoxozyajstvennoj akademyy`. – Kursk : KGSA, 2014. – Выр. 9. – С. 72–78.
2. Ery`zhev M. K. Sravny`tel`nyj analy`z osnovny`x podhodom k upravleny`yu zatratamy` sovremennoj kompanyy` / M. K. Ery`zhev // Fy`nansovy`e y` buxgaltersky`e konsul`tacy`y`. – 2007. – # 10. – С. 18–25.
3. Zloby`na N. V. Teory`ya y` metodology`ya upravleny`ya strategy`chesky`my` zatratamy` v sy`steme menedzhmenta ka-chestva organy`zacy`y` : monografy`ya / N. V. Zloby`na. – Tambov : Y`zd-vo GOU VPO TGTU, 2011. – 124 s.
4. Kozachenko G. V. Upravlinny`ya zatratamy` pidpry`emstva : monografiya / G. V. Kozachenko, Yu. S. Pogorelov, G. A. Makuxin. – K. : Ly`bra, 2007. – 320 s.
5. Many`yeva V. A. ABC-metod – y`nformacy`onnaya sy`stema strategy`cheskogo upravlencheskogo ucheta rasxodov po vy`dam deyatel`nosty` / V. A. Many`yeva // Mezhdunarodnyj buxgaltersky`j uchet. – 2011. – № 2. – С. 87–92.
6. Nunyan O. A. Metody ucheta y` upravleny`ya zatratamy` predpry`yaty`ya / O. A. Nunyan, L. A. Tolstoлева // Ekonomyy`ka y` sovremennyy` menedzhment: teory`ya y` prakty`ka : sb. statej po matery`alam XXXII Mezhdunar. nauchno-prakt. konfer. 4 dekabrya 2013 g. – Novosy`by`rsk : NGU, 2013. – С. 56–61.
7. Usatova L. V. Organy`zacy`ya sovremennogo upravlencheskogo ucheta na promyshlennom predpry`yaty`y` s pry`-meneny`em zarubezhny`x metody`k ucheta zatrat / L. V. Usatova // Upravlenchesky`j uchet. – 2008. – № 7. – С. 98–102.
8. Xmil` F. I. Osnovy` menedzhmentu : Pidruchny`k / F. I. Xmil`. – K. : Akademvy`dav, 2003. – 608 s.

Надіслана/Written: 15.07.2015 р.
Надійшла/Received: 17.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто основні напрями удосконалення системи управління витратами на підприємствах. Вони розглянуті з урахуванням існуючих проблем формування витрат, їх оперативного обліку та план – фактичного контролю. Запропоновано механізм підтримки нормативів виробничих витрат у актуальному стані шляхом їх поточного коректування з урахуванням змін цінової кон'юнктури, що відбуваються в зовнішньому середовищі й усередині підприємства.

Ключові слова: управління, система, управління витратами, витрати, механізм поточного коректування виробничих витрат.

O. V. KOVALENKO, J. V. ANDREEVA, A. M. KOLOSOV
ZSEA “Zaporizhzhya State Engineering Academy”

IMPROVEMENT OF MANAGEMENT COST INDUSTRIAL ENTERPRISES

Abstract – In the article are considered the main direction the improvement of the system of the operation of the expenses of enterprises. They are considered with taking in to account of existing problems forming of expenses, there operative consideration and the plan of the actual control. The mechanism of support of norms of productive charges is offered in the actual state by a way them current adjustment taking into account the changes of the price state of affairs, that take place in an environment and into an enterprise.

Key words: management, system, management, charges, mechanism of current adjustment of productive charges, charges.

O. B. KOVALENKO, A. N. KOLOSOV, Ю. В. АНДРЕЄВА
ЗГИА “Запорожская государственная инженерная академия”

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрены основные направления совершенствования системы управления затратами на предприятиях. Они рассмотрены с учетом существующих проблем формирования расходов, их оперативного учета и план - фактического контроля. Предложен механизм поддержки нормативов производственных расходов в актуальном состоянии путем их текущей корректировки с учетом изменений ценовой конъюнктуры, которые происходят во внешней среде и внутри предприятия.

Ключевые слова: управление, система, управление расходами, расходы, механизм текущей корректировки производственных расходов.

Постановка проблеми. В умовах формування ринкових відносин в Україні здійснюється безперервний пошук і використання найбільш раціональних і ефективних форм і методів управління витратами. В системі управління витратами значне місце посідає вибір методу розроблення калькуляції, за допомогою якого господарюючий суб'єкт розподіляє витрати, аналізує їх вплив на результати господарської діяльності, а також формує ціну та визначає цінову політику підприємства.

Аналіз витрат допомагає з'ясувати їхню ефективність, встановити, чи не будуть вони надмірними, перевірити якісні показники роботи, правильно встановити ціни, регулювати і контролювати витрати, планувати рівень прибутку і рентабельності виробництва.

На сучасному етапі процеси управління виробничими витратами на вітчизняних промислових підприємствах у більшості випадків не повністю відповідають вимогам системності, гнучкості, динамічності. На тлі значного інтересу до впровадження методів управління витратами виробництва є ряд проблем теоретико-методологічного та методичного характеру, наявність яких значною мірою пояснюється такими обставинами: відсутністю належної уваги до аналізу зовнішнього середовища бізнесу при структуруванні процесів управління виробничими витратами, труднощами при виборі методів управління витратами та реалізації цих методів, недостатня розробленість критеріїв оцінки ефективності управління витратами виробництва. Все це потребує розробки комплексного методологічного підходу до вдосконалення управління витратами.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанню управління витратами приділялось багато уваги [1–5]. Залежно від спрямованості досліджень науковці по-різному розглядають процеси управління витратами підприємства. Давидович І. придержується думки, що “по-перше процес управління витратами має на меті виявити, як саме сформувалась собівартість, які чинники мали на неї позитивний, а які – негативний вплив. А по-друге, процес управління витратами має бути спрямований на прогнозування можливої величини витрат, максимально точне передбачення їх рівня та поточне оперативне втручання у діяльність підприємства у разі виявлення відхилень від наперед визначеного бажаного стану” [6, с. 282]. Вагомий внесок у дослідження проблеми систем управління витратами в різних галузях економіки зробили вітчизняні вчені О.І. Маслак, А.В. Череп, Ю.М. Великий, С.Ф. Голов, Т.П. Карпова, О.С. Попов.

Вважаємо, що кожний напрям наукової думки є виправданим і науково обґрунтованим. Метою статті є узагальнення підходів щодо визначення функцій і завдань системи управління витратами та розробка інструментів щодо їх вирішення.

Метою статті є визначення та обґрунтування існуючої системи управління витратами на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Термін “витрати” нерідко вживається вченими – економістам, бухгалтерами, контролерами-ревізорами, аудиторами. В економічних науках це одне із найважливіших значень, навколо якого ґрунтуються інші поняття, адже однозначне трактування терміна “витрати”, визначення сфер його застосування в науці та практиці має непересічне значення [6, с. 139].

Управління витратами – це цілий набір методик, процесів і конкретних процедур з управління ресурсами організації. У системі управління підприємством важливе місце приділяється питанням управління витратами на виробництво. Процес управління витратами на виробництво – це багатопрофільний процес, що охоплює всі аспекти господарської діяльності, починаючи з постачання й закінчуючи реалізацією готової продукції [7, с. 14]. Традиційно облік і аналіз витрат розглядаються з позиції відбитих у бухгалтерському обліку господарських операцій, реалізованих у результаті альтернативних управлінських рішень. Однак облік не є самоціллю, а служить засобом для досягнення успіху в господарській діяльності.

Економічне управління витратами промислового підприємства передбачає чітке формулювання всього категорійного апарату, враховуючи всі позитивні сторони та недоліки існуючих тлумачень. Управління витратами – це складний, багатоаспектний та динамічний процес, що включає управлінські дії, метою яких є досягнення високого економічного результату діяльності підприємства [8, с. 7]. Цей підхід розділяє А.П. Градов, який відзначає, що управління витратами не завжди повинне бути спрямоване безпосередньо на економію витрат. Принциповим є забезпечення ефективності цих витрат, тобто одержання прибутку, що реально виправдовує витрати. Саме тому головним в управлінні витратами є запобігання потенційно не ефективних витрат.

У системі управління витратами вирізняють аспекти: функціональний, організаційний та мотиваційний. Функціональний аспект є первинним. У контурі загального циклу управління витратами його сутність характеризують функціональні підсистеми. Організаційний аспект системи управління витратами пов'язаний із визначенням місць формування витрат і центрів відповідальності за їх дотримання та розробленням ієрархічної системи лінійних і функціональних зв'язків працівників, які виконують комплекс робіт функціонального аспекту системи управління витратами. Мотиваційний аспект системи управління витратами полягає у спонуканні працівників до дотримання ними встановлених планом витрат і пошуку шляхів до їх зниження. Вибір факторів спонукання потребує певної обачливості. Як справедливо зауважують з цього приводу фахівці, не можна замість винагороди за дотримання і зниження витрат використовувати покарання за перевитрати, оскільки за такого підходу працівники спрямовуватимуть свої зусилля не на виконання плану витрат і пошук шляхів їх зниження, а на тому, щоб охоронити себе від можливих небажаних подій через завищення рівня витрат на стадії їх планування [9, с. 27–30].

Механізм створення системи управління поточними витратами промислового підприємства, повинен включати сфери горизонтального та вертикального управління та організаційно-економічні процедури, що здійснюються в три етапи:

- 1) аналіз існуючих інформаційних потоків щодо здійснення поточних витрат і аналіз витрат попередніх періодів;
- 2) формування інформаційної та нормативної баз управління поточними витратами та механізму контролінгу за споживанням ресурсів підприємства;
- 3) створення механізму аналітичного забезпечення прийняття управлінських рішень щодо витрат і управління фінансуванням поточних витрат [10, с. 139].

Одним з найактуальніших напрямів удосконалення системи управління витратами в умовах швидких змін цінової кон'юнктури стосовно вартості сировини та енергетичних ресурсів, прискорення змін усередині підприємств є запровадження системи поточного регулювання нормативів витрат по мірі виникнення потреби в їх зміні з ціллю постійної їх підтримки в актуальному стані. Загалом механізм постійного оновлення норм і нормативів витрат виступає основою нормативного методу калькулювання й ведення собівартості продукції.

Сутність методу полягає в тому, що в основу калькулювання фактичної собівартості продукції покладена її нормативна собівартість, що розробляється попередньо до початку планового періоду на основі діючих на підприємстві норм витрат трудових, матеріальних і інших ресурсів. У поточному порядку ведеться роздільний облік витрат по відхиленнях від норм, на основі чого провадиться постійне відновлення діючих норм і калькулювання поточної собівартості.

Відхилення від норм можуть являти собою економію або перевитрати. Зміни норм зводяться до їхнього зниження або підвищення. Поточна собівартість визначається як алгебраїчна сума нормативної собівартості, виявлених відхилень від норм і змін норм за кожною статтею калькуляції.

Таким чином, схема планування та постійного коректування собівартості продукції із застосуванням нормативного методу має вигляд, що відображений схемою на рис. 1.

Застосування такої схеми у плановій роботі забезпечує підтримку калькуляцій собівартості продукції завжди у актуальному стані. Перевага нормативного методу в тім, що він без складних вибірок, додаткових зведень і проміжних документів надає всі необхідні відомості, що впливають із самої системи обліку, зосереджуючи увагу на негативних моментах. Представляючи розгорнуту інформацію про відхилення від норм із причин і винуватців, метод дає можливість контролювати роботу будь-якого виробничого

підрозділу. Проведений на цій основі ретроспективний і оперативний економічний аналіз дозволяє виявити недоліки в організації виробництва, постачанні, нормуванні, використанні матеріальних і трудових ресурсів, виявити наявні внутрішні резерви.

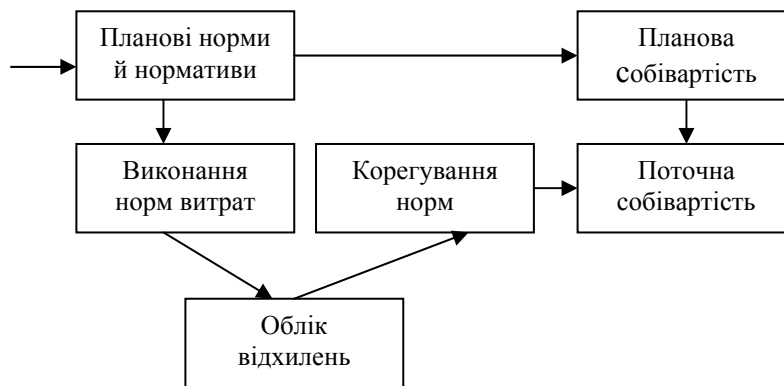


Рис. 1. Схема механізму підтримки нормативів виробничих витрат і собівартості продукції у актуальному стані

Для забезпечення системи управління витратами, яка б відповідала сучасним вимогам, виникає необхідність створення моделі автоматизації оброблення інформації для прийняття рішень. Побудова інформаційної системи повинна поєднувати в собі три рівні управління процесами на підприємстві: управління бізнес-процесами; управління проектно-конструкторськими розробленнями; управління технологічними процесами виробництва [12, с. 82].

Формування та підготовки первинної інформації на місцях виникнення витрат передбачає:

- здійснення аналізу, систематизації, узагальнення первинної інформації за комплексом завдань, моделювання управлінських рішень відповідної категорії;
- аналіз роботи структурних підрозділів в цілому, узагальнення зведених даних з вирішенням регламентних завдань з розробкою й прийняттям управлінських рішень поточного і стратегічного напрямків.

У схемі формування інформаційних потоків повинні бути включені робочі місця всіх працівників, функціональні обов'язки, яких певною мірою пов'язана з формуванням витрат. Витрати виробництва найкраще контролювати там де відбувається виробничий процес, чи обслуговування його. Всі структурні підрозділи, незалежно від ступеня автономності та форми діяльності є концентрованими місцями виникнення витрат і центрами відповідальності за їх рівень. Отже, облік, аналіз, нормування витрат потрібно здійснювати за місцями їх виникнення і будуватися за ієрархічним принципом.

Система управління витратами пов'язана із загальною системою управління підприємством, так як прийняття управлінських рішень у сфері діяльності підприємства прямо або опосередковано впливає на рівень витрат і прибутку. Управління витратами передбачає наявність комплексної системи дій для забезпечення розробки взаємопов'язаних управлінських рішень.

Управління витратами є складним багатоцільовим процесом, який вимагає оцінки багатьох чинників, розробки чисельних взаємопов'язаних заходів, залучення і координацію роботи багатьох служб та спеціалістів різного профілю. З цієї метою потрібно розробити регламентацію системи управління. Регламентація є одним із принципів сучасного менеджменту і означає встановлення та суворе дотримання певних правил, положень, інструкцій, нормативів, побудованих на наукових принципах управління.

Висновки. Зниження й оптимізація витрат є одними з основних напрямів удосконалення економічної діяльності кожного підприємства. Підвищення технічного рівня, удосконалення організації виробництва і праці призводять до зниження матеріальних витрат і заробітної плати. Зменшення витрат сировини і матеріалів досягається за рахунок зниження норм їх використання, скорочення відходів і витрат у процесі виробництва та збереження, повторне використання матеріалів, впровадження безвідходних технологій. Також, для того, щоб аналізувати і контролювати витрати, необхідно сформувати управлінський робочий План рахунків, який забезпечить ведення аналітичного обліку за напрямками, які необхідні для управління витратами, організувати облік витрат за центрами відповідальності, визначити нормативні показники в бізнес-плані. Необхідно зазначити, що для вирішення проблеми управління витратами та ефективності господарювання підприємству необхідний індивідуальний підхід до вибору існуючих систем управління витратами, а в низці випадків до формування власної системи управління з урахуванням галузевих особливостей, організаційної структури і масштабності підприємства.

Підприємство повинно використовувати такий механізм формування витрат виробництва, який дасть змогу отримати повну інформацію про витрати на виготовлення продукції, на що націлений запропонований в статті метод поточної підтримки нормативів виробничих витрат. Вчасне реагування на відхилення витрат від нормативних значень дасть змогу попередити зростання витрат виробництва, що прямо впливають на собівартість продукції і прибуток підприємства.

Література

1. Тюкавкин Н. М. Управління витратами / Н. М. Тюкавкін // Управлінський облік. – 2008. – № 3. – С. 50–51.
2. Писарев В. Н. Внутрішньо господарський контроль витрат, як функція управління виробничим циклом у тваринних господарствах / В. Н. Писарев // Управлінський облік. – 2008. – № 6. – С. 88–89.
3. Юрченко О. А. Методика внутрішнього контролю витрат іншої операційної діяльності / О. А. Юрченко // Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. Економічний часопис–XXI. – 2013. – 1–2 (2). – С. 52–56.
4. Голов С. Ф. Управлінський облік : підручник / С. Ф. Голов. – К. : Лібра, 2008. – 704 с.
5. Попов О. Управління витратами / О. Попов // Економічна енциклопедія : у 3 т. Т. 3. – К. : Академія, 2007. – 952 с.
6. Панченкова Ю. В. Економічна суть витрат основної діяльності промислового підприємства / Ю. В. Панченкова, С. І. Головацька // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 1 (26). – С. 282.
7. Великий Ю. М. Управління витратами підприємства : монографія / Ю. М. Великий ; МОН України, Харків. нац. економ. ун-т. – Х. : ІНЖЕК, 2009. – С. 14–23.
8. Давидович І. Є. Управління витратами : навч. посібник / І. Є. Давидович. – К. : ЦУЛ, 2008. – С. 7.
9. Грещак М. Г. Управління витратами : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / М. Г. Грещак. – К. : КНЕУ, 2002. – С. 27–30.
10. Бойко Є. І. Удосконалення системи управління витратами на підприємствах / Є. І. Бойко // Наук. вісн. НЛТУ України. – 2008. – С. 139.
11. Управління потенціалом підприємства : навч. посібник / І. Должанський, Т. Загорна, О. Удалик ; МОН України, Мажієв. екон.-гуманіт. ін-т. – К. : Центр навч. л-ри, 2006. – 360 с.
12. Ефремов В. С. Стратегическое планирование в бизнес-системах / В. С. Ефремов. – М. : Изд-во “Финпрес”, 2001. – 240 с.
13. Коваленко О. В. Актуальні питання управління собівартістю продукції промисловості / О. В. Коваленко // Вісн. Хмельниц. нац. університету. Економічні науки. – 2013. – № 2, т. 1 (198). – С. 24–29.

References

1. Tyukavkyn N. M. Upravlinnya vytratamy / N. M. Tyukavkin // Upravlins'kyu oblik. – 2008. – # 3. – S. 50–51.
2. Pysaryev V. N. Vnutrishn'o hospodars'kyu kontrol' vytrat, yak funktsiya upravlinnya vyrobnychym tsyk- lom u tvarynnykh hospodarstvakh / V. N. Pysaryev // Upravlins'kyu oblik. – 2008. – # 6. – S. 88–89.
3. Yurchenko O. A. Metodyka vnutrishn'oho kontrolyu vytrat inshoyi operatsiynoi diyal'nosti / O. A. Yur- chenko // Bukhhalters'kyu oblik, analiz ta audyt. Ekonomichnyy chasopys–XXI. – 2013. – 1–2 (2). – S. 52–56.
4. Holov S. F. Upravlins'kyu oblik : pidruchnyk / S. F. Holov. – K. : Libra, 2008. – 704 s.
5. Popov O. Upravlinnya vytratamy / O. Popov // Ekonomichna entsyklopediya : u 3 t. T. 3. – K. : Aka- demiya, 2007 – 952 s.
6. Panchenkova Yu. V. Ekonomichna sut' vytrat osnovnoi diyal'nosti promyslovoho pidpryyemstva / Yu. V. Panchenkova, S. I. Holovats'ka // Halyts'kyu ekonomichnyy visnyk. – 2010. – # 1 (26). – S. 282.
7. Velyky Yu. M. Upravlinnya vytratamy pidpryyemstva : monohrafiya / Yu. M. Velyky ; MON Ukrayiny ; Kharkiv, nats. ekonom. un-t. – Kh. : INZhEK, 2009. – S. 14–23.
8. Davydovych I. Ye. Upravlinnya vytratamy : navchal'nyy posibnyk / I. Ye. Davydovych. – K. : Tsent- r uchbovoyi literatury, 2008. – S. 7.
9. Hreshchak M. H. Upravlinnya vytratamy : navch.-metod. posibnyk dlya samost. vyvch. dysts. / M. H. Hre- shchak. – K. : KNEU, 2002. – S. 27–30.
10. Boyko Ye. I. Udoshkalennya systemy upravlinnya vytratamy na pidpryyemstvakh / Ye. I. Boyko // Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny. – 2008. – S. 139.
11. Upravlinnya potentsialom pidpryyemstva : navchal'nyy posibnyk / I. Dolzhans'kyu, T. Zahorna, O. Uda- lykh ; MON Ukrayiny, Makiyivs'kyu ekonomiko-humanitarnyy in-t. – K. : Tsent- r navchal'noyi literatury, 2006. – 360 s.
12. Efremov V. S. Stratehycheskoe planirovanye v byznes-systemakh / V. S. Efremov. – M. : Yzd-vo “Fynpres”, 2001. – 240 s.
13. Kovalenko O. V. Aktual'ni pytannya upravlinnya sobivartystyu produktsiyi promyslovosti / O. V. Kova- lenko // Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky. – 2013. – # 2, t. 1 (198). – S. 24–29.

Надіслана/Written: 15.07.2015 р.
Надійшла/Received: 17.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

УДК 330.342.14:631.1:658(477)

В. В. СТАДНИК, Т. В. МИХАЛЬЧИК
Хмельницький національний університет

ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Актуалізовано проблему підвищення ефективності управління промисловими підприємствами. Зазначено, що для цього необхідно активніше використовувати управлінські інструменти довгострокового характеру. Вказано, що вони можуть бути складовими організаційно-економічних механізмів управління. Наголошено на важливості таких функцій економічної складової цих механізмів як встановлення цілей, оцінка результатів їх досягнення і мотивація за досягнення поставлених цілей. Аргументовано, що інструментальним забезпеченням їх поєднання може бути система збалансованих показників. Розглянуто особливості побудови такої системи для організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком промислового підприємства.

Ключові слова: стратегічне управління, організаційно-економічний механізм, збалансована система показників, підприємство.

V. V. STADNYK, T. V. MICHALTCHYK
Khmelnitsky National University

BALANCED SCORE CARD AS AN ESSENTIAL PART OF ORGANIZATIONAL-ECONOMIC MECHANISMS OF ENTERPRISE MANAGEMENT

Abstract – The growth dynamics of industrial sector of economy of Ukraine has been analyzed from the side of it's ability to defend from risks of globalization. The problem of increasing of effectiveness of industrial enterprises management has been updated. In order to do this, it is essential to use long-term managerial tools more actively. It has been stated that they may be parts of organizational-economic management mechanisms. The nature of economic relations within organizational-economic management mechanisms has been pointed out. The importance of such functions of economic part of those mechanisms as goals placement, results assessment and motivation for goals assessment has been stressed out. It has been emphasized that they must be mutually specified and mutually supporting. It has been argued that instrumental provision of this combination may be the Balanced Score Card system. The specificity of construction of such system for the needs of organizational-economic mechanism of management of innovative development of industrial enterprise has been discussed.

Key words: globalization, strategic management, organizational-economic mechanism, Balanced Score Card, enterprise.

В. В. СТАДНИК, Т. В. МИХАЛЬЧИК
Хмельницький національний університет

СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Актуализировано проблему повышения эффективности управления промышленными предприятиями. Отмечено, что для этого необходимо активнее использовать управленческие инструменты долгосрочного характера. Указано, что они могут быть составляющими организационно-экономических механизмов управления. Подчеркнута важность таких функций экономической составляющей этих механизмов как установление целей, оценка результатов их достижения и мотивация за достижение поставленных целей. Аргументировано, что инструментальным обеспечением их сочетания может быть система сбалансированных показателей. Рассмотрены особенности построения такой системы для организационно-экономического механизма управления инновационным развитием промышленного предприятия.

Ключевые слова: стратегическое управление, организационно-экономический механизм, сбалансированная система показателей, предприятие.

Вступ. Посилення конкуренції в усіх сферах економічної діяльності, викликане зростанням рівня відкритості світових ринків і домінуванням на них провідних компаній – виробників найрізноманітніших товарів і послуг, зумовлює потребу у розробленні й ефективному застосуванні в практиці вітчизняного менеджменту таких управлінських технологій, які б давали змогу підприємствам оперативної і адекватно реагувати на нові виклики зовнішнього середовища, відстоювати і зміцнювати свої позиції на ринку. Особливо відчутною є така потреба для вітчизняних промислових підприємств, які внаслідок зміни пріоритетів економічного співробітництва опинились у ситуації, коли необхідно радикально переосмислювати стратегічні плани діяльності, переорієнтовуючись на роботу в умовах, передбачених угодою про асоціацію з ЄС. Для більшості з них з усією гостротою постало завдання підвищення конкурентоспроможності, передусім – для того, щоб в умовах руйнування усталених економічних зв'язків вижити, а відтак – зуміти знайти своє місце на нових ринках. Тому пошук ефективних управлінських технологій, поряд із сучасними й прогресивними виробничими технологіями, є актуальною проблемою для кожного підприємства, що працює у конкурентному середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми конкурентоспроможності й розвитку промислових підприємств в умовах глобалізації досліджували у своїх роботах багато вітчизняних теоретиків і практиків, що цікавляться питаннями ефективності управління. В їх числі є й науковці, до кола наукових інтересів яких відносяться питання удосконалення технологій і механізмів реалізації стратегічних цілей

управління – адже саме вони забезпечують успіх у конкурентній боротьбі [1]. Серед них останнім часом все більша увага приділяється формуванню організаційно-економічних механізмів, які розробляються науковцями для вирішення багатьох управлінських проблем, що виникають на підприємстві. І якщо на початку ринкових реформ йшлося про більш глобальні управлінські завдання, які вирішувались за допомогою таких механізмів (у В. Попова [2], Ю. Лисенко, П. Єгорова [3], Г. Козаченко [4], В. Пономаренко, О. Ястремської, В. Луцковського [5] та ін. – стосовно функціонування суб'єкта господарювання в цілому), то на сьогодні такі механізми розробляються уже й для управління частковими аспектами господарської діяльності підприємств (у А. Букреєва [6], О. Грішної [7], І. Моргачова [8], В. Нижника [9] та ін.). Сформовано навіть наукові школи з питань формування і реалізації організаційно-економічних механізмів вирішення управлінських завдань, де визначено основні підходи до структурування елементів таких механізмів і принципів їх взаємодії для забезпечення ефективної реалізації. Незважаючи на те, що у роботах багатьох науковців підкреслюється особлива роль економічної складової такого механізму, у більшості робіт такого плану ця складова охоплює лише узагальнений перелік економічних інструментів, які можуть бути застосовані для визначення економічних цілей і оцінювання результатів функціонування механізму. Між тим, економічна складова організаційно-економічного механізму виступає ще й основною рушійною силою (мотиватором) прийняття ефективних управлінських рішень, що потребує більш глибокого дослідження її науково-методичного інструментарію. Він має поєднувати вирішення завдань оцінювання результативності функціонування розробленого механізму і стимулювання виконавців за досягнуті результати. Потреба у обґрунтуванні такого інструментарію як невід'ємної складової організаційно-економічного механізму і визначила мету даної статті.

Мета дослідження: обґрунтувати потребу наповнення організаційно-економічного механізму вирішення управлінських завдань практичним інструментарієм, який би забезпечував його дієвість та ефективність через поєднання процесів оцінювання результативності функціонування із прямим стимулюванням виконавців за досягнуті результати.

Виклад основного матеріалу. Динамічне зростання і розвиток властиві тим суб'єктам господарювання, які для вирішення управлінських завдань використовують адекватні умовам господарювання методи й інструменти. Вирішальне значення для успішного функціонування підприємств у довгостроковому періоді мають методи й інструменти стратегічного управління. Незважаючи на мінливість середовища господарювання в Україні і перманентні кризові явища, що виникають під впливом недостатньо обґрунтованих рішень державних органів управління, адаптація перевірених практикою роботи провідних світових корпорацій інструментів стратегічного управління до роботи в умовах вітчизняного бізнес-середовища, може допомогти менеджменту промислових підприємств підтримувати і зміцнювати свою конкурентоспроможність навіть за несприятливого перебігу макроекономічних процесів.

Ефективне функціонування системи управління економічними процесами можливе за умови чіткого визначення її структурних елементів та їх підпорядкованості, встановлення принципів їх взаємодії, які відповідають об'єктивним законам розвитку суспільства, обґрунтованого вибору методів реалізації поставлених завдань у їх взаємозв'язку із цілями та інтересами учасників. На жаль, існуючі тенденції у сфері розвитку виробничих секторів економіки України показують, що значна частина вітчизняних промислових підприємств не здатна до ефективного господарювання.

Одним із шляхів підвищення ефективності управління підприємствами може бути створення ефективних організаційно-економічних механізмів вирішення управлінських завдань, які забезпечують реалізацію функції самоорганізації та синергії у довгостроковому періоді. У економічній теорії термін “механізм” стосовно економічних явищ і процесів визначається як система прямих і опосередкованих взаємозв'язків між підсистемами і елементами економічних систем, які реалізуються за допомогою відповідних важелів системоутворюючих регуляторів. В теорії управління будь-який механізм розглядається як складова системи управління, що забезпечує дієвий вплив на фактори, стан яких обумовлює результат діяльності об'єкта управління [3]. Г. Козаченко зазначає, що організаційно-економічний механізм – це інструмент управління, що являє собою сукупність управлінських елементів і способів їх організаційної, інформаційної, мотиваційної та правової підтримки, шляхом використання яких з урахуванням особливостей діяльності підприємства забезпечується досягнення поставленої мети [4]. О. Грішнова і О. Василик також розглядають організаційно-економічний механізм як систему елементів організаційного та економічного впливу на управлінський процес, в якій відбувається цілеспрямований вплив елементів управління на об'єкт управління і яка має вхідні посилки та результуючу реакцію [7]. Аналізуючи в цілому змістовну сутність терміна “механізм” стосовно економічного явища, І. Моргачов підкреслює, що вона охоплює чотири аспекти: сукупність цілеспрямованих впливів, взаємозв'язок і взаємодію сукупності факторів, комплекс послідовних заходів, а також сукупність закономірних зв'язків і відносин [8].

Загалом, більшість сучасних дослідників розглядають організаційно-економічний механізм як систему, що складається із сукупності окремих елементів, таких як цілі, функції, принципи, методи, інструменти і форми, які забезпечують реалізацію поставлених суб'єктом управління цілей [2–9]. Водночас найбільш ґрунтовне визначення організаційно-економічного механізму управління сформулювали лауреати Нобелівської премії Л. Гурвіц, Р. Майерсон та Е. Маскін – науковці, що отримали цю премію за “осново-

положний вклад у теорію економічних механізмів”. Вчені розглядають організаційно-економічний механізм як стратегічну гру на основі взаємодії економічних суб’єктів, що задає множину виборів економічних суб’єктів, кожний з яких пов’язується із певним результатом [10]. У цьому сенсі механізм формує систему стимулів, що вказує на його близькість до поняття “економічний інститут”. І цей аспект у трактуванні сутності організаційно-економічного механізму видається нам особливо важливим з погляду забезпечення його дієвості. Адже більшість людей схильні реагувати саме на економічні стимули, що зумовлено природою економічного інтересу.

Опираючись на об’єктивні закони розвитку суспільств та економіки, організаційно-економічний механізм є засобом забезпечення реалізації цих законів у процесі суб’єктивної людської діяльності. Він задає правила так званої “економічної гри”, орієнтуючи діяльність і поведінку суб’єктів економічної взаємодії (у особі менеджменту та виконавчого персоналу підприємств) в напрямі реалізації визначених цілей. І оскільки у економічну взаємодію вступають люди (управління в соціально-економічних системах здійснюється людьми стосовно інших людей), виробничі відносини між ними характеризуються взаємним впливом і взаємозалежністю.

Тому економічна складова організаційно-економічного механізму має формуватися з урахуванням інтересів учасників економічної взаємодії і можливості впливу на них (тобто, управління реалізацією економічних завдань має здійснюватися через вплив на інтереси учасників – оскільки саме засобами економічного механізму суб’єкт управління надає працівникам або позбавляє їх частини винагороди). І метою побудови організаційно-економічного механізму (через обґрунтовану з погляду необхідного функціонального забезпечення вирішуваних управлінських завдань сукупність його елементів і взаємозв’язків між ними) є створення умов для досягнення цілей економічними методами (через вибір дієвих важелів впливу). І такі умови мають поширюватися на доволі тривалу перспективу, оскільки лише в цьому разі запрацюють закони самоорганізації і стане можливою синергія спільної діяльності учасників економічної взаємодії. Вважаємо, що це завдання може бути реалізовано за допомогою такого інструменту стратегічного управління, як збалансована система показників.

Ще А. Букреев акцентував на тому, що економічна складова організаційно-економічного механізму не має зводитися тільки до мотивації персоналу підприємства, а поширюватися на увесь механізм господарювання [6, с 83]. На нашу думку, таким вимогам відповідає концепція збалансованих показників (Balanced Score Card або скорочено BSC). Ця концепція виникла як логічне продовження напрацювань багатьох вчених, що займалися проблемою підвищення ефективності управління організаціями у сфері реалізації управлінських рішень стратегічного характеру [11]. Для пом’якшення недоліків більшості систем стимулювання топ-менеджерів, основаних на фінансових показниках діяльності організації (які характеризували досягнутий стан компанії, не даючи змоги реально впливати на проблеми розвитку по мірі їх виникнення) авторами концепції було запропоновано поєднати у один комплекс низку жорстких (фінансових) та м’яких (нефінансових) показників, які знаходяться у логічному взаємозв’язку, відображають процес реалізації стратегічних завдань підприємства і дають змогу ефективно ним керувати [12].

На сьогодні концепція BSC є найефективнішим інструментом стратегічного управління, оскільки у ній можна безпосередньо відобразити зв’язок стратегії, що реалізується на певному етапі життєвого циклу підприємства, із цілями та завданнями керівників усіх рівнів та функціональних служб. На нашу думку, BSC має бути невід’ємною складовою будь-якого організаційно-економічного механізму. Для цього система показників (критеріїв діяльності) має передусім окреслювати цільові орієнтири для тих служб підприємства, які найбільшою мірою впливають на реалізацію поставлених стратегічних управлінських завдань (виписаних в зазначених цільових орієнтирах), а фактично досягнуті показники повинні відображати результативність діяльності менеджерів, відповідальних за ці функціональні сфери. Зазвичай це – сфера фінансова, роботи з клієнтами, персоналом, організація внутрішніх процесів. Однак, беручи до уваги, що сама концепція BSC описує логіку формування причинно-наслідкових зв’язків, то, залежно від особливостей стратегічних управлінських завдань, що лежать в основі стратегії, для якої розробляється відповідний організаційно-економічний механізм, ці сфери можуть бути доповнені іншими чи модифіковані. Вносячи корективи у числові значення показників відповідно до бажаної динаміки економічного зростання, закладеної у стратегії, можна забезпечувати контроль за їх досягненням, змінювати силу стимулюючих заходів відповідно до нових завдань. Тим самим, через економічну складову, в якій поєднано функції контролювання, оцінювання і стимулювання виконавців за досягнуті результати залежно від ступеня досягнення поставлених цілей, забезпечуватиметься дієвість організаційно-економічного механізму у довгостроковому періоді та в режимі самоорганізації.

Наприклад, в контексті організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком промислового підприємства його організаційна складова має охоплювати найважливіші структурно-функціональні ланки, які є відповідальними за створення і реалізацію інновацій, а економічна складова – критеріальну базу досягнення поставлених цілей співвідносно значущості відповідних організаційних ланок та її зв’язок із винагородою. Приклад формування такої бази наведено в табл.1. Розподіл преміального фонду має здійснюватися між працівниками функціональних служб з урахуванням ролі відповідної функціональної стратегії у реалізації завдань інноваційного розвитку підприємства на певному етапі його життєвого циклу.

Введенням коефіцієнтів вагомості відносно досягнення різних показників підвищується відповідальність менеджера за збалансовану роботу відділу, яка відповідає запланованій стратегії діяльності підприємства.

Оцінка ступеня досягнення встановлених критеріїв дає змогу оцінити ефективність роботи менеджменту підприємства. За досягнення запланованого рівня показника він включається у формулу розрахунку премії менеджерів, які відповідають за реалізацію певних функціональних обов'язків. Нарахування додаткової винагороди може здійснюватися за формулою:

$$P_{\phi v_i} = Pn \cdot \Delta PC \cdot ЧП \cdot \alpha_i \cdot \sum_{j=1}^n b_j, \quad (1)$$

де Pn – розмір преміального фонду за збільшення ринкової вартості компанії на 1 %, у відсотках від чистого прибутку $ЧП$, визначається узгодженим рішенням учасників, наприклад, Радою акціонерів; ΔPC – зміна (у відсотках) ринкової вартості компанії за звітний період (за відсутності об'єктивних причин зменшення ринкової вартості компанії, зумовлених дією макроекономічних чинників, змінна частина винагороди не виплачується; за наявності таких причин, проте по завершенні звітного періоду з чистим прибутком преміальний фонд нараховується без збільшувального коефіцієнта); $P_{\phi v_i}$ – премія, що нараховується i -му функціональному відділу за результатами звітного періоду; α_i – вагомість внеску i -го функціонального відділу у загальні результати, яка змінюється відповідно до ролі даної функціональної стратегії у реалізації стратегічних цілей підприємницької структури на даному етапі її життєвого циклу; b_j – вагомість j -го показника, що відображає результати діяльності i -го менеджера протягом планового періоду.

Як зазначалось в [13, с. 192], встановлення цілей та розроблення критеріїв, за якими буде оцінюватися робота кожного менеджера організації, має починатися з рівня вищого менеджменту і завершується на рівні менеджерів нижчих структурних ланок. Каскадування здійснюється таким чином, щоб реалізація сукупності цілей нижчого рівня давала змогу реалізувати цілі вищого рівня. Якщо цього не відбувається, то ланцюжок цілей досліджується – аж до виявлення причини, що обумовила відхилення.

Оскільки причинно-наслідкова залежність встановлюється ще на етапі розроблення системи цілей, то виявити причину відхилень вдається досить швидко, тим більше, що система стимулювання примушує менеджерів ефективно контролювати дії підлеглих, бо від того, як вони виконують свою роботу, залежить винагорода самого менеджера. Цим самим досягається дієвість організаційно-економічного механізму, його функціонування у режимі самоорганізації.

Таблиця 1

BSC як складова організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком промислового підприємства

Функціональна структурна ланка	Ціль	Показник	Критерій досягнення (норма)	Коефіцієнт вагомості, %
1	2	3	4	5
Топ-менеджер	Зростання ринкової вартості підприємства, підвищення віддачі від вкладеного капіталу	1. Чиста рентабельність власного капіталу	10 %	35
		2. Зростання валового доходу	20 % річних	25
		3. Зростання загальної капіталовіддачі	5% річних	20
		4. Розмір дивідендів на одну акцію	За рішенням зборів акціонерів	20
Фінансова служба	Забезпечення фінансової стійкості і підприємства при фінансуванні інноваційно-інвестиційних проектів	1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2–0,3	30
		2. Зростання рентабельності активів	1 % річних	30
		3. Коефіцієнт маневреності	0,5	20
		4. Коефіцієнт оборотності запасів	3 урахуванням галузевої специфіки	10
		5. Вартість залученого капіталу	Не більше 12 %	10
Служба маркетингу	Збільшення обсягу реалізації продукції	1. Зростання обсягу продажу освоєної продукції за рахунок нових ринків	5 %	45
		2. Лояльність клієнтів (процент повторних придбань)	98 %	20
		3. Ефективність рекламної кампанії	15 %	35
Управління операціями	Ритмічний випуск продукції згідно із замовленнями; забезпечення міжнародних стандартів якості	1. Зменшення частки виробничих витрат у собівартості продукції	За кожний процент	10
		2. Відповідність стандартам якості	100 %	30
		3. Дотримання графіків виконання робіт	За календарним планом	15
		4. Відсутність відхилень від плану технічної підготовки виробництва		15
		5. Процент використання виробничої потужності	95 %	30

1	2	3	4	5
НДДКР	Підвищення конкурентоспроможності продукції	1. Зростання обсягу продажу за рахунок вдосконалення функціональних характеристик	2 %	30
		2. Скорочення операційних витрат за рахунок вдосконалення бізнес-процесів	15 %	20
		3. Рівень конкурентоспроможності продукції порівняно з кращими світовими зразками	110 % 100 %	50 60
Служба управління персоналом	Підвищення зацікавленості працівників у розвитку їх фахових компетенцій і участі у нововведеннях	1. Відсоток працівників, що набули нових знань через систему підвищення кваліфікації	30 % щорічно	15
		2. Кількість працівників, що беруть участь у роботі проектних команд	10 % від складу ПВП	30
		3. Зростання рівня середньої зарплати персоналу	12 %	20
		4. Плинність кадрів	5 %	15
		5. Витрати на навчання персоналу	3 % від ФОП	20

Висновки. З урахуванням зростання інтенсивності і сили конкурентної боротьби на світових ринках, а також підписання Україною угоди про асоціацію з ЄС загострилась проблема підвищення ефективності управління промисловими підприємствами. Для її вирішення необхідно активніше використовувати управлінські інструменти довгострокового характеру, які мають підвищувати дієвість організаційно-економічних механізмів управління. З огляду на природу економічних відносин у організаційно-економічних механізмах управління, особливої уваги потребує реалізація таких функцій економічної складової цих механізмів як встановлення цілей, оцінка результатів їх досягнення і мотивація за досягнення поставлених цілей, які мають бути взаємообумовленими і взаємно підтримуючими. Аргументовано, що інструментальним забезпеченням цього поєднання може бути система показників. Розглянуто особливості побудови такої системи для організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком промислового підприємства. Конкретизація сукупності збалансованих показників для інших варіантів організаційно-економічного механізму реалізації управлінських завдань може бути предметом наступних досліджень.

Література

1. Верба В. А. Аналітична оцінка управлінських технологій розвитку українських підприємств / В. А. Верба, О. М. Гребешкова // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 5. – С. 52–59.
2. Попов В. Н. Организационно-экономический механизм объединения (на примере научно-производственного концерна) / В. Н. Попов. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 1994. – 176 с.
3. Лисенко Ю. Організаційно-економічний механізм управління підприємством / Ю. Лисенко, П. Сторов // Економіка України. – 1997. – № 1. – С. 86–87.
4. Козаченко Г. В. Організаційно-економічний механізм як інструмент управління підприємством / Г. В. Козаченко // Економіка. Менеджмент. Підприємство. – 2003. – № 11. – С. 107–111.
5. Пономаренко В. С. Механизм управления предприятием: стратегический аспект / В. С. Пономаренко, Е. Н. Ястремская, В. М. Луцковский и др. – Х. : Изд. ХГЭУ, 2002. – 252 с.
6. Букреев А. М. Организационно-экономический механизм антикризисного управления: теория и практика / А. М. Букреев. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. – 164 с.
7. Грішнова О. А. Організаційно-економічний механізм управління інтелектуалізацією трудової діяльності / О. А. Грішнова, О. В. Василик // Вісн. Прикарпат. університету. Економіка. – 2008. – Вип. 6. – С. 22–27.
8. Моргачов І. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю проектних організацій / І. Моргачов // Схід. – 2006. – № 5. – С. 38–41.
9. Нижник В. М. Формування структури механізмів ефективного управління конкурентним потенціалом промислових підприємств : монографія / За наук. ред. В. М. Нижника, М. В. Ніколайчука. – Хмельницький : ХНУ, 2012. – 263 с.
10. Измайлов С. Теория экономических механизмов (Нобелевская премия по экономике 2007 г.) / С. Измайлов, К. Сонин, М. Юдкевич // Вопр. экономики. – 2008. – № 1. – С. 5–27.
11. Попов Д. Эволюция показателей стратегии развития предприятия / Д. Попов // Управление компанией. – 2003. – № 2. – С. 69–76.
12. Kaplan R. S. The Balanced ScoreCard / R. S. Kaplan, D. P. Norton – Boston : Harvard Business School Press, 1996.
13. Стадник В. В. Системне забезпечення мотивації інноваційного розвитку підприємницьких структур : монографія / В. В. Стадник. – Хмельницький : ХНУ, 2009. – 271 с.

References

1. Verba V. A. Analitichna ozinka upravlinskykh technologij rozvytku ukrajinskykh pidpryjemstv / V. A. Verba, O. M. Grebeschko // Aktualni problemy ekonomiky. – 2010. – № 5. – S. 52–59.
2. Popov V. N. Organizatsionno-ekonomichesky mekhanizm objedinjenija (na primere nauchno-proizvodstvennoho konzerna) / V. N. Popov. – Voronez : Izd-vo VGU, 1994. – 176 s.
3. Lysenko J. Organizatsiyno-ekonomitchny mekhanizm upravlinnja pidpryjemstvom / J. Lysenko, P. Jechorov // Ekonomika Ukrainy. – 1997. – № 1. – S. 86–87.
4. Kozatchenko H. V. Organizatsiyno-ekonomitchny mekhanizm jak instrumnt upravlinnja pidpryjemstvom / H. V. Kozatchenko // Ekonomika. Menedgment. Pidpryjemstvo. – 2003. – № 11. – S. 107–111.
5. Ponomarenko V. S. Mekhanizm upravlennja predprijatijem: strategichesky aspekt / V. S. Ponomarenko, E. N. Jastremskaja, V. M. Luzkovskiy i dr. – Kharkov : Izd. KhHEU, 2002. – 252 s.
6. Bukrejev A. M. Organizatsionno-ekonomichesky mekhanizm antikrizisnoho upravlennja: teorija I praktika / A. M. Bukrejev. – Voronez : Izd-vo VGTU, 2000. – 164 s.
7. Grishnova O. A. Organizatsiyno-ekonomitchny mekhanizm upravlinnja intelektualizatsijeju trudovoi dijalnosti / O. A. Grishnova, O. V. Vasylyk // Visnyk Prykarpatskoho universytetu. Ekonomika. – 2008. – Vyp. 6. – S. 22–27.
8. Morhatchov I. Organizatsiyno-ekonomitchny mekhanizm upravlinnja evektyvnistju proektnykh orhanizatsiy / I. Morhatchov // Schid. – 2006. – № 5. – S. 38–41.
9. Nyznyk V. M. Formuvannja struktury mekhanizmiv evektyvnoho upravlinnja konkurentnym potenzialom promyslovykh pidpryjemstv: monohrafija / Za nauk. red. V. M. Nyznyka, M. V. Nikolaytchuka. – Khmelnytsky : KHNU, 2012. – 263 s.
10. Izmaylov S. Teorija ekonomicheskych mekhanizmiv (Nobelevskaja premija po ekonomike 2007 r.) / S. Izmaylov, K. Sonin, M. Judkevich // Voprosy ekonomiky. – 2008. – № 1. – S. 5–27.
11. Popov D. Evolutsija pokasateley strategii razvitija predprijatija / D. Popov // Upravlennje kompanijey. – 2003. – № 2. – S. 69–76.
12. Kaplan R. S. The Balanced ScoreCard / R. S. Kaplan, D. P. Norton – Boston : Harvard Business School Press, 1996.
13. Stadnyk V. V. Systemne zabezpechennja motyvatsii innovatsijnoho rozvytku pidpryjemnytskych struktur : monogr. / V. V. Stadnyk. – Chmelnytsky : KHNU, 2009. – 271 s.

Надіслана/Written: 15.07.2015 р.
Надійшла/Received: 17.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

**МОДЕЛИРОВАНИЕ МОТИВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ
НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ
(СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

В работе предлагается новый подход в анализе мотивационных процессов, сущность которого заключается в том, что все мотивационные факторы разбиваются на две части: факторы, характеризующие объект мотивации, и факторы – стимулы. В результате этого создается алгоритм, позволяющий в единой системе, но по-разному, воспринимать совокупность действия анализируемых мотивационных факторов. Кроме этого, оценка мотивации воспринимается как отношение (результат) сопоставления воздействующих на объект мотивации факторов и восприятия работником результата действия этих факторов. Таким образом согласно теории Адамса можно учесть социально-психологический аспект мотивации.

Ключевые слова: предприятие, мотивация, стимулы, трудовой потенциал, факторы, признаки, оценка, кластеры, коэффициенты, модели.

В. В. ХРИСТИАНОВСКИЙ
Донецкий национальный университет, м. Винница**МОДЕЛЮВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ
(СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ)**

У роботі пропонується новий підхід до аналізу мотиваційних процесів, сутність якого полягає в тому, що всі мотиваційні чинники розбиваються на дві частини: фактори, що характеризують об'єкт мотивації, і чинники-стимули. В результаті цього створюється алгоритм, що дозволяє в єдиній системі, але по різному, сприймати сукупність дії аналізованих мотиваційних чинників. Крім цього, оцінка мотивації сприймається як відношення (результат) зіставлення, впливаючих на об'єкт мотивації факторів і сприйняття працівником результату дії цих факторів. Таким чином відповідно до теорії Адамса можна врахувати соціально-психологічний аспект мотивації.

Ключові слова: підприємство, мотивація, стимули, трудовий потенціал, фактори, ознаки, оцінка, кластери, коефіцієнти, моделі.

V. V. KHRISTIANOVSKIY
Donetsk National University, Vinnitsa**MODELING OF MOTIVATIONAL PROCESSES IN INDUSTRIAL ENTERPRISES**

Abstract – In this work proposes a new approach in the analysis of motivational processes, their essence is that all the motivational factors are divided into two parts: the factors that characterize the object of motivation and factors-incentives. As a result, an algorithm is created, it enables in a unified system, but in different ways, to take a set of actions analyzed motivational factors. Besides of that, the assessment of the motivation is perceived as a ratio (the result) of comparison of factors influencing the object of motivation and perception by an employee result of these factors. In this way, according to the Adams' theory the socio-psychological aspect of motivation can be taken into account.

Key words: enterprise, motivation, incentives, labor potential, factors, symptoms, assessment on, clusters coefficients model.

На современном этапе развития экономики Украины характерной особенностью является уменьшение ВВП, возрастающие инфляционные процессы, непредсказуемая конъюнктура рынка, безработица и т.д., что существенно отражается на мотивационных процессах участников зарождающихся рыночных отношений. Так, по результатам Государственного комитета статистики Украины в 2014 г удельный вес убыточных предприятий в их общем количестве составлял 44,9 %, а размер убытков по всей промышленной сфере возрос в 1,81 раза по сравнению с 2013 г.

Устойчивое функционирование и развитие промышленных предприятий невозможно без глубокого изучения причин, приводящих к столь удручающим результатам. Учитывая тот факт, что экономика Украины функционирует в условиях усложнения и возрастающей неопределенности внешней среды, которая вызывает глубокие негативные изменения в менталитете и отношении к труду основных производителей материальных благ, не обращать внимания на изменившиеся мотивационные факторы и их восприятие работниками невозможно. Предприятия вынуждены уделять внимание цепочке проблем, которые вызваны указанными негативными явлениями, а потому возрастает необходимость изучения процессов отношения человека к результатам своего труда. Люди не хотят мириться с тем фактом, что ухудшение их жизни определяется только факторами усложнения ситуаций, связанных с внешней средой, и хотят разобратся во внутренних мотивах собственного изменяющегося восприятия своей трудовой деятельности. Проблемы отношения человека к труду, то есть мотивационные процессы, необходимо основательно изучать и относиться к ним по-новому. Необходимо не забывать, что основная цель мотивационных воздействий на человека – это получение максимальной отдачи от использования имеющихся трудовых ресурсов, что позволяет повысить общую результативность деятельности и прибыльность предприятия в целом. А эта задача является главной в проблеме управления предприятием.

Существующие модели мотивации весьма различны по своей направленности и эффективности. Проблема мотивации трудовой деятельности человека довольно широко рассматривается в научной и публицистической литературе. Создано множество научных теорий, наиболее признанными среди которых является теория потребностей Маслоу, теория Херцберга, теория ожиданий Врума, теория справедливости Адамса, модель Портера–Лоулера и др. Общей особенностью этих теорий является то, что они недостаточно формализованы, на практике же необходимо иметь аппарат, позволяющий в конкретных числах судить о величине мотивации.

Для решения данной проблемы мы разработали структурную модель, предназначенную для определения оценки величины мотивации работника к труду путем соотношения результатов процесса стимулирования и восприятия стимулирования работником. Для этой цели мы используем математический аппарат и информационные технологии, позволяющие получить количественное выражение силы воздействия мотивации на работника.

Новый подход к анализу мотивационных процессов заключается в том, что все мотивационные факторы разбиваются на две части: факторы, характеризующие объект мотивации, и факторы – стимулы. В результате этого создается возможность оценивать совокупность действия анализируемых мотивационных факторов в единой системе, но по-разному. Результат мотивации воспринимается как отношение воздействующих на объект факторов и восприятия действия этих факторов человеком. Таким способом согласно теории Адамса можно учесть социально-психологический аспект мотивации.

Алгоритм решения данной проблемы следующий. На первом шаге необходимо решать проблему идентификации объекта мотивации. Под объектом мотивации понимается либо отдельный работник, либо коллектив фирмы. Объекты мотивации различаются по присущим только им признакам. Для качественного управления производственным коллективом менеджер должен иметь в своем распоряжении количественное выражение общей характеристики объекта мотивации, то есть он должен идентифицировать объект. Первый шаг алгоритма называется этапом идентификации объекта мотивации.

На втором шаге производится классификация факторов, влияющих на мотивацию человека. Этот шаг называется этапом классификации факторов.

Третий шаг является основным. На нем формально связываются воедино результаты действия всех факторов и результаты восприятия этого воздействия объектом мотивации. Для этого разрабатываются несколько моделей, которые последовательно используются для вычислений обобщающей оценки, ображающей мотивацию исследуемого объекта к труду. На этом шаге производится разработка мотиватора, отражающего основную цель работы.

На последнем шаге осуществляется перевод количественных величин оценок мотивации в качественные с помощью специально разработанной для этого шкалы. Обработанная по предложенной схеме информация может использоваться менеджером по труду для выбора правильной стратегии управления трудовой деятельностью фирмы или работника.

Опишем кратко основные особенности шагов алгоритма. Особо необходимо выделить на уровне классификации такой обобщающий, внешний по отношению к работнику, класс факторов как стимулы. Стимулы – это факторы, побуждающие к действию, или причина поведения человека во время работы. Они имеют большое значение в мотивационном процессе и представляют собой внешние раздражители, способствующие повышению интенсивности определенных мотивов в действиях человека. Стимулами являются вознаграждения, повышение по службе, управленческое воздействие руководителя, страх, ответственность, стремление к самовыражению и многое другое. Таким образом, стимулы – это блага (предметы, ценности и т. п.), которые могут удовлетворять потребности человека при выполнении им определенных действий, но они зависят не от личности, а от его окружения. Их формируют организации, фирмы, в которых человек работает. Менеджер должен учитывать, что с помощью восприятия стимулов работник ощущает ценность вознаграждения от фирмы за приложенные усилия в процессе его трудовой деятельности. Стимулы предопределяют потребности и предпочтения человека.

Мотивация как процесс является результатом взаимодействия между собой двух больших групп факторов; стимулов и потребностей (предпочтений). Сопоставление различных видов результатов труда является довольно сложной и неочевидной проблемой. Если человек в результате сопоставлений делает вывод, что со стороны фирмы нет несоответствия в оценке его действий, это значит, что мотивирующие факторы действуют на него положительно. Если же несоответствия прослеживаются, то происходит демотивация результата. Так, если человеку не доплачивают, по его мнению, за выполнение некоторой работы, то он не старается увеличивать свои усилия и положительного результата его деятельности закономерно не наблюдается, так как отсутствует мотивация. Мотивация возникает в результате взаимодействия отношений между работником и работодателем только тогда, когда их желания совпадают.

Полученный на первом этапе алгоритма идентификатор представляет собой специально составленную таблицу, которая формируется по типу отдельных кластеров с глубиной кластеризации до третьего уровня. Кластеры соответствуют единому критерию принадлежности (критерию кластеризации). По этой таблице можно четко идентифицировать объект исследования, который будет иметь количественную оценку. Эта оценка будет характеризовать потенциальную способность человека выполнять порученную ему работу. Она используется для корректировки мнения менеджера при расчете общей оценки мотивации.

Заметим, что на практике при анализе мотивации менеджер должен выбирать из определенного кластера только те факторы-признаки, которые присущи конкретному работнику или коллективу работников в проводимом анализе по предлагаемой им для анализа схеме.

Мотивация зависит от принадлежности людей к отдельным социальным группам. Поэтому при идентификации объекта надо учитывать, к какой социальной группе относится конкретное лицо, или группа лиц, какой деятельностью они занимаются в зависимости от области, в которой осуществляется рабочий процесс: экономика (тяжелая промышленность, машиностроение, металлургия, химия, легкая промышленность, сельское хозяйство), педагогика, управление, физкультура и спорт, наука, искусство, медицина. При идентификации объекта необходимо учитывать также, каким трудом будет заниматься человек: интеллектуальным, физическим, организационным в заданной области и т.д.

Идентификационные признаки рабочего, как субъекта мотивации, могут быть следующие.

1. Общая характеристика человека: пол, возраст, образование, семейное положение, профессия, общий стаж работы, собственный опыт работы по выбранному направлению, общая и профессиональная культура, ценность для субъекта организации, в которой он работает.

2. Трудовая характеристика человека: индивидуализм, коллективизм, работоспособность, организованность, дисциплинированность, здоровье, физическая сила, способность к творчеству, результативность, профессионализм (мастерство), высокооплачиваемый, среднеоплачиваемый, низкооплачиваемый труд, который выполняет субъект, отношение субъекта к руководству.

3. Производственный статус человека: собственник, партнер, совладелец, акционер, наемный рабочий.

4. Характеристики, определяющие тип личности человека: организаторские, аналитические, инженерные, творческие, интуитивные, исполнительные.

5. Психологические характеристики человека: восприятие действительности, усвоение команд, убежденность в своей правоте, отношение к жизни, оценка собственной жизненной ситуации, отношение к неудаче в работе, раздражительность, удовлетворенность работой.

В результате расчета по идентификатору можно получить общую оценку потенциальной пригодности человека к выполнению определенной работы по следующей формуле:

$$d = \sum_{i=1}^n \left(\sum_{j=1}^{l_i} d_{iji} \right) \quad (1)$$

В формуле (1) d называется оценкой потенциальной возможности человека к выбранной работе. В этой же формуле указывается общий вес каждого признака в оценке потенциальной трудоспособности данного работника. Он рассчитывается по следующей формуле:

$$d_{iji} = m_j \cdot Z_{iji} \cdot K_{iji} \quad (i = \overline{1, n}, j = \overline{1, r_i}, j_i = \overline{1, l_i}) \quad (2)$$

В формуле (2) указаны веса кластеров $m_j, i = \overline{1, r_i}$ (доли их учета в общей оценке составляющей 100 %), где r_i – количество кластеров в i -й группе, которые отражают степень важности для фирмы соответствующих признаков каждого кластера. Они определяются экспертным путем.

Величины K_{iji} представляют веса фактор-признаков соответствующего кластера, и являются различными внутри каждого кластера (зависят от группы l). Величины K_{iji} устанавливаются экспертным путем.

Потенциальные возможности работника выполнять ту или иную работу по оценке фирмы в соответствии с каждым признаком рассчитываются в долях от максимально возможного уровня, принятого в фирме за эталон, и обозначаются как $Z_{iji} (i = \overline{1, n}, j_i = \overline{1, l_i})$.

Оценка потенциальной пригодности человека к работе d колеблется в пределах $d \in [0, 1]$. Если число d близко к нулю, то работник не способен принимать соответствующие требования фирмы. Если же d близко к единице, то этот работник по своим потенциальным возможностям подходит для выполнения соответствующей работы на фирме. Если, например, оценка потенциальной пригодности человека к работе составляет 0,74, то это означает, что, по мнению фирмы, данный работник на 74 % потенциально соответствует оптимальному исполнителю, который нужен фирме для выполнения конкретной работы. Отметим еще раз, что на эту величину необходимо корректировать оценку, отражающую мнение работника о силе действия на него факторов при расчете оценки мотивации. В работе [1] представлен пример расчета идентификатора отдельной фирмы, который отражает описанную методику.

После идентификации объекта мотивации необходимо произвести классификацию факторов, характеризующих процесс мотивации к труду выбранного и идентифицированного объекта.

Факторы классификатора могут быть следующие:

1. Ценности, определяющие мотивационный процесс работника: стабильность в работе, интерес к работе, вид оплаты труда, работа, приносящая пользу людям, работа с хорошим отношением в коллективе, работа с возможностью улучшить жилищные условия, работа, предполагающая карьерный рост, работа с

хорошими условиями труда, работа, обеспечивающая социальные льготы, работа, предоставляющая возможность повышать квалификацию.

2. Стимулы, воспринимаемые работником:

2.1. Материальные: заработная плата, премии, денежное вознаграждение, материальная помощь, ссуды, участие в прибыли, улучшение условий жизни, льготы.

2.2. Моральные: похвала, одобрение, порицание, признание заслуг, уважение и доверие.

2.3. Организационные возможности: участие в делах фирмы, делегирование задач и полномочий в работе, самоутверждение.

2.4. Духовные: ощущение собственных возможностей в повышении профессионального мастерства, побуждение к действию, культура производства, субкультура, возможность коммуникации (связи) на любом производственном уровне, потребности в новых знаниях, эстетические потребности, потребности в само-реализации.

3. Потребности в зависимости от поставленной работником цели, определяющие эффект его деятельности:

3.1. Безопасность выполнения работ (опасность для жизни), уверенность в безвредности работы;

3.2. Уверенность в завтрашнем дне, стабильность доходов, стабильность занятости, удовлетворяющая величина доходов;

3.3. Производственно-бытовые условия: благоприятные условия труда и быта, отдых, микроклимат в коллективе, санитарно-гигиенические условия, свободное время.

4. Факторы, определяющие участие человека в решении производственных и бытовых вопросов:

4.1. Участие в управлении процессом: властвование, партнерство, арендатор, полное подчинение;

4.2. Социальные (общественные) потребности: причастность к делам организации, реализация желания быть в курсе дел других членов фирмы, социальное взаимодействие, признание способностей, уважение со стороны окружающих, самоуважение в личных достижениях, компетентность.

5. Объективные процессы, влияющие на работника: обстановка в стране, состояние региона, состояние отрасли, доход на душу населения.

Рассмотрим далее, как осуществляется расчет оценки мотивации работника с помощью структурной модели мотиватора. Структурная модель мотиватора представляет собой таблицу, в которой на синергетическом уровне объединяются две очень важные, но различные по предназначению структурные модели: модель идентификатора и модель классификатора. Идентификатор подробно характеризует объект исследования с разных сторон. Классификатор группирует мотивационные факторы, влияющие на объект мотивации. С помощью структурной модели мотиватора вычисляется оценка мотивации человека как потенциального работника.

Структурная модель мотиватора, подробно описанная в работе [2], выглядит следующим образом. Менеджер по труду должен выбрать факторы-стимулы, которые он будет учитывать при получении оценки мотивации. Необходимо выбирать минимальное число факторов, которые мотивируют работника, но таких, которые количественно и качественно отражают мотивационную ситуацию.

Общая оценка мотивации работника определяется по формуле:

$$K_{ij_i \cdot p_{j_i}} = m_i \cdot g_{j_i} \cdot S_{ij_i p_{j_i}} \quad (i = \overline{1, n}, j_i = \overline{1, l_i}, p_{j_i} = \overline{1, l_{j_i}}) \quad (3)$$

где $K_{ij_i \cdot p_{j_i}}$ – вес действия факторов, по мнению фирмы в i -й группе l_j -го кластера p_{j_i} -го фактора; m_i – вес i -й группы; g_{j_i} – вес j -го кластера в i -й группе; $S_{ij_i p_{j_i}}$ – вес p_{j_i} -го фактора в j_i -м кластере i -й группы.

Заметим, что в этой формуле в обозначениях используется трехуровневая глубина индексации. С помощью формулы (4) вычисляется коэффициент $C_{ij_i \cdot p_{j_i}}$, который отражает общее мотивационное воздействие фактора с учетом сопоставления мнения фирмы и работника о степени влияния соответствующих факторов на производственный процесс. Эти коэффициенты рассчитываются по формуле:

$$C_{ij_i \cdot p_{j_i}} = \frac{b_{ij_i p_{j_i}}}{a_{ij_i p_{j_i}}} \cdot K_{ij_i p_{j_i}} \quad (i = \overline{1, n}, j_i = \overline{1, l_i}, p_{j_i} = \overline{1, l_{j_i}}) \quad (4)$$

где i – номер группы, n – число групп, j_i – номер кластера в i -й группе, l_i – число кластеров в i -й группе; p_{j_i} – номер фактора в j_i -м кластере, l_{j_i} – число факторов в j_i -м кластере i -й группы; $C_{ij_i \cdot p_{j_i}}$ – общая оценка фактора с индексом $(ij_i \cdot p_{j_i})$. Она используется в формуле (5); $a_{ij_i p_{j_i}}$ – оценка фирмой действия фактора с индексом $(ij_i \cdot p_{j_i})$. Она рассчитывается экспертным путем. $b_{ij_i p_{j_i}}$ – оценка рабочим действия фактора с индексом $(ij_i \cdot p_{j_i})$. Она также рассчитывается экспертным путем.

Оценка мотивации, определяемая по мотиватору, рассчитывается по следующей формуле:

$$C = d \cdot \left(\sum_{i=1}^n \left(\sum_{j_i=1}^{l_i} \left(\sum_{p_{j_i}=1}^{l_{j_i}} \frac{b_{ij_i p_{j_i}}}{a_{ij_i p_{j_i}}} \cdot K_{ij_i p_{j_i}} \right) \right) \right), C \in [0, \infty) \quad (5)$$

Примечание: в указанных формулах используется трехуровневая индексация.

Оптимальное воздействие мотивации на работника возникает тогда, когда оценка мотивации $c = 1$. Если $c < 1$, то это означает, что фирма должна увеличить действие стимулирующих факторов. Это может повлечь за собой увеличение эффективности производства. Если $c > 1$, то это означает, что работник достаточно мотивирован и в последующем повышение эффективности производства может осуществляться только за счет дальнейших организационных и структурных изменений в производственном процессе.

Можно предложить следующую таблицу перевода значений оценок мотивации из количественных выражений в качественные:

Таблица 1

Шкала градаций мотивации

Оценка мотивации	0–0,1	0,1–0,3	0,3–0,5	0,5–0,7	0,7–0,9	0,9–1,1	1,1–∞
Наименование градаций мотивации	Полное отсутствие мотивации	Бесперспективная	Заметная	Достаточная	Умеренно высокая	Оптимальная	Сверхнормативная

Если оценка мотивации равна, например, 0,684, то отсюда можно сделать вывод, что работник достаточно мотивирован, и фирма может в дальнейшем осуществлять организационные мероприятия для повышения производительности труда работника и поднятия эффективности производства. Пример работы мотиватора подробно описан в работе [3]. Таким образом, с помощью построения идентификатора, классификатора и расчета оценки мотивации по мотиватору можно проанализировать мотивационную ситуацию и принять соответствующее ей решение по выбору кандидатуры потенциального работника для успешного выполнения им соответствующей работы.

В заключение необходимо отметить, что важной особенностью человеческого интеллекта является способность менеджеров принимать правильные решения в условиях неполной и нечеткой информации. Построение представленных в этой работе моделей на основе нечетких данных и использование их в компьютерных системах представляет сегодня одну из важнейших проблем науки. Для создания действительно интеллектуальных систем, способных адекватно взаимодействовать с человеком, необходимо использовать новый математический аппарат, который переводит неоднозначные жизненные утверждения на язык четких и формальных математических формул. Этим мы предполагаем заниматься в дальнейшем.

Литература

1. Христиановский В. В. Построение экономико-математических моделей для анализа мотивации трудовой деятельности работников фирмы / В. В. Христиановский, В. П. Щербина // Вісн. Донец. нац. університету. Серія В. Економіка і право. 2012. – Спецвип. – Т. 2. – С. 254–258.
2. Христиановский В. В. Проблемы моделирования мотивации трудовой деятельности работника / В. В. Христиановский, В. П. Щербина // Вісн. Донец. нац. університету. Серія В. Економіка і право. – 2012. – Т. 2.
3. Христиановский В. В. Построение структурной модели мотивации трудовой деятельности работника фирмы [Электронный ресурс] / В. В. Христиановский, В. П. Щербина : монография // Інноваційні та інформаційні технології в розвитку національної економіки: теорія і практика. – М. : Науч. технології, 2013. – Режим доступа: <http://ekhneu.org.ua> 2013

References

1. Khrystyanovskyy V. V. Postroyeniye ekonomyko-matematycheskykh modeley dlya analiza motyvatsyy trudovoy deyatel'nosti rabotnykov fyrmy / V. V. Khrystyanovskyy, V. P. Shcherbyna // Visnyk Donets'koho natsional'noho universytetu: Seriya V. Ekonomika i pravo. 2012. – Spetsvypusk. – T. 2 – S. 254–258.
2. Khrystyanovskyy V. V. Problemy modelirovaniya motyvatsyy trudovoy deyatel'nosti rabotnyka / V. V. Khrystyanovskyy, V. P. Shcherbyna // Visnyk Donets'koho natsional'noho universytetu: Seriya V. Ekonomika i pravo. 2012. – T. 2.
3. Khrystyanovskyy V. V. Postroyeniye strukturnoy modely motyvatsyy trudovoy deyatel'nosti rabotnyka fyrmy / V. V. Khrystyanovskyy, V. P. Shcherbyna : monohrafiya // Ynnovatsyonnye y ynformatsyonnye tehnolohyy v razvytyy natsyonal'noy ekonomyky: teoryya y praktyka. – M. : Nauchnyye tekhnolohyy, 2013. – Sayt: <http://ekhneu.org.ua> 2013.

Надіслана/Written: 15.07.2015 р.
 Надійшла/Received: 17.07.2015 р.
 Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

УДК 336.144:001.8

Д. В. КУЛИШ

ДВНЗ “Запорізький національний університет”

ДОСЛІДЖЕННЯ БЮДЖЕТУВАННЯ НА АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ

На основі системного підходу у статті досліджено особливості функціонування агропромислового ринку України та оцінено вплив зовнішніх факторів на операційну діяльність підприємств. Доведено доцільність урахування чинників зовнішнього впливу при формування бюджету доходів та бюджету руху грошових коштів.

Ключові слова: агропромислове підприємство, бюджетування, системний підхід, зовнішні фактори.

D. V. KULISH

SHEE “Zaporizhya National University”

RESEARCH OF BUDETING AT AGRO INDUSTRIAL COMPANIES WITH THE HELP OF THE SYSTEMATIC APPROACH

Abstract – Based on a systematic approach current article investigates features of Ukrainian-industrial market and evaluates influence of external factors to the companies’ operational activity. Proved the expediency of consideration of external factors in the process of creation of income budget and cash flow budgets.

Key words: agro-industrial company, budgeting, systematic approach, external factors.

Д. В. КУЛИШ

ДВНЗ “Запорізький національний університет”

ИССЛЕДОВАНИЕ БЮДЖЕТИРОВАНИЕ НА АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА

На основе системного подхода в статье исследованы особенности функционирования агропромышленного рынка Украины и оценено влияние внешних факторов на операционную деятельность предприятий. Доказана целесообразность учета факторов внешнего воздействия при формировании бюджета доходов и бюджета движения денежных средств.

Ключевые слова: агропромышленная компания, бюджетирование, системный подход, внешние факторы.

Постановка проблеми. Покращення якості управлінських рішень на агропромислових підприємствах України, на нашу думку, залишається однією із головних проблем галузі. Багато підприємств ведуть не ефективну, збиткову діяльність, що спонукає нас шукати шляхи підвищення її управлінських рішень. Ефективне використання бюджетування при плануванні діяльності може вивести якість управлінських рішень на суттєву інший рівень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Слід виділити праці Ф.Ф. Аунапу, В.В. Глушенка, Ф. Тейлора та Л. Дасера, які зробили суттєвий внесок у розвиток питань якості управлінських рішень та ефективного управління. Але врешті решт ця проблема з точки зору бюджетування діяльності агропромислових підприємств України залишається актуальною і сьогодні.

Формулювання цілі статті. Ціллю статті є аналіз доцільності урахування факторів зовнішнього впливу на підприємство агропромислового комплексу України та їх урахування у системах управління діяльністю для покращення ефективності управлінських рішень.

Вклад основного матеріалу дослідження. Підприємство представляє собою складну систему, створену на основі поділу праці для досягнення певних цілей (отримання прибутку) [1]. При цьому процес управління підприємством реалізується в рамках певних управлінських функцій – планування, організація, регулювання, контроль, мотивація. Об'єктом управління найчастіше є соціальна організація або сукупність організацій. У теорії організацій під соціальною організацією мається на увазі спеціально, для досягнення певної мети створена група людей, виконує певну суспільну функцію.

При системному підході до управління організація розглядається як сукупність взаємопов'язаних елементів – люди, структура, завдання, технологія. Будь-яка організація, будь то окреме підприємство або холдинг, є складно організованою системою. Згідно з визначенням, даним М. Месконом, “система – це деяка цілісність, що складається з взаємозв'язаних частин, кожна з яких вносить свій внесок у характеристики цілого” [2]. Існування і функціонування систем зумовлені низкою закономірностей: цілісністю, інтегрованістю, комунікативністю, ієрархічністю, який здійснюють та іншими.

Система утворюється двома складовими: зовнішнім оточенням, що включає в себе вхід і вихід системи, зв'язок із зовнішнім середовищем і зворотний зв'язок; внутрішньою структурою, тобто сукупністю взаємопов'язаних компонентів, що забезпечують процес впливу суб'єкта управління на об'єкт, переробку входу системи в се вихід і досягнення цілей системи.

Система – це цілісний комплекс взаємопов'язаних компонентів, що має особливе єдність із зовнішнім середовищем і представляє собою підсистему системи вищого порядку (глобальної системи). Єдність системи із зовнішнім середовищем визначає її взаємозв'язок з дією об'єктивних економічних законів.

У свою чергу системний підхід – це методологія дослідження об'єктів як систем. Системний підхід вимагає розглядати проблему не ізольовано, а в єдності зв'язків із навколишнім середовищем, осягати сутність кожного зв'язку та окремого елемента, проводити асоціації між загальними та приватними цілями [3]. Зв'язком в системі із зовнішнім середовищем є інформаційні та документальні потоки в системі та між її компонентами для прийняття та координації виконання управлінських рішень. Інформація повинна бути необхідного обсягу і якості, в потрібному місці і в потрібний час. Провідні підприємства світу вважають, що багато що визначається зовнішнім середовищем. Отже, їх цілі складаються не з внутрішнього поточного управління, а із зовнішнього оточення. Системний підхід – це аналіз проблем і підсумок можливих рішень. Цей загальний підхід включає в себе вирішення проблем дисциплінованим чином, беручи до уваги пріоритети. Це галузь процесу системного мислення.

Якщо розглядати бюджетування з точки зору системи, то очевидним є його розуміння з боку внутрішнього середовища: структури бюджетної моделі, видів бюджетів, бюджетного періоду і так далі. Адже цим базовим питанням було приділено достатню увагу багатьма економістами світу. Але якщо додати зовнішнє середовище, то тут виникає ряд проблем. Виникають питання, пов'язані із бюджетним процесом, взаємопов'язаності бюджетів, формуванням бюджетних показників і так далі. Якщо просто, то із впливом зовнішніх чинників на бюджетні показники, прийняття рішень та врешті решт на фінансові результати діяльності в кінці розрахункового періоду.

З нашої точки зору, якщо ми йдемо до мети якісного управління підприємством агропромислового комплексу за допомогою бюджетування, то ми маємо розглянути бюджетування як раз за допомогою системного підходу – із поєднанням внутрішніх і зовнішніх чинників впливу на підприємство. Адже агропромисловий комплекс України має суттєвий зовнішній вплив, це перш за все пов'язане із тим, що за останні роки спостерігається стала тенденція до нарощування об'ємів виробництва і експорту товарів агропромислового комплексу.

Протягом останнього десятиліття виробництво зернових зросло в 2,58 рази, у той час коли експорт зернових із України виріс у 24 рази. Якщо у 2000/2001 маркетингових роках частка експорту була 5,44 % від валового виробництва, то в 2013/2014 рр. вона вже становила 50,95 %. За експортом зернових у 2013/2014 маркетингових роках Україна увійшла до трійки найбільших світових експортерів, пропустивши вперед США (72,3 млн т) та ЄС (38,5 млн т) [4]. До цієї статистики все ж таки треба додати певну ремарку про те, що Україна залишається все ж експортером насамперед агропромислової сировини, а не продуктів переробки.

Міжвідомча робоча група при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі прогнозувала валове виробництво зернових в Україні в 2014/2015 маркетинговому році на рівні 58 млн т проти 63 млн т у 2013/2014 рр. Основне скорочення прогнозу виробництва зернових пояснюється вилученням з нього обсягів продукції у Криму (в минулому сезоні ці обсяги враховувалися) [5]. Фактично ж у 2014/2015 маркетинговому році, відповідно до звіту міністра аграрної політики і продовольства, Україна отримала рекордні 64 млн т збіжжя, з яких 34,6 млн т експортувала закордон – 54,06 % [6]. Рис. 1 наочно демонструє це зростання.

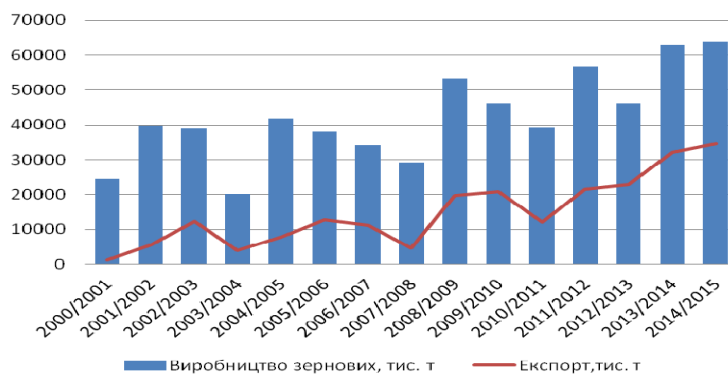


Рис. 1. Динаміка виробництва і експорту зернових України

Через те ми вважаємо, що зовнішній чинник має бути врахований в управлінських технологіях. Формування бюджету має включати внутрішні чинники (специфіку підприємства, його структуру, фінансовий стан і т.д.) і зовнішній фактор, який у свою чергу теж є комплексним. Саме зовнішній фактор є ціноутворюючим для агропромислового підприємства України, адже ціни реалізації формуються не на базі собівартості продукції плюс бажана норм прибутковості, а рефлекторно, спираючись на волатильність ціни на зовнішніх ринках.

Більшість минулих досліджень щодо бюджетування діяльності підприємств приділяло увагу контролю витрат та іншим внутрішнім чинникам діяльності. У нашому випадку ми приділяємо основну увагу зовнішнім – насамперед волатильності цін на міжнародному ринку, яка безпосередньо впливає на ціни внутрішнього ринку.

Ми проаналізували місячні коливання внутрішніх цін на пшеницю на українському агропродовольчому ринку за період від липня 2009 р. до червня 2015 р. Дані були отримані з декількох сільськогосподарських і торгових компаній Запорізької та Дніпропетровської областей, щоби перевірити дослідження відомого економіста Соренсена в умовах українського аграрного ринку. Карстен Соренсен в наслідок дослідження щотижневих ф'ючерсних цін на кукурудзу, сою та пшеницю на Чиказькій товарній біржі в період з 1972–1997 рр. зазначив принаймні дві важливі основні риси сільськогосподарських цін на товари: ф'ючерсні ціни відображають сезонний характер і варіації повних далеких ф'ючерсних цін є нижчими, ніж близькі ф'ючерсні ціни. Крім того автор вказує, що ф'ючерсні ціни на кукурудзу і ф'ючерсні ціни на сою мають апогей в липні і досягають низу в грудні/листопаді. Для ф'ючерсів на пшеницю середні ф'ючерсні ціни досягають піку в березні і досягають низу в липні. Підсумовуючи написане в статті автора, ми можемо сказати, що пік ф'ючерсних цін на сільськогосподарські товари приходить на два–три місяці до врожайних періодів і досягають спаду в період після збору врожаю [7].

В свою чергу ми розглядали ціни за 12-місячний період, але з такою поправкою, що ціни були прийняті на початку врожайного періоду кожного окремого товару. Іншими словами, ціни на пшеницю були оцінені з 1-го липня поточного року до кінця жовтня наступного року.

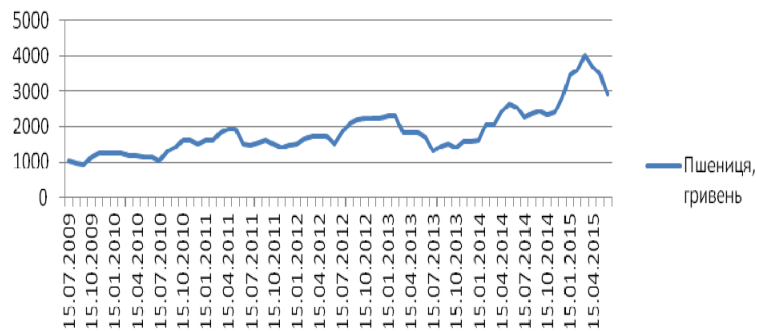


Рис. 2. Динаміка цін на пшеницю в гривнях на українському сільськогосподарському ринку (2009–2015 рр.)

Результати дослідження майже повністю доводять слова іноземного економіста. Дійсно, ціни на сільськогосподарську продукцію повністю спадають після початку сезону врожаю. Зазвичай, ціни на пшеницю мінімальні на початку збору врожаю в липні, та досягають максимального значення в лютому–квітні. У свою чергу, через суттєву нестабільність на внутрішньому валютному ринку ми перерахували ці місячні ціни у долари США за курсом НБУ на 15-те число кожного місяця відповідно. Це дозволило побачити реальну ціни із елімінуванням курсового фактора.

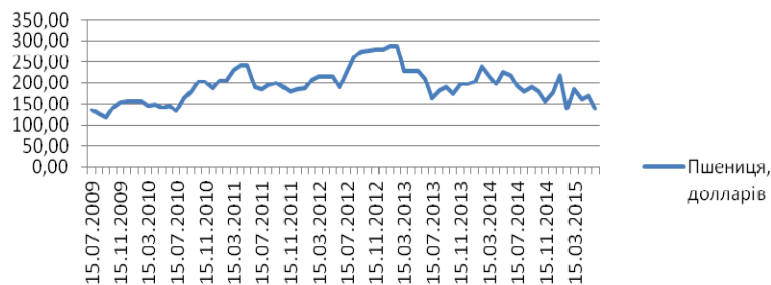


Рис. 3. Динаміка цін на пшеницю в доларах на українському сільськогосподарському ринку (2009–2015 рр.)

Крім того слід звернути увагу на середні місячні обсяги експорту товарів агропромислового комплексу України. Таблиця 1 демонструє середні обсяги експорту пшениці, ячменю і кукурудзи за маркетингові роки 2008/2009–2013/2014.

Таблиця 1

Помісячний середній експорт зернових з України за маркетингові роки 2008/2009–2013/2014

Зернові, тис. т	Середній, тис. т	Середній, %
Липень	1133	5,43
Серпень	1761	8,43
Вересень	2145	10,28
Жовтень	2034	9,74
Листопад	2103	10,07
Грудень	2454	11,75

Продовження таблиці 1

Зернові, тис. т	Середній, тис. т	Середній, %
Січень	1637	7,84
Лютий	1610	7,71
Березень	1875	8,98
Квітень	1438	6,89
Травень	1473	7,06
Червень	1213	5,81
Сума	20875	100,00

Якщо порівняти дані по експорту зернових таблиці 1 із динамікою цін на аграрному ринку України на рис. 3, то можливо легко помітити, що агропромислові підприємства через не професійне управління втрачають значну частину потенційних прибутків, т.к. продають більшість врожаю за мінімальними цінами у порівнянні із динамікою цін протягом маркетингового року.

Висновки. На сьогодні частка експорту від валового виробництва зернових в Україні складає 54,06 %, а ціни внутрішнього ринку формуються на основі волатильності ціни на міжнародних ринках. Це свідчить, що підприємства України мають уважно стежити за цією динамікою та враховувати цю інформацію при формуванні бюджетів – насамперед доходів та руху грошових коштів.

Література

1. Бочаров В. В. Коммерческое бюджетирование: Финансовые ресурсы. Системы управления финансами. Виды бюджетов / В. В. Бочаров. – СПб. : Питер, 2003. – 368 с.
2. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – М. : Дело, 1999. – 800 с.
3. Общая теория систем – обзор проблем и результатов // Системные исследования. Ежегодник, 1969. – М. : Наука, 1969. – С. 30–54.
4. Аналіз ринку зернових [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrselko.com/uploads/media/Ukrselko_Grain_Market_Analysis_120918.pdf
5. Экономическая правда [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/rus/news/2014/07/28/478366/>
6. Офіційний сайт міністерства аграрної політики і продовольства України [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/node/17647>
7. Sørensen C. Modeling seasonality in agricultural commodity futures / C. Sørensen // Journal of Futures Markets. – 22 (5). – 2002. – S. 393–426.

References

1. Bocharov V. V. Kommercheskoe byudzhety'rovany'e: Fy'nansovyye resursy. Sy'stemy upravleny'ya fy'nansamy'. Vy'dy byudzhetov / V. V. Bocharov. – SPb. : Py'ter, 2003. – 368 s.
2. Meskon M. Osnovy menedzhmenta / M. Meskon, M. Al'bert, F. Hedoury' ; per. s angl. – M. : Delo, 1999. – 800 s.
3. Obshhaya teory'ya sy'stem – obzor problem y' rezul'tatov // Sy'stemnyye y'ssledovany'ya. Ezhegodny'k, 1969. – M. : Nauka, 1969. – S. 30–54.
4. Analiz ry'нку zernovy'x [Elektronny'j resurs]. – Rezhym dostupu: http://ukrselko.com/uploads/media/Ukrselko_Grain_Market_Analysis_120918.pdf
5. Ekonomy'cheskaya pravda [Elektronny'j resurs]. – 2014. – Rezhym dostupu: <http://www.epravda.com.ua/rus/news/2014/07/28/478366/>
6. Oficijny'j sajt ministerstva agrarnoyi polity'ky' i prodovol'stva Ukrayiny' [Elektronny'j resurs]. – 2015. – Rezhym dostupu: <http://minagro.gov.ua/node/17647>
7. Sørensen C. Modeling seasonality in agricultural commodity futures / C. Sørensen // Journal of Futures Markets. – 22 (5). – 2002. – S. 393–426.

Надіслана/Written: 22.07.2015 р.
 Надійшла/Received: 24.07.2015 р.
 Рецензент: д.е.н., проф. А. В. Череп

УДК 631.15:339.138

З. Б. ЖИВКО, Г. Я. ЛЕВКІВ
Львівський державний університет внутрішніх справ
В. М. МЕЛЬНИКОВИЧ
Сихівський РВ ЛМУ УМВСУ у Львівській області, м. Львів

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСОБЛИВИЙ НАПРЯМ УПРАВЛІННЯ АГРОПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Досліджено проблеми маркетинг-менеджменту агропромислових підприємств, концепції маркетинг-менеджменту, які орієнтовані на споживача. Метою статті є дослідження маркетинг-менеджменту, як особливого напрямку управління та концепції холистичного (цілісного) маркетингу. Акцентовано увагу на необхідності врахування особливості, щодо спектр-функцій маркетинг-менеджменту агропромислових підприємств віднесено ще один аспект – це поставка продукції із сільських районів і сільської місцевості в міста та для промислових споживачів. Розглянуто основні складові механізму маркетинг-менеджменту, інноваційну концепцію холистичного маркетингу та течії розвитку маркетингу. Визначено низку дій для реалізації складових процесу маркетинг-менеджменту в агропромислових підприємствах.

Ключові слова: маркетинг-менеджмент, холистичний маркетинг, агропромислові підприємства, механізм маркетинг-менеджменту, споживча цінність продукції агропромислового виробництва, вигода, витрати.

Z. V. ZHIVKO, G. J. LEVKIV
Lviv State University of Internal Affairs
V. M. MELNYKOVICH
Sykhov Policdepartment, Lviv

MARKETING MANAGEMENT AS SPECIAL MANAGEMENT DIRECTION AGRO-INDUSTRIES

Abstract – The problems of agroindustrial enterprises marketing management, conceptions of marketing management, which are oriented to the user are researched in the article. The purpose of the article is marketing management research, as the special direction of management and conception of an integral marketing. Attention is paid to the special feature necessity research such as to the spectral functions of agroindustrial enterprises marketing management another aspect should be attributed this aspect is products supply from rural districts to cities and industrial users. The basic constituents of the marketing management mechanism, innovative conception of the integral marketing and marketing approaches development are considered. It is proved that agroindustrial production consumer output value can be increased by benefits growth; charges level diminishing; simultaneous benefits growth and charges diminishing; exceeding of benefits growth above charges growth; decline of benefits by less rates comparatively with charges growth. Taking into account the specific of agroindustrial complex enterprises work, we can give such determination of marketing management that it is aggregation of commercial functions, related to the agroindustrial enterprises products receipt from a producer to the user.

Key words: marketing management, holistic marketing, agro-industrial enterprise marketing management mechanism, consumer value of agriculture production and benefit costs.

З. Б. ЖИВКО, Г. Я. ЛЕВКІВ
Львовский государственный университет внутренних дел
В. М. МЕЛЬНИКОВИЧ
Сиховский РО ЛГУ УМВД во Львовой области, г. Львов

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ, КАК ОСОБОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В УПРАВЛЕНИИ АГРОПРОМЫШЛЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Исследованы проблемы маркетинг-менеджмента агропромышленных предприятий, концепции маркетинг-менеджмента, ориентированных на потребителя. Акцентируется внимание на необходимости учета особенности, что к спектр-функциям маркетинг-менеджмента агропромышленных предприятий отнесен еще один аспект – это поставка продукции из сельских районов и сельской местности в города и для промышленных потребителей. Рассмотрены основные составляющие механизма маркетинг-менеджмента, инновационная концепция холистического маркетинга и разновидности течений развития маркетинга. Доказано, что потребительская ценность продукции агропромышленного производства может быть увеличена за счет: роста выгод; снижения уровня затрат; одновременного роста выгод и уменьшения расходов; превышения роста выгод над ростом расходов; снижения выгод меньшими темпами по сравнению с ростом расходов. Рыночные условия, в которых функционируют предприятия АПК, заставляют их осуществлять поиск новых подходов к управлению процессом производства, переработки и сбыта агропромышленной продукции, воплощая новую философию управления в процессе маркетинг-менеджмента. Такой подход построен на опыте работы отечественных и зарубежных предприятий в комплексном сочетании инструментов маркетинга и менеджмента с учетом специфики регионов Украины, применением информационных технологий маркетингового процесса, формированием и пополнением баз данных информации о клиентах. Определен ряд действий для реализации составляющих процесса маркетинг-менеджмента в агропромышленных предприятиях.

Ключевые слова: маркетинг-менеджмент, холистический маркетинг, агропромышленные предприятия, механизм маркетинг-менеджмента, потребительская ценность продукции агропромышленного производства, выгода, затраты.

Постановка проблеми. Практика господарювання в ринкових умовах доводить, що вести бізнес, спираючись на досвід минулих років, без аналізу поточної ситуації, передбачення майбутніх стратегій роз-

виту означає, що підприємство агропромислового комплексу перебуватиме в нестійкому стані впродовж тривалого періоду. Актуальність формування концептуально нової теорії маркетингової діяльності агропромислових підприємств підтверджується тим, що особливості реалізації маркетингу як управлінської парадигми в цій галузі мають суттєві відмінності. Територіальні особливості розміщення підприємств, розосередженість господарських одиниць та їх інфраструктури, різноманітність природно-кліматичних умов, сезонність виробництва, яка впливає на всі аспекти виробничо-збутової діяльності, різноманітність форм власності та видів господарювання, спеціалізації та участі у вертикальних і горизонтальних зв'язках товаровиробників та багато інших характерних особливостей зумовлюють існування широкого спектра форм і видів маркетингового інструментарію.

Потреба використання маркетинг-менеджменту підприємством агропромислового комплексу в умовах поширення й поглиблення процесів глобалізації є актуальною для вітчизняних підприємств, які внаслідок фінансових та управлінських криз можуть не витримати конкуренції світового рівня. Витіснення певних видів продукції вітчизняного виробництва іноземними аналогами, які мають кращі показники конкурентоспроможності, може призвести до банкрутства виробників, скорочення робочих місць і орієнтування економіки України у бік сировинної спеціалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці маркетингового менеджменту посвячені праці таких науковців, як О.А. Біловодська [1], О.Д. Вовчак [2], Л.Г. Кльоба [2], Н.В. Куденко [3], В.П. Пелішенко [4]. Можна згадати роботи в цьому напрямку таких американських учених, як В. Штерн Луїс, Ель-Ансарі Адель І., Енн Т. Кофлан [5], П. Аллен, Дж. Вуттен [6]. У своїй концепції побудови систем продажів зазначені автори виходять з пріоритету запитів кінцевих споживачів і використання принципів маркетингу. Але продаж розглядається ними як одна з функцій збутової діяльності підприємства і трактується у вузькому сенсі – тільки як переговорний процес і оформлення договору купівлі-продажу. В умовах сьогодення особливо важливим є маркетинг-менеджменту в агропромисловому бізнесі, який зумовлюється тим, що сучасний етап глибоких соціально-економічних перетворень у цій галузі пов'язується з необхідністю пошуку внутрішніх джерел економічного зростання, які ґрунтуються на підвищенні конкурентоспроможності, розширенні виробництва і продажу вітчизняної продукції на внутрішньому й зовнішньому продовольчих ринках. Це практично неможливо здійснити без забезпечення науково-інноваційного характеру відтворювального процесу, орієнтованого на потреби споживачів.

Виділення недослідженої проблематики. Вважаємо недостатньо дослідженим розвиток комунікативних зв'язків із зовнішнім середовищем (прямих і зворотних), що реалізуються через застосування функцій, методів, важелів та інструментів, які є складовими механізму маркетинг-менеджменту підприємства та концепції холістичного (цілісного) маркетингу.

Метою статті є дослідження маркетинг-менеджменту, як особливого напрямку управління та концепції холістичного (цілісного) маркетингу.

Виклад основного матеріалу. Застосування системи маркетинг-менеджменту в підприємствах агропромислового комплексу в умовах формування ринкових відносин – це необхідність, яка зумовлюватиме покращення роботи як підприємства, так і його структурних підрозділів. Для цього доречно використати таку групу заходів: організаційні; адміністративно-правові; науково-методичні.

Організаційні заходи полягають у змінах, що відображаються в механізмах організації та техніки управління підприємством АПК. За допомогою адміністративно-правових заходів юридично закріплюється зміна складу підрозділів підприємства АПК, а саме – розробляється положення про кожний структурний підрозділ, визначаються посади та посадові обов'язки з обов'язковим внесенням змін до статуту підприємства. Сукупність науково-методичних заходів реалізується з урахуванням методичних і наукових підходів щодо маркетингової діяльності підприємств АПК [7].

Проте підприємства агропромислового комплексу у застосуванні системи маркетинг-менеджменту можуть постати перед низкою проблем: 1) психологічний тиск на керівництво та фахівців, щодо використання інноваційних підходів, а саме процесу маркетинг-менеджменту, адже саме такий підхід може забезпечити підвищення ефективності системи управління з урахуванням задоволення на максимальному рівні потреб споживачів, переорієнтацію “потреб виробництва” на “потреби ринку”; 2) зміна організаційної структури управління. На процес маркетинг-менеджменту покладено зміну структури управління не лише додаванням кількох структурних підрозділів, а докорінну зміну всієї структури управління. Такий процес передбачає перегляд відносин між підрозділами підприємств АПК, зміну їх функціональних обов'язків, прав і рівня відповідальності [7]; 3) здатність підприємства агропромислового комплексу адаптуватись до змін зовнішнього середовища. Адже в умовах сьогодення підвищується рівень невизначеності, ризику, яким супроводжується діяльність підприємства на ринку, тому постає необхідність пристосування до економічної ситуації, чим гарантуватиметься стратегія “виживання”; 4) використання стратегічного підходу до управління. Аналізуючи ринкове середовище, в якому функціонує підприємство АПК, необхідно оперативно оцінити його становище та правильно визначити вектор тактики і стратегії розвитку за допомогою виробничих, торговельних та інших процесів, потреб ринку, фінансово-господарських відносин, соціально-економічних засобів; 5) якість та оперативність формування системи маркетингової інформації; 6) ефективність будь-якого суб'єкта підприємництва на ринку супроводжується інформаційними потоками, від якості та

оперативності яких залежить якість його роботи; 7) необхідність якісного кадрового забезпечення здійснювати інноваційні процеси в системі управління можуть керівники і фахівці з новим підходом до справи, які володіють сучасними методами ведення виробничої і комерційної діяльності, здатні творчо бачити процес виконання поставлених завдань і тим самим забезпечувати успіх підприємства на ринку.

Враховуючи специфіку роботи підприємств агропромислового комплексу, маркетинг-менеджмент може бути визначений як сукупність комерційних функцій, пов'язаних із надходженням продукції агропромислових підприємств від виробника до споживача. Необхідно врахувати, що до спектр-функцій маркетинг-менеджменту цих підприємств віднесено ще один аспект – це поставка продукції із сільських районів і сільської місцевості в міста та для промислових споживачів.

В основі сучасної концепції маркетинг-менеджменту лежить положення про орієнтацію на споживача, яка означає, що агропромислове підприємство ставить на перше місце інтереси своїх цільових споживачів (і кінцевих, і посередників). Орієнтація на споживача – це, по суті справи, правило поведінки підприємства на конкурентних ринках, де діють обізнані покупці. За Дж. О'Шонессі [8], орієнтація на споживача означає забезпечення відповідності перевищення очікувань. Очікування споживача внутрішньо пов'язані з таким: що пропонують конкуренти; що було обіцяно; що є розумним, виходячи з минулого подібного досвіду; якими є витрати (ціна покупки, вартість експлуатації, інтелектуальні та фізичні витрати, пов'язані з придбанням або користуванням товаром).

Орієнтація на споживача означає, що головним у діяльності підприємства агропромислового комплексу є завоювання довіри споживача, оскільки остання – основа прихильності. Довіра споживача формує суму сприятливих вражень, які допомагають споживачам не сприймати надто серйозно випадкові недоліки товару або огріхи діяльності підприємства. Довіра зміцнюється завоюванням репутації і досягненням спільності цінностей. На цьому будується прихильність до марки та власне підприємства агропромислового комплексу. Прихильність передбачає, що споживачі придбають продукцію деякої марки, навіть коли її виробник тимчасово перебуває не на кращих позиціях, позаяк довіра діє на рівні емоційних зв'язків.

Агропромислова продукція буде мати успіх на ринку тільки тоді, коли вона становитиме цінність для цільового споживача і принесе йому задоволення. Покупець, ґрунтуючись на своєму сприйнятті, вибере з конкуруючих пропозицій такий продукт який, на його думку, володіє найбільшою цінністю. Для визначення такої цінності скористаємося формулою:

$$\text{Цінність } (V) = \frac{\text{Вигоди}}{\text{Витрати}} = \frac{\text{Функціональні вигоди} + \text{Емоційні вигоди}}{\text{Грошові витрати} + \text{Тимчасові витрати} + \text{Енергетичні витрати} + \text{Матеріальні витрати}}$$

Отже, споживча цінність продукції агропромислового виробництва може бути збільшена за рахунок: зростання вигод; зменшення рівня витрат; одночасного зростання вигод і зменшення витрат; перевищення зростання вигод над зростанням витрат; зниження вигод меншими темпами порівняно до зростання витрат.

Споживач, вибираючи з двох пропозицій, які мають для нього цінність V_1 і V_2 насамперед порівняє V_1/V_2 . Якщо співвідношення буде більше одиниці, споживач віддасть перевагу V_1 , якщо менше – V_2 , і йому буде складно визначитися, якщо співвідношення дорівнюватиме одиниці.

Найбільші можливості в бізнесі криються не в покращанні того, що вже зроблено, а в оволодінні змінами в зовнішньому середовищі. Впроваджувати маркетинг-менеджмент необхідно тому, що він може підвищити ефективність функціонування підприємства агропромислового комплексу і сфери господарства в цілому. Однією з новаторських концепцій маркетинг-менеджменту, яку перспективно можна впровадити з метою удосконалення управління агропідприємствами у конкурентному середовищі, є концепція холістичного (цілісного) маркетингу, яка визнає, що в маркетинговій справі важливо все, а необхідним є залучення, інтегрованого підходу. Холістичний маркетинг охоплює чотири компоненти: маркетинг взаємовідносин, інтегрований маркетинг, внутрішній маркетинг і соціально відповідальний маркетинг. Таким чином, холістичний маркетинг – це підхід, який передбачає спробу визнати і збалансувати різні компетенції та складності маркетингової діяльності.

Взаємозв'язки у системі холістичного маркетингу агропромислового підприємства наведено на рис. 1.

Проблему формування прихильності намагаються вирішити порівняно нові маркетингові та управлінські концепції. На сьогодні існує кілька нових течій у розвитку маркетингу: (1) процесна організація бізнесу при орієнтації на клієнта – виділення ключових процесів, що забезпечують виробництво і доставку товару, їх перегляд з позиції поліпшення якості, оптимізації витрат на основі системного підходу і з використанням інформаційних технологій (реінжиніринг бізнес-процесів); (2) розвиток електронної комерції і виникнення інтернет-маркетингу; (3) врахування досвіду світових лідерів і засвоєння успішних інновацій – бенчмаркінг; (3) часткова відмова від власного виробництва і розширення числа придбаної продукції, послуг (аутсорсинг). Поява віртуальних компаній, де головна компанія виконує лише координаційні функції. Обмеження кількості постачальників і забезпечення з ними тривалих вигідних взаємовідносин.



Рис. 1. Система холістичного маркетингу агропромислового підприємства

Розгляд виробничого процесу як ланцюжка створення цінності; (4) орієнтація на отримання переваг від глобальної діяльності, оптимізація виробництва і реалізації за рахунок правильного розміщення виробництв і вибору ринків; (5) CRM-маркетинг (Customer Relationship Marketing) – переорієнтування уваги з одиничних угод на встановлення довготривалі взаємовигідні відносини зі споживачем. Цей аспект враховується в ціновій політиці, заходах стимулювання збуту, під час проведення досліджень тощо. Ведення бази даних клієнтів і т. п.; (6) забезпечення міжфункціональної взаємодії, вихід маркетингу за межі маркетингового підрозділу, застосування інтегрованого маркетингу – дворівневої системи, що передбачає інтеграцію маркетингової діяльності в спеціальному відділі та тісну міжфункціональну взаємодію, розвиток командного підходу і методів управління проектами; (7) розвиток брендингу та розгляд агропідприємства в жорсткій залежності від позиціонування його торгової марки, бренду. Використання торгової марки як найважливішого активу агропідприємства, а бренду – як символу, що виконує інтегруючу роль в організації маркетингової діяльності [7, 9]; (8) широке використання маркетингового процесу, формування і поповнення баз даних інформацією про клієнтів та організацій-споживачів агропідприємств; (9) виявлення перспективних споживачів; (10) вибір оптимальних засобів комунікацій (оцінка агропідприємства з погляду затрат на відгук одного перспективного клієнта, а не на охоплення); (11) вибір найкращої форми реклами; (12) підведення покупця до високого ступеня готовності зробити покупку; (13) концентрація прямого маркетингу на найбільш ефективних клієнтів. Для реалізації складових процесу маркетинг-менеджменту агропромислове підприємство має дотримати послідовності таких управлінських дій [10]: 1) визначення сукупності цілей, яких воно прагне досягти коригуючи систему управління; 2) аналіз рівня досягнення цілей; 3) формування структури системи управління, що передбачає її зміну та коригування відповідно до обраного типу; 4) формування механізму управління, який реалізується на основі вироблення та ухвалення рішень, організації виконання рішень, координації та контролю за ходом їх виконання; 5) визначення зв'язків, об'єктів і шляхів надходження інформації, кількості, складу документів, порядку їх надання; 6) підготовка і використання технічних засобів; 7) підбір і навчання технічного та управлінського персоналу.

Висновки. Отже, враховуючи специфіку роботи підприємств агропромислового комплексу, можемо дати таке визначення маркетинг-менеджменту – сукупність комерційних функцій, пов'язаних із надодженням продукції агропромислових підприємств від виробника до споживача. Ринкові умови, в яких функціонують підприємства агропромислового комплексу, змушують їх здійснювати пошук нових підходів до управління процесом виробництва, переробки та збуту агропромислової продукції, втілюючи нову філософію управління в процесі маркетинг-менеджменту. Такий підхід побудований на досвіді роботи як вітчизняних, так і зарубіжних підприємств у комплексному поєднанні інструментів маркетингу та менеджменту з урахуванням специфіки регіонів України, застосуванням інформаційних технологій маркетингового процесу, формуванням і поповненням баз даних інформацією про клієнтів. Нами визначено низку дій для реалізації складових процесу маркетинг-менеджменту в агропромислових підприємствах.

Література

1. Біловодська О. А. Маркетинговий менеджмент : навч. посібник / О. А. Біловодська. – К. : Знання, 2008. – 123 с.
2. Вовчак О. Д. Маркетинг – запорука успішної реалізації інвестицій / О. Д. Вовчак, Л. Г. Кльоба. – С. 28–33.
3. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг : навч. посібник / Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2006. – 152 с.
4. Пелішенко В. П. Маркетинговий менеджмент : навч. посібник / В. П. Пелішенко. – К. : Центр навч. л-ри, 2003. – 200 с.
5. Штерн Луис В. Маркетингові канали / Штерн Луис В., Зль-Ансари Адель И., Кофлан Энн Т. ; пер. с англ. – 5-е изд. – М. : Вильямс, 2002. – 624 с.

6. Аллен П. Продажи / П. Аллен, Дж. Вуттен. – 5-е изд. – СПб. : Питер, 2003. – 288 с.
7. Левків Г. Я. Система маркетингу в діяльності підприємств АПК / Г. Я. Левків. – Л. : Ліга-Прес, 2012. – 222 с.
8. О'Шонесси. Конкурентный маркетинг: стратегический поход / О'Шонесси ; пер. с англ. ; под ред. Д. О. Ямпольской. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с.
9. Левків Г. Я. Система маркетинг-менеджменту підприємств АПК / Г. Я. Левків. – Л. : Ліга-Прес, 2013. – 462 с.
10. Пешкова Е. П. Маркетинговий анализ в деятельности фирмы : учеб. пособие / Е. П. Пешкова. – М. : Ось-89, 1997. – 80 с.

References

1. Bilovodska O. A. Marketynhovi menedzhment : navchalnyi posibnyk / O. A. Bilovodska. – Kyiv, Znannia, 2008. – 123 s.
2. Vovchak O. D. Marketynh – zaporuka uspishnoi realizatsii investysii / O. D. Vovchak, L. G. Kleba // Investysii: praktyka ta dosvid, 2006. – Vol. 22. – Pp. 28–33.
3. Kudenko N. V. Stratehichnyi marketynh : navch. posibnyk / N. V. Kudenko. – K. : KNEU, 2006. – 152 p.
4. Pelishenko V. P. Marketynhovi menedzhment : navch. posib. / V. P. Pelishenko. – K. : Tsentri navchalnoi literatury, 2003. – 200 p.
5. Shtern Luys V. Marketynhovie kanali / Shtern Luys V., Zl-Ansary Adel Y., Koflan Энн Т. – 5-е yzd. ; per. s anhl. – М. : Vyliams, 2002. – 624 p.
6. Allen P. Prodazhy / P. Allen, Dzh. Vutten. – 5-е yzd. – SPb. : Pyter, 2003. – 288 p.
7. Levkiv H. Ya. Systema marketynhu v diialnosti pidpriemstv APK / H. Ya. Levkiv. – Lviv : Liha-Pres, 2012. – 222 p.
8. O`Shonessy. Konkurentnyi marketynh: stratehicheskyi pokhod / O`Shonessy ; per. s anhl. pod red. D. O. Yampolskoi. – SPb. : Pyter, 2001. – 864 p.
9. Levkiv H. Ya. Systema marketynh-menedzhmentu pidpriemstv APK / H. Ya. Levkiv. – Lviv : Liha-Pres, 2013. – 462 p.
10. Peshkova E. P. Marketynhovi analyz v deiatelnosti fyrmy : ucheb. posobyе / E. P. Peshkova. – М. : Os-89, 1997. – 80 p.

Надіслана/Written: 25.07.2015 р.
Надійшла/Received: 27.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті зазначено, що в умовах ринкової економіки створення конкурентоспроможної продукції, підвищення ефективності господарської діяльності можливе лише за умови ефективного використання ресурсів та підвищення продуктивності праці. Її зростання є головним джерелом зростання національного доходу; умовою зниження витрат на виробництво; передумовою зниження затрат робочого часу, підвищення заробітної плати працівників та рівня життя населення. У зв'язку з цим кожному підприємству необхідно приділяти належну увагу пошуку резервів підвищення продуктивності праці, та на підставі проведеного аналізу розробляти та реалізувати заходи, спрямовані на її зростання. Ці заходи повинні відображатися у відповідних програмах з управління продуктивністю праці на підприємстві.

Ключові слова: продуктивність, праця, підвищення, фактори, резерви, витрати, ресурси, продукція.

O. V. KOVALENKO, A. O. KONONOVA
Zaporizhzhya state engineering academy

THE INCREASE OF LABOUR PRODUCTIVITY AS AN IMPORTANT TOOL OF ENTERPRISE DEVELOPMENT

Abstract – The article says that in a market economy creating competitive products, increasing the efficiency of economic activity is possible only if the effective use of resources and increase productivity. Noted that the increase in productivity is an expression of a general economic law, economic necessity of social development. Productivity growth means increasing the number of products produced per unit of time, or terms of time spent per unit of production. Her rise is a major source of national income growth; condition for reducing the cost of production; factor in improving the quality and competitiveness of products; prerequisite to reduce costs of working time, increase workers' wages and living standards. In this regard, each enterprise should pay particular attention to finding reserves increased productivity, and on the basis of the analysis to develop and implement measures aimed at its promotion. These activities should be reflected in the respective programs on performance management in the workplace. In turn, the development of specific measures for use of the reserves necessary to identify the factors that determine the productivity growth. Among academic economists there is no consensus regarding the allocation factors. All factors should be considered in close relation that will achieve the highest possible level of productivity increase in the enterprise. In Ukraine for the increase of the labour productivity it is necessary to use world experience, perfect a normative base, make alteration in an already existent legislation in the field of labour.

Key words: productivity, labour, increase, factors, backlogs, expenses, resources, products.

Е. В. КОВАЛЕНКО, А. О. КОНОНОВА
Запорожская государственная инженерная академия

ПОВЫШЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА КАК ВАЖНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье указано, что в условиях рыночной экономики создание конкурентоспособной продукции, повышение эффективности хозяйственной деятельности возможно при условии эффективного использования ресурсов и повышения производительности труда. Отмечено, что повышение производительности является выражением общего экономического закона, экономической необходимостью развития общества. Рост производительности труда означает увеличение количества продукции, произведенной за единицу времени, или экономию рабочего времени, затраченного на производство единицы продукции. Ее повышение является главным источником роста национального дохода; условием снижения затрат на производство; фактором повышения конкурентоспособности продукции; предпосылкой снижения затрат рабочего времени, повышения заработной платы работников и уровня жизни населения. Поэтому каждому предприятию необходимо находить резервы повышения производительности труда, и на основании проведенного анализа разрабатывать и реализовать мероприятия, направленные на ее повышение. Эти мероприятия должны отражаться в соответствующих программах по управлению производительностью труда на предприятии. Приведена классификация факторов и резервов повышения производительности труда. Все факторы следует рассматривать в тесной взаимосвязи, что позволит достичь максимально возможного повышения уровня производительности труда на предприятии. В Украине для повышения производительности труда необходимо использовать мировой опыт, совершенствовать нормативную базу, вносить изменения в уже существующее законодательство в сфере труда.

Ключевые слова: производительность, труд, повышение, факторы, резервы, затраты, ресурсы, продукция.

Постановка проблеми. Однією з найголовніших та найважливіших загальногосподарських та галузевих функцій в умовах вітчизняних ринкових реалій є оптимальне і раціональне використання трудових ресурсів на всіх рівнях національної економіки, що буде сприяти виготовленню конкурентоспроможної продукції, поліпшенню економічної діяльності і зростанню прибутків підприємств. Реалізація цих завдань неможлива без підвищення продуктивності та ефективності праці. З огляду на це виникає потреба у дослідженні продуктивності праці, як чинника зростання ефективності діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різні аспекти з питань проблеми підвищення продуктивності праці широко досліджені в працях зарубіжних вчених-економістів А. Є. Аврутіна, Ю. Д. Борисова, Б. С. Бушуєва, В. М. Зарубіна, В. І. Золотарьова, Я. М. Купермана, В. С. Серова, Є. К. Седих, В. І. Стомахіна, А. А. Френкеля, а також у вітчизняних науковців Д. П. Богині, І. К. Бондар, І. М. Герчикової, О. І. Здоров,

А. В. Калини, В. В. Кривошей, Н. О. Павловської, Н. Я. Пітель, В. В. Шалімова, Т. С. Морщенок. Названі науковці у своїх дослідженнях розкривають думки з питань планування продуктивності праці, ролі цього показника у розвитку промислового підприємства, з питань методології і методики аналізу продуктивності праці, виявлення факторів і резервів зростання продуктивності праці.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на підвищений інтерес науковців до обраної проблематики, дослідження підвищення продуктивності праці як багатогранного та складного процесу не втрачає актуальності. У статті приділяється увага проблемним питанням підвищення продуктивності праці у сучасних умовах.

Формулювання цілі статті. Метою статті є з'ясування ролі показника продуктивності праці у розвитку промислового підприємства, виявлення проблемних питань сьогодення щодо показника продуктивності праці, визначення факторів і резервів, що обумовлюють підвищення рівня продуктивності праці на підприємствах в умовах сучасного розвитку. Для досягнення поставленої мети було поставлено такі завдання: визначити економічне значення продуктивності праці для ефективного функціонування підприємства та теоретично обґрунтувати важливість підвищення її рівня; розглянути існуючу класифікацію факторів та резервів підвищення продуктивності праці на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Продуктивність праці є показником економічного зростання, тобто показником, здійснюючим вплив на зростання реального продукту й доходу. Національний дохід, або валовий національний продукт, у разі підвищення продуктивності праці збільшується швидше, ніж показники витрат. Зниження ж продуктивності праці призводить до інфляції, пасивного торговельного балансу, повільних темпів зростання або спаду виробництва і до безробіття [9]. Така ситуація нині характерна для України.

Підвищення продуктивності праці – це складний процес, але він є необхідною передумовою забезпечення економічного розвитку підприємства, оскільки виступаючи джерелом збільшення обсягів виробництва продукції, приводить до скорочення затрат праці на виробництво продукції, а отже – економії робочого часу; обумовлює скорочення витрат на оплату праці в розрахунку на одиницю продукції; сприяє зниженню витрат на виробництво продукції тощо [8]. У той же час підвищення продуктивності праці є вираженням загального економічного закону, економічною необхідністю розвитку суспільства і має такі цілі: стратегічну – підвищення життєвого рівня населення; найближчу – підвищення ефективності діяльності галузей і підприємств, а також реальне зростання особистих доходів працівників [7, с. 99]. Отже, можна стверджувати, що без зростання продуктивності праці стає неможливим забезпечення конкурентних переваг підприємства і країни в цілому, її сталого соціально-економічного розвитку.

Кожне підприємство характеризується певним рівнем продуктивності праці, який може зростати або знижуватися під дією різноманітних факторів. Безперечно умовою прогресу і розвитку виробництва є зростання продуктивності праці [6]. Продуктивність праці відображає ефективність виробничої діяльності людей у процесі створення матеріальних благ і послуг, тобто результативність конкретної праці. Я вважаю, що найбільш вдало поняття “продуктивності праці” Г.А. Семенов, який зазначає, що «продуктивність праці» це показник, що характеризує ефективність праці і показує здатність працівників випускати певну кількість продукції за одиницю часу [10, с. 24]. Продуктивність праці вимірюється кількістю продукції або послуг, вироблених працівником за одиницю робочого часу (рік, місяць, тиждень тощо), або кількістю робочого часу, затраченого на виробництво одиниці продукції чи надання послуги [5].

На цьому етапі розвитку економіки України проблемними питаннями підвищення продуктивності підприємства є:

1. Проблема витіснення показника продуктивності праці такими фінансовими інструментами, як прибуток, рентабельність, заробітна плата. На жодному рівні управління його не розглядають як основу виходу з кризи, як джерело економічного росту.

2. Відсутність явної залежності між прибутком і продуктивністю. Це призвело до незатребуваності цього показника в практичній діяльності. Зміни продуктивності й прибутку не завжди йдуть в одному напрямку.

3. Недосконалість існуючих методик вимірювання продуктивності праці, значна погрішність цього показника не дозволяє порівнювати продуктивність економічної системи на різних рівнях управління.

4. Сильно послаблений мотиваційний механізм.

Кожне підприємство характеризується певним рівнем продуктивності, що варіюється (зростає або знижується) під впливом ряду чинників. Підвищення продуктивності праці є головним джерелом зростання національного доходу; умовою зниження витрат на виробництво; фактором підвищення якості та конкурентоспроможності продукції; а також передумовою зниження затрат робочого часу, підвищення заробітної плати працівників та рівня життя населення [2]. Виходячи із важливості підвищення продуктивності праці для розвитку та забезпечення конкурентоспроможності підприємства, необхідним стає визначення факторів, що впливають на її рівень, розробка та впровадження заходів щодо реалізації резервів підвищення продуктивності праці.

Резерви зростання продуктивності праці – це такі можливості її підвищення, які вже виявлені, але з різних причин поки що не використані, тобто це можливість більш повного використання продуктивної сили праці, усіх факторів підвищення її продуктивності за рахунок удосконалювання техніки, технології, поліпшення організації виробництва, практики управління [1, 4].

Науковці виділяють декілька класифікацій резервів зростання продуктивності праці. Всі вони поділяються на дві групи: резерви поліпшення використання робочої сили (краща організація умов праці, матеріальна та моральна мотивація працівників, забезпечення безперервної роботи) та резерви більш ефективного використання основних і обігових фондів (резерви раціонального використання сировини та ресурсів, ощадливої експлуатації основних засобів). За ознаками можливостей їхнього використання резерви поділяють на резерви запасу і резерви втрат. Відповідно до часу використання можна виділити поточні та перспективні резерви підвищення продуктивності. Якщо з розглядати класифікацію за змістом, то вона ідентична класифікації факторів.

Фактор – це рушійна сила, суттєва причина, обставина, що впливає на певний процес або явище та змінює рівень і динаміку продуктивності [9]. На продуктивність праці впливають такі фактори:

– матеріально-технічні (модернізація обладнання, заміна морально застарілого обладнання новим, застосування нових видів сировини, матеріалів);

– організаційні (поглиблення спеціалізації, комбінування, удосконалення системи управління організацією);

– економічні (удосконалення методів планування, систем оплати праці, участі у прибутках);

– соціальні (створення належного морально-психологічного клімату, нематеріальне заохочення, поліпшення системи підготовки і перепідготовки кадрів);

– природні умови та географічне розміщення підприємств [3].

Проте не тільки від підприємства залежить підвищення продуктивності праці, також необхідне втручання держави у соціально-економічні процеси, що дасть змогу підвищити ефективність праці, створити умови для ефективного використання робочої сили та удосконалити контроль за винагородою праці [2].

Враховуючи першочергову важливість підвищення продуктивності праці для конкурентоспроможності підприємства розробляють і впроваджують програми управління продуктивності. Програми управління продуктивністю праці на підприємстві включають в себе такі етапи [1]:

1) вимірювання і оцінка досягнутого рівня продуктивності на підприємстві в цілому і за окремими видами праці зокрема;

2) пошук і аналіз резервів підвищення продуктивності на основі інформації, одержаної в ході вимірювання і оцінки;

3) розробка плану використання резервів підвищення продуктивності праці, який повинен включати конкретні терміни і заходи з їх реалізації, передбачати фіксування витрат на ці заходи й очікуваний економічний ефект від їх впровадження, визначати відповідних виконавців;

4) розробка систем мотивації працівників до досягнення запланованого рівня продуктивності;

5) контроль за реалізацією заходів, передбачених планом і всією програмою, і регулюванням їх виконання;

6) вимірювання і оцінка реального впливу передбачуваних заходів на зростання продуктивності праці.

Висновки. Отже, продуктивність праці представляє собою один із найважливіших якісних показників діяльності підприємства та ефективності витрат праці. Продуктивність праці – це динамічний показник, що змінюється під впливом цілого ряду чинників. Від рівня продуктивності праці залежать темпи зростання промислового виробництва, збільшення заробітної плати і доходів, розміри зменшення собівартості продукції, її зростання забезпечує підприємствам і всьому суспільному виробництву подальший розвиток і сприятливі перспективи. Кожному підприємству необхідно приділяти належну увагу підвищенню рівня продуктивності праці. Це сприятиме соціально-економічному розвитку та забезпеченню конкурентоспроможності підприємства на ринку. Для цього потрібно розглядати всі передумови зростання продуктивності праці в тісному взаємозв'язку. А на підставі проведеного аналізу та виявлення резервів розробляти та реалізовувати відповідні програми управління продуктивністю праці, що спрямовані на її підвищення на підприємстві. В Україні для підвищення продуктивності праці необхідно використовувати світовий досвід, вдосконалювати нормативну базу, вносити зміни до вже існуючого законодавства у сфері праці.

Література

1. Богиня Д. П. Фактори і резерви підвищення продуктивності праці [Електронний ресурс] / Д. П. Богиня. – Режим доступу: <http://sesia.com.ua/book/40/2690.html>
2. Патрамаська Л. Ю. Поняття продуктивності праці, фактори та резерви її підвищення [Електронний ресурс] / Л. Ю. Патрамаська, Н. М. Богацька. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=13543>
3. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства [Електронний ресурс] / С. Ф. Покропивний. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/29295/>
4. Коваленко О. В. Деякі сучасні проблеми мотивації та стимулювання продуктивної праці / О. В. Коваленко, А. В. Гоголенко // Вісн. Дніпропетров. університету. Серія: Економіка, – 2014. – № 10/1, т. 22. – Вип. 8 (3). – С. 109–116.
5. Єщенко П. С. Сучасна економіка [Електронний ресурс] / П. С. Єщенко, Ю. І. Палкін. – Режим доступу: <http://sesia.com.ua/book/64/4594.html>

6. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини [Електронний ресурс] / О. А. Грішнова. – Режим доступу: http://mobile.pidruchniki.com/16560725/ekonomika/produktivnist_rentabelnist_pratsi_osnovni_pokazniki_efektivnosti#82
7. Завіновська Г. Т. Економіка праці : навч. посібник / Г. Т. Завіновська. – 3-тє вид., без змін. – К. : КНЕУ, 2007. – 304 с.
8. Горбонос Ф. В. Економіка підприємств [Електронний ресурс] / Ф. В. Горбонос, Г. В. Червено, Н. Ф. Павленчик, А. О. Павленчик. – Режим доступу: http://mobile.pidruchniki.com/1098120536263/ekonomika/shlyahi_pidvischennya_produktyvnosti_pratsi
9. Гриньова В. М. Економіка праці та соціально-трудові відносини [Електронний ресурс] / В. М. Гриньова, Г. Ю. Шульга. – Режим доступу: http://mobile.pidruchniki.com/11570718/ekonomika/produktivnist_efektivnist_pratsi
10. Семенов Г. А. Организация труда в период перехода к рынку : монографія / Г. А. Семенов. – Запорожье : ЗГИА, 2000. – 195 с.

References

1. Bogy`nya D. P. Faktory` i rezervy` pidvy`shhennya produkty`vnosti praci [Elektronny`j resurs] / D. P. Bogy`nya. – Rezhy`m dostupu : <http://sesia.com.ua/book/40/2690.html>
2. Patramans`ka L. Yu. Ponyattya produkty`vnosti praci, faktory` ta rezervy` yiyi pidvy`shhennya [Elektronny`j resurs] / L. Yu. Patramans`ka, N. M. Bogacz`ka. – Rezhy`m dostupu: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=13543>
3. Pokropy`vny`j S. F. Ekonomika pidpry`yemstva [Elektronny`j resurs] / S. F. Pokropy`vny`j. – Rezhy`m dostupu: <http://buklib.net/books/29295/>
4. Kovalenko O. V. Deyaki suchasni problemy` moty`vaciyi ta sty`mulyuvannya produkty`vnoi praci / O. V. Kovalenko, A. V. Gogolenko // Visny`k Dnipropetrovs`kogo univerty`tetu. Seriya: Ekonomika. – 2014. – # 10/1, t. 22. – Vy`p. 8 (3). – S. 109–116.
5. Yeshhenko P. S. Suchasna ekonomika [Elektronny`j resurs] / P. S. Yeshhenko, Yu. I. Palkin. – Rezhy`m dostupu: <http://sesia.com.ua/book/64/4594.html>
6. Grishnova O. A. Ekonomika praci ta social`no-trudovi vidnosy`ny` [Elektronny`j resurs] / O. A. Grishnova. – Rezhy`m dostupu: http://mobile.pidruchniki.com/16560725/ekonomika/produktivnist_rentabelnist_pratsi_osnovni_pokazniki_efektivnosti#82
7. Zavinovs`ka G. T. Ekonomika praci : navch. posib. / G. T. Zavinovs`ka. – [3-tye vy`d., bez zmin]. – K. : KNEU, 2007. – 304 s.
8. Gorbonos F. V. Ekonomika pidpry`yemstv [Elektronny`j resurs] / F. V. Gorbonos, G. V. Cherevno, N. F. Pavlenchy`k, A. O. Pavlenchy`k. – Rezhy`m dostupu: http://mobile.pidruchniki.com/1098120536263/ekonomika/shlyahi_pidvischennya_produktyvnosti_pratsi
9. Gry`n`ova V. M. Ekonomika praci ta social`no-trudovi vidnosy`ny` [Elektronny`j resurs] / V. M. Gry`n`ova, G. Yu. Shul`ga. – Rezhy`m dostupu: http://mobile.pidruchniki.com/11570718/ekonomika/produktivnist_efektivnist_pratsi
10. Semenov G. A. Organy`zacy`ya truda v pery`od perehoda k rynku : monografy`ya / G. A. Semenov. – Zaporozh`e : ZGY`A, 2000. – 195 s.

Надіслана/Written: 25.07.2015 р.
Надійшла/Received: 27.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ

Розглянуто концептуальні основи управління організаційним розвитком. Визначено організаційний розвиток, обґрунтовано можливість та необхідність управління ним. Визначено суб'єкти та об'єкти управління організаційним розвитком. Наведено класифікацію методів управління організаційним розвитком для яких запропоновано інструменти управління організаційним розвитком. Наведено якісні та кількісні критерії ефективності та результативності управління організаційним розвитком за різними термінами реалізації.

Ключові слова: організаційний розвиток, управління організаційним розвитком, суб'єкти та об'єкти управління організаційним розвитком, методи управління організаційним розвитком.

G. A. DOROSHUK, S. K. HARICHKOV
Odessa National Polytechnic University

CONCEPTUAL BASES OF ORGANIZATION DEVELOPMENT MANAGEMENT

Abstract – The aim is to form conceptual bases of organization development management: definition, the possibility of organizational development management, subjects and objects, principles, methods and criteria of effectiveness and efficiency organizational development management. Conceptual bases of organizational development management are considered. Defined organizational development is defined; the possibility and the need are grounded. Subjects and objects of organizational development management are defined. The classification of methods of organizational development management are proposed. By the nature of the impact the methods the economic, socio-psychological, administrative, self-government, academic are highlighted. Tools of organizational development management are worked out for these methods. The quantitative and qualitative criterias of effectiveness and efficiency of organizational development management in different terms are considered. They are competitiveness, productivity, effectiveness, profit.

Key words: organizational development, organizational development management, subjects and objects of organizational development management, methods of organizational development management.

A. A. ДОРОШУК, С. К. ХАРИЧКОВ
Одесский национальный политехнический университет

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ

Цель статьи – формирование концептуальных основ управления организационным развитием: понятия, возможности управления организационным развитием, субъекты и объекты, принципы, методы и критерии эффективности управления организационным развитием. Рассмотрены концептуальные основы управления организационным развитием. Определено понятие организационного развития; обоснованы возможность и необходимость управления. Определены субъекты и объекты управления организационным развитием. Дана классификация методов управления организационным развитием. По характеру воздействия это методы экономические, социально-психологические, административные, самоуправления, научные. Предложены инструменты реализации этих методов. Приведены количественные и качественные критерии эффективности управления организационным развитием для различных сроков реализации: конкурентоспособность, производительность, эффективность, прибыль.

Ключевые слова: организационное развитие, управление организационным развитием, субъекты и объекты управления организационным развитием, методы управления организационным развитием.

Постановка проблеми. В даний час багато промислових підприємств здійснюють перетворення у формах і методах управління, спрямовані на стимулювання підприємливості і розвиток нових економічних відносин. Таким чином, управління змінами можна вважати одним з ключових шляхів забезпечення розвитку підприємства. Одним з методів управління змінами є організаційний розвиток, який стає подай актуальнішим, через комплексний вплив на діяльність підприємства та через те, що це інструмент якій задля розвитку максимально активізує людський потенціал та використовує сучасні управлінські технології, що є актуальним для вітчизняних підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Найбільш популярна ідея організаційного розвитку у соціологів та соціальних психологів. Але поширення цього прийому в практику вітчизняних підприємств та ефективність його використання потребує розробки певних управлінських підходів щодо його застосування на практиці. Серед зарубіжних науковців, які розглядають організаційний розвиток, слід визначити таких провідних вчених як І. Ансофф, Р. Блейк, Х. Виссема, Р. Грант, Л. Грейнер, К. Девіс, Дж. Коттер, К. Левін, Д. Мутон, Дж. Ньюстром, М. Хаммер, Д. Чампі і Е. Шайн [1–2], вітчизняні вчені, які вивчають проблему С. І. Архієреїв, С. І. Бай, А. М. Гаміє, О. В. Денісюк [3], К. В. Савченко та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на це є невирішеним питання концептуальних основ управління організаційним розвитком, які дозволять формувати управлінські інструменти застосування цього методу управління змінами на практиці.

Формулювання цілей статті. Метою статті є формування концептуальних основ управління організаційним розвитком: поняття, можливості управління, об'єктів та суб'єктів управління, принципів, методів та критеріїв ефективності організаційного розвитку.

Виклад основного матеріалу. Концепція управління організаційним розвитком – це певний спосіб розуміння, трактування процесу управління організаційним розвитком, керівна ідея для систематичного висвітлення суб'єктів та об'єктів управління, принципів, методів та критеріїв успішного управління організаційним розвитком.

Під організаційним розвитком (ОР) нами пропонується розуміти безперервний багатовекторний нелінійний інтегруючий багатовимірні локальні зміни в технологіях менеджменту і поведінці співробітників процес переходу підприємства в новий якісний стан, за рахунок зміни кількості, якості вхідних в нього підсистем і зв'язків між ними, що підвищує його виживаність і конкурентоспроможність в глобальному економічному просторі.

Розвиток включає багатовимірні локальні зміни, отже, для управління розвитком можна використовувати концепцію управління змінами і один з її методів – організаційний розвиток, який пропонується розширити і розглядати не лише з позиції зміни в поведінці співробітників, але і з позиції впровадження в практику організації нових технологій менеджменту, які і її мінятимуть, тобто використання не лише soft, але і hard інструментів у зміні системи управління.

Можливість управління ОР визначається, в першу чергу, людським чинником, оскільки людина свідомо шукає шляхи поліпшення ситуації, в другу чергу, – знанням циклічного характеру розвитку соціально-економічних систем, що дозволяє передбачати резерви зростання [4].

Необхідність управління ОР визначається цілями розвитку організації і її співробітників, а також розвитком організації як її іманентною властивістю.

Підходи до управління ОР можуть бути різноманітні і це залежить від ситуації, на практиці частіше використовують комбінацію з декількох методів, серед яких: системний, процесний, ситуаційний, поведінковий, ціннісно-орієнтований, міждисциплінарний, мікроскопічний, макроскопічний, адаптивний, компетентностний, нормативний, інноваційний, маркетинговий, ієрархічний, інтеграційний, функціональний.

Підсистемами управління ОР є інформаційно-комунікаційна підсистема; підсистема формування цілей і стратегії розвитку; організаційна підсистема; мотиваційна підсистема; контролююча підсистема.

Суб'єкти управління відіграють дуже важливу роль в організаційному розвитку, тому що вони є ініціаторами змін і повинні самі опанувати ці зміни як особистому та і в діловому просторі. Їх можна класифікувати за двома ознаками: по відношенню до організації (внутрішні та зовнішні) та по ступеню впливу на організаційний розвиток (табл. 1) [5].

Таблиця 1

Суб'єкти управління організаційним розвитком

Тип суб'єкта змін	Внутрішні	Зовнішні
Суб'єкти першого порядку	Керівники підприємства та його підрозділів	Агенти змін
Суб'єкти другого порядку	Робітники підприємства, команда змін	Зовнішні учасники та їх очікування (наприклад, постачальники очікують розрахунків в строк, споживачі – якості послуг)

Вивчення змістових моделей управління змінами дає змогу виділити такі об'єкти організаційного розвитку:

– структура і система управління (зміна організаційної структури підприємства, штатного розкладу, формування нових структурних підрозділів, ліквідація структурних підрозділів, зміцнення зв'язків між структурними елементами, автоматизація документообігу);

– стратегія і місія (змінюється візія, місія, стратегія організації, політика діяльності, змінюються напрямки розвитку, диверсифікація, вихід на міжнародний ринок).

– персонал і навички (підготовка персоналу, професійна підготовка і перепідготовка кадрів, зміни штатного розкладу, формування компетенцій, ротация персоналу, мотивація працівників);

– культура, цінності та стиль (зміна корпоративної культури, створення корпоративних заходів, зміна стилю одягу, зміна режиму роботи, зміна стилю управління, зміни процесу прийняття рішень);

– лідер змін (більше сильна особистість, ніж звичайний лідер, так як він не тільки керує командою, але і приводить її в нове бажане стан, змінивши основні цінності, керівні принципи, норми поведінки в організації);

– система винагороди (зміна розміру та порядку бонусів, фінансової винагороди за значний внесок у розвиток компанії, зміна форм і систем оплати праці, моральної компенсації);

– процеси (перепроєктування управлінських процесів і процедур, реінжиніринг процесів і процедур, використання сучасних інформаційних технологій в управлінні);

– технології (заміна технологічного обладнання, зміна технології, автоматизація виробництва, технічне переозброєння виробництва).

Принципами управління ОР є: цілісність (холізм); еквіфінальність; дуальність; системність управління; адаптивність; правова визначеність; економічність; моделювання; мультидисциплінарність і теоретична обґрунтованість; мотиваційне забезпечення; синергетична орієнтація; плановість дій; принцип програмно-цільового управління; адекватність; логічна основа; зворотній зв'язок; ієрархічність; конфігуратив-

ність; взаємодія; випередження (превентивність); гармонізація; глобалізація; децентралізація; інформаційне забезпечення; збалансованість; безперервне самонавчання і самовідновлення; орієнтація на процес; антропоцентричність; участь клієнта.

Щодо методів, які мають відношення до організаційного розвитку, то тут слід відрізнити методи здійснення організаційного розвитку, що також мають назву інтервенції та методи управління організаційним розвитком, які можна визначити та класифікувати наступним чином.

Методи управління ОР – це сукупність і раціональна послідовність прийомів, способів впливу суб'єктів управління ОР на об'єкти ОР для досягнення поставленої мети.

За характером впливу можна виділити:

– економічні методи управління ОР – це прийоми, способи, технології цілеспрямованого впливу на об'єкт управління, побудовані з використаних економічних інтересів. Поєднання, цих методів створює економічне управління. До цих методів можна віднести бюджет, звіт, бюджетний контроль, контролінг, економічні результати;

– соціально-психологічні методи в управлінні ОР найчастіше грають головну роль. До них в управлінні змінами доцільно віднести інтервенції – набір структурованих видів діяльності, в яких обрані організаційні одиниці залучаються до виконання завдання або серії послідовних завдань, а цілі зазначених заходів прямо або побічно належать до вдосконалення організації [1]. До них відносять діагностичні заходи; діяльність з побудова команд; міжгрупову роботу; вивчення зворотного зв'язку; освітні та тренінгові заходи; техноструктурні або структурні інтервенції; процес консультування; грати організаційного розвитку; по-середництвом; репетиторство, навчання і розробку індивідуальних рекомендацій; планування життя і кар'єри;

– адміністративні (організаційно-розпорядчі) методи управління ОР – це методи регламентування, обов'язкового розпорядження, стимулювання, узгодження, рекомендації, примушення та ін.;

– методи самоврядування в управлінні ОР передбачають поступове перетворення людини, колективу, соціальної групи з об'єкта управлінської діяльності в її суб'єкт: участь персоналу в управлінні, управління працею, розподіл прибутку, фінансування, соціальний розвиток колективу;

– наукові методи управління ОР необхідні тому, що це управління носить найчастіше творчий характер і часто потребує проведення експериментів в силу відсутності достатньо методологічного та теоретичного опрацювання, це можуть бути спостереження і аналіз, експеримент, моделювання; створення і керівництво, творчі групи, проектні організації; розробка наукових програм та їх реалізація; дослідження наукових джерел інформації та ін.

Залежно від термінів реалізації відділяють:

– тактичні методи управління ОР, які дозволяють досягати адаптації до умов зовнішнього середовища та покращення фінансових результатів діяльності підприємства в короткостроковій перспективі: аутсорсинг, санація, даунсайзінг, бенчмаркінг;

– стратегічні методи управління ОР спрямовані на зміну якісних характеристик підприємства в довгостроковій перспективі: ліквідація, створення нового підприємства, злиття, диверсифікація, модернізація, реструктуризація, реінжиніринг.

Залежно від об'єктів змін методи управління ОР ділять на три групи, для кожної з яких запропоновані інструменти управління ОР, під якими пропонується розуміти сукупність взаємопов'язаних, взаємодіючих і взаємозалежних засобів, що визначаються зміст, порядок розроблення та впровадження тієї чи іншої зміни, що дозволяють при мінімальних витратах ресурсів і часу задовольняти вимоги розвитку (табл. 2).

Таблиця 2

Методи та інструменти управління ОР

Методи і об'єкти управління ОР	Інструменти управління ОР
Методи, орієнтовані на структуру і стратегію (структура і система управління, стратегія і місія)	Проведення оцінки зовнішнього оточення з точки зору можливого його впливу на організаційну поведінку. Проведення оцінки реакції організації на вимоги зовнішнього оточення Формулювання місії організації. Розробка реалістичного сценарію по відношенню до майбутніх вимог зовнішнього оточення
Методи, орієнтовані на людей і культуру (персонал і навички, культура, цінності та стиль, лідер змін, система винагороди)	Обговорення результатів організаційного діагнозу. Формування команди. Консультування по процесу. Підвищення якості життя на роботі. Система роботи “високі зобов'язання – високі досягнення”
Методи, орієнтовані на завдання і технології (процеси, технології)	Проектування роботи. Соціотехнічні системи. Гурток якості. Реінжиніринг бізнес-процесів. Загальне управління якістю

Залежно від моделі підприємства “механістичної” або “гуманістичної” пропонуємо виділити дві групи методів управління ОР:

– “жорсткі” (управління якістю, організаційне проектування, управління процесами, впровадження концепції бережливого виробництва, управління знаннями, удосконалення системи менеджменту, зміни технологічного процесу, автоматизація управління, інформатизація управління);

– “м'які” (формування компетенції персоналу, навичок персоналу, формування організаційної культури, формування цінностей, формування стилю управління, удосконалення системи винагороди, особливості лідера змін, організаційна поведінка, навчання персоналу, формування команд з розвитку, планування життя і кар'єри персоналу).

Ефективність та результативність управління організаційним розвитком визначається в часовому просторі за якісними та кількісними критеріями (табл. 3).

Таблиця 3

Критерії та результати управління ОР

Термін	Якісні	Кількісні
Довгострокові	Лідерство на ринку (максимальне зростання рейтингу). Організаційна компетентність. Організація, що саморозвивається	Конкурентоспроможність
Середньострокові	Розвиток. Корпоративна соціальна відповідальність. Зміна установок організаційної культури. Зростання управлінських компетенцій. Інноваційна активність – впровадження організаційно-управлінських інновацій	Вартість компанії. Зростання масштабів діяльності
Короткострокові	Виживання. Якість. Гнучкість. Задоволеність персоналу	Продуктивність. Ефективність. Прибуток

В роботі було подано авторський погляд на концепцію управління організаційним розвитком, описано суб'єкти та об'єкти управління ОР, основні підсистеми управління ОР, методи та інструменти, що дозволи приблизити теоретичні дослідження та практичне застосування інструментів управління та здійснення ОР, що, в свою чергу, дозволяє досягати ефективності управління ОР в довгостроковій та короткостроковій перспективі згідно наведеним критеріям. Перспективами подальших досліджень в цьому напрямку є визначення стратегій організаційного розвитку та практичних інструментів їх реалізації.

Література

1. Beckhard R. (1969). Organization development: strategies and models / R. Beckhard. – Addison–Wesley, 1969. – 119 p.
2. Burke W. W. & Noumair D. A. (2015). Organization Development: A Process of Learning and Changing, 3rd Ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education
3. Денисюк О. В. Концептуальні засади управління організаційним розвитком підприємства / О. В. Денисюк // О. В. Денисюк, А. М. Гаміє // Бізнес-інформ. – 2014. – № 8. – С. 204–208.
4. Doroshuk H. A. Management of organizational development / H. A. Doroshuk // Вісник “Проблеми економіки та управління”. – 2014. – № 799. – С. 29–33.
5. Дорошук Г. А. Кадрове забезпечення управління змінами / Г. А. Дорошук, Г. О. Савченко // Економіка: реалії часу. – № 3 (13). – 2014. – С. 50–56.

References

1. Beckhard R. Organization development: strategies and models / R. Beckhard. – Addison–Wesley, 1969. – 119 p.
2. Burke W.W. & Noumair, D.A. (2015). Organization Development: A Process of Learning and Changing, 3rd Ed. Upper Saddle River, NJ : Pearson Education.
3. Denysiuk O. V. Kontseptualni zasady upravlinnya organizatsionnym rozvytkom pidpryemstva / O. V. Denysiuk, A. M. Hamiie // Conceptual Bases of Management of Organization Development of an Enterprise / Biznes-inform. – 2014. – № 8. – P. 204–208.
4. Doroshuk G. A. Management of organizational development / G. A. Doroshuk // Вісник “Проблеми економіки та управління”. – 2014. – № 799. – P. 29–33.
5. Doroshuk G. A. Kadrove zabezpechennya upravlinnya zminamy [Staffing of change management] / G. A. Doroshuk // G. A. Doroshuk, G. O. Savchenko // Economics: reality of time. – № 3 (13). – 2014. – P. 50–56.

Надіслана/Written: 25.07.2015 р.

Надійшла/Received: 27.07.2015 р.

Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ

Дослідження присвячено теоретико-історичному аналізу становлення й розвитку логістики. Виокремлено чотири основних етапи розвитку логістики: етап фрагментованої логістики, що характеризувався масовим збутом, формуванням дієвих прикладних методів обробки замовлень клієнтів; етап класичної логістики, що характеризувався становленням логістики як складової маркетингу; неологістичний етап, що характеризувався підвищенням уваги до динаміки потоків, складних ланцюгів і мереж; сучасний етап розвитку логістики, що характеризується повною інтеграцією, що пов'язана з розвитком транспортного сервісу в логістиці, використанням концепції загального управління якістю.

Ключові слова: етапи становлення та розвитку логістики, етап фрагментованої логістики, етап класичної логістики, неологістичний етап, сучасний етап розвитку логістики.

M. I. IVANOVA

State higher educational establishment of National Mining University, Dnipropetrovsk

STAGES OF LOGISTICS FORMATION AND DEVELOPMENT

Abstract – The aim of the study is a comprehensive theoretical and historical analysis of the emergence and development of logistics.

Four main stages in the development of logistics have been identified, all of which had an enormous influence on the formation of a modern logistics concept. The first stage of fragmented logistics was characterized by mass sales, the formation of efficient application techniques of order processing, timeliness and reliability of order fulfillment, management of finished stock, transportation, and service as a whole. All these required the prompt decisions on production planning, in-process transportation, and management of stores and supplies. The second stage of classical logistics was characterized by a new role of logistics as part of marketing, and it demanded new ways to reduce costs of production and sales under the conditions of development of computer and information technologies (such as “Just in time”, “Kanban”, MRP); special attention was paid to reducing costs in the process of physical distribution; the unification of standard terms and the conceptual apparatus of logistics science and practice began; the concept of PPP- and business logistics as an integrated management tool was formed. The third, neo-logistics stage was characterized by increased attention to the dynamics of flows, complex chains and networks, and to a sequence of processes. That formed the basis for a concept of supply chain management (SCM) and approaches of project management and reengineering. The current stage of the development of logistics is characterized by full integration related with the development of transport services in logistics; by using the concept of total quality management, which made logistics one of the most important tools in competition.

Key words. stages in the development of logistics, stage of fragmented logistics, stage of classical logistics, neo logistics stage, the current stage of logistics development.

M. I. IVANOVA

ГВУЗ “Національний горний університет”, г. Дніпропетровськ

ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ

Целью исследования является комплексный теоретико-исторический анализ становления и развития логистики. Выделено четыре основных этапа развития логистики, каждый из которых имел огромное влияние на современное формирование концепции логистики. Первый этап фрагментированной логистики характеризовался массовым сбытом, формированием результативных прикладных методов обработки заказов клиентов, соблюдением сроков и надежности выполнения заказов, управлением запасами готовой продукции, транспортировкой, а также сервисом в целом, что требовало первоочередного решения вопросов производственного планирования, технологической транспортировки, управления производственными запасами. Второй этап классической логистики характеризовался становлением логистики как составляющей маркетинга и требовал поиска новых путей снижения затрат производства и сбыта при условии развития компьютерных и информационных технологий (“Just intime”, “Kanban”, MRP), особое внимание уделялось снижению затрат в процессах физического распределения; началась унификация стандартных терминов и понятийного аппарата логистической науки и практики; формируется концепция PPP-логистики и бизнес-логистики как интегрального инструмента менеджмента. Третий неологистичный этап характеризовался повышенным вниманием к динамике потоков, сложных цепей и сетей, а также последовательности процессов, что легло в основу формирования концепции управления цепями поставок (SCM) и применения подходов проектного менеджмента и реинжиниринга. Современный этап развития логистики характеризуется полной интеграцией, связанной с развитием транспортного сервиса в логистике; использованием концепции всеобщего управления качеством, что сделало логистику одним из важнейших инструментов в конкурентной борьбе.

Ключевые слова: этапы становления и развития логистики, этап фрагментированной логистики, этап классической логистики, неологистичный этап, современный этап развития логистики.

Постановка проблеми. Глобалізація економіки України потребує розширення зв'язків зі світовим господарством та зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції. Одним з найбільш дієвих заходів, на цей час, є утворення логістичних систем, що дозволяє значно підвищити конкурентоспроможність та адаптивність підприємств до мінливих зовнішніх умов функціонування. Успішне використання логістичних систем вимагає дослідження етапів становлення і розвитку логістики з метою практичного використання набутих теоретичних знань та не допущення помилок, що мали місце у минулому.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Процес становлення й розвитку логістики досліджували такі вітчизняні вчені-економісти як А. Ф. Павленко, В. В. Кривещенко, А. В. Бакута, О. М. Зборовська, М. О. Федорова, Н. В. Хвищун, Н. І. Верхоглядова, А. В. Силько, О. В. Мельник, російські науковці – В. І. Сергеев, А. М. Магомедов та закордонні – П. Клаус, С. Мюллер, Я. Шеффі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не зважаючи на незгасаючий інтерес економістів до розвитку логістики, спірними залишаються питання часового розподілу етапів, їх наповнення і внеску у загальну теорію цього напрямку дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є комплексний теоретико-історичний аналіз становлення й розвитку логістики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Науковці, як правило, виокремлюють кілька етапів становлення та розвитку логістики (рис. 1), кожен з яких незначно різниться назвами, тривалістю та характеристиками.

		Дологістичний етап (повна фрагментація) 1920–1960 рр.	Етап класичної логістики (часткова фрагментація) 1960–1980 рр.	Неологістичний етап (інтеграція в рамках підприємства) 1980–1990 рр.	Сучасний етап (повна інтеграція) 1990 р. – наш час			
Постачання, закупівля	Критерій ефективності: мінімальні витрати на транспортування	– дослідження ринку сировини й матеріалів; – планування потреби в матеріальних ресурсах; – здійснення закупівель; – контроль запасів	– формування концепції бізнес-логістики; – прогнозування та планування забезпечення потреби в матеріальних ресурсах; – вибір оптимальних постачальників; – управління запасами; – складські операції; – зовнішнє та внутрішнє транспортування	– розвиток інформаційно-комп'ютерних технологій; – поширення філософії загального управління якості; – глобалізація ринку;	– мезологістика; – макрологістика; – сврологістика; – глобальна логістика			
						Критерій ефективності: мінімум витрат всього підприємства	– зміни в державному регульованні транспортної діяльності	– використання комп'ютерних технологій в управлінні логістичними процесами; – розвиток аутсорсингу; – комплексний контроль якості по всьому логістичному ланцюгу; – поява та розвиток інноваційних логістичних концепцій
Виробництво, складування	Критерій ефективності: мінімальна ціна за перевезення при використанні транспорту або мінімальні витрати на транспортування	– внутрішньо-виробниче транспортування готової продукції; – складські операції; – пакування; – зберігання	– формування концепції бізнес-логістики; – прогнозування та планування забезпечення потреби в матеріальних ресурсах; – вибір оптимальних постачальників; – управління запасами; – складські операції; – зовнішнє та внутрішнє транспортування	– розвиток інформаційно-комп'ютерних технологій; – поширення філософії загального управління якості; – глобалізація ринку;	– мезологістика; – макрологістика; – сврологістика; – глобальна логістика			
Збут, дистрибуція	Критерій ефективності: мінімальна ціна за перевезення при використанні транспорту або мінімальні витрати на транспортування	– прогнозування попиту; – обробка замовлень; – дотримання термінів і надійності виконання замовлень; – управління запасами готової продукції; – транспортування; – обслуговування споживачів	дистрибуція як елемент маркетингової діяльності	– зміни в державному регульованні транспортної діяльності	– використання комп'ютерних технологій в управлінні логістичними процесами; – розвиток аутсорсингу; – комплексний контроль якості по всьому логістичному ланцюгу; – поява та розвиток інноваційних логістичних концепцій			
		Фрагментована логістика (на основі методології класичного менеджменту)	Маркетингова логістика (на основі методології маркетингової концепції управління)	Інтегрована інноваційна логістика				

Рис. 1. Еволюція логістики (удосконалено автором за [1, с. 5–6; 2, с. 13; 3])

Так, О.М. Зборовська виокремлює чотири етапи [4, с. 70, 1, с. 5–6;]:

1) виникнення системи логістики (1950–1960 рр.), який характеризувався диверсифікацією виробництва із збільшенням виробничих витрат, що пов'язано із необхідністю накопичення запасів та відповідно розширення складських площ;

2) затвердження концепції логістики (1960–1970 рр.), що виокремлювався інтенсивними змінами у товарній політиці підприємств та вимагав переходу на маркетингову орієнтацію: сегментування ринку, різноманітність пакування;

3) зміна пріоритетів та моделей логістики (1970–1980 рр.), енергетична криза, збільшення відсоткових банківських ставок, загострення міжнародної конкуренції у сфері збуту товарів масового попиту, що примусило виробників покращити контроль витрат у сфері транспортного та складського господарства, збільшити обсяги продажу на засадах логістики;

4) економічний та технічний розвиток промисловості (1980–1990 рр.) формування сучасного розуміння логістики як наукового напрямку діяльності, що визначило стратегічні підходи до використання коштів, починаючи з моменту придбання вихідної сировини і закінчуючи доставкою товару кінцевому споживачу.

Насичення ринку споживчими товарами, яке розпочалося у 1920–1930 рр. минулого сторіччя розпочало епоху масового збуту, що вимагало чіткої орієнтації на ринкову ситуацію, оскільки існувала гостра необхідність виробляти те, що продається, а не продавати те, що виробляється. Саме тому найбільш пильної уваги вимагали функціональні структури, які забезпечували комунікації із зовнішнім середовищем (відділи матеріально-технічного постачання й збуту). Обсяги виробництва стали напряму залежати від ситуації в зовнішньому середовищі. Збереження конкурентних переваг забезпечувалося скороченням ефективності виробництва. Теоретичні і практичні напрацювання комплексної концепції маркетингу згладжували суперечливі цілі, що ставилися перед відділами виробництва і збуту. За О.К. Шафалюком, конкурентоспроможність підприємства залежала, в першу чергу, від порядку формування і використання ресурсів підприємства [5, с. 663].

Першочергового значення набули завдання прогнозування попиту споживачів на продукцію, що вимагало формування дієвих прикладних методів обробки замовлень клієнтів, дотримання термінів і надійності виконання замовлень, управління запасами готової продукції, транспортування, а також сервісу в цілому. Підвищення якості продукції та розширення асортименту стали основними факторами забезпечення високої конкурентоспроможності. Низька ціна перестала грати виключну роль при утриманні ринкових позицій. Виробничим відділам також довелося на науковій основі вирішувати питання внутрішньовиробничого транспортування готової продукції, пакування та управління складськими операціями.

Дотримання комплексної концепції маркетингу посилило вимоги до постачальників сировини й матеріалів. Відділи товарно-матеріального постачання змушені були проводити дослідження ринку сировини й матеріалів, науково підходити до планування потреби у матеріальних ресурсах, здійснювати своєчасну закупівлю і контроль запасів [6, с. 219].

Зміни в зовнішньому середовищі і відповідно в функціональних завданнях у сфері закупівель та розподілу не змогли не вплинути на внутрішню організацію виробництва. Обсяги, асортимент продукції та графік її відвантаження визначали кількісно-якісні параметри роботи самого виробництва. В результаті чого питання виробничого планування, технологічного транспортування, управління виробничими запасами набули особливої гостроти [7].

В період фрагментованої логістики більшість закордонних вчених наповнювали термін “логістика” через формування, рух і зберігання товарно-матеріальних запасів; транспортування, зберігання і пакування готової продукції; управління складським господарством; управління й оптимізацію замовлення; обслуговування споживачів. Це пояснюється особливостями побудови організаційної структури підприємства, коли виокремлювалися спеціальні підрозділи з розподілом відповідальності для виконання різних взаємопов’язаних видів логістичної діяльності, що додають цінність готової продукції (постачання, перевезення, складування, збут тощо), цілі яких, як правило конфліктують між собою.

Серед сучасних вчених-науковців майже не виникає суперечностей щодо тривалості та назви цього періоду [2, с. 13; 3; 4, с.70; 8; 9, с. 188; 10, с. 64–65]. Виключення складає думка російського економіста А.М. Магомедова, який стверджує, що у 1920–1960 рр. відбувалося становлення фізичного розподілу продукції, а фрагментарного розвитку логістики ще не могло існувати [7]. При цьому автор відмічає, що у функціональних підрозділах підприємства визначилися види робіт, оптимізація яких могла привести до зниження витрат підприємства. Індивідуальне вирішення проблем зниження витрат виробництва на тих чи інших ділянках підприємства в цілому забезпечувало йому конкурентні переваги. Логістика як інструмент інтеграції зазначених видів робіт ще не була затребувана, оскільки не існувало загальноекономічних, управлінських та технологічних передумов. Також на інших термінах і назві наполягає М.А. Окландер, який стверджує, що першим періодом виникнення і кристалізації теорії логістики, є десятиріччя з 1956 по 1965 рр. Щодо формування теорії логістики, автор виокремлює поступовий синтез чотирьох концепцій: аналіз загальних витрат; системний підхід; покращення сервісу; увага до каналів фізичного розподілу [11, с. 40–41].

На наш погляд, концепція загальних витрат хоча і була теоретично обгрунтована 1956 р. вченими Гарвардського університету як метод “TDC” (Total Distribution Cost – “принцип однієї парасольки”), поширеного використання все ж таки отримала після 1960 р., коли керівники більшості підприємств побачили реальні результати її використання.

Підвищення уваги до сфери розподілу пояснюється особливістю розподілу витрат на реалізацію продукції на весь економічний процес. П. Друкер довів, що збут завжди виступав основним центром витрат підприємства, а витрати на збут є прихованими і не відображаються загальним підсумком за однією конкретною статтею обліку. Переміщення товарів та їх складування є складовими тієї ж самої діяльності зі збуту [12, с. 91]. Витрати по збуту, за оцінками П. Друкера, складають половину ціни товару. Зміна центру витрат з виробництва на розподіл вимагало нових рішень з боку практики і теорії розподілу, тобто інте-

графії функцій збуту і формування нового напрямку – фізичного розподілу продукції, теоретичною основою якого стала концепція загальних витрат у фізичному розподілі, сенс якої полягав у можливості перегрупування витрат у розподілі з метою їх мінімізації. Тобто існує можливість такого перегрупування витрат в дистрибуції, в наслідок якого загальний рівень витрат на просування товарів від виробника до споживача зменшиться. І хоча витрати на транспортування зростають, загальний рівень витрат у розподільній мережі зменшиться. Концепція загальних витрат з'явилася базисом для розвитку методології прийняття логістичних рішень [13, с. 15].

Етап класичної логістики розпочався у 1960 р. і тривав близько 20 років. В той час резерви зростання за рахунок впровадження окремих рішень були майже вичерпані, що призвело до часткової фрагментації постачання і закупівлі та виробництва і складування. За А.М. Магомедовим почалася ера логістики [7]. Даний період отримав назву концептуалізації або становлення логістики як складової маркетингу та характеризувався пошуком нових шляхів зниження витрат виробництва і збуту за умови розвитку комп'ютерних і інформаційних технологій. З'являються логістичний сервіс та перші логістичні концепції "Just intime", "Канбан", MRP; критеріями ефективності виступають: мінімум загальних витрат на матеріальний розподіл; максимум прибутку від логістичних операцій, ліквідується процес складування; формується закупівельна, виробнича та транспортна логістика [3].

Пошук нових шляхів координації попиту і пропозиції, покращення обслуговування споживачів за рахунок використання нових логістичних підходів щодо скорочення циклів замовлення і виробництва продукції вимагав розвиток олігополістичних ринкових структур. Широка диференціація продукції повинна була задовольнити зростаючий попит, використовуючи удосконалені канали розподілу. При цьому спостерігалось зростання витрат на створення і підтримку запасів в системах дистрибуції, що вимагало зниження витрат у процесах фізичного розподілу, використовуючи нові логістичні концепції із застосуванням обчислювальної техніки і інформаційних технологій.

Важливість фізичного розподілу була вже доведена, тому можливість залучати та обслуговувати різноманітні потреби споживачів, використовуючи три основні складові корисності "час" ("time" – своєчасність пропозиції товару), "місце" ("place" – чітка визначеність місця пропозиції товару) і "володіння" ("possession" – наявність права використання товару) були визначені в якості ключових елементів успішного маркетингу [14, с. 8].

Саме протягом другого етапу становлення логістики починається уніфікація використання стандартних термінів і понятійного апарату провідними світовими установами, які займалися проблематикою логістичної науки і практики, шляхом публікації посібників, глосаріїв, довідників та словників.

Організація ефективної логістики вимагала вирішення численних багатокритеріальних та оптимізаційних задач, які базувалися на розвитку комп'ютерних технологій та стосувалися, по-перше, транспортування, як відокремленої функції логістики, що ілюструє вплив систематично розроблених і керованих транспортних систем на індустріалізацію економіки, а також важливість адаптації і стратегічного становлення цих систем в умовах економічного середовища; по-друге, складування у взаємозв'язку із виробництвом.

В кінці 1970-х рр. загальним функціям "розміщення" (place – місце), "оборотність" (period and pace – період і швидкість) і "структурування" (pattern – структура, фасування) було надано "першочергового значення" у формуванні PPP-логістики [15, с. 10]. При цьому увага логістів зміщується з оперативних "PPP" питань до питань систематичної координації, планування і проблеми крос-функціональної оптимізації бізнес-функцій, на підставі чого була сформульована концепція бізнес-логістики як інтегрального інструменту менеджменту. Тобто інтеграція на основі логістики процесів розподілу продукції підприємством-постачальником і закупівлі тієї ж продукції підприємством-споживачем [7] Основний зміст концепції бізнес-логістики зводиться до управління всіма видами діяльності, які сприяють руху та координації попиту і пропозиції з метою отримання необхідних товарів або послуг у необхідному місці у необхідний час.

Ресурсний фактор (зниження енергоємності та матеріаломісткості продукції) став одним з основних в конкурентній боротьбі. Акцент в логістиці дещо змістився на виробництво, чому в чималому ступені сприяла поява комп'ютерних систем контролю і управління виробництвом, впровадження і розвиток АСУ технологічними процесами і виробничими підрозділами [13, с. 16].

Неологістичний етап розпочався з 1980 р. і характеризувався підвищенням уваги до динаміки потоків (матеріалів і товарів як складових виробничого процесу, інформації, людей, грошових коштів), складних ланцюгів і мережі, а також послідовності процесів. Саме в цей період динамічні явища і проблеми пов'язані з керованим потоком об'єктів, досліджуються більшістю науковців усіх провідних логістичних організацій, які акцентують увагу на розробці та використанні інструментів їх аналізу та раціоналізації. Накопичений досвід і знання призвели до утворення третьої парадигми логістики – "потоківих систем" [14, с. 10].

Освоєння управління підприємством як "динамічним потоком" з чіткою його синхронізацією шляхом отримання сигналу з кінця ланцюга створення вартості (у зворотному напрямку) дозволило орієнтувати виробництво на попит, а увагу логістики акцентувати на відносинах між постачальниками, виробниками, дистрибуторами та споживачами, що призвело до формування концепції управління ланцюгами поставок – Supply Chain Management (SCM).

Підприємства вже усвідомили необхідність застосування підходів проектного менеджменту і реінжинірингу. Принципи розвитку інженерних систем, модернізація виробничої інфраструктури в 1970- і

1980-х рр. були основою подальшої реорганізації на основі бізнес-процесів, що відбувалася в 1980- і 1990-х рр. Спільною рисою цих підходів був наявний синергетичний ефект, тобто оптимізація будь-якої підсистеми могла призвести до більшої оптимізації всієї системи. Низька ефективність була обумовлена слабким взаємозв'язком між підсистемами. Застосування системного підходу надавало організаціям значні конкурентні переваги. У цей час підприємства більше уваги приділяли основним видам діяльності, що були власною компетенцією, а усі “непрофільні” види (транспортування, складування) передавалися в аутсорсинг стороннім організаціям, що призвело до переходу від традиційної моделі “управління власними компетенціями” до моделі, яка заснована на управлінні й контролі ефективного управління ланцюгами поставок, що вимагало створення належних форм відносин по всьому ланцюжку поставок. Проявилася тенденція до розвитку тісних відносин з меншою кількістю постачальників.

Сучасний етап розвитку логістики характеризується повною інтеграцією, що пов'язана з такими важливими факторами як розвиток транспортного сервісу в логістиці – утворення великих транспортно-логістичних систем; використання концепції загального управління якістю, що дозволило застосовувати концепцію нерозривного взаємозв'язку потреб споживача і цілей бізнесу; розвиток міжфірмової, міжгалузевої та міжнародної кооперації став одним з найважливіших стратегічних інструментів в конкурентній боротьбі для багатьох організацій бізнесу. Таким чином, період інтеграції зробив логістику одним з найважливіших інструментів в конкурентній боротьбі для багатьох організацій бізнесу, і ті фірми, які використовували передові концепції логістики, як правило, зміцнили свої позиції на ринку.

Висновки. Підбиваючи висновки до проведеного дослідження, відмітимо, що ми виокремлюємо чотири основних етапи розвитку логістики, кожен з яких мав величезний вплив на сучасне формування концепції логістики. Перший етап фрагментованої логістики характеризувався масовим збутом, формуванням дієвих прикладних методів обробки замовлень клієнтів, дотриманням термінів і надійності виконання замовлень, управлінням запасами готової продукції, транспортуванням, а також сервісом в цілому, що вимагало першочергового вирішення питань виробничого планування, технологічного транспортування, управління виробничими запасами. Другий етап класичної логістики характеризувався становленням логістики як складової маркетингу та вимагав пошуку нових шляхів зниження витрат виробництва і збуту за умови розвитку комп'ютерних і інформаційних технологій (“Just intime”, “Канбан”, MRP); особливого значення у цей час набуває зниження витрат у процесах фізичного розподілу; починається уніфікація стандартних термінів і понятійного апарату логістичної науки і практики; формується концепція PPP-логістики та бізнес-логістики як інтегрального інструменту менеджменту. Третій неологістичний етап характеризувався підвищенням уваги до динаміки потоків, складних ланцюгів і мереж, а також послідовності процесів, що призвело до формування концепції управління ланцюгами поставок (SCM) та застосування підходів проектного менеджменту і реінжинірингу. Сучасний етап розвитку логістики характеризується повною інтеграцією, що пов'язана з розвитком транспортного сервісу в логістиці; використанням концепції загального управління якістю, що зробило логістику одним з найважливіших інструментів в конкурентній боротьбі.

Література

1. Федорова М.О. Методы управления интегрированной системы распределительной логистики: автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 : Экономика и управление народным хозяйством: логистика” / М. О. Федорова. – Санкт-Петербург, 2003. – 21 с.
2. Сергеев В. И. Менеджмент в бизнес-логистике / В. И. Сергеев. – М. : ИД “Филинь”, 1997. – 772 с.
3. Мельник О. В. Нові концептуальні підходи в логістиці [Електронний ресурс] / О. В. Мельник // Ефективна економіка. 2013. – № 2. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1825> (дата звернення: 8.05.2015).
4. Зборовська О. М. Сучасні дефініції логістики / О. М. Зборовська // Культура народів Причорномор'я. – 2010. – № 177. – С. 69–73.
5. Шафалюк О. К. Логістична інтеграція елементів процесного і кластерного підходів в управлінні конкурентоспроможністю підприємств / О. К. Шафалюк // Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. – 2011. – Ч. 2. – С. 658–667.
6. Кривещенко В. В. Контроль складських запасів / В. В. Кривещенко // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : тези доп. IX міжнар. наук.-практ. конференції. – Л. : Видавництво НУ “Львівська політехніка”, 2012. – С. 219–221.
7. Магомедов А. М. Условия, факторы и этапы развития логистики в развитых странах [Електронний ресурс] / А. М. Магомедов // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 5. – Режим доступу: <http://www.science-education.ru/120-15590> (дата звернення: 7.05.2015).
8. Хвищун Н. В. Сутність поняття “логістика”: ретроспективний аналіз [Електронний ресурс] / Н. В. Хвищун // Ефективна економіка. – 2012. – № 11. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1567> (дата звернення: 7.05.2015).
9. Верхоглядова Н. І. Синергетичний ефект впровадження концепції інтегрованої логістики при формуванні конкурентних переваг промислового підприємства / Н. І. Верхоглядова // Економічний простір. – 2013. – № 74. – С. 183–195.

10. Синько А. В. Особенности фрагментации и барьеров логистики в условиях свободной экономической зоны / А. В. Синько, А. Н. Брынцев // Рос. предпринимательство. – 2012. – № 7 (205). – С. 64–69.
11. Окландер М. А. Промислова логістика / М. А. Окландер, О. П. Хромов. – К. : Центр навч. літ-ри, 2004. – 222 с.
12. Друкер П. Ф. Управление, нацеленное на результаты / П. Ф. Друкер ; пер. с англ. – М. : Технологическая школа бизнеса, 1994. – 200 с.
13. Инновационный менеджмент логистических систем : монография / Под ред. Н. П. Голубецкой. – СПб. : Изд-во Санкт-Петербург. акад. управления и экономики, 2010. – 368 с.
14. Klaus P. Towards a science of logistics: milestones along converging paths' / P. Klaus, S. Müller // The Roots of Logistics: A Reader of Classical Contributions to the History and Conceptual Foundations of the Science of Logistics, Berlin, DE and Heidelberg, DE : Springer-Verlag, 2012. – P. 3–26.
15. Sheffi Y. Logistics at Large: Jumping the Barriers of the Logistics Function / Y. Sheffi, P. Klaus. This paper was presented at the Council of Logistics Management Conference, Chicago, Illinois, October, 1997. – 21 p.

References

1. Fedorova M. O. Methods yntehyrovannoy control the distribution logistics system / M. O. Fedorova, Ph.D. Thesis, Economics and Management of National Economy: Logistics, St. Petersburg, (2003) Russia.
2. Sergeev V. I. Menedzhment v biznes-logistike [Management of business logistics], Filin#. – Moscow, (1997) Russia.
3. Mel'nyk O. V. (2013), “New conceptual approaches in logistics”, *Efektyvna ekonomika*, [Online], vol. 2, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1825> (Accessed 8 May 2015).
4. Zborovs'ka O. M. Modern definitions of logistics” / O. M. Zborovs'ka // *Kul'tura narodov Prychernomor'ia*. – 2010. – Vol. 177. – P. 69–73.
5. Shafaliuk O. K. Logistics integration process and elements of the cluster approach in the management of competitive enterprises / O. K. Shafaliuk // *Formuvannia rynkovoi ekonomiky : zb. nauk. prats'*. – 2011. – Vol. 2. – P. 658–667.
6. Kryveschenko V. V. (2012) “Control inventory” / V. V. Kryveschenko // *Marketynh ta lohistyka v systemi menedzhmentu : tezy dopovidej IX Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii : International scientific-practical conference “Marketing and logistics management system”*. – Vydavnytstvo L'vivs'koi politekhniki, Lviv, Ukraine.
7. Magomedov A. M. Terms factors and stages of development of logistics in developed countries / A. M. Magomedov // *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*. – 2013. – Vol. 5. – Available at: <http://www.science-education.ru/120-15590> (Accessed 7 May 2015)
8. Khvyschun N. V. The essence of the concept of “logistics”: retrospective analysis” / N. V. Khvyschun // *Efektyvna ekonomika*. – 2012. – Vol. 11. – Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1567> (Accessed 7 May 2015)
9. Verkhohliadova N. I. Synergetic effect of introducing the concept of integrated logistics in the formation of competitive advantages of the industrial enterprise / N. I. Verkhohliadova // *Ekonomichnyj prostir*. – 2014. – Vol. 74. – P. 183–195.
10. Sin'ko A. V. Features fragmentation and logistics barriers in a free economic zone / A. V. Sin'ko, A. N. Bryncev // *Rossijskoe predprinimatel'stvo*. – 2012. – Vol. 7 (205). – P. 64–69.
11. Oklander M. A. Promyslova lohistyka [Industrial logistics] / M. A. Oklander, O. P. Khromov. – Kyiv : Tsentr navch. lit-ry, 2004.
12. Golubeckaja N. P. (2010), *Innovacionnyj menedzhment logisticheskikh sistem [Innovative management of logistics systems]*, Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskoj akademii upravlenija i jekonomiki, St. Petersburg, Russia.
13. Druker P. F. (1994), *Upravlenie, nacelelnoe na rezul'taty [Management, on natselennoe results]*, Tehnologicheskaja shkola biznesa, Moscow, Russia.
14. Klaus P. and Müller, S. (2012), “Towards a science of logistics: milestones along converging paths”, *The Roots of Logistics: A Reader of Classical Contributions to the History and Conceptual Foundations of the Science of Logistics*, Berlin, DE and Heidelberg, DE: Springer-Verlag, pp. 3–26.
15. Sheffi, Y., Klaus, P. (1997), “Logistics at Large: Jumping the Barriers of the Logistics Function”, This paper was presented at the Council of Logistics Management Conference, Chicago, Illinois, 21 p.

Надіслана/Written: 25.07.2015 р.
Надійшла/Received: 27.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

НЕПОВНА ЗАЙНЯТИСТЬ У СИСТЕМІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ДО ПРОДУКТИВНОЇ ПРАЦІ

Досліджено теоретичні та практичні аспекти добровільної і вимушеної неповної зайнятості в контексті її правової регламентації та мотиваційного впливу на найманого працівника та роботодавця як основних суб'єктів соціально-трудова відносин.

Ключові слова: неповна зайнятість, часткове безробіття, мотивація персоналу, продуктивна праця.

N. O. MAZUR

National University of Water Management and Nature Resources Use, Rivne

PART-TIME EMPLOYMENT IN THE SYSTEM OF PERSONNEL MOTIVATION TO PRODUCTIVE LABOUR

Abstract – People directly associate the possibility to obtain material and other benefits with the worked hours. Part-time employment characterized by both positive and negative aspects. The aim of the study is to identify their influence on the motivation of personnel to productive labour. Peculiarities of legal regulation of the use of full and part-time employment (partial unemployment) in domestic enterprises are considered. Theoretical and practical aspects of the motivational impact of voluntary and forced part-time employment on the employer and the employee as the main subjects of social and labour relations are investigated. Revealed, that the voluntary part-time employment is an indisputable stimulus in the system of personnel motivation to productive work, because it is able to satisfy the significant number of individuals needs at different levels of the hierarchy and at the same time it gives employers the opportunity to attract and retain the most competitive employees. At first glance forced part-time employment looks like a clear disincentive to employees' effective work. However under the balanced approach underemployment can be impetus to self-realization in further labour or business activity and thus increase their own income and social benefits. Proved, that underemployment, depending on the ratio of internal and external factors, can carry the load as a positive motivation or as a negative moment in the formation of social and labour relations.

Key words: part-time employment (underemployment), partial unemployment, motivation of personnel, productive labour.

Н. А. МАЗУР

Національний університет водного господарства та природопольовання, г. Ровно

НЕПОЛНАЯ ЗАНЯТОСТЬ В СИСТЕМЕ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА К ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОМУ ТРУДУ

С количеством отработанного времени люди напрямую связывают возможность получения материальных и иных выгод. Для неполной занятости характерны как положительные, так и отрицательные аспекты, выявление влияния которых на мотивирование персонала к производительному труду является целью исследования. Рассмотрены особенности правовой регламентации использования полной и неполной занятости (частичной безработицы) на отечественных предприятиях. Исследованы теоретические и практические аспекты мотивационного влияния добровольной и принудительной неполной занятости на работодателя и наемного работника как основных субъектов социально-трудова отношений. Выявлено, что добровольная неполная занятость является неоспоримым стимулом в системе мотивации персонала к производительному труду, поскольку она способна удовлетворять значительное количество потребностей индивида на разных уровнях иерархии и в то же время предоставляет работодателям возможность привлекать и сохранять наиболее конкурентоспособных сотрудников. Принудительная неполная занятость для наемных работников изначально выглядит как явный антистимул к эффективному труду. Однако при взвешенном подходе частичная безработица может стать толчком к самореализации в дальнейшей трудовой либо предпринимательской деятельности и, следовательно, – к увеличению собственного дохода и общественной выгоды. Доказано, что неполная занятость, в зависимости от соотношения внутренних и внешних факторов, может нести как позитивную мотивационную нагрузку, так и выступать негативным обстоятельством при формировании социально-трудова отношений.

Ключевые слова: неполная занятость, частичная безработица, мотивация персонала, производительный труд.

Постановка проблеми. В сучасних умовах функціонування національної економіки основною метою її господарюючих суб'єктів є досягнення якомога вищих економічних результатів. Водночас беззаперечною умовою успішної діяльності будь-якої організації є високопродуктивна праця персоналу, що можливо лише при належній мотивації. Пріоритетом у стимулюванні працівників є заробітна плата. Однак сьогодні чимало актуальності набувають питання зайнятості представників найманої праці, пов'язані з величиною затрат робочого часу, що знаходить вираження у формі повної або неповної зайнятості.

Аналіз основних досліджень і публікацій. У міжнародному регулюванні соціально-трудова відносин питанню неповної зайнятості увагу приділяють вже досить тривалий час. Ще у 1994 році Міжнародною організацією праці ухвалено Конвенцію про роботу на умовах неповного робочого часу № 175 (не ратифіковано Україною) та Рекомендацію про роботу на умовах неповного робочого часу № 182. В Україні на законодавчому рівні лише у цьому десятилітті звернулися до даної проблематики і то переважно через потребу регламентації розрахунку та виплати допомоги по частковому безробіттю (Закон України “Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття” від 2.03.2000 р. № 1533-III та Закон України “Про зайнятість населення” від 5.07.2012 р. № 5067-VI). Науковцями в галузях управління персоналом та трудового права акцент теж робиться переважно на проблемах часткового безробіття. Водночас, зайнятість протягом неповного робочого часу може мати як вимушений, так і добровільний характер, що має специфічний мотиваційний вплив і на персонал підприємства, і на роботодавця.

Формулювання цілей статті. В соціально-орієнтованій ринковій економіці тривалість робочого часу має встановлюватися на основі гармонізації фізичних і психологічних особливостей працівника, соціальних та економічних чинників стадії розвитку суспільства. Водночас, із затратами власного часу людина на пряму пов'язує можливості отримання матеріальних та інших благ. Неповній зайнятості, як і будь-якому суспільному явищу, характерні певні позитивні й негативні аспекти, з'ясування впливу яких на мотивування персоналу до продуктивної праці є метою дослідження.

Виклад основного матеріалу. За формою організації робочого часу зайнятість, що характеризується відносною стабільністю місця роботи і заробітку, тобто постійну, поділяють на повну і неповну. Починаючи з 2013 року, Законом України "Про зайнятість населення" трактування повної і неповної зайнятості задекларовано на нормативному рівні. Повна зайнятість, тобто зайнятість протягом повного робочого часу (дня, тижня, сезону, року), яка згідно з цим нормативно-правовим актом трактується як зайнятість працівника за нормою робочого часу, передбаченою законодавством, колективним або трудовим договором [1, ст. 1], за своєю суттю вже має чималий мотивуючий вплив на працівника, оскільки здатна через відповідну матеріальну винагороду та більш повноцінні гарантії соціального захисту та соціальної підтримки, професійного і кар'єрного зростання забезпечити задоволення чималого спектра як первинних, так і вторинних людських потреб. Неповна зайнятість, яка трактується як зайнятість працівника на умовах робочого часу, меншого від норми часу, передбаченої законодавством, що може встановлюватися за договором між працівником і роботодавцем з оплатою праці пропорційно відпрацьованому часу або залежно від виробітку [1, ст. 1], може виступати як стимулом, так і антистимулом до продуктивної трудової діяльності.

Зокрема, коли працівника влаштовує така форма роботи, що зумовлено необхідністю приділяти більше часу вихованню дітей, набуттям або зміною професії, вторинною зайнятістю, станом здоров'я та іншими соціальними потребами, то неповна зайнятість вважається добровільною і є беззаперечним стимулом для найманих працівників, які користуються правом неповного робочого часу. Вітчизняне законодавство регулює питання щодо використання неповного робочого часу щодо праці жінок [2, ст. 56], однак такий режим роботи при потребі може бути застосований до будь-якого працівника. На підприємствах доцільним буде застосування неповного робочого дня та/або неповного робочого тижня в першу чергу для жінок, які мають неповнолітніх дітей, молоді, яка навчається, осіб старшого віку та працівників, які прагнуть вторинної зайнятості. А поєднання добровільної неповної зайнятості з гнучким режимом робочого часу дасть змогу ще більше розширити коло задоволених інтересів і для найманого працівника, за рахунок позитивно впливу на його фізичний і психологічний стан через можливості виконувати певні функції згідно з власними біоритмами та задоволення особистих потреб за межами підприємства (сім'я, друзі, особисте підприємство, отримання освіти, хобі), і для роботодавця, який зможе отримати всі можливі переваги від використання вискоелективного стимулу, що відобразиться у підвищенні продуктивності праці персоналу, зменшенні втрат робочого часу, пов'язаних із запізненнями на роботу та відлученнями через сімейні обставини, проблеми зі здоров'ям та добиранням до місця роботи, скороченні плинності працівників.

Однак на вітчизняних підприємствах, в установах і організаціях режим неповного робочого часу більш широко використовується в періоди спадів та криз в економіці, під час скорочення обсягів виробництва або реконструкції підприємства і є ініціативою роботодавців, які намагаються зберегти кадровий склад організації. Якщо працівник працює на умовах неповного робочого часу, отримує відповідну неповну зарплату, бажає працювати повний час (на умовах повної зайнятості), але з причин скорочення виробництва не має такої можливості, то мова йде про вимушену неповну зайнятість. За офіційними статистичними даними [3], в національній економіці у 2013 році 798,9 тис. осіб, тобто 7,9 % штатних працівників (від 0,1 % в освіті до 43,1 % у складському господарстві та допоміжній діяльності у сфері транспорту) були переведені на неповний робочий день або тиждень з економічних причин, що перевищило відповідний показник 2012 р. на 62,1 тис. осіб або 0,9 %. Окрім того, 137,9 тис. осіб (1,3 %) у 2012 році й 97,1 тис. осіб (1,0 % штатних працівників) у 2013 р. знаходились у відпустках без збереження заробітної плати на період припинення робіт.

В академічному тлумачному словнику української мови "вимушений" трактується як той, "який здійснюється чи здійснений проти бажання, потреби, під тиском обставин; здійснюваний через силу, роблений, нещирий" [4]. Загалом вимушену неповну зайнятість можна вважати дестимулюючим чинником в системі мотивації персоналу до продуктивної праці, оскільки вона суттєво погіршує якість трудового життя найманих працівників, обмежуючи можливості задоволення всієї ієрархії людських потреб, що неминуче викликає відчуття дискомфорту. Згідно з чинними нормами трудового права вимушене тимчасове скорочення передбаченої законодавством тривалості робочого часу у зв'язку із зупиненням (скороченням) виробництва продукції з причин економічного, технологічного і структурного характеру без припинення трудових відносин трактується як часткове безробіття [1, ст. 1]. Якщо зупинення (скорочення) виробництва на підприємстві або в цеху, дільниці із замкнутим циклом виробництва, що має невідворотний та тимчасовий характер, триває не менше трьох місяців і не перевищує шести місяців, не залежить від працівників та роботодавця, охопило не менше 20 % чисельності працівників, у яких скорочення робочого часу становить 30 % на місяць і більше, і до того ж є вимушеним, оскільки вичерпано всі можливі заходи запобігання йому, то застрахованим особам у разі втрати ними частини заробітної плати передбачено виплату допомоги по частковому безробіттю. Така допомога встановлюється за кожну годину, на яку працівникові було скорочено передбачену законодавством тривалість робочого часу, із розрахунку 2/3 тарифної ставки (окладу) праців-

ника відповідної кваліфікації. Виплата допомоги здійснюється у межах строку зупинення (скорочення) виробництва, але не більше 180 календарних днів протягом року. Право на допомогу по частковому безробіттю мають застраховані особи, які протягом 12 місяців, що передували місяцю, в якому почалося скорочення передбаченої законодавством тривалості робочого часу, працювали не менше шести календарних місяців, сплачували страхові внески та у яких скорочення тривалості робочого часу становить 50 % на місяць і більше [1, ст. 47].

Загалом вимушена неповна зайнятість для більшості найманих працівників несе негативне навантаження, оскільки суттєво зменшує їхні доходи від прикладання власної праці (пропорційно до відпрацьованого часу чи виконаної роботи або у межах допомоги по частковому безробіттю), а отже й суттєво обмежує можливості задоволення людських потреб, викликає зневіру у завтрашньому дні, створює як матеріальний, так і психологічний дискомфорт, викликає відчуття стресу. В той же час, вимушене зменшення часу прикладання праці може стати поштовхом до пошуку людиною нових сфер використання власного трудового потенціалу не лише на іншому, більш успішному підприємстві, а й в кардинально новій сфері діяльності, у тому числі шляхом започаткування підприємницької або особистої трудової діяльності. Тому, залежно від ситуації на ринку праці, особистих та професійних характеристик працівника, вимушена неповна зайнятість, так як і добровільна, може мати як негативні, так позитивні для працівника наслідки (рис. 1).

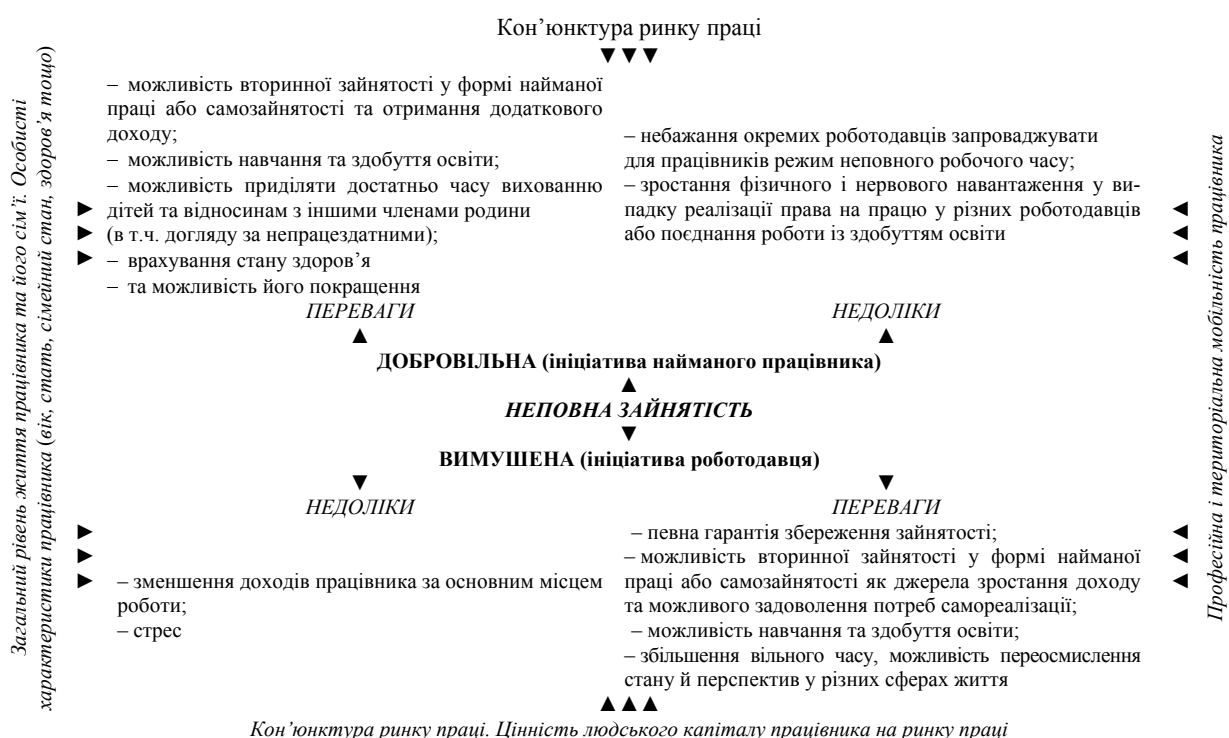


Рис. 1. Можливості реалізації найманим працівником особливостей неповної зайнятості

Оскільки ініціатором вимушеної неповної зайнятості є роботодавець, то основні переваги від такого явища отримує саме цей суб'єкт соціально-трудових відносин, зберігаючи максимально можливо персонал організації, особливо цінні кадри, що дасть можливість при налагодженні ділової активності підприємства уникнути додаткових витрат на пошук, підбір, наймання, адаптацію на навчання нових працівників. Однак, сукупність як внутрішніх, так і зовнішніх чинників здатна порушити в будь-який бік співвідношення між позитивними і негативними аспектами запровадження на підприємстві відносин неповної зайнятості (рис. 2).

До того ж довготривале часткове безробіття здатне спричинити зростання плинності працівників з метою пошуку кращого місця роботи, особливо якщо окремим з них сприятиме трудодефіцитна кон'юнктура певних сегментів ринку праці. Чималих зусиль необхідно докласти роботодавцю і для доведення причин простою, що дадуть право на отримання допомоги по частковому безробіттю.

Отже, неповна зайнятість, залежно від співвідношення внутрішніх та зовнішніх чинників, може нести як мотивуюче навантаження, так і стати негативним чинником у формуванні соціально-трудових відносин. Добровільна неповна зайнятість є беззаперечним дієвим стимулом в системі мотивації персоналу до продуктивної праці, оскільки вона здатна задовольняти чимало потреб найманих працівників, як нижчих, так і вищих рівнів, й одночасно надає роботодавцям можливість залучати та зберігати найбільш конкурентоспроможних працівників.



Рис. 2. Можливості реалізації роботодавцем особливостей неповної зайнятості

Вимушена неповна зайнятість, яка для найманих працівників з першого погляду виглядає як явний антистимул до продуктивної праці, при зваженому підході може стати поштовхом для самореалізації в подальшій трудовій або підприємницькій діяльності, а отже – до збільшення власних доходів та користі для суспільства. Крім того, вимушена неповна зайнятість є засобом збереження власником підприємства персоналу й уникнення пов'язаних з цим витрат, а також сприяє зниженню рівня безробіття в державі, що, в свою чергу, зумовлює необхідність пошуку додаткових механізмів захисту прав найманих працівників у сфері соціально-трудових відносин.

Література

1. Закон України “Про зайнятість населення” від 5.07.2012 № 5067-VI [Електронний ресурс] : станом на 20.04.2015 р. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>.
2. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 № 322-VIII [Електронний ресурс] : станом на 20.04.2015 р. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/322-08>.
3. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс] : станом на 10.04.2015 р. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.
4. Словник української мови [Електронний ресурс] : в 11 т. – 1970. – Т. 1. – С. 437. – Режим доступу: <http://sum.in.ua/s/vymushenyj>.

References

1. Pro zainiatist naseleennia : Zakon Ukrainy vid 5.07.2012 N 5067-VI : stanom na 20.04.2015. – URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>.
2. Kodeks zakoniv pro pratsiu Ukrainy vid 10.12.1971 N 322-VIII : stanom na 20.04.2015. – URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/322-08>.
3. Ofitsiyniy sait derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Substantiation of basic qualitative and quantitative indicators of demographic security of Ukraine]: stanom na 10.04.2015. – URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
4. Slovnyk ukrainskoi movy: v 11 tomakh. – 1970. – T. 1. – 437. – URL: <http://sum.in.ua/s/vymushenyj>.

Надіслана/Written: 25.07.2015 р.
Надійшла/Received: 27.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. І. Л. Сазонець

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ

В статті розглянуто особливості формування кадрової стратегії підприємства сфери побутового обслуговування. Обґрунтовано цілі і завдання кадрової політики підприємства, етапи її формування. Визначено умови ефективної системи обслуговування клієнтів.

Ключові слова: кадри, персонал, ефективність, управління, особливості, сфера послуг.

R. V. YANKOVOY

Kyiv National University Technology and Design

FEATURES OF FORMATION OF HUMAN RESOURCES STRATEGIES, SERVICES

Abstract – In article features of formation personnel strategy Enterprises of everyday services. Substantiated the goals and objectives of personnel policy of the company, the stages of its formation. The conditions for an effective system of customer service.

Key words: personnel, efficiency, management, features, services.

Р. В. ЯНКОВОЙ

Киевский национальный университет технологий и дизайна

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Для того, чтобы деятельность предприятий бытового обслуживания была прибыточной и успешной, чтобы предприятие имело устойчивую позицию на рынке среди конкурентов, необходимо постоянно развиваться и совершенствоваться и постоянно планировать и поддерживать высокий кадровый потенциал, также нужно обратить внимание на то, чтобы развитие кадрового потенциала предприятий-конкурентов не был выше. В статье рассмотрены особенности формирования кадровой стратегии предприятия сферы бытового обслуживания. Обосновано цели и задачи кадровой политики предприятия, этапы ее формирования. Определены условия эффективной системы обслуживания клиентов.

Ключевые слова: кадры, персонал, эффективность, управление, особенности, сфера услуг.

Постановка проблеми. Завдання розробки та реалізації кадрової стратегії на підприємствах полягає в тому, щоб створити таку управлінську модель підприємства, яка б найкраще відповідала цілям організації. Оптимальна кадрова стратегія дозволяє найбільш результативно взаємодіяти із зовнішнім середовищем, продуктивно і доцільно розподіляти ресурси підприємства і спрямовувати зусилля працівників таким чином, щоб максимально задовольнити потреби клієнтів і досягти цілей організації з найвищою ефективністю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем розробки та реалізації кадрової стратегії присутні у працях таких зарубіжних і вітчизняних вчених, як Р.А. Браймер, О.О. Гаца, О.М. Гараніна, О.П. Єфімова, Н.А. Єфімова, А.О. Змійов, Г.О. Зінов'єв, В.А. Квартальнов, А.С. Кусков, Н.М. Кузнецова, К.П. Максимець, М.П. Мальська, Г.Б. Мунін, Т.А. Олефіренко, І.Г. Пандяк, Х.Й. Роглев, Є.В. Самарцев, Е.Е. Филипповский, Н.В. Чорненко.

Метою статті є дослідження особливостей формування кадрової стратегії підприємства побутового обслуговування.

Виклад основного матеріалу. Ефективне функціонування підприємства досягається шляхом реалізації відомих функцій менеджменту: планування, організація взаємодії, мотивації і контролю. У літературі з питань управління людськими ресурсами висловлюються різні думки, в яких, при всьому їхньому різноманітті, незмінне у питаннях управління підприємствами побутового обслуговування особливе значення приділяється людському фактору. Науковці виділяють такі етапи проектування кадрової стратегії підприємства:

1. Нормування – узгодження принципів і цілей роботи з персоналом із принципами і цілями підприємства в цілому, стратегією та етапом його розвитку. Необхідно провести аналіз корпоративної культури, стратегії та етапу розвитку підприємства, прогнозувати можливі зміни, конкретизувати образ бажаного працівника, шляхи його формування і цілі роботи з персоналом. Наприклад, доцільно описати вимоги до працівника підприємства, принципи його роботи на підприємстві, можливості зростання, вимоги до розвитку певних здібностей і т.д.

2. Програмування – розробка програм, шляхів досягнення цілей кадрової роботи, конкретизованих з урахуванням умов теперішніх і можливих змін ситуації. Необхідно побудувати систему процедур і заходів щодо досягнення цілей з урахуванням як теперішнього стану, так і можливостей змін.

3. Моніторинг персоналу – розробка процедур діагностики і прогнозування кадрової ситуації. Необхідно виділити індикатори стану кадрового потенціалу, розробити програму постійної діагностики і механізм вироблення конкретних заходів для розвитку і використання знань, умінь і навичок персоналу.

Кадрова стратегія підприємства повинна забезпечити [2, с. 399]:

– організаційну інтеграцію – вище керівництво і лінійні керівники приймають розроблену та добре скоординовану стратегію управління людськими ресурсами як “свою власну” і реалізують її у своїй оперативній роботі, тісно взаємодіючи з функціональними службами;

- високий рівень відповідальності усіх працівників, під яким розуміють як ідентифікацію з базовими цінностями підприємства, так і наполегливу реалізацію визначених цілей у практичній роботі;
- функціональність – варіантність функціональних завдань, що передбачає відмову від традиційного, жорсткого розмежування різних видів робіт, а також використання різноманітних форм трудових контрактів (повна, часткова і погодинна зайнятість);
- структурність – адаптація до безперервного навчання, організаційних змін, гнучкість організаційно-кадрового потенціалу, висока якість роботи і її результатів, умов праці (робоче середовище, зміст роботи, задоволеність працівників).

Таким чином, для реалізації сучасної кадрової стратегії потрібен новий кадровий склад менеджерів у сфері персоналу. Основні етапи формування кадрової стратегії на підприємстві побутового обслуговування представлені на рис. 1.

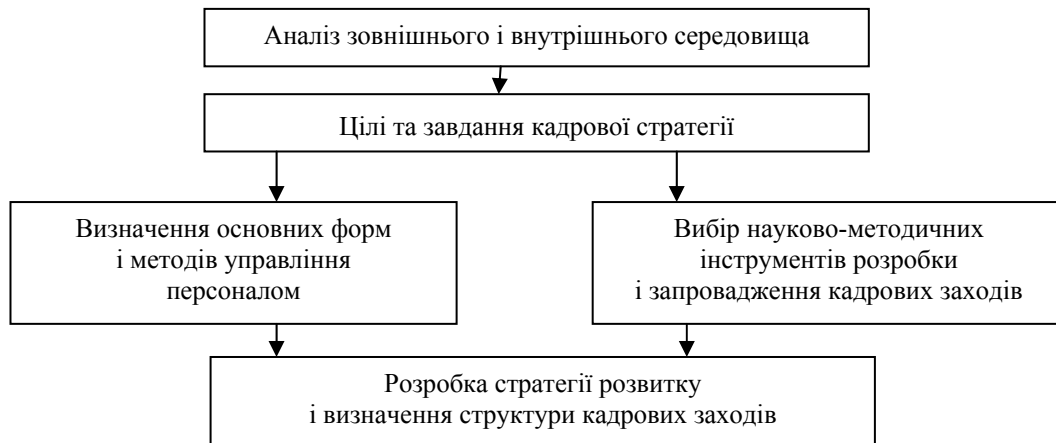


Рис. 1. Етапи формування кадрової стратегії [3, с. 142]

Саме кадровій стратегії належить провідна роль при формуванні і здійсненні програм розвитку персоналу. Під кадровою стратегією слід розуміти формування стратегії кадрової роботи і планування персоналу, встановлення цілей і завдань, визначення наукових принципів підбору, розміщення і розвитку працівників, тобто дії керівництва щодо формування кадрів підприємства, удосконалення організації праці, стимулювання та створення безпечних умов праці, удосконалення форм і методів роботи в умовах певного етапу реалізації стратегії підприємства готельного господарства.

Метою кадрової політики є забезпечення оптимального балансу процесів відновлення та збереження кількісного і якісного складу кадрів відповідно до потреб самої організації, вимог чинного законодавства й становища на ринку праці, а також створення високопродуктивного і високопрофесійного відповідального колективу, здатного гнучко й адекватно реагувати на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища. Основними цілями кадрової політики є своєчасне забезпечення організації персоналом необхідної якості й у достатній кількості; забезпечення умов реалізації, передбачених трудовим законодавством прав і обов'язків громадян; раціональне використання трудового потенціалу; формування і підтримання ефективної роботи трудових колективів.

Основні різновиди кадрової політики: добору кадрів; профнавчання; оплати праці; формування кадрових процедур, соціальних відносин [2, с. 35].

Досвід функціонування вітчизняних і зарубіжних підприємств побутового обслуговування дозволяє стверджувати, що при формуванні кадрової стратегії необхідно приділяти увагу: науково-методичному забезпеченню планування потреби у персоналі; навчанню персоналу; кар'єрному просуванню персоналу; оцінці персоналу; підвищенню кваліфікації та активізації трудової мотивації для розвитку здібностей працівників; контролю результатів [4, с. 147].

Рівень управління персоналом можна підвищити за умови врахування наведених елементів. Для забезпечення ефективного управління персоналом необхідно враховувати соціально-економічні, організаційні, психологічні аспекти, а також дбати про підвищення освітньо-кваліфікаційного рівня персоналу, організацію робочого місця, мотивацію праці, взаємодію працівників, метою якої є ефективне функціонування підприємства побутового обслуговування.

Персонал підприємства з надання послуг може бути важливим джерелом переваги цього підприємства або його недоліком. Особливе значення персоналу підприємства побутового обслуговування впливає з характеру послуг; високої частки витрат у загальних витратах; значного впливу персоналу на ефективність функціонування підприємства; здатності персоналу до генерації інновацій; факту, що на ринку побутових послуг взаємовідносини між персоналом та клієнтами впливають на якість пропонованих послуг, задоволення клієнтів та формування позитивного іміджу фірми та її продуктів [5, с. 106].

Умовами ефективної системи обслуговування клієнта є [1, с. 145]:

- необхідність інвестування у людський чинник та підготовка працівників до впровадження у життя прийнятих принципів і правил поведінки, в основному через навчання;
- введення в дію мотиваційного механізму для працівників (не тільки фінансового, а й соціального чи психологічного) з метою піклування про клієнта;
- створення корпоративної культури.

Отже, кадрова політика повинна бути спрямована на формування такої системи роботи з кадрами, яка б орієнтувалася на одержання не тільки економічного, але й соціального ефекту, за умови дотримання чинного законодавства, нормативно правових актів.

Більшість підприємств побутового обслуговування мають певні стандарти обслуговування клієнтів, які однакові для всіх відділів. Вони складаються з детальних інструкцій щодо одягу працівників, їхнього взуття, зачіски, вигляду рук, макіяжу, можливого татуювання тощо. Вони визначають спосіб ведення безпосередньої та телефонної розмови з клієнтом.

У теорії й на практиці існують твердження, що для того, щоб мати задоволених клієнтів, потрібно, щоб працівник був задоволений. Працівник, приступаючи до виконання роботи, переважно хоче її виконувати добре, але також очікує від працедавця виконання певних умов [3, с. 64]: справедливого винагородження (гідної оплати праці за добре виконану роботу); прозорої та зрозумілої системи заробітної плати, премій, дисципліни; поваги та визнання особистої гідності; створення сприятливої робочої атмосфери; можливості висловлювати пропозиції, свободи висловлювання; можливості критики, а часом протесту; перспективи кар'єрного росту, змоги підвищення кваліфікації; справедливих методів управління, чіткої організації роботи, конкретного визначення обов'язків і відповідальності.

Підприємства побутового обслуговування все більше усвідомлюють, що маркетингові успіхи забезпечує не лише зовнішній маркетинг, а й внутрішній, який спрямований на персонал. Суттю внутрішнього маркетингу є передусім проектування діяльності працівників таким чином, щоб управління ними відповідало маркетинговій стратегії підприємства. Отже, внутрішній маркетинг тісно пов'язаний зі спеціалізацією, продуктовим асортиментом, охопленням, структурою фірми.

Завданням внутрішнього маркетингу є поступ працівників, створення відповідної системи мотивації праці та зменшення плинності кадрів через задоволення їхніх потреб. Внутрішній маркетинг сприяє формуванню бажаного ставлення працівників, які заохочують клієнтів до користування послугами підприємства. Це оплачується підприємству, оскільки в результаті маркетингових заходів не тільки клієнти, а й працівники починають позитивно оцінювати працедавця.

Якість надання послуг та якість обслуговування клієнтів зумовлені, перш за все, кваліфікацією, компетенцією, вміннями, здатністю присвятити себе і способом поведінки виконавчого персоналу. Отже, виникає проблема відповідної підготовки персоналу “першої лінії” до завдань задоволення клієнтів. Під таким кутом зору можна приймати рішення щодо одного з двох крайніх заходів або прийняти середній варіант. Перше полягає у точному визначенні процедур (усіх дій, способів їх виконання, хронології, дотримання термінів) і в детальному контролі за їх дотриманням працівниками. Персонал, який надає послуги, постійно повторює одні й ті самі дії. Однак від нього не очікується винахідливості чи оригінальності, коли йдеться про виконання обов'язків [6, с. 216].

На противагу підходу, що полягає у суворій стандартизації робіт, які виконують працівники з надання послуг, існує концепція управління персоналом шляхом надання повноважень. Наділити працівника повноваженнями – надати йому значну свободу у роботі з обслуговування клієнтів завдяки переконанню, що тільки особистий талант допоможе найкраще задовольнити потреби та сподівання покупця. Надання таких повноважень працівникам реально може забезпечити збільшення задоволення покупців, якщо персонал себе ототожнює з цілями фірми й у зв'язку з цим прямує до якнайкращого задоволення вимог клієнтів.

Висновки. Отже, для того, щоб діяльність підприємств побутового обслуговування була прибутковою та успішною, щоб підприємство мало стійку позицію на ринку серед конкурентів, необхідно постійно розвиватись та вдосконалюватись та безперервно планувати і підтримувати високий кадровий потенціал, також потрібно звернути увагу на те, щоб розвиток кадрового потенціалу підприємств-конкурентів не був вищим. Саме розвиток кадрового потенціалу виступає важливим стратегічним напрямом розвитку підприємства та засобом досягнення стійких конкурентних переваг в умовах жорсткої конкурентної боротьби.

Література

1. Балабанова Л. В. Управління персоналом: навч. посібник / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак ; М-во освіти і науки України ; Донец. держ. ун-т екон. і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – К. : Професіонал, 2006. – 512 с.
2. Економіка підприємства : навч. посібник / П. В. Круш, В. І. Подвігіна, Б. М. Сердюк та ін. ; за заг. ред. П. В. Круша та ін. ; М-во освіти і науки України. – 2-ге вид., стереотип. – К. : Ельга-Н, КНТ, 2009. – 780 с.
3. Економіка праці та соціально-трудові відносини : підручник / А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. О. Герасименко та ін. ; за наук. ред. А. М. Колота. – К. : КНЕУ, 2009. – 711 с.

4. Федорова Н. В. Управление персоналом организации : учебник / Н. В. Федорова, О. Ю. Минченкова. – М. : КноРус, 2011. – 536 с.
5. Бурденко І. М. Виплати працівникам: облік, аудит і автоматизація / І. М. Бурденко, О. В. Кравченко, О. В. Шипунова. – Суми : Університетська книга, 2009. – 283 с.
6. Грішнова П. Н. Економіка праці та соціально-трудова відносини : підручник / П. Н. Грішнова. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2007. – 559 с.

References

1. Balabanova L. V. Upravlinnya personalom: navch. posibny`k / L. V. Balabanova, O. V. Sardak ; M-vo osvity` i nauky` Ukrayiny` ; Donecz. derzh. un-t ekon. i torgivli im. M. Tugan-Baranovs`kogo. – K. : Profesional, 2006. – 512 s.
2. Ekonomika pidpry`yemstva : navch. posibny`k / P. V. Krush, V. I. Podvigina, B. M. Serdyuk ta in. ; za zag. red. P. V. Krusha ta in. ; M-vo osvity` i nauky` Ukrayiny`. – 2-ge vy`d., stereoty`p. – K. : El`ga-N, KNT, 2009. – 780 s.
3. Ekonomika praci ta social`notrudovi vidnosy`ny` : pidruchny`k / A. M. Kolot, O. A. Grishnova, O. O. Gerasy`menko ta in. ; za nauk. red. A. M. Kolota. – K. : KNEU, 2009. – 711 s.
4. Fedorova N. V. Upravleny`e personalom organy`zacy`y` : uchebny`k / N. V. Fedorova, O. Yu. My`nchenkova. – M. : KnoRus, 2011. – 536 s.
5. Burdenko I. M. Vy`platy` pracivny`kam: oblik, audy`t i avtomaty`zaciya / I. M. Burdenko, O. V. Kravchenko, O. V. Shy`punova. – Sumy` : Universy`tets`ka kny`ga, 2009. – 283 s.
- Grishnova P. N. Ekonomika praci ta social`no-trudovi vidnosy`ny` : pidruchny`k / P. N. Grishnova. – 3-tye vy`d., pererob. i dop. – K. : Znannya, 2007. – 559 s.

Надіслана/Written: 25.07.2015 р.
Надійшла/Received: 27.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ІНТЕГРОВАНОГО ABC-R/S-XYZ-АНАЛІЗУ

Розроблено методика інтегрованого ABC-R/S-XYZ-аналізу асортименту торговельного підприємства, який від існуючого суміщеного ABC-XYZ-аналізу відрізняється тим, що доповнений R/S-аналізом в якості критерію ефективності XYZ-аналізу та індикатору можливості прогнозування динаміки продажу товарних груп. Запропоновано здійснювати попередню обробку даних перед проведенням XYZ-аналізу з метою усунення впливу детермінованих чинників, як сезонність чи тренд. Доведено, що така трансформація даних значно покращує результат XYZ-аналізу і дозволяє робити більш адекватні висновки, що зменшує ризики прийняття неправильних управлінських рішень у сфері асортиментної політики та керування запасами торговельних підприємств.

Ключові слова: ABC-аналіз, XYZ-аналіз, R/S-аналіз, асортимент, коефіцієнт Херста, персистентність, антиперсистентність, фрактал.

N. A. MATSIUK

Bukovynian State Finance and Economics University, Chernivtsi

SALES MANAGEMENT OF COMMERCIAL ENTERPRISES USING INTEGRATED ABC-R/S-XYZ-ANALYSIS

Abstract – The aim of this paper is to develop of an integrated methodology of ABC-R/S-XYZ-analysis, which allows to structure the company's product portfolio into groups based on their contribution to the turnover and profit of the company and the ability to forecast demand. A distinctive feature of described approach is the ABC-XYZ-analysis completed by R/S-analysis, which allows to determine the memory in time series. Long-term memory means the possibility of forecasting time series. R/S-analysis is used as a criterion for the effectiveness of XYZ-analysis. It is proposed to carry out pre-processing of data before the XYZ-analysis in order to eliminate the influence of deterministic factors such as seasonality or trend. It is proved that such transformation of data significantly improves the results of XYZ-analysis and allows doing more adequate conclusions, which reduce the risk of making wrong management decisions in the field of assortment policy and inventory management of commercial enterprises. The results of this work views as the recommendations for optimizing product portfolio and inventory management of investigated enterprise. The performance of such recommendations will help to increase the efficiency of the commercial enterprise as a whole.

Key words: ABC-analysis, XYZ-analysis, R/S-analysis, product portfolio, Hurst coefficient, persistence, anti-persistence, fractal.

N. A. МАЦЮК

Буковинский государственный финансово-экономический университет, г. Черновцы

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНТЕГРИРОВАННОГО ABC-R/S-XYZ-АНАЛИЗА

Разработана методика интегрированного ABC-R/S-XYZ-анализа ассортимента торгового предприятия, который отличается от существующего совмещенного ABC-XYZ-анализа тем, что дополнен R/S-анализом в качестве критерия эффективности XYZ-анализа и индикатора возможности прогнозирования динамики продаж товарных групп. Предложено осуществлять предварительную обработку данных перед проведением XYZ-анализа с целью устранения влияния детерминированных факторов, как сезонность или тренд. Доказано, что такая трансформация данных значительно улучшает результаты XYZ-анализа и позволяет делать более адекватные выводы, что уменьшает риски принятия неправильных управленческих решений в сфере ассортиментной политики и управления запасами торговых предприятий.

Ключевые слова: ABC-анализ, XYZ-анализ, R/S-анализ, ассортимент, коэффициент Херста, персистентность, антиперсистентность, фрактал.

Постановка проблеми. В кризових умовах, що характерні для економіки України на сучасному етапі, всі без виключення підприємства змушені вишукувати резерви підвищення ефективності своєї діяльності задля того, щоб залишитися на ринку. На передній план в такій ситуації виходить завдання зниження витрат, що дозволить підприємствам за інших рівних умов зменшити ціну продукції і тим самим зберегти або покращити свої конкурентні позиції на ринку. У випадку торговельних підприємств головна проблема полягає у частій зміні смаків споживачів у зв'язку з прискоренням темпів НТП та підвищенням стандартів якості. У відповідь на це підприємства повинні ретельніше провадити товарну політику, своєчасно оновлювати асортимент продукції залежно від ринкової ситуації та ефективно управляти запасами. Однією з найважливіших конкурентних переваг торговельних підприємств в таких умовах може стати добре налагоджена система управління закупівельною та збутовою діяльністю, яка дозволить раціонально розподіляти наявні ресурси та адаптуватися до швидкоплинної ситуації на ринку. Ефективність роботи всього логістичного ланцюжка торговельного підприємства великою мірою залежить від особливостей його товарного асортименту та системи управління запасами. Це зумовлює актуальність питання оптимізації товарного асортименту, що являє собою розробку окремої стратегії управління для різних груп товарів з метою мінімізації запасів, а значить і найбільш економного витрачання ресурсів, що виділяються на керування ними. Для вирішення цієї задачі традиційно у практиці ведення підприємницької діяльності, а також в науковій та

навчальній літературі використовуються такі методи оптимізації товарного асортименту як ABC- та XYZ-аналізи, що можуть бути застосовані як незалежно, так і в поєднанні. Причому чимало авторів схиляються на користь саме сумісного ABC-XYZ-аналізу [1–5].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанню застосування ABC- та XYZ-аналізів, а також суміщеного ABC-XYZ-аналізу присвячено багато наукових праць. Зокрема, у [6] охарактеризована сутність, переваги та недоліки ABC- та XYZ-аналізів, а також наведені приклади їх використання для оптимізації товарного асортименту за часткою в товарообороті та прибутковістю. Структурування та оптимізація асортименту підприємств різних сфер діяльності з використанням засобів ABC- та XYZ-аналізів описані у [1, 3, 4]. Також в науковій літературі зустрічаються комбінації ABC-, FMR-, VED-аналізу (частіше для медичної сфери та фармації [7, 8]), а в [7] навіть розроблено інформаційну систему, яка дозволяє автоматизувати проведення інтегрованого аналізу. Крім того, в [2] ABC-аналіз скомбіновано з інструментарієм теорії нечітких множин. У практиці ведення господарювання також напрацьовано значний досвід в даній сфері, про що свідчить існування програмного забезпечення, яке містить вбудовані функції для здійснення ABC-, XYZ-аналізів та інтегрованого ABC-XYZ-аналізу (наприклад, 1С: Підприємство 8.2 Управління торгівлею [9]), а також доступні в мережі Інтернет платні та безкоштовні додатки для проведення такого аналізу, зокрема надбудова для MS Excel – Inventor [10]. Все це вказує на поширеність ABC-, XYZ- та інтегрованого ABC-XYZ-аналізів, яка пов'язана з простотою, прозорістю та доступністю їх методології для користувачів. У згаданих вище джерелах досконало відтворений алгоритм проведення аналізу на конкретних прикладах, проте не враховано наступне. Для того, щоб ABC-, XYZ- чи інтегрований ABC-XYZ-аналіз були показовими, а висновки, отримані в результаті, – адекватними, дані, що використовуються для аналізу повинні підпорядковуватися нормальному закону розподілу та бути стаціонарними. Реальні ж економічні ряди рідко відповідають цим вимогам. Тому сліпе відтворення алгоритму ABC-XYZ-аналізу призводить до неправильних висновків, що зводить нанівець усі його переваги. Це зумовлює виникнення думки деяких спеціалістів, що це цілком теоретичний підхід, який не виходить за межі підручників. На нашу ж думку, ABC-XYZ-аналіз має великий потенціал, якщо його дещо модифікувати.

Формулювання цілі статті. Метою роботи є розроблення методики проведення інтегрованого ABC-R/S-XYZ-аналізу асортименту торговельного підприємства, який є комбінацією ABC-XYZ-аналізу та R/S-аналізу, і дозволяє структурувати товарний асортимент підприємства на групи чи категорії з урахуванням їх внеску у товарооборот та прибуток підприємства, а також можливості прогнозування попиту на них у майбутніх періодах. Це дасть змогу з мінімальним витратами керувати запасами різних товарних груп, що буде сприяти підвищенню ефективності діяльності торговельного підприємства в цілому.

Виклад основного матеріалу. Основна ідея ABC-аналізу полягає у диференційованому підході до управління різними об'єктами, отриманими в результаті нерівноцінного поділу сукупності об'єктів на кластери відповідно до закону Парето, який стверджує, що 20 % причин відповідає за 80 % наслідків. ABC-аналіз успішно використовується для вдосконалення різних сфер діяльності торговельних підприємств. Об'єктами аналізу можуть виступати товарний асортимент, постачальники, покупці, конкуренти тощо. В даній роботі ми досліджуємо саме використання ABC-аналізу для оптимізації асортименту торговельних підприємств, яке ґрунтується на ідеї, що різні товари мають різний ступінь важливості для підприємства [1] і їх можна розділити на три групи – А–С, – які складають у структурі показника ефективності (наприклад, доходу чи прибутку підприємства) 80, 15 і 5 % відповідно. Проте, варто зауважити, що дана пропорція є дещо умовною, а це співвідношення може варіюватися. Так, у [4, 11] пропонується виділяти кластери наступним чином: група А – об'єкти, частка яких накопичувальним підсумком становить 50 % від загального обороту; група В та С – від 50 % до 80 % та від 80 % до 100 % від загального обороту відповідно. В кожному конкретному випадку межі кластерів для сукупності варто обґрунтовувати окремо, для чого можна використати метод подвійної дотичної чи метод багатокутника [12].

Об'єкти, що формують вказані три групи, мають різний ступінь важливості для підприємства, а тому вимагають різних стилів керівництва їх запасами.

Група А об'єднує “найважливіші” об'єкти, які приносять найкращий результат (прибуток, дохід) підприємству, незважаючи на те, що займають досить малу частку в загальному асортименті. Запаси товарів цієї групи завжди повинні бути повними, щоб не виникало дефіциту та збоїв постачань.

Група В – це “середні за важливістю” об'єкти, що у перспективі можуть бути розвинені до класу А. Оскільки групу В представляють менш пріоритетні товари, то рівень запасів повинен бути нижчим, ніж у товарів групи А.

Група С представляє собою “проблемні” об'єкти, що забирають на себе надлишкову кількість ресурсів (займають місце на складі, заморожують в собі оборотні кошти, вимагають додаткових людських, фінансових, транспортних витрат). Тому відсутність в потрібний момент товарів групи С на складі суттєво не впливає на загальний рівень товарообороту підприємства. Проте, це не означає, що такі товари не повинні бути представлені в асортиментному ряді. Виключення даної групи з товарного асортименту підприємства може призвести до зниження загального результату, адже уся сукупність товарів знову перерозподілиться на три групи згідно з обраною пропорцією, наприклад 80–15–5 %. Дана група товарів сповіщає аналітика про існування дисбалансу асортименту та вимагає від нього більш ретельного аналізу причин такого результату. Якщо ці причини не можуть бути усунені, товар з асортименту вилучається.

Таким чином, основним завданням ABC-аналізу є не поділ сукупності товарів на групи, як самоціль, а виокремлення груп, які вимагають різних стилів управління запасами товарів.

Алгоритм ABC-аналізу для оптимізації асортименту підприємств торговельної сфери виглядає наступним чином:

- аналіз існуючого стану товарно-матеріальних потоків торговельного підприємства;
- виявлення та ранжування проблем підприємства, що пов'язані з асортиментною політикою та управлінням товарно-матеріальними потоками;
- визначення основних вимог та обмежень щодо асортиментної політики підприємства;
- формулювання мети аналізу (наприклад, зниження запасів, оптимізація витрат);
- вибір об'єктів аналізу відповідно до визначеної на попередньому пункті мети (асортименті позиції, покупці, постачальники, конкуренти тощо);
- визначення показників, за якими будуть класифікуватися об'єкти аналізу (прибуток, дохід, частота споживання тощо);
- збір інформації для аналізу на основі даних інформаційної системи підприємства;
- оцінювання та впорядкування об'єктів аналізу за обраними показниками;
- поділ сукупності об'єктів на кластери А, В, С;
- інтерпретація результатів аналізу та розробка рекомендацій щодо стратегії управління групами об'єктів;
- більш детальне дослідження об'єктів іншими методами (наприклад, за допомогою XYZ-, FMR-, VED- чи R/S-аналізу).

З усього наведеного видно, що ABC-аналіз не можна назвати панацеєю в управлінні складськими запасами, це скоріше початковий та найпростіший етап оптимізації. Він ранжує товари за пріоритетом, проте це саме по собі не приносить суттєвої економії. Справа в тому, що згідно закону Парето близько 80 % доходу приносять товари групи А, запаси яких завжди повинні бути на складі. Тому резервом економії виступають лише ті 20 %, на які припадають товари груп В та С. Навіть, якщо скоротити запаси по вказаних двох групах вдвічі (що може призвести до суттєвого і тривалого дефіциту), то загальний рівень витрат на утримання складських запасів зменшиться лише на 10 %. Крім того, ABC-аналіз не враховує нерівномірність попиту, наприклад, сезонні коливання чи стрибки попиту. Важливість урахування саме цих параметрів криється в наступному. Зважаючи на те, що основним резервом зниження витрат на утримання запасів є зменшення страхового запасу, який великою мірою залежить від ступеня передбаченості обсягів і часу продажів, рівень прогнозованості попиту виступає ледь не головним критерієм поділу товарів на групи. Чим вище рівень прогнозованості попиту, тим менший страховий запас потрібно мати, і навпаки. Тому виникає необхідність ґрунтовнішого аналізу товарного асортименту підприємства за допомогою інших методів, що враховують нерівномірність попиту.

Одним з методів, що в науковій літературі рекомендується використовувати для виявлення стабільності збуту та можливості його прогнозування, є XYZ-аналіз, який може бути як самостійним так і продовжувати ABC-аналіз.

Зміст XYZ-аналізу полягає у диференціації об'єктів на групи за рівнем прогнозованості попиту на них. Ці групи виділяють залежно від розрахункового значення коефіцієнта варіації (1), який показує на скільки спостережувана величина відхиляється від її середнього значення. Коефіцієнт варіації знаходиться за відомою формулою:

$$v = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n}} \cdot 100 \%, \quad (1)$$

де x_i – значення параметру оцінюваного об'єкту за i -й період; \bar{x} – середнє арифметичне значення параметру оцінюваного об'єкту; n – кількість періодів.

Розподіл об'єктів на групи здійснюється за такої шкалою [1, 2, 11]:

- група X – товари, коефіцієнт варіації яких не перевищує 10 %, характеризуються стабільними обсягами продажів, незначними коливаннями попиту та високою точністю прогнозу;
- група Y – товари, коефіцієнт варіації яких знаходиться в межах 10–25 %, характеризуються деякими коливаннями попиту і середніми можливостями прогнозування обсягів продажів;
- група Z – товари, коефіцієнт варіації яких перевищує 25 %, характеризуються нерегулярністю продажів та низькою передбачуваністю попиту на них.

Проте, деякі вчені виділяють інші градації, наприклад, у [13] для групи X визначений діапазон коефіцієнта варіації 0–20 %, для Y – 20–50 %, а для Z – 50–100 %, а автором [4] встановлено такі його межі: X = 0–50 %, Y = 50–100 %, Z > 100 %. Як видно, не існує єдиної думки з цього приводу. Невизначеності у

вирішенні питання встановлення меж груп сприяє також й той факт, що на відміну від ABC-аналізу, де сума часток обмежена 100 %, XYZ-аналіз таких меж не має. Тому вибір діапазону коефіцієнта варіації представляє емпіричну задачу, яка повинна розв'язуватися з урахуванням специфіки конкретного товару та підприємства. Найбільш раціональним авторам представляється обчислити коефіцієнти варіації, знайти мінімальні та максимальні їх значення і сформулювати відповідно до цього межі груп товарів.

Алгоритм XYZ-аналізу включає такі кроки [11]: визначення об'єкту аналізу; вибір параметрів, за якими оцінюватиметься об'єкт; визначення періоду, за яким проводитиметься аналіз; оцінювання коефіцієнта варіації та розподіл об'єктів на групи X, Y та Z; аналіз отриманих результатів.

Описані методи у зв'язку з їхньою простотою були випробувані безліч разів у різних областях аналізу даних. В результаті багатократного застосування були виявлені їхні переваги та недоліки.

Таблиця 1

Переваги та недоліки ABC- та XYZ-аналізів		
	Переваги	Недоліки та обмеження
ABC-аналіз	Простота. Прозорість. Універсальність. Можливість автоматизації. Оптимізація ресурсів	Необхідність однорідності даних. Неадекватність в деяких випадках поділу сукупності саме на три групи. Неможливість урахування фактора сезонності Необхідність ретельного підходу до вибору періоду, за який проводиться аналіз. Обмеженість застосування для аналізу складних багатовимірних явищ
XYZ-аналіз	Простота. Прозорість. Математична обґрунтованість. Можливість підвищення адекватності висновків завдяки урахуванню закономірностей ряду (тенденції, циклічності, сезонності)	Потреба у даних за тривалий період. Висока ймовірність хибних висновків у випадку невеликої вибірки. Складність автоматизації через велику частку людської логіки. Використання у чистому вигляді можливо лише в умовах, наближених до лабораторних. Непридатний для підприємств, які працюють за замовленнями

Враховуючи переваги та недоліки ABC- та XYZ-аналізів (табл. 1), можна зробити висновок, що ці методи є взаємодоповнюючими. В той час, як ABC-аналіз дозволяє оцінити внесок кожного товару в структуру збуту, XYZ-аналіз оцінює постійність попиту на даний товар. Тому в науковій літературі рекомендується проводити саме суміщений ABC-XYZ-аналіз. Результати ABC-XYZ-аналізу, як правило, оформляються у вигляді консолідованої матриці (табл. 2), яка складається з дев'яти груп об'єктів. Ця матриця виділяє безумовних лідерів (група AX) та аутсайдерів (група CZ) продажів, а також решту проміжних груп, для кожної з яких розроблені рекомендації по управлінню запасами [11].

Таблиця 2

		Група XYZ-аналізу		
		X	Y	Z
Група ABC-аналізу	A	AX	AY	AZ
	B	BX	BY	BZ
	C	CX	CY	CZ

Крім недоліків XYZ-аналізу, згаданих у таблиці 1, існує суттєве обмеження, яке може звести нанівець усю користь такого аналізу. Воно криється у самій сутності цього аналізу і пов'язане з тим, що всі висновки про стабільність та прогнозованість продажів робляться на основі лише одного показника – коефіцієнта варіації. Незважаючи на те, що це відомий статистичний показник, який має цілком обґрунтований математичний апарат, він не здатний виокремити циклічність, сезонність, тенденцію чи інші пояснювані зміни від випадкових коливань спостережуваної величини. Іншими словами, якщо динаміка продажів певного товару характеризується сезонними змінами, що зустрічається дуже часто, то коефіцієнт варіації буде невинувато високий, що автоматично віднесе даний товар до групи низькопрогнозованих, хоча це може і не відповідати дійсності. Натомість, якщо для досліджуваного ряду обсягів продажів характерними є тенденція або циклічність, то з високою ймовірністю це саме спостерігатиметься і надалі. Тому ці компоненти (тенденція, циклічність та сезонність) можемо вважати добре передбачуваними складовими ряду. А рівень прогнозованості ряду оцінюється саме за його випадковою компонентою, що залишається після виключення з ряду таких його складових, як сезонність, тренд та циклічність. Саме ймовірність хибних висновків про можливість прогнозування динаміки продажів в нашому випадку і становить головний недолік XYZ-аналізу, що часто зводить нанівець усі його переваги.

Як видно, XYZ-аналіз як і будь-які інші статистичні методи, висуває низку вимог до вхідних даних, а саме, для успішного його використання повинні задовольнятися такі передумови, як лінійність та стаціонарність часових рядів, підпорядкування нормальному закону розподілу, незалежність рівнів ряду тощо. Водночас, стверджувати, що ряди динаміки, що описують економічні явища, в тому числі зміну

попиту на продукцію підприємств, задовольняють дані передумови, можна не завжди. Тому для оптимізації товарного асортименту торговельного підприємства ми бачимо два варіанта розвитку подій. Перший варіант підходить для таких рядів, які можуть бути зведені до стаціонарних шляхом певних перетворень. Він полягає у здійсненні ABC- та XYZ-аналізу з попереднім проведенням сезонної декомпозиції часових рядів, що характеризують динаміку продажу різних товарів, згідно алгоритму, наведеного у [14]. Другий варіант актуальний для часових рядів, що не підпорядковуються нормальному закону розподілу. Від першого він відрізняється тим, що XYZ-аналіз замінюється іншим методом, що дозволяє робити висновки про стабільність продажу певного товару та можливість прогнозування його динаміки, але не ґрунтується на розрахунку коефіцієнта варіації. В якості такого методу пропонується використати R/S-аналіз, що є найбільш розповсюдженим інструментом фрактального аналізу часових рядів. Саме підвищення складності економічних процесів намітило тенденцію останніх років про застосування для аналізу часових рядів методів нелінійної динаміки або гібридних методів. Тому саме на розробленні комбінованого методу оптимізації товарного асортименту торговельного підприємства ми і сконцентруємо нашу увагу.

Фрактальний аналіз дозволяє знаходити закономірності у часових рядах, що на перший погляд здаються абсолютно випадковими [15]. Його варто використовувати в якості інструмента передпрогнозного аналізу часових рядів з метою виявлення їх трендовості, наявності та глибини пам'яті, що одночасно буде являтися й обґрунтуванням адекватності подальшого прогнозування рядів динаміки взагалі. Так, автором [16] запропоновано алгоритм прогнозування виробничої програми випуску продукції промислового підприємства, що включає фрактальний аналіз часових рядів в якості початкового передпрогнозного етапу, який дозволяє оцінити трендовість часового ряду та глибину його пам'яті, яку можна вважати часом достовірного прогнозу [17].

Однією з перших робіт, присвячених фрактальному аналізу часових рядів, була робота британського гідролога Х. Херста, який досліджував динаміку розливів ріки Ніл. Використаний ним метод, який отримав назву R/S-аналіз або метод нормованого розмаху, довів існування пам'яті в часових рядах, що описують множини природних процесів. Дослідження Херста були продовжені Й. Федером, Б. Манделбротом та Е. Петерсом [18], які виявили аналогічні закономірності і в економічних явищах, зокрема в роботі фінансових ринків.

На сьогодні R/S-аналіз є найбільш поширеним методом дослідження фрактальних властивостей часових рядів. Його методика полягає в розрахунку коефіцієнта Херста, який детально описано Е. Петерсом в [18]. Там же наведена інтерпретація отриманих значень коефіцієнта Херста (H): якщо $H = 0,5$, часові ряди є стохастичними ("білий шум"); якщо $0,5 < H < 1$, часовий ряд характеризується персистентністю, тобто властивістю тривалої пам'яті ("чорний шум"); якщо $0 < H < 0,5$, часові ряди є антиперсистентними, тобто часовий ряд змінюється швидше, ніж у разі випадкового процесу ("рожевий шум").

Використання критеріїв персистентності часових рядів дозволяє прогнозувати розвиток досліджуваного часового ряду у відносно простій формі на базі своєї історії. При цьому в разі позитивного результату даного етапу вибір наступних методів безпосереднього прогнозування може бути довільним залежно від кваліфікації дослідника та наявних ресурсів.

Результати експерименту. ABC-, XYZ- та R/S-аналіз було застосовано для оптимізації товарного асортименту підприємства, що займається дистрибуцією кондитерської продукції. Об'єктом аналізу було обрано товарні групи (карамель, ірис, желейні цукерки вагові; батони; шоколад; цукерки шоколадні коробкові; цукерки шоколадні вагові; бісквіти; печиво, крекер вагові; печиво, крекер фасовані; вафлі фасовані; вафлі вагові; спеції).

Для проведення двовимірного ABC-аналізу було обрано два параметри: товарооборот у натуральному вимірнику та прибуток за товарними групами за період з травня по жовтень 2014 року. Згідно алгоритму ABC-аналізу було розраховано частку кожної товарної групи у загальному товарообороті та прибутку за період, далі товарні групи були відсортовані за спаданням цих часток, після чого розраховані їхні кумулятивні частки та здійснено розподіл на групи А, В та С. Межі груп було визначено за допомогою методу подвійної дотичної [12]. Для ABC-аналізу за товарооборотом вони склали 60–30–10 %, а за прибутком – 46–41–13 %. Результати ABC-аналізів наведено в таблицях 3 та 4.

З таблиці 3 видно, що найбільшу частку в товарообороті, а саме 51,41 %, мають дві товарні групи: карамель, ірис, желейні та шоколадні цукерки вагові. Вони формують групу А. Печиво та крекер вагові та фасовані, спеції і шоколад (група В) займають середнє місце за товарооборотом для підприємства і за ефективної маркетингової і цінової політики можуть бути розвинені до класу А. Решта товарних груп, зокрема, вафлі вагові та фасовані, цукерки шоколадні коробкові, бісквіти та батони (група С) продаються не так добре, як очікувалось. Причинами можуть бути неадекватна ціна, занадто вузький асортимент всередині групи тощо.

Групу АА утворюють карамель, ірис, желейні та шоколадні цукерки вагові. Ці дві групи товарів є однозначними лідерами асортиментного ряду підприємства і вимагають постійного і ретельного обліку і контролю, а також аналізу конкурентного середовища і прогнозування попиту, щоб формувати адекватний ситуації страховий запас і не допускати дефіциту запасів. Печиво, крекер фасовані (група ВС) приносять підприємству більше товарообороту, ніж прибутку, можливо завдяки невеликій націнці. Цукерки шоколадні коробкові (група СВ) є аутсайдером за товарооборотом, однак забезпечують підприємству середній прибуток.

Таблиця 3

Результати ABC-аналізу за товарооборотом

Товарна група	Товарооборот по групі за період травень–жовтень 2014 року (кг)	Частка в товарообороті, %	Кумулятивна частка, %	Група за ABC-аналізом
Карамель, ірис, желейні цукерки вагові	411026,75	31,76	31,76	А
Цукерки шоколадні вагові	254261,01	19,65	51,41	
Печиво, крекер вагові	243662,40	18,83	70,23	В
Печиво, крекер фасовані	79976,00	6,18	76,41	
Спеції	78270,65	6,05	82,46	
Шоколад	67497,48	5,22	87,68	
Вафлі вагові	67111,85	5,19	92,86	С
Цукерки шоколадні коробкові	36007,90	2,78	95,64	
Бісквіти	24163,66	1,87	97,51	
Батони	19343,78	1,49	99,01	
Вафлі фасовані	12871,53	0,99	100,00	
УСЬОГО за період	1294193,01			

Таблиця 4

Результати ABC-аналізу за прибутком

Товарна група	Валовий прибуток, грн	Частка в прибутку, %	Кумулятивна частка, %	Група за ABC-аналізом
Цукерки шоколадні вагові	1 607 043,74	24,03	24,03	А
Карамель, ірис, желейні цукерки вагові	1 455 774,42	21,77	45,79	
Шоколад	768 881,32	11,50	57,29	
Спеції	720 398,80	10,77	68,06	В
Цукерки шоколадні коробкові	628 638,26	9,40	77,46	
Печиво, крекер вагові	598 363,20	8,95	86,40	
Вафлі вагові	290 365,51	4,34	90,74	С
Печиво, крекер фасовані	254 011,65	3,80	94,54	
Бісквіти	151 818,64	2,27	96,81	
Батони	140 214,71	2,10	98,91	
Вафлі фасовані	72 991,60	1,09	100,00	
УСЬОГО за період	6 688 501,85			

Результати ABC-аналізу за прибутком дозволяють сформувати суміщену матрицю (табл. 5).

Таблиця 5

Результати двовимірного ABC-аналізу за товарооборотом та прибутком

ABC-аналіз за товарооборотом	А	Цукерки шоколадні вагові; карамель, ірис, желейні цукерки вагові	–	–
	В	–	Шоколад; спеції; печиво, крекер вагові	Печиво, крекер фасовані
	С	–	Цукерки шоколадні коробкові	Вафлі вагові; вафлі фасовані; бісквіти; батони
		А	В	С
ABC-аналіз за прибутком				

Ситуацію може змінити краща викладка, акція або розширення асортиментних позицій у даній товарній групі. Група ВВ формується з товарних груп, які є “стійкими середняками”. Вони вимагають звичайного контролю і обліку. Ними можна займатися в останню чергу. А група СС – це товарні групи, які не вносять істотного внеску у роботу підприємства, як за товарооборотом, так і за прибутком. Перш, ніж приймати рішення про вилучення їх з асортименту, необхідно ретельно проаналізувати причини такої ситуації. Механічне виключення їх з асортиментного ряду може призвести до загального зниження результатів, адже всі товарні групи тоді перерозподіляться згідно співвідношення 60–30–10 % чи 46–41–13 %.

Наступним етапом було проведення XYZ-аналізу попиту на продукцію досліджуваного підприємства. Було використано дані за період з травня 2012 року по жовтень 2014 р. включно. Збільшення періоду необхідне, щоб ретельніше дослідити динаміку продажів. Результати проведеного аналізу показують, що

якщо використати загальноприйняту шкалу (група X = 0–10 %, Y = 10–25 %, Z > 25 %), то жодна товарна група не потрапляє до групи X. Це означає, що всі перелічені товарні групи підприємства характеризуються середніми та сильними коливаннями попиту, що робить прогнозування по цих групах недоцільним. Однак, така ситуація є неоднозначною і може бути пов'язана із впливом сезонності чи тренду. В такому разі розкид даних буде великий, про що свідчитимуть високі значення коефіцієнта варіації, як в нашому випадку. Отже, для перевірки гіпотези про вплив сезонних чинників, було проведено сезонну декомпозицію часових рядів з використанням класичного методу індексів сезонності [19]. Порівняння результатів XYZ-аналізу до та після усунення сезонної компоненти наведено в таблиці 6.

Таблиця 6

Результати XYZ-аналізу					
XYZ-аналіз до усунення сезонної складової			XYZ-аналіз після усунення сезонної складової		
Товарна група	Коефіцієнт варіації, %	Група за XYZ-аналізом	Товарна група	Коефіцієнт варіації, %	Група за XYZ-аналізом
Карамель, ірис, желейні цукерки вагові	10,10	Y	Печиво, крекер фасовані	6,50	X
Печиво, крекер фасовані	11,23	Y	Карамель, ірис, желейні цукерки вагові	6,70	X
Печиво, крекер вагові	14,99	Y	Вафлі вагові	8,64	X
Вафлі вагові	16,70	Y	Печиво, крекер вагові	9,47	X
Вафлі фасовані	21,85	Y	Цукерки шоколадні вагові	11,24	Y
Цукерки шоколадні вагові	22,54	Y	Батони	17,05	Y
Батони	25,98	Z	Цукерки шоколадні коробкові	19,73	Y
Спеції	27,14	Z	Вафлі фасовані	19,91	Y
Бісквіти	28,18	Z	Спеції	21,22	Y
Цукерки шоколадні коробкові	32,25	Z	Бісквіти	24,01	Y
Шоколад	33,09	Z	Шоколад	29,39	Z

Як видно, після сезонної декомпозиції часових рядів ситуація докорінно змінилася. Вилучивши сезонну складову, яка є детермінованою, ми отримали ряд випадкових коливань, які і були оцінені за допомогою XYZ-аналізу. Коефіцієнти варіації по всіх товарних групах суттєво зменшилися. Це свідчить про те, що наша гіпотеза про вплив сезонних чинників була правильною. Якби ми не усували сезонну складову, то були б зроблені хибні висновки про можливість прогнозування попиту на товарні групи, що призвело б до неправильних дій у сфері управління запасами.

Наступним етапом було проведено R/S-аналіз з метою виявлення наявності пам'яті у рядах, що відтворюють динаміку продажу товарних груп. Розраховані значення коефіцієнту Херста наведені у таблиці 7.

Таблиця 7

Результати R/S-аналізу			
Товарна група	Коефіцієнт Херста	Товарна група	Коефіцієнт Херста
Печиво, крекер фасовані	0,716	Цукерки шоколадні коробкові	0,687
Карамель, ірис, желейні цукерки вагові	0,728	Вафлі фасовані	0,613
Вафлі вагові	0,654	Спеції	0,689
Печиво, крекер вагові	0,677	Бісквіти	0,604
Цукерки шоколадні вагові	0,679	Шоколад	0,555
Батони	0,618		

З таблиці видно, що за всіма товарними групами, крім шоколаду, значення коефіцієнту Херста більше 0,5. Це свідчить про те, що динаміка таких груп характеризуються персистентністю (трендостійкістю), тобто наявністю довготривалої пам'яті. Це означає, що якщо в минулому була тенденція зростання обсягів продажів, то імовірно, що вона спостерігатиметься і надалі. В той же час, чим більше значення коефіцієнта Херста, тим сильніше корельовані між собою значення. Коефіцієнт Херста має найбільші значення у перших двох товарних групах (печиво, крекер фасовані та карамель, ірис, желейні цукерки вагові), які за XYZ-аналізом належать до добре прогнозованих. Аналогічно R/S-аналіз показує відповідність товарних груп, динаміка яких може бути спрогнозована, але гірше, ніж у попередньому випадку (коефіцієнт Херста близько 0,6), з групою Y за XYZ-аналізом. Лише товарна група шоколад має коефіцієнт Херста близько 0,5, що свідчить про випадковий характер ряду і неможливість адекватного прогнозування його динаміки. XYZ-аналіз аналогічно виділив шоколад в групу низькопрогнозованих. Отже, результати R/S-аналізу та XYZ-аналізу після усунення сезонної компоненти цілком співпадають, що доводить доцільність попередніх перетворень вхідних даних перед проведенням XYZ-аналізу, зокрема сезонної декомпозиції.

Результати проведених ABC- (за товарооборотом і прибутком) та XYZ-аналізів зручно представити у вигляді матриці сумішеного ABC-XYZ-аналізу (табл. 8).

Таблиця 8

Результати сумішеного ABC- (за товарооборотом і прибутком) та XYZ-аналізу

ABC-аналіз за товарооборотом	A	X	Карамель, ірис, желейні цукерки вагові	-	-
		Y	Цукерки шоколадні вагові	-	-
		Z	-	-	-
	B	X	-	Печиво, крекер вагові	Печиво, крекер фасовані
		Y	-	Спеції	-
		Z	-	Шоколад	-
	C	X	-	-	Вафлі вагові
		Y	-	Цукерки шоколадні коробкові	Вафлі фасовані, бісквіти, батони
		Z	-	-	-
		A	B	C	
ABC-аналіз за прибутком					

На основі отриманих результатів розроблено рекомендації щодо управління запасами досліджуваного підприємства. По групах AAX, AAУ, BBX та BВУ пропонується проводити щоденний облік вибуття товарів і підтримувати стійкі запаси з урахуванням прогнозованої величини споживання у майбутньому періоді і страхового запасу, адже навіть найменший дефіцит даних груп товарів може підірвати ефективність діяльності підприємства. При цьому необхідно прагнути уникати надлишковості, адже попит на ці товарні групи є стабільним і добре прогнозованим. По групі BBZ, на відміну від попередніх, запаси необхідно збільшити у зв'язку з можливими стрибками попиту або впровадити більш часті поставки. Група СВУ, як було сказано вище, приносить підприємству середній прибуток, однак відстає за оборотом. Тому варто розширити асортимент товарних позицій всередині групи, змінити викладку та проводити акції. Щодо запасів, то варто перейти на систему з постійною сумою чи обсягом замовлення та формувати страховий запас, виходячи з фінансових можливостей підприємства. Група BCX імовірно є недооціненою, оскільки продається добре, але не приносить підприємству бажаного прибутку. По даній групі пропонується підвищити ціни та змінити упаковку та фасування.

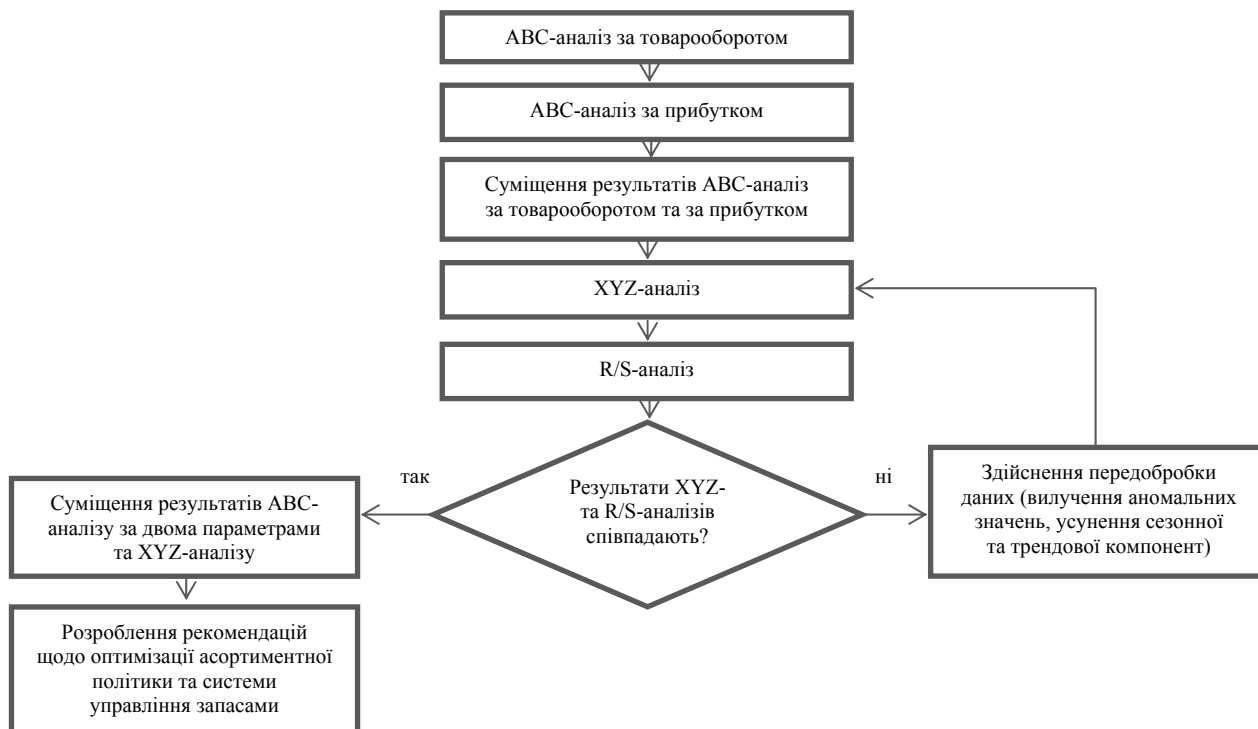


Рис. 1. Методика проведення інтегрованого ABC-R/S-XYZ-аналізу

Щодо управління запасами, то рекомендується перейти на систему замовлень з постійною періодичністю та знизити страховий запаси. Взагалі, доцільність присутності в асортименті товарних груп, що утворюють групу CC, необхідно ретельно переглянути. Вони мають низький обсяг продажів та не приносять

підприємству відчутного прибутку. Тому варто проводити різноманітні акції, щоб стимулювати попит. Оскільки динаміка продажу товарних груп може бути успішно спрогнозована, по групам ССХ та ССҮ рекомендується підтримувати страховий запас на існуючому рівні або застосовувати систему замовлень з постійною періодичністю.

Таким чином, була розроблена методика проведення інтегрованого ABC-R/S-XYZ-аналізу асортименту торговельного підприємства (рис. 1), який дозволяє структурувати товарний асортимент підприємства на групи з урахуванням їх внеску у товарооборот та прибуток підприємства, а також можливості прогнозування попиту на них у майбутніх періодах. Також розроблено рекомендації щодо оптимізації товарного асортименту досліджуваного підприємства та управління його запасами на основі висновків, отриманих в результаті проведеного інтегрованого аналізу, що сприятиме підвищенню ефективності діяльності торговельного підприємства в цілому.

Висновки. Основний науковий результат даної роботи полягає у розробці інтегрованого ABC-R/S-XYZ-аналізу асортименту торговельного підприємства. Від існуючого суміщеного ABC-XYZ-аналізу він відрізняється тим, що доповнений R/S-аналізом в якості критерію ефективності XYZ-аналізу та індикатору можливості прогнозування динаміки продажу товарних груп. Крім того, запропоновано здійснювати попередню обробку даних перед проведенням XYZ-аналізу з метою усунення впливу детермінованих чинників, як сезонність чи тренд. Така трансформація даних значно покращує результат XYZ-аналізу і дозволяє робити більш адекватні висновки, що зменшує ризики прийняття неправильних управлінських рішень у сфері асортиментної політики та керування запасами торговельних підприємств.

Література

1. Роганова Г. Застосування ABC- та XYZ-аналізу для управління товарними запасами ювелірної продукції / Г. Роганова // Схід. – 2010. – № 6 (106). – С. 56–64.
2. Зайцев С. И. Нечеткоомножественная модель управления запасами металлургического предприятия / С. И. Зайцев, И. С. Зайцев // Бизнес Информ. – 2011. – № 5 (1). – С. 86–89.
3. Гончар Л. А. Застосування сумісного аналізу з метою оптимізації асортиментної політики торговельного підприємства / Л. А. Гончар, О. Ю. Холодова // Товарознавчий вісник. – 2014. – № 7. – С. 123–132.
4. Тиличенко П. В. Использование ABC- и XYZ-анализа для принятия решений в управлении продажами / П. В. Тиличенко, С. С. Дрозд // Вестник ГГТУ им. П.О. Сухого. – 2013. – № 4 (55). – С. 120–125.
5. Крещенко О. В. Методологічні та методичні засади ABC-підходу як універсального механізму аналізу товарних запасів / О. В. Крещенко // Бизнес Информ. – 2012. – № 12. – С. 253–258.
6. Бузукова Е. А. Анализ ассортимента и стабильности продаж с использованием ABC-анализа и XYZ-анализа / Е. А. Бузукова // Управление продажами. – 2006. – № 3. – С. 166–185.
7. Горілик Д. В. Інструмент для проведення автоматизованого інтегрованого ABC/FMR/(XYZ)/VED-аналізу / Д. В. Горілик, А. В. Горілик, В. П. Попович, Б. П. Громовик // Клінічна фармація, фармакотерапія та медична стандартизація. – 2011. – № 3–4. – С. 175–178.
8. Сятиня М. Л. Інтегрований ABC/FMR/VN-аналіз споживання лікарських засобів, що застосовуються для корекції ускладнень вагітності та пологів / М. Л. Сятиня, Е. О. Коваленко // Український журнал клінічної та лабораторної медицини. – 2012. – Т. 7. – № 4. – С. 94–97.
9. Селищев Н. ІС: Предприятие. “8.2. Управление торговлей”. – СПб. : Питер, 2011. – 400 с.
10. Inventor-надстройка для Excel: ABC-XYZ и другие методы анализа [Электронный ресурс] / Я. Закупщик. Сообщество закупок. – Режим доступа: <http://zakup.vl.ru/64-inventor.html>
11. Голубков Е. П. ABC- и XYZ-анализ: проведение и оценка результативности / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 3. – С. 12–23.
12. Чукурна О. П. Особливості використання ABC-аналізу на підприємствах роздрібною торгівлі України / О. П. Чукурна // Вісн. соц.-екон. досліджень : зб. наук. пр. ОДЕУ. – 2010. – № 40. – С. 200–207.
13. Ройтер Л. М. ABC- и XYZ-анализ в управлении ассортиментной политикой / Л. М. Ройтер, И. В. Веденкина, Т. С. Терновская, В. В. Булгаков // Птица и птицепродукты. – 2011. – № 6. – С. 62–66.
14. Концептуальне моделювання спалахів лісових пожеж на основі онтологічного підходу Data-Mining. Частина 1 / М. Радованович, Я. І. Виклюк, М. Міленкович, А. Йованович, Д. Вукович, М. Стеванчевич, Н. О. Мацюк, Т. Б. Лeko // Системні дослідження та інформаційні технології. – 2014. – № 4. – С. 111–121.
15. Солнцев Л. А. Фрактальный анализ векового хода средней температуры воздуха в г. Нижнем Новгороде / Л. А. Солнцев, Д. И. Иудин, М. С. Снегирева // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н.И. Лобачевского. Нижний Новгород. – 2007. – № 4. – С. 88–91.
16. Шевченко Н. Ю. Разработка концептуальных подходов к формированию производственной программы выпуска продукции с учетом предпрогнозного анализа временных рядов / Н. Ю. Шевченко, Л. А. Останкова, М. Ю. Руднев // Вісн. Донбас. держ. машинобудів. академії. – 2012. – № 4 (29). – С. 310–313.
17. Лыков И. А. Влияние изменения функции Хёрста на возможности экономического прогнозирования / И. А. Лыков, С. А. Охотников // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 10. – С. 1539–1544.
18. Петерс Э. Фрактальный анализ финансовых рынков. Применение хаоса в инвестициях и экономике / Э. Петерс. – М. : Интернет-трейдинг, 2004. – 292 с.

19. Bell W. R. Economic Time Series: Modeling and Seasonality / W. R. Bell, S. H. Holan, T. S. McElroy. – CRC. – 2012. – 554 p.

References

1. Rohanova H. Zastosuvannya ABC- ta XYZ-analizu dlya upravlinnya tovarnymy zapasamy yuvelirnoyi produktsiyi, *Skhid*, 2010, No. 6 (106), pp. 56–64.
2. Zajcev S.I., Zajcev I.S. Nechetkoomnozhestvennaja model' upravlenija zapasami metallurgicheskogo predprijatija, *Biznes Inform*, 2011, No. 5(1), pp. 86–89.
3. Honchar L. A., Kholodova O. Yu. Zastosuvannya sumisnoho analizu z metoyu optymizatsiyi asorty-mentnoyi polityky torhivel'noho pidpryyemstva, *Tovaroznachyy visnyk*, 2014, No. 7, pp. 123–132.
4. Tilichenko P. V., Drozd S. S. Ispol'zovanie ABC- i XYZ-analiza dlja prinjatija reshenij v upravlenii prodazhami, *Vestnik GGTU im. P.O. Suhogo*, 2013, No. 4 (55), pp. 120–125.
5. Kreshchenko O. V. Metodolohichni ta metodychni zasady ABC-pidkходу yak universal'noho mekha- nizmu analizu tovarnykh zapasiv, *Biznes Inform*, 2012, No. 12, pp. 253–258.
6. Buzukova E.A. Analiz assortimenta i stabil'nosti prodazh s ispol'zovaniem ABC-analiza i XYZ-analiza, *Upravlenie prodazhami*, 2006, No. 3, pp. 166–185.
7. Horilyk D.V., Horilyk A.V., Popovych V.P., Hromovyk B.P. Instrument dlya provedennya avtomatyzo- vanoho intehrovanoho ABC/FMR/(XYZ)/VED-analizu, *Klinichna farmatsiya, farmakoterapiya ta medychna stan- dartyzatsiya*, 2011, No. 3–4, pp. 175–178.
8. Syatynya M.L., Kovalenko E.O. Intehrovanyy ABC/FMR/VN-analiz spozhyvannya likars'kykh zasobiv, shcho zastosovuyut'sya dlya korektsiyi uskladnen' vahitnosti ta polohiv, *Ukrayins'kyy zhurnal klinichnoyi ta laboratornoyi medytsyny*, 2012, Vol. 7, No. 4, pp. 94–97.
9. Selishhev N. IS: Predprijatje 8.2 Upravlenie tovgovlej. SPb, Piter, 2011, 400 p.
10. Inventor – nadstrojka dlja Excel: ABC-XYZ i drugie metody analiza / Ja Zakupshhik. Soobshhestvo zakupok. – [Elektronij resurs]. – Rezhim dostupu: <http://zakup.vl.ru/64-inventor.html>
11. Golubkov E.P. ABC- i XYZ-analiz: provedenie i ocenka rezul'tativnosti, *Marketing v Rossii i za ru- bezhom*, 2010, No. 3, pp. 12-23.
12. Chukurna O.P. Osoblyvosti vykorystannya ABC-analizu na pidpryyemstvakh rozdribnoyi torhivli Ukray- iny, *Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen'*. Zbirnyk naukovykh prats' ODEU, 2010, No. 40, pp. 200–207.
13. Rojter L. M., Vedenkina, I. V., Ternovskaja T. S., Bulgakov V. V. ABC- i XYZ-analiz v upravlenii assortimentnoj politikoju, *Ptica i pticeprodukty*, 2011, No. 6, pp. 62–66.
14. Radovanovych M., Vykyuk Ya. I., Milenkovich M., Yovanovich A., Vukovich D., Stevanchevich M., Matsyuk N. O., Leko T. B. Kontseptual'ne modelyuvannya spalakhiv lisovykh pozhezh na osnovi ontolohichnoho pid- khodu DataMining. Chastyna 1, *Systemni doslidzhennya ta informatsiyi tekhnolohiyi*, 2014, No. 4, pp. 111–121.
15. Solncev L. A., Iudin D. I., Snegireva M. S. Fraktal'nyj analiz vekovogo hoda srednej temperatury voz- duha v g. Nizhnem Novgorode, *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Nizhnij Novgorod*, 2007, No. 4, pp. 88–91.
16. Shevchenko N. Ju., Ostankova L. A., Rudnev M. Ju. Razrabotka konceptual'nyh podhodov k formirovaniju proizvodstvennoj programmy vypuska produkcii s uchetom predprognoznago analiza vremennyh rjadov, *Visnik Donbas'koï derzhavnoï mashinobudivnoï akademii*, 2012, No. 4 (29), pp. 310-313.
17. Lykov I. A., Ohotnikov S. A. Vlijanie izmenenija funktsii Hjorsta na vozmozhnosti jekonomcheskogo prognozirovanija, *Fundamental'nye issledovanija*, 2013, No. 10, pp. 1539–1544.
18. Peters Je. Fraktal'nyj analiz finansovykh rynkov. Primenenie haosa v investicijah i jekonomike. Moscow, *Internet-trejding*, 2004, 292 p.
19. Bell W. R., Holan S. H., McElroy T. S. Economic Time Series: Modeling and Seasonality. CRC, 2012, 554 p.

Надіслана/Written: 27.07.2015 p.

Надійшла/Received: 30.07.2015 p.

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

СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Розглянуто сучасний стан страхового ринку, визначені основні проблеми страхування в Україні. Запропоновано шляхи вдосконалення страхової діяльності в країні.

Ключові слова: страхування, страховий ринок, капіталізація, ліцензування, субординований борг.

N. V. MILOSHEVICH

Odessa National Polytechnic University

CURRENT STATE, PROBLEMS AND DIRECTIONS DEVELOPMENTS OF THE INSURANCE MARKET IN UKRAINE

Abstract – The analysis of a current state of the insurance market of Ukraine is carried out. The main problems which negatively influence activity of insurance companies are generalized. Ways of further development of insurance in Ukraine are considered. The analysis of a current state of the market of insurance services indicates existence of serious problems which constrain its further development. In recent years in Ukraine there is a reduction of number of insurance companies. The condition of the insurance market of Ukraine was affected negatively by economic and political events in the country. A serious problem of many insurance companies is the insufficient level of capitalization today. A real way out with limited access to free resources is attraction of financial resources on the terms of the subordinated debt. It will allow to provide increase of reliability of insurance and its appeal to consumers. Today to keep in the insurance market insurers have to look for unique decisions, use new approaches to clients, introduce online innovations. The solution of the specified problems will allow not only to increase efficiency of functioning and competitiveness of insurance companies, but also will provide economic recovery in general, will accelerate integration into the European and world insurance space.

Key words: insurance, insurance market capitalization, licensing, subordinated debt.

Н. В. МИЛОШЕВИЧ

Одесский национальный политехнический университет

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СТРАХОВОГО РЫНКА В УКРАИНЕ

Проведен анализ современного состояния страхового рынка Украины. Обобщены основные проблемы, которые негативно влияют на деятельность страховых компаний. Рассмотрены пути дальнейшего развития страхования в Украине. Анализ современного состояния рынка страховых услуг указывает на наличие серьезных проблем, которые сдерживают его дальнейшее развитие. За последние годы в Украине происходит сокращение количества страховых компаний. На состояние страхового рынка Украины отрицательно повлияли экономические и политические события в стране. Серьезной проблемой многих страховых компаний на сегодняшний день является недостаточный уровень капитализации. Реальным выходом из ситуации с ограниченным доступом к свободным ресурсам является привлечение средств на условиях субординированного долга. Это позволит обеспечить повышение надежности страхования и его привлекательность для страхователей. На сегодняшний день для того чтобы удержаться на страховом рынке страховщики должны искать уникальные решения, использовать новые подходы к клиентам, внедрять онлайн-инновации. Решение указанных проблем позволит не только повысить эффективность функционирования и конкурентоспособность страховых компаний, но и обеспечит подъем экономики в целом, ускорит интеграцию в европейское и мировое страховое пространство.

Ключевые слова: страхование, страховой рынок, капитализация, лицензирование, субординированный долг.

Постановка проблеми. Найважливішим елементом національної економіки будь-якої країни є фінансовий сектор. Однією з його складових є страховий ринок, розвиток якого дає змогу забезпечити соціальний захист населення і господарюючих суб'єктів, знизити витратну частину бюджетів та акумулювати кошти для подальшого інвестування їх в економіку країни. За рахунок ефективного використання страхових ресурсів вітчизняних страхових компаній значною мірою може бути забезпечена активізація інвестиційного процесу.

В умовах інтеграції України у світове економічне співтовариство та посилення відкритості економіки країни все більшої актуальності набувають питання підвищення конкурентоспроможності українського страхового ринку та необхідності його подальшого розвитку. В той же час стан страхового ринку значною мірою залежить від соціально-економічного розвитку країни. Успішний розвиток страхової сфери залежить від впровадження відповідної державної політики щодо розвитку страхування, наявності досконалої системи фінансових інструментів, розробки системи стандартизації і сертифікації страхових продуктів; подальшого інтегрування вітчизняного страхового ринку у світові міжнародні структури.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченню теоретичних і практичних засад функціонування страхового ринку України присвячені праці багатьох вчених, зокрема таких як: Александрова М. М., В.Д. Базилевич, А.В. Василенко, О.Д. Вовчак, Н.В. Зозуля, С.С. Осадець, Л.Ю. Сорока, А.Л. Черненко, та ін. Незважаючи на значну кількість питань, які досліджуються у працях науковців, таке важливе питання, як розвиток страхового ринку в Україні потребує подальших наукових досліджень.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На сьогодні економіка України потребує впровадження економічних реформ, що в свою чергу обумовлює необхідність подальшого роз-

виту страхового ринку. У теперішній час існує ряд проблемних питань, що стосуються діяльності страховика, пов'язаних з активізацією страхового процесу. Вирішенню однієї з таких проблем і присвячена ця стаття, Враховуючи об'єктивну необхідність дедалі більшого залучення страхової системи до економіки України, дослідження напрямків та механізмів, які дозволяють страхуванню приймати участь в процесах ефективного розвитку країни набуває особливої актуальності та ваги.

Формулювання цілі статті Метою статті є аналіз сучасного стану страхового ринку України, дослідження негативних факторів, які обмежують його розвиток та виявлення перспектив подальшого розвитку страхування.

Виклад основного матеріалу. Український страховий ринок перебуває сьогодні на етапі поступового інтегрування у світову систему страхування. Однак на шляху розвитку страхової галузі в Україні існують різні перешкоди, які можуть бути вирішені лише за наявності відповідних умов. Аналіз сучасного стану ринку страхових послуг вказує на наявність серйозних проблем, що стримують його подальший розвиток.

За останні роки в Україні відбувається скорочення кількості страхових компаній. Так, станом на 31.03.2015 р. порівняно з тим же періодом 2014 р. на 29 страхових компаній стало менше (порівняно з 2013 р. кількість скоротилась на 58 страховиків). Таке зменшення відбулося переважно за рахунок зменшення кількості страховиків, що здійснюють види страхування інші, ніж страхування життя (табл. 1).

Таблиця 1

Кількість страхових компаній (2013–2015 рр.)			
Кількість страхових компаній	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Загальна кількість	443	414	385
у т.ч. СК “non-life”	379	352	330
у т.ч. СК “life”	64	62	55

Джерело: складено автором на основі даних офіційного сайту Нацфінпослуг.

Основними причинами, що призвели до скорочення кількості страховиків, відносяться: недостатній рівень капіталізації страхових компаній, що призводить до анулювання ліцензій на надання страхових послуг, недостатня пропозиція якісних страхових продуктів, жорсткість політики регулятора щодо несумлінних компаній, зокрема, “схемних” страховиків і компаній, які роками не здійснювали страхову діяльність.

Тенденція зміни показників, що характеризують діяльність страхових компаній за 2012–2014 рр. свідчить про зміни на страховому ринку. Так, в 2014 р. порівняно з 2013 р. на 1 894,6 млн грн зменшився загальний обсяг надходжень валових страхових премій, обсяг чистих страхових премій зменшився на 2 958,6 млн грн. Зменшення валових страхових премій відбулося з таких видів страхування, як страхування майна (на 563,9 млн грн); страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ (на 472,5 млн грн), страхування від нещасних випадків (на 468,0 млн грн), страхування відповідальності перед третіми особами (на 377,3 млн грн). В той же час збільшилися валові страхові премії з таких видів страхування, як страхування фінансових ризиків (на 482,3 млн грн); страхування вантажів та багажу (на 318,6 млн грн); страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (за додатковими договорами) “Зелена картка” (на 166,1 млн грн), медичне страхування (на 137,9 млн грн) [1].

Сьогодні, враховуючи негативні зміни в економіці, страховики переводять кошти у найбільш ліквідну форму – кошти на поточних рахунках та депозитні вклади. Крім того, в 2014 році у 4,6 рази зросли залишки коштів на поточних рахунках страховиків в іноземній валюті (з 159,8 млн грн до 733,2 млн грн).

В даний час, рівень страхового покриття в Україні залишається досить низьким – 5–10 %, в той час коли у розвинутих країнах Європи даний показник становить понад 94 %. Структура страхових премій за видами страхування станом на перше півріччя 2015 р. свідчить про розвиток в Україні лише класичних видів страхування. Так, в структурі страхових премій найбільшу питому вагу займає автострахування (КАСКО, ОСЦПВ, “Зелена карта”) – 1 255,9 млн грн (або 29 %) та страхування життя – 559,4 млн грн (або 12,9 %).

На стан страхового ринку України негативно вплинули політичні події в країні. По-перше, значний удар по страховому портфелю одержали страховики з великими клієнтами в східному регіоні й у Криму. Раніш укладені договори страхування майна підприємств в цьому році не обновляються. Крім того, вже діючі договори приносять щоденні збитки. По-друге, загальне погіршення економічної ситуації в країні призвело до того, що іноземні інвестори дуже стороже розглядають перспективність розвитку свого бізнесу в Україні. Більш того, ряд діючих банків і страховиків покинули країну Багато компаній, фінансовий стан яких і до цього часу був не дуже стійким, опинились на межі банкрутства.

Крім того, на сьогодні, незважаючи на велику кількість страхових компаній, реально на страховому ринку України більшу частку страхових відшкодувань (99 %) забезпечують 100 страховиків ризикового страхування й 15 компаній по страхуванню життя. Майже 200 страхових компаній перебувають у замороженому стані (сукупно на них доводиться менш 1 % ринку) і чи навряд вони зможуть створити їм конкуренцію.

У 2014 р. перше місце в рейтингу страхових премій з ризикового страхування зайняла страхова компанія "АХА Страхування" з показником премій в 758,2 млн грн. Друге місце з обсягом премій 743,8 млн грн – страхова компанія УНІКА, а третє місце з показником премій 626,9 млн грн – СК "Арсенал Страхування". Перше місце в рейтингу страхових виплат також займає "АХА Страхування", яка виплатила своїм клієнтам 374 млн грн. Друге місце з обсягом виплат 326,5 млн грн належить компанії УНІКА. Третє місце займає страхова компанія УСГ із показником страхових виплат 314,9 млн грн [2].

Аналізуючи сучасний стан страхового ринку України можна виділити основні проблеми, які гальмують його успішний розвиток: недосконалість нормативно-правової бази у сфері страхування; низька конкуренція щодо якості страхових послуг; низький рівень капіталізації значної кількості страховиків; зниження платоспроможності значної кількості страхових компаній; недостатній рівень захисту інтересів страхувальників з боку Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг; істотне зниження здатності багатьох страхових організацій виконувати свої зобов'язання; слабка розвинутість більшості ринків, у тому числі ринку страхування життя; низький рівень прозорості значної кількості страховиків; чисельна кількість випадків шахрайства з боку страхових компаній; недостатній рівень інформації про стан і можливості страхового ринку; демпінг, який приводить до дисбалансу зобов'язань і можливостей їх виконання; подальший ріст недовіри у відносинах між страхувальниками й страховиками.

Крім того, на складний стан страхового ринку у 2014 році вплинули наступні фактори: інфляційні процеси в економіці, збільшення тарифів на страхові послуги, зменшення бюджетів корпоративних клієнтів, великі збитки у зоні АТО та тимчасово окупованої території, криза банківської системи, обмеження операцій страхових компаній на валютному ринку та ін.

Для вирішення основних проблем у галузі страхування необхідно: прийняти нову редакцію Закону України "Про страхування"; розробити стратегічні напрямки подальшого розвитку страхування в Україні; внести зміни щодо оподаткування прибутку (внести відповідні зміни у Податковий кодекс); посилити вимоги до платоспроможності страхових компаній (проводити оцінку ризиків і якості активів страховика); посилити роль й відповідальність актуаріїв; розробити та впровадити Закон України "Про Фонд гарантування страхових виплат по договорах страхування життя"; урегулювати порядок реєстрації агентів, що укладають договори по обов'язковому страхуванню цивільно-правової відповідальності власників транспортних засобів; внести зміни щодо умов ліцензування, у т.ч. розширити підстави для тимчасового припинення й анулювання ліцензій страховиків.

Серйозною проблемою багатьох страхових компаній на сьогоднішній день є недостатній рівень капіталізації. На сьогоднішній день капіталізація страхового ринку становить 65 млрд грн. Але половина цих коштів знаходиться у векселях, акціях і тільки 20 % складають ліквідні кошти, які страховики реально можуть використовувати. Частина коштів сьогодні перебуває в банках, які є банкрутами, і страховики не можуть їх отримати і використовувати в своїх резервах.

В той же час, для виконання норм законодавства з питань обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності автовласників, а також для санації ряду неблагополучних страховиків України необхідно не менш 1 млрд грн [4]. Найбільш доцільним засобом формування капіталу страхової компанії є емісія акцій, однак такий спосіб досить витратний. Дану операцію неможливо здійснити в короткий строк, до того ж вона є досить ризикованою для власників страховика, оскільки у випадку неможливості викупу акцій виникає ризик одержання контролю третіми особами. Крім того, внаслідок втрати Україною інвестиційного рейтингу, погіршення макроекономічної ситуації в країні в цілому питання докапіталізації вітчизняних страховиків за рахунок додаткових емісій акцій в 2015 році є проблематичними. Загальна проблема супроводжується зниженням інвестиційної привабливості страхового ринку на тлі погіршення показників вступу страхових платежів, росту страхових виплат, андеррайтингової збитковості по більшості видів масових видів страхування (автострахування, медичне страхування, страхування майна і т.д.). Більш дешевим і швидким засобом капіталізації є залучення коштів на умовах субординованого боргу [3].

Субординований борг – це звичайні незабезпечені боргові капітальні інструменти (складові елементи капіталу), які відповідно до угоди не можуть бути взяті з банку раніше п'яти років, а у випадку банкрутства чи ліквідації повертаються інвестору після погашення претензій усіх інших кредиторів. У ЛСОУ вважають за необхідне прийняти постанову Кабінету міністрів "Про затвердження Порядку визначення фактичного запасу платоспроможності страховика", у якому передбачити можливість впровадження на страховому ринку субординованого боргу. Крім того, необхідно буде внести системні зміни в Податковий кодекс України в частині відбиття субординованої позики в постанову Національного банку України „Про застосування іноземної валюти в страховій діяльності” (№ 135 від 11 квітня 2000 р.) щодо можливості покупки валюти для повернення субординованої позики інвесторові, а також в інші нормативно-правові акти, що регулюють порядок складання й вистави звітних даних страховиками. У період фінансової нестабільності залучення страховою компанією коштів на умовах субординованого боргу є реальним виходом із ситуації з обмеженим доступом до вільних ресурсів. Це дозволить забезпечити підвищення надійності страхування і його привабливості для споживачів [4].

На сьогодні, для того щоб утриматись на страховому ринку страховики повинні шукати унікальні рішення, використовувати нові підходи до клієнтів, впроваджувати он-лайн-інновації. Найпростіший спосіб для страхової компанії збільшити клієнтську базу – працювати через страхових брокерів. Однак при такій

цьому страхувальник платить більшу ціну за рахунок адміністрування та комісії брокера, продукт може не повністю відповідати бажанням клієнта. Крім того, можуть виявлятися додаткові складності з урегулюванням, тому що брокери не завжди передають інформацію щодо клієнта в страхову компанію, що може призводити до незадоволеності обслуговуванням. Тому більш доцільним є пряме страхування без посередників, яке можна організувати із застосуванням сучасного інноваційного механізму – он-лайн страхування. Однак, застосування такого підходу вимагає величезної експертизи – не тільки в он-лайн-каналі, але й в організаційному керуванні й плануванні. Перехід в режим продажів в он-лайн дає незаперечні переваги: за рахунок відсутності необхідності витрачатися на брокерів та регіональні відділення, клієнтові можна запропонувати поліс на 17–20 % дешевше. Ще одна незаперечна перевага прямого страхування, на відміну від роботи через страхових брокерів, у тому, що в он-лайнні всі рішення прозорі й автоматизовані.

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок, що аналіз страхового ринку України дозволив виділити ряд проблем, які стримують розвиток страхової діяльності в країні. На діяльність страхових компаній негативно впливає політична та економічна нестабільність в країні. Недостатній рівень капіталізації страховиків, несприятливі умови для впровадження нових страхових продуктів, відсутність надійних фінансових інструментів і державних гарантій проведення страхової діяльності, недосконалість податкового законодавства негативно впливають на страховий ринок України, і таким чином уповільнюють його розвиток. Вирішення зазначених проблем дозволить не тільки підвищити ефективність функціонування та конкурентоспроможність страхових компаній, але й забезпечить підйом економіки в цілому, прискорить інтеграцію у європейський та світовий страховий простір.

Література

1. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nfp.gov.ua/content/informaciya-pro-stan-i-rozvitok.html>
2. Дело. Страхование и финуслуги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://delo.ua/finance/strahovschiki-v-proshlom-godu-sokratili-obem-sobrannyh-premij-i-294357/> © delo.ua
3. Огляд ринку страхових послуг в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://delo.ua/finance/strahovschikam-neobhodimo-ne-menshe-1-mlrd-grn-na-dokapitalizaci-282379/> © delo.ua
4. Закон України “Про ліцензування видів господарської діяльності” // Відом. Верх. Ради. – 2015. – № 23. – Ст. 158.

References

1. Informatsiya pro stan i rozvytok strakhovoho rynku Ukrayiny [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://nfp.gov.ua/content/informaciya-pro-stan-i-rozvitok.html>
2. Delo. Strakhovanye y fynusluhy [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://delo.ua/finance/strahovschiki-v-proshlom-godu-sokratili-obem-sobrannyh-premij-i-294357/> © delo.ua
3. Ohlyad rynku strakhovykh posluh v Ukrayini [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://delo.ua/finance/strahovschikam-neobhodimo-ne-menshe-1-mlrd-grn-na-dokapitalizaci-282379/> © delo.ua
4. Zakon Ukrayiny “Pro litsenzuvannya vydiv hospodars'koyi diyal'nosti // Vidomosti Verkhovnoyi Rady (VVR), 2015, # 23, st.158) <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/222-19>

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.
Надійшла/Received: 30.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. С. А. Бельтюков

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРЖИНАЛЬНОГО АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ

Критически рассматривается представленный в экономической литературе маржинальный анализ прибыли. Отмечается его чрезмерная усложненность и непригодность в условиях многономенклатурного производства. Предлагается усовершенствованная методика маржинального анализа прибыли и безубыточности производства, которая устраняет указанные недостатки.

Ключевые слова: цены на новую продукцию, маржинальная прибыль, прибыль, рентабельность продукции.

О. О. ОРЛОВ, Е. Г. РЯСНЫХ
Хмельницкий национальный университет

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРЖИНАЛЬНОГО АНАЛІЗУ ПРИБУТКУ

Критично розглядається представлений в економічній літературі маржинальний аналіз прибутку. Відзначається його надмірна ускладненість і непридатність в умовах багато-номенклатурних виробництва. Пропонується вдосконала методика маржинального аналізу прибутку та беззбитковості виробництва, яка усуває зазначені недоліки. Запропонована методика маржинального аналізу прибутку та беззбитковості виробництва відрізняється простотою розрахунків, аналітичною наочністю, може використовуватися в умовах багатономенклатурного виробництва, досить легко піддається алгоритмізації та дозволяє змінювати вихідні дані (ціни, витрати, структуру асортименту) прогнозувати результати і на цій основі чітко реагувати на результати діяльності підприємства.

Ключові слова: ціни на нову продукцію, маржинальний прибуток, прибуток, рентабельність продукції.

О. А. ORLOV, E. G. RYASNIKH
Khmelnitsky National University

DIRECTIONS OF PERFECTION OF MARGINAL ANALYSIS OF INCOME

Abstract – The marginal profit analysis, presented in an economic literature is critically viewed. It's excessive complexity and inability to use in circumstances of multiproduct manufacturing is detected. The method of marginal analysis and break-even production, which eliminates these disadvantages, is provided. The proposed method of marginal analysis of profit and break-even production is simple calculations, analytical clarity, can be used in a multiproduct manufacturing, fairly easy to algorithms and allows you to modify the original data (prices, costs, product mix) to predict the results and on this basis is clearly responding to the results of enterprise.

Key words: the price of new products, profit margins, income, product profitability.

Суровые реалии рыночной экономики требуют кардинального пересмотра требований как к планированию, так и к анализу экономической деятельности предприятий. В условиях высокой степени неопределенности методы планирования (и анализа) должны постоянно совершенствоваться. Именно с этой целью в практику необходимо решительно внедрять маржинальный анализ.

По анализу хозяйственной деятельности издано много монографий и учебников. Наиболее известные из них монографии “Економічний аналіз” (за ред. М.Г. Чумаченка) [1], Беспалова М.И., Шеремета А.Д. “Теория экономического анализа” [2], Бернштейна Л.А. “Анализ финансовой отчетности” [3] и др. Но во всех этих работах анализ, в частности прибыли, проводится без применения маржинального подхода. В 2001 г. Был издан учебник “Экономический анализ” под редакцией проф. Л. Т. Гиляровской [4]. В этой работе приведен факторный анализ формирования прибыли и оценка запасов финансовой прочности. Однако автор под маржинальной прибылью (доходом) понимала валовую прибыль. В работе прямо утверждается, что “...маржинальный доход обеспечивает покрытие постоянных затрат и получение прибыли” [4, с. 287]. Реального результата маржинального анализа прибыли в работе нет и допущено много ошибок. В частности утверждается, что нормативное значение “запаса финансовой прочности” равно от 60 до 70 % [4, с. 307]. При расчете условного примера запас финансовой прочности у авторов составил 62,6 %. По нашим расчетам он равен 6,26 %, а приведенные нормативы “ЗФП” явно ошибочны и чересчур завышены. Норматив “ЗФП” 70 % означает, что предприятие окажется в состоянии безубыточности, если у него объем производства снизится на 70 %!

В 1999 г. в Минске был издан учебник Савицкой Г.А. “Анализ хозяйственной деятельности предприятия” [5]. В 2002 году он был переиздан в Москве [6]. В этой работе был выделен специальный раздел: “Методика маржинального анализа прибыли” [6, с. 230].

Необходимо позитивно оценить стремление автора использовать при планировании (и анализе выполнения плана) указанный подход. По мнению автора в сравнении с традиционной методикой, методика

маржинального анализа прибыли позволяет полнее изучить взаимосвязь показателей и точнее измерить влияние факторов. С этим выводом нельзя не согласиться, но предложенная автором методика чересчур усложнена и практически непригодна в условиях многономенклатурного производства. Для демонстрации этого вывода используем исходные данные, представленные в учебнике, только введем обозначения приняты в нашей статье, а также рассчитаем маржинальную прибыль по изделию по плану и по факту (см. табл. 1).

Таблица 1

Исходные данные для факторного анализа прибыли по изделию Б [1, с. 231]

Показатель	Обозначения	План	Факт
Объем реализации продукции, шт.	N^{nl}, N^{ϕ}	10045	5904
Цена единицы продукции, тыс. руб.	Π^{nl}, Π^{ϕ}	3,1	3,7
Себестоимость изделия, тыс. руб.	C^{nl}, C^{ϕ}	1,85	2,0
в том числе переменных затрат, тыс. руб.	$B_{пер}^{nl}, B_{пер}^{\phi}$	1,25	1,7
Маржинальная прибыль на ед. продукции, тыс. руб.	$МП^{nl}, МП^{\phi}$	1,25	1,7
Сумма постоянных затрат, тыс. руб.	$B_{пост}^{nl}, B_{пост}^{\phi}$	7534	6494
Прибыль, тыс. руб.	Π^{nl}, Π^{ϕ}	5022	3542

Прежде, чем начать рассчитывать влияние на прибыль факторов автор учебника предварительно определяет влияние факторов на изменение суммы прибыли с помощью приема цепных подстановок:

$$\Pi^{nl} = N^{nl} \cdot (\Pi^{nl} - B_{пер}^{nl}) - B_{пост}^{nl} = 10045(3,1 - 1,85) - 7534 = 5022 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Pi_{усл.1} = N^{\phi} \cdot (\Pi^{nl} - B_{пер}^{nl}) - B_{пост}^{nl} = 5904 \cdot (3,1 - 1,85) - 7534 = -1540 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Pi_{усл.2} = N^{\phi} \cdot (\Pi^{\phi} - B_{пер}^{nl}) - B_{пост}^{nl} = 5904(3,7 - 1,85) - 7534 = 3388 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Pi_{усл.3} = N^{\phi} \cdot (\Pi^{\phi} - B_{пер}^{\phi}) - B_{пост}^{nl} = 5904(3,7 - 2,0) - 7534 = 2503 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Pi^{\phi} = N^{\phi} \cdot (\Pi^{\phi} - B_{пер}^{\phi}) - B_{пост}^{nl} = 5904(3,7 - 2,0) - 6494 = 3542 \text{ тыс. руб.}$$

И только после этих предварительных расчетов проводится анализ выполнения плана по прибыли по факторам.

Общее изменение прибыли составляет: $\Delta\Pi_{заг} = 3542 - 5022 = -1480$ тыс. руб., в том числе за счет изменений:

а) объема реализации: $\Delta\Pi_N = \Pi_{усл.1} - \Pi^{nl} = -154 - 5022 = -5176$ тыс. руб.

б) цены реализации: $\Delta M_{\Pi} = \Delta\Pi_{\Pi} = (\Pi^{\phi} - \Pi^{nl}) \cdot N^{\phi} = 3388 - (-154) = +3542$ тыс. руб.

в) переменных затрат: $\Delta M_n = \Delta\Pi_n = (B_{пер}^{nl} - B_{пер}^{\phi}) \cdot N^{\phi} = 2503 - 3388 = -885$ тыс. руб.

г) суммы постоянных затрат: $\Delta\Pi_{пост} = (B_{пост}^{nl} - B_{пост}^{\phi}) = 3542 - 2503 = +1039$ тыс. руб.

Хотя результаты расчетов не вызывают сомнений, однако методика их проведения очень сложная для восприятия. Тут очевидно используется, как это часто бывает при факторном анализе, своеобразная подстановка, но она излишне усложнена и затрудняет аналитическое восприятие изменений, которые происходят. Тем временем намного проще провести эти расчеты безо всяких предварительных расчетов с непосредственным использованием показателя "маржинальная прибыль по изделиям". Известно, что отклонение маржинальной прибыли равняется абсолютному значению отклонения прибыли. С учетом этого обстоятельства расчеты следует проводить по следующим формулам.

Прирост маржинальной прибыли равняется приросту прибыли за счет изменений:

а) объема реализации продукции:

$$\Delta M_N = \Delta\Pi_N = (N^{\phi} - N^{nl}) \cdot МП^{nl} = (5904 - 10045) \cdot 1,25 = -5176,25 \text{ тыс. руб.} \quad (1)$$

б) цены реализации продукции:

$$\Delta M_{\Pi} = \Delta\Pi_{\Pi} = (\Pi^{\phi} - \Pi^{nl}) \cdot N^{\phi} = (3,7 - 3,1) \cdot 5904 = +3542,4 \text{ тыс. руб.} \quad (2)$$

в) переменных затрат:

$$\Delta M_n = \Delta\Pi_n = (B_{пер}^{nl} - B_{пер}^{\phi}) \cdot N^{\phi} = (1,85 - 2,0) \cdot 5904 = -885,6 \text{ тыс. руб.} \quad (3)$$

г) суммы постоянных затрат:

$$\Delta\Pi_{пост} = (B_{пост}^{nl} - B_{пост}^{\phi}) = 7534 - 6494 = 1040 \text{ тыс. руб.} \quad (4)$$

Вместе: $-5176,25 + 3542,4 - 885,6 + 1040 = -1480$ тыс. руб.

Можно легко убедиться, что предложенный нами анализ влияния факторов на прибыль аналитически более ценен, поскольку здесь в отличие от анализируемого метода, четко видно за счет чего произошли реальные отклонения прибыли, а использование в упомянутом учебнике “условных прибылей” только затрудняет понимание реальных процессов.

Действительно, из таблицы четко видно, что сумма постоянных затрат уменьшилась на 1040 тыс. руб., но у автора она рассчитывается как разница фактической прибыли 3542 тыс. руб. и “прибыли условной”. Это касается и расчета других показателей. Например, увеличение переменных затрат рассчитывается как разница “условной прибыли –3” и “условной прибыли –2”.

Анализ в условиях многономенклатурного производства еще более усложняется.

Таблица 2

Исходные данные для факторного анализа в целом по предприятию

Вид продукции	Объем продаж		Структура продаж		Цена, тыс. руб.		Переменные затраты, тыс. руб.		Постоянные затраты на объем, тыс. руб.	
	План	Факт	План	Факт	План	Факт	План	Факт	План	Факт
А	10455	12546	0,51	0,68	5,0	6,0	2,8	3,2	12546	20074
Б	10045	5904	0,43	0,32	3,1	3,7	1,85	2,0	7534	6494
Итого	2050	18540	1,0	1,0	–	–	–	–	20080	26568

Здесь автор определяет с помощью цепной подстановки прибыль плановую, четыре условных прибыли и фактическую прибыль. Эти расчеты занимают почти страницу, поэтому мы не будем приводить их полностью. Приведем только расчет плановой прибыли:

$$P_{пл} = \sum [N_{пл.об} \cdot V_{д.пл}^A (C_{пл}^A - I_{пл}^A) + N_{ол.об} (V_{д.пл}^B - I_{пл}^B)] - ПЗ_{пл} \quad (5)$$

$$P_{пл} = 20500 \cdot 0,51 (5 - 2,8) + 20500 \cdot 0,49 (3,1 - 1,85) - 20080 = 15471 \text{ руб.}$$

И таким же образом рассчитаны:

Пусл.1, Пусл.2, Пусл.3, Пусл.4 и Пф.

Заметим, что при расчете каждого показателя используется удельный вес каждого изделия в натуральном выражении. Изделий всего два, а если их несколько десятков? Расчет чрезмерно усложнен. Затем точно такой же расчет проводится по фактическим показателям и только после этого осуществляется анализ прибыли по факторам:

$$\Delta P_N = P_{усл.1} - P_{пл} = 1922 - 5477 = -3555 \text{ тыс.руб.}$$

$$\Delta P_{стр} = P_{усл.2} - P_{усл.1} = 14901 - 11922 = +2979 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta P_{ц} = P_{усл.3} - P_{усл.2} = 30989 - 14901 = +16088 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta P_{пер} = P_{усл.4} - P_{усл.3} = 25085 - 30989 = -5904 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta P_{пост} = P_{стр} - P_{усл.4} = 18597 - 25085 = -6488 \text{ тыс. руб.}$$

Итого: –3120 тыс. руб. [6, с. 233]

В целом по предприятию автор предлагает учитывать также “структуру продаж”. Этот показатель в целом по предприятию не имеет особого аналитического значения, но при этом искажает влияние фактора изменения “объема реализации”.

В условиях многономенклатурного производства, когда номенклатура насчитывает несколько десятков, а то и сотен изделий, провести такой расчет практически невозможно, да к тому же аналитическая ценность его весьма низка, так как анализ не доводится до конкретных изделий с расчетом их прибыли.

Известно выражение: “Цель оправдывает средства”, то есть для достижения цели все средства хороши. С позиции экономики это должно звучать по-иному: “Эффект от реализации цели должен быть больше затрат на ее достижение”. Эта мысль хорошо выражена А.Д. Шереметом – “... нет смысла в сборе и обработке информации, ценность которой ниже затрат на ее получение” [7, с. 20].

Если говорить о реальном маргинальном анализе прибыли, то следует начинать с расчета маржинальной прибыли в целом по предприятию по плану и по факту:

$$M_{пл} = \sum_{i=1}^n ПМ_i^n \cdot N_i^n, \quad M_{ф} = \sum_{i=1}^n ПМ_i^ф \cdot N_i^ф \quad (7)$$

В нашем примере их величина равна: $M_{пл} = 2,2 \cdot 10455 + 1,25 \cdot 10045 = 35557$ руб.; отсюда величина прибыли: $P_{пл} = M_{пл} - ПЗ = 35557 - 20080 = 15477$ руб. Сравним с расчетом по формуле (5).

Соответственно по факту: $M_{\phi} = 2,8 \cdot 12546 + 1,7 \cdot 5904 = 45166$ руб.

Величина прибыли: $45166 - 26568 = 18597$ руб. Разница: $18597 - 15477 = 3120$ руб.

Далее анализ проводим по формулам (1) – (4), тыс. руб.:

а) по объему реализации продукции:

изделие А: $\Delta M_n = \Delta P_n = (1254 - 10455) \cdot 2,2 = 4600$;

изделие Б: $\Delta M_n = \Delta P_n = (5904 - 10045) \cdot 1,25 = \frac{-5176}{-576}$

б) цены реализации продукции:

изделие А: $\Delta M_{\phi} = \Delta P_{\phi} = (6 - 5) \cdot 12546 = 12546$;

изделие Б: $\Delta M_{\phi} = \Delta P_{\phi} = (3,7 - 3,1) \cdot 5904 = \frac{3542,4}{16088,4}$

в) удельных переменных затрат:

изделие А: $\Delta M_{\text{пер}} = \Delta P_{\text{пер}} = (2,8 - 3,2) \cdot 12546 = -5018,4$;

изделие Б: $\Delta M_{\text{пер}} = \Delta P_{\text{пер}} = (1,85 - 2,0) \cdot 5904 = \frac{-885,6}{-5904}$

г) суммы постоянных затрат:

$PZ = PZ_{\phi} - PZ_{\text{пл}} = 26568 - 20080 = 6488$;

Итого: $-576,05 + 16088,4 - 5904 - 6488 = -3120$.

Однако из этого анализа не видно, а какова же была прибыль по плану и по факту по конкретным изделиям в условиях многономенклатурного производства.

Решение этой задачи сдерживается проблемой распределения затрат по видам продукции. Большинство западных ученых разделяют точку зрения, что традиционные методы распределения постоянных затрат искажают себестоимость по видам продукции. Но многие российские и украинские ученые (Е. Стоянова, М. Вахрушина, А. Соколов, В. Савчук и др.) очевидно не разделяют такую позицию и в своих расчетах приводят примеры с использованием традиционных методов распределения (пропорционально выручке, прямым материальным затратам, прямой зарплате с начислениями и т.п.).

Приведем два примера. Один из теории, а другой из практики. В работе М. Вахрушиной “Бухгалтерский управленческий учет” приводится пример распределения постоянных затрат пропорционально материальным затратам. С четырех продуктов два последних, у которых удельный вес материальных затрат почти в два раза больше чем у первых двух, оказались по расчету убыточными. Заметим, что все виды продуктов имеют позитивную маржинальную прибыль, а один из убыточных имеет самый высокий коэффициент маржинальной прибыли. Интересно, что анализируя рентабельность убыточного изделия ПРД-Д с позиции системы директ-костинг, автор пришла к выводу “...таким образом порошок ПРД-Д не убыточен, Реализация одной пачки этого порошка приносит предприятию прибыль 2,54 рубля маржинальной прибыли. В той же степени он вносит вклад в формирование прибыли предприятия” [8, с. 230], а ранее утверждала, что порошок ПРД-Д приносит убыток в 7,2 тыс. руб. [8, с. 228].

Красилковский машиностроительный завод (информация 2006 г.) работал прибыльно. На этом предприятии при распределении постоянных затрат пропорционально заработной плате 12 из 48 изделий имели “стабильно” отрицательную рентабельность. Наши расчеты показали, что увеличение производства котла АОГВД 30, имеющего отрицательную рентабельность (-4,17 %) на 100 шт. дает прирост прибыли на 265880 грн ($258,8 \times 100$), где 258,8 – маржинальная прибыль по этому изделию. На самом же деле, все изделия на этом предприятии имели положительную рентабельность, а маржинальная прибыль в целом по предприятию превышала сумму всех постоянных затрат.

Еще в 2001 году нами был предложен метод распределения постоянных затрат пропорционально маржинальной прибыли [9, с. 45–49].

Его преимущества:

1) он очень простой, не требует больших затрат для расчетов, а при необходимости и для перерасчетов;

2) обеспечивает достаточно точную сравнительную оценку прибыльности отдельных изделий;

3) обеспечивает полное распределение постоянных затрат;

4) он многофункционален, то есть позволяет осуществлять не только распределение затрат по изделиям, но и непосредственно рассчитывать прибыль, рентабельность, точки безубыточности конкретных изделий и безубыточный оборот в целом по предприятию;

5) при расчете безубыточности по видам изделий соблюдается основное требование системы “СVP” – неизменность структуры ассортимента.

На самом деле происходит процесс не “деления” постоянных затрат между видами продукции, а “покрытие” маржинальной прибылью изделий, приходящихся на их долю постоянных затрат.

Такой подход принципиально по-новому ставит проблему распределения постоянных затрат. Нет необходимости отслеживать причинно-следственные связи между величинами постоянных затрат и прямой оплатой труда, материальными затратами и т.п., поскольку их просто не существует. Каждое изделие в соответствии со своей величиной маржинальной прибыли берет на себя покрытие постоянных затрат в соот-

ветствии с “коэффициентом безубыточности”. Последний легко выводится из известной формулы безубыточного оборота по предприятию:

$$B_{об} = \frac{ПЗ}{K_{мп}} = \frac{ПЗ}{M} \cdot B = K_{\phi} \cdot B, \quad (8)$$

где $K_{мп}$ – коэффициент маржинальной прибыли по предприятию.

Как видно из формулы “ K_{ϕ} ” определяется как отношение постоянных затрат к маржинальной прибыли, т.е. по сути это коэффициент, позволяющий распределять постоянные затраты пропорционально маржинальной прибыли.

$$K_{\phi} = \frac{ПЗ}{M}. \quad (9)$$

Если $K_{\phi} = 1$, предприятие находится в состоянии безубыточности; при $K_{\phi} < 1$ предприятие прибыльно, а при $K_{\phi} > 1$ – убыточно. В соответствии с проведенными ранее расчетами в этом примере:

$$K_{\phi}^{nl} = \frac{20080}{35557} = 0,5647; \quad K_{\phi}^{\phi} = \frac{25568}{44166} = 0,5882.$$

Умножая “ K_{ϕ} ” на величину маржинальной прибыли по видам продукции можно рассчитать величину постоянных затрат по ним. Однако величины этих затрат особого значения не имеют. В этой ситуации особая роль принадлежит показателю “запас надежности”, который определяется как разница между единицей и “ K_{ϕ} ”:

$$Z_n = 1 - K_{\phi} \quad (10)$$

или

$$Z_n = 1 - \frac{ПЗ}{M}. \quad (11)$$

С помощью Z_n можно непосредственно рассчитать прибыль и рентабельность по видам продукции:

$$\Pi_i = Z_n \cdot ПМ_i \quad (12)$$

$$P_i = \frac{Z_n \cdot ПМ_i}{Ц - Z_n \cdot ПМ_i} \quad (13)$$

Если вместо $ПМ_i$ подставить M_i – маржинальную прибыль по i -й группе продукции, а вместо “ $Ц$ ” выручку от ее продажи, то расчеты по этим формулам покажут величины прибыли и рентабельности по группам продукции.

В анализируемом примере прибыль по изделиям будет равна:

– по плану: $\Pi_A^{nl} = 2,2 \cdot Z_n^{nl} = 0,95$; $\Pi_B^{nl} = 1,25 \cdot Z_n^{nl} = 0,544$;

– по факту: $\Pi_A^{\phi} = 3,8 \cdot Z_n^{\phi} = 1,53$; $\Pi_B^{\phi} = 1,7 \cdot Z_n^{\phi} = 0,70$.

По группам изделий:

– по плану: $M_A = 2,2 \cdot 10455 = 23001$; $M_B = 1,25 \cdot 10045 = 12556$;

– по факту: $M_A = 2,8 \cdot 12546 = 35128,8$; $M_B = 1,7 \cdot 5904 = 10036,8$.

Отсюда величина прибыли по группам изделий:

– по плану. $\Pi_A^{nl.об} = 23001 \cdot Z_n^{nl} = 10012,3$;

$$\Pi_B^{nl.об} = 12556 \cdot Z_n^{nl} = \frac{5465,7}{15478}$$

По факту: $\Pi_A^{\phi.об} = 35128,8 \cdot Z_n^{\phi} = 14464,8$;

$$\Pi_B^{\phi.об} = 10036,8 \cdot Z_n^{\phi} = \frac{4132,8}{18597,6}$$

Разница: $18597,6 - 15478 = 3119,6 \approx 31120$

Если бы постоянные затраты остались на запланированном уровне, то коэффициент безубыточности был бы равен: $K_{\phi} = 20080/45165,6 = 0,44458$, а $Z_n = 0,5554$.

Соответственно прибыль составила бы: $\Pi_0 = 4565,6 - 20080 = 25085,4$, в т.ч. по видам продукции:

А) $35128,8 \cdot 0,44458 = 19511,0$

Б) $10036,8 \cdot 0,44458 = \frac{5574,4}{25085,4}$.

С целью учета взаимосвязи “затраты – объем – прибыль” (CVP) автор в своей работе излагает методы маржинального анализа рентабельности по видам продукции и в целом по предприятию. Строго говоря система CVP, как ее излагают многие зарубежные и отечественные авторы не предполагает ни анализа прибыли, ни рентабельности по видам продукции, так как она не предусматривает информации по удельным постоянным затратам. Причина – неопределенность этих величин с использованием традиционных методов распределения постоянных затрат. Кроме того, сами расчеты рентабельности с использованием метода “цепной подстановки” чрезвычайно трудоемки.

На наш взгляд, достаточно рассчитать рентабельности изделий используя предложенную ранее формулу (13):

$$P_i = \frac{ПМ_i \cdot Z_n}{B_i - ПМ_i Z_n} \cdot 100. \quad (13)$$

По плану:

– изделие А:

$$P_a = \frac{10012,3 \cdot 100 \%}{52275 - 10012,3} = 23,6 \%;$$

– изделие Б:

$$P_b = \frac{5465,7 \cdot 100 \%}{31139,5 - 5465,7} = 21,29 \%.$$

По факту:

– изделие А:

$$P_a = \frac{14464,8 \cdot 100 \%}{75387,6 - 14464,8} = 23,74 \%;$$

– изделие Б:

$$P_b = \frac{4132,8 \cdot 100 \%}{20734,8 - 4132,8} = 24,89 \%.$$

С использованием “цепной подстановки” очевидно можно рассчитать влияние каждого фактора на изменение рентабельности по видам продукции. Но вряд ли такую трудоемкую и весьма сложную процедуру следует совершать на практике. А из предлагаемого анализа по прибыли и так видно, что отрицательным фактором было увеличение переменных затрат, снижение объемов производства по изделию “Б” и особенно чрезмерное увеличение постоянных затрат. А увеличение рентабельности произошло за счет существенного роста цен по обоим изделиям.

И последнее, для чего автор использует маржинальный анализ – это определение безубыточного оборота и “зоны безопасности” предприятия. Однако для расчета безубыточного оборота автор использовала известную формулу: отношение постоянных затрат к коэффициенту маржинальной прибыли по предприятию. При этом для расчета безубыточного оборота и безубыточного объема продаж в натуральном выражении, “зоны безопасности”, автор ограничивается только *одноменклатурным* производством.

Предложенный нами показатель K_b позволяет рассчитать безубыточные обороты по видам продукции как в натуральном, так и в стоимостном выражении, а Z_n не только характеризует “зону безопасности”, но и позволяет рассчитать прибыль и себестоимость по видам продукции, непосредственно не рассчитывая постоянные затраты, т.к. в Z_n эти расчеты уже заложены методом ее формирования.

Предложенная методика маржинального анализа прибыли и безубыточности производства отличается простотой расчетов, аналитической наглядностью, может использоваться в условиях многоменклатурного производства, достаточно легко поддается алгоритмизации и позволяет изменять исходные данные (цены, затраты, структуру ассортимента) прогнозировать результаты и на этой основе четко реагировать на результаты деятельности предприятия.

Литература

1. Економічний аналіз / За ред. М. Г. Чумаченко. – К. : КНЕУ, 2001.
2. Баканов М. Т. Теория экономического анализа / М. Т. Баканов, А. Д. Шеремет. – М. : Финансы и статистика, 1999.
3. Бернстайн Л. А. Анализ финансовой отчетности / Л. А. Бернстайн ; : пер. с англ. – М. : Финансы и статистика, 1996.
4. Экономический анализ : учеб. для вузов / Под ред. Л. Г. Гиляровской. – М. : ЮНИТА-ДАНА, 2001. – 527 с.
5. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – Минск : ООО “Новое знание”, 1999. – 688 с.
6. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – М. : ИНФРА-М. – 336 с.
7. Управленческий учет : учеб. пособие / Под ред. А. Д. Шеремета. – М. : ФБК–ПРЕСС, 1999. – 298 с.

8. Вахрушина М. А. Бухгалтерский управленческий учет / М. А. Вахрушина. – 2-е изд. перераб. и доп. – М. : ИСКОМЕТА, 2002. – 528 с.

9. Орлов О. А. Всегда ли цель оправдывает средства? Как распределять условно-постоянные издержки / О. А. Орлов, Е. Г. Рясних // Экономист. – 2001. – № 5. – С. 45–49.

References

1. Ekonomichny`j analiz / Za red. M. G. Chumachenko. – K. : KNEU, 2001.

2. Bakanov M. T. Teoriya ekonomicheskogo analiza / M. T. Bakanov, A. D. Sheremet. – M. : Fy`nansy y` staty`sty`ka, 1999.

3. Bernstajn L. A. Analiz fy`nansovoj otchetnosti` / L. A. Bernstajn ; : per. s angl. – M. : Fy`nansy y` staty`sty`ka, 1996.

4. Ekonomicheskij analiz : ucheb. dlya vuzov / Pod red. L. G. Gy`lyarovskoj. – M. : YuNY`TA-DANA, 2001. – 527 s.

5. Savy`czkaya G. V. Analiz khozajstvennoj deyatel`nosti` predpri`yaty`ya / G. V. Savy`czkaya. – Myn`sk : OOO “Novoe znany`e”, 1999. – 688 s.

6. Savy`czkaya G. V. Analiz khozajstvennoj deyatel`nosti` predpri`yaty`ya / G. V. Savy`czkaya. – M. : Y`NFRA-M. – 336 s.

7. Upravlencheskiy`j uchet : ucheb. posoby`e / Pod red. A. D. Sheremeta. – M. : FBK–PRESS, 1999. – 298 s.

8. Vaxrushy`na M. A. Buxgalterskiy`j upravlencheskiy`j uchet / M. A. Vaxrushy`na. – 2-e y`zd. pererab. y` dop. – M. : Y`SKOMETA, 2002. – 528 s.

9. Orlov O. A. Vsegda ly` cel` opravdyvaet sredstva? Kak raspredelyat` uslovno-postoyannyye y`zderzhki` / O. A. Orlov, E. G. Ryasny`x // Ekonomist. – 2001. – # 5. – S. 45–49.

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.

Надійшла/Received: 30.07.2015 р.

УДК 658.5(075.8)

A. B. ALYOKHIN
Odessa National Polytechnic University
A. B. BRUTMAN
Zaporizhzhya National Technical University

ECONOMIC THEORY OF POTENTIAL. QUASI AXIOMATIC APPROACH TO MODELING AND MEASUREMENT

Abstract – Quasi axiomatic approach to the development of coherent general economic theory of potentials and its ability to ensure the theory coherence. Quasi axiomatic approach to the development of the theory and main results of its implementation are considered using the case study of one of the directions of the development of economic theory of potential. It is shown that strict compliance of this approach, starting with defining the basic notions, stipulates possible ways of the theory development, methods of occurred tasks solution and directions of theoretical results efficient application in business activities, whereas quasi axiomatic approach itself is practical tool for provision of economic theory of potentials coherency as an integral set of certain scientific knowledge. Basic provisions of quasi axiomatic approach to the development of general economic theory of potentials.

Key words: enterprise potential, axiomatic approach, modeling, evaluation.

О. Б. АЛЪОХІН
Одеський національний політехнічний університет
А. Б. БРУТМАН
Запорізький національний технічний університет

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ПОТЕНЦІАЛІВ. КВАЗІАКСІОМАТИЧНИЙ ПІДХІД ДО МОДЕЛЮВАННЯ ТА ОЦІНКИ

На прикладі робіт одного з напрямків розвитку економічної теорії потенціалів розглянуто квазі-аксіоматичний підхід до побудови теорії та основні результати його реалізації. Продемонстровано, що суворе дотримання цього підходу, починаючи з визначення базових понять, обумовлює як можливі шляхи розвитку теорії, методи розв'язання виникаючих завдань, та напрямки ефективного застосування теоретичних результатів у господарській практиці, а сам квазіаксіоматичний підхід є дієвим інструментом забезпечення внутрішньої несуперечності економічної теорії потенціалів як цілісного зводу певних наукових знань.

Ключові слова: потенціал підприємства, аксіоматичний підхід, моделювання, оцінка.

А. Б. АЛЁХИН
Одесский национальный политехнический университет
А. Б. БРУТМАН
Запорожский национальный технический университет

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ПОТЕНЦИАЛОВ. КВАЗИАКСИОМАТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К МОДЕЛИРОВАНИЮ И ОЦЕНКЕ

Квазиаксиоматический подход к построению внутренне непротиворечивой общей экономической теории потенциалов и его возможности в обеспечении внутренней непротиворечивости теории. На примере работ одного из направлений развития экономической теории потенциалов рассмотрен квазиаксиоматический подход к построению теории и основные результаты его реализации. Продемонстрировано, что строгое соблюдение этого подхода, начиная с определения базовых понятий, обуславливает как возможные пути развития теории, методы решения возникающих задач и направления эффективного применения теоретических результатов в хозяйственной практике, а сам квазиаксиоматический подход является действенным инструментом обеспечения внутренне непротиворечивости экономической теории потенциалов как целостной совокупности определенных научных знаний. Основные положения квазиаксиоматического подхода к построению общей экономической теории потенциалов.

Ключевые слова: потенциал предприятия, аксиоматический подход, моделирование, оценка.

Formulation of the problem. In recent years, the economic theory of potentials has received much attention from economic scientists, as demonstrated by a large number of scientific publications and text editions concerning various aspects of the theory. At the same time, the following two facts are to be noted. The first is an amazing variety of interpretations of the notion of potential in economics, and the second is a surprising uniformity of methodological approaches to the evaluation of potentials. This situation appears paradoxical as the qualitative differences in defining the basic notion of the theory and its economic content (in fact, different scientists understand quite different objects by potential) must inevitably lead to substantial differences in the approaches to evaluating the level of potentials.

When the causes of this situation are revealed, it is apparent that the major cause is to be sought in a failure of many researchers to comply with the fundamental principles of constructing theories, as well as in numerous deviations from the rules of logic, from defining the notion of potential in economics to formulating the tasks of managing potentials, which leads to eclectic constructions and emergence of contradictory points in the theory as a system of knowledge. In these circumstances, the task of axiomatizing the theory of potentials in economics and demonstrating possible ways of its realization with regard to specific character of economics as a science, as well as the effectiveness of applying certain approaches, is of current interest.

Analysis of the latest research and publications. The article systematizes the theoretical views and developments presented in publications by I.N. Karapeychik, A.B. Alyokhin, A.B. Brutman, N.N. Vanina, V.A. Dilenko and S.I. Savchuk and devoted to the theoretical bases of economics of potentials with the emphasis on the methodological and methodical aspects of the problem of quantitative measurements of potentials, as well as similar synthetic signs of economic entities such as viability and competitiveness [1–9].

On the background of various definitions of the notion of potential which can be found in the economic literature, these authors substantiate the expedience and the necessity of interpreting this notion as a certain capability of economic entities (by analogy with the theory of competition and the concepts of viability and competitiveness) [1–13]), as well as give constructive criticism of alternative interpretations of the notion of potential and analyze the reasons of their emergence [1, 10, 12]. The notion of potential as a strictly defined ability of an economic entity, makes it possible, on the one hand, to propose a constructive approach to the classification of various types of potentials in economics and to show shortcomings of the existing approaches to the classification of potentials and eclectic elements in their construction [15, 16] and, on the other hand, to research peculiar features of potentials (of viability and competitiveness) as objects of measurement [1, 2, 4, 6–8, 14, 17] and to propose a fundamentally new optimization approach to these measurements [1, 3–5, 7, 9, 18–20]. An important stage in the development of the economic theory of potentials in this direction was the introduction of the concept of potential function as a generalized representation of the level of potential as a scalar value into the system of concepts of the theory [3, 21]. As a basic tool for analyzing and measuring the potential of economic entities, determined the form of potential function, as well as other related signs, the authors of this trend in the theory of potentials proposed to use methods of statistical tests and multivariate statistical analysis [1, 4, 7, 17, 22–26]. Investigation of the capabilities of these tools by the example of hypothetical model industrial enterprises created a theoretical base (foundation) for constructive criticism of the so-called resource and factor approaches to measuring the potential and showed their scientific untenability by applying numerical examples [27–31]. Creating the scientific ground for the perspective directions of the constructive use of evaluations of potentials in management tasks was another important result of these studies [32, 33].

A striking contrast in methodology, methods and main results of the investigations of this group of scientists, considered on the background of widespread perceptions in economics, makes the scientific consideration of this phenomenon and causes of its emergence relevant.

Objectives of the article. Taking the foregoing into account, the main objective of the article is to show capabilities and productivity of applying the analogues of the axiomatic approach to constructing badly-formalized theories by an example of Economic Theory of Potentials, which allow us to construct an internally consistent system of views concerning basic points of the theory, including the systematization of potentials of economic entities, analysis and measurement of potentials, as well as of using their evaluations as a tool for strategic managing the corresponding economic entities.

Statement of basic material of research. It is known that the axiomatic method (axiomatic approach) represents one of the methods of constructing scientific theories, where some points of the theory are postulated as prime axioms, and other points (of a theorem) are logically deduced from them by means of certain rules (proofs). The axiomatic method requires a high level of development (formalization) of a theory to be axiomatized, therefore, it has found the widest application in mathematics, logic, certain sections of physics, biology, etc.

Economic Theory of Potentials is only in the initial stage of its development. As in case of economic theory in general, its complete axiomatization is not yet possible. At the same time, complying with the basic principle of the axiomatic method while constructing the theory of potentials may help to raise the level of unambiguity of the basic notions [concepts] and assertions of the theory, as well as definiteness of tasks and methods of solving its relevant questions, which creates the necessary conditions for further axiomatization of the theory. In this research paper, this approach is called “quasi-axiomatic” to emphasize the fact that, unlike the axiomatic method based on strict formal rules of deduction (proofs), the quasi-axiomatic approach is based on standard methods of justification used in economics and logic. In compliance with this approach, each next step in constructing the theory is a logical consequence of the previous ones.

Economic Theory of Potentials, as any other scientific theory, is a set of generalized scientific propositions, which give a comprehensive view of a certain sector of reality. The object of Theory of Economic Potentials is potentials of economic systems as a specific set of properties and relations taken [considered] in diversity of all their manifestations and interrelations. As a branch of economic science, Economic Theory of Potentials needs to give a description of the object under study, mechanisms of its organization and functioning, as well as to propose tools to manage potentials, including tools for observation, analysis, forecasting, planning and management proper in a narrow sense.

As follows from the above, in compliance with the quasi-axiomatic approach, the first thing to consider is a clear definition of the object and the subject of the theory.

The analysis of economic literature on Theory of Potentials allows to identify the whole range of basic questions attracting attention of economic scientists. It should also be noted that all of them quite logically result from the tasks of development of this theory.

The notion of potential. The basis of any theory is constituted by a system of its key notions and terms. In case of Economic Theory of Potentials, the key notion is the notion of potential. It is not surprising that in the

branch of economic science which is only taking its first steps, there is no unanimity of views on the meaning of this notion among scholars, and the existing formulations of its definition do not always comply with basic requirements for defining scientific notions [10, 34–39]. To cite an example, it is noted in [1, 10] that one can find in the economic literature definitions of potential as a set of resources necessary for conducting a certain activity; as a set of material and non-material assets the enterprise has which are used in the course of this activity; as the critical mass of resources of the economic entity necessary and sufficient for its innovative development (in case of innovative potential); as a set of factors and conditions for conducting a certain activity; as a set of resources, factors and conditions for this activity; as capabilities and a resource of the enterprise to carry out a certain activity (6); as a capability and readiness to implement the innovation process (for innovative potential); as a unity of capabilities the enterprise has to conduct an activity, internal and external factors of this activity; as a level of readiness of the enterprise to solve certain tasks; and many other definitions.

This diversity of opinions shows the relevance of studies aimed at giving a more precise definition of the meaning of the notion of potential in economics and of a strictly scientific formulation of its definition. The investigation of this question resulted in the following definition of the notion [11–13].

The potential in economics is a capability of *the economic entity* to carry out its immanently inherent *activity*, which characterizes *the maximum possible* cumulative *result* of this activity.

This definition was the result of the analysis of the notion of potential used in different sciences, such as physics, mechanics, biology, ecology, and others, as well as a correct (with regard for the specific features of economic systems) transposition of the standard explanation of potential in mechanics into the economic environment.

The fundamental feature of the foregoing definition of potential in economics is that the potential is defined as one of *synthetic signs* of economic entities and, namely, as a certain *capability* to carry out a certain activity. This formulation immediately requires the necessity of addressing the question of what objects can be potential holders. Despite the fact that this definition already contains a direct reference to the solution of this question, the question of potential holders has been practically overlooked by economic scientists and remained uninvestigated until recently (see. the article by I.N. Karapeychik [40]).

Potential holders. As it is noted in the article [39], the notion of potential is currently applied to almost any object. In [40], there is a detailed analysis of the causes of this situation, the main causes being the identification of potential with factors that determine the potential; uncritical use in the economic theory terms and notions of everyday life and other spheres of human activity; confusion of the notion of potential as an independent scientific category with arbitrary limiting characteristics of objects, processes and phenomena. The main result of this study is the justification of the appropriateness of considering solely economic entities as potential holders.

Defining the potential as a specific capability of economic systems (economic entities) immediately makes actual investigating the interdependence of this sign and other single-level synthetic signs of these systems. Research papers of this type are exemplified by [3, 7, 41–43], where the authors study the correlation between the notions of potential and competitiveness of enterprises and other related notions.

Classification of potentials. In any science, the classification of objects is both the result of development of the science, and a tool for its further development. It is regrettable that the economic literature provides many examples of constructs which are eclectic, inconsistent, insufficiently justified, lacking substance and nonconstructive for application (see, in particular, examples from the review [16, 21]).

Since economics is the science of management, the systematization of potentials needs to comply with the management tasks. As it follows from the general economic conceptions, as well as immediately from the definition of potential in economics, the following signs should be taken as the main classification criteria for potentials:

- signs of classification of economic entities (*the potential is a sign of any given economic entity*);
- signs of classification of activity categories (the potential characterizes the result of a certain activity of the economic entity);
- signs of classification of factors involved (*factors affecting the possible result of a certain activity conducted by a business entity*).

A section of one possible variant of a potential hierarchy with regard to activity categories, which is consequent on these conceptions, is shown in Fig. 1.

It is obvious that the general classification of potentials needs to be a combined classification with regard to all major signs, the dominant one being the sign of economic entity. Next in importance is the sign of activity category, and the factor sign is dependent on the first two [15, 21].

It is also evident that there can be many content classifications, since for each of different management tasks there are its own requirements as to the presentation of the subject area, the choice of additional classification signs and the classifications of all the signs themselves, in response to which the economic science proposes various content classifications (of economic entities, activity categories, factors determining the results of these activities, etc.).

This approach to the classification of potentials provides an internally consistent systematization of different types of potentials, and makes it possible to take a new view of the placement of different potentials within the framework of this systematization. To cite an example, such potentials as resource and personnel ones are factor potentials characterizing the highest possible results of the corresponding activity of a certain business entity conditioned by the possible states of precisely these factors.

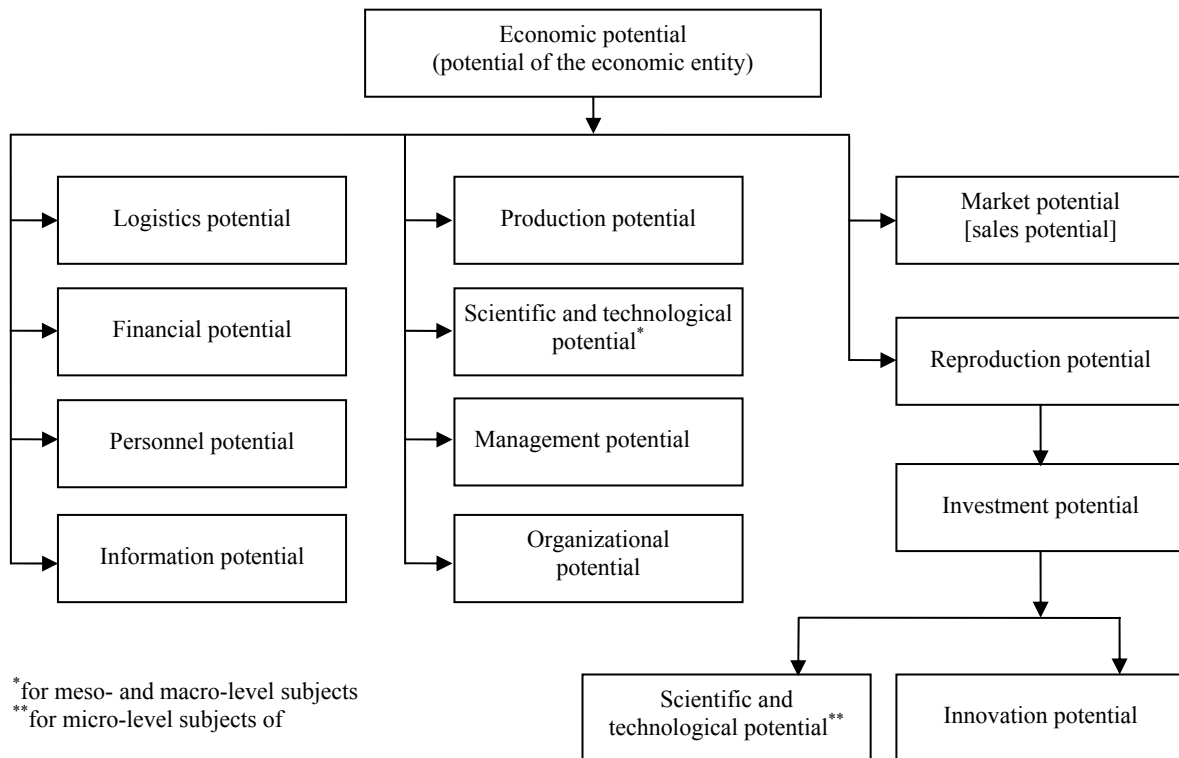


Fig. 1. Hierarchy of potentials of the economic entity (with regard to the industrial enterprise) [15]

Evaluation [assessment] of potentials. To manage (in a broad sense) the potential as some synthetic property of a particular economic entity, it is necessary to be able to measure the level of manifestation of this property. To solve this task, it is required to:

- introduce into scientific use the notion of evaluation of the potential of the economic entity;
- study the potential as an object of evaluation and develop, on this basis, the methodology for these evaluations;
- work out, in the framework of the accepted methodology, methods of evaluating potentials.

In order to manage the potential of the enterprise, it is necessary to know, in addition to the evaluation of the level of the potential, the whole set of factors that affect or could affect the value of the potential. From the foregoing definition of potential in economics, it follows that these are the factors determining the actual results of the activity conducted by economic entities. Since this question is the subject of a separate economic science – economic analysis, it is of no independent significance as an object of study in the framework of the theory of potentials. At the same time, it is hard to overestimate the importance of the relevant knowledge to the theory of potentials. Besides, unresolved questions such as the assessment of the combined actual results of various categories of activity (e.g. scientific and technological, investment and innovative, and many others [1, 44–47]) complicate greatly the solution of the task of evaluating potentials of certain types taken separately.

Peculiarities of potential as an object of measurement. The analysis of the economic character of potentials and similar signs (see. in particular [1, 3, 4, 8, 41]) made it possible to reveal the following peculiarities of potentials as an object of assessment and their evaluations:

- the potential (similar to an arbitrary capability) – is a latent sign, i.e. it is not a directly observable and measurable feature of a certain object;
- the potential characterizes prospective results of the activity, i.e., it has a prognostic character, and its evaluations are, to a certain extent, future projections of these results.
- the value of the potential is affected by the current state of the potential holder and the future state (state forecast) of the external environment, i.e., evaluations of the potential are conditional, depending on these factors and conditions;
- units of measurement of potentials are units of measurement of the results of the relevant activity (this follows directly from the definition of potential as a feature characterizing certain results of the activity).

Methodological aspects of measuring potentials. The foregoing properties of potentials and requirements to their evaluations determine theoretically possible methodological approaches to potentials. These could be approaches implementing the idea of *indirect* measurements based on the analysis of:

- the actual manifestations of the sign to be measured;
- the state of factors determining the value of the potential;
- directly observable signs closely interrelated with the potential.

Theoretically possible indirect methods for measuring potential should also include combined approaches representing an arbitrary combination of the three approaches stated above.

Unlike the approaches presented above, the systematic approach to measuring the latent signs, which involves constructing a model of the object – the holder of this sign, can be regarded as a *quasidirect* method of measurements, as it provides direct observation and measurement of the model of the sign being evaluated rather than of the object itself.

A weak point of all indirect methods of measuring potentials is the need for accepting a hypotheses concerning the interrelations of the value of the signs which are measured directly and the value of the potential. In the first of the cases examined, it is assumed that the higher the actual results of the activity whose potential is being evaluated are, the higher the potential itself is, i.e., the best possible result. In the second case, similarly to the first, it is suggested that the better the aggregate state of the factors determining the level of the potential is, the higher the level of the potential itself is. The third case, as applied to economics, is purely hypothetical, since identifying the relations between observable and unobservable synthetic economic signs constitutes a task which is no less difficult than the task of measuring the latent signs themselves.

Studies show (see., e.g., [3, 6, 30, 31, 48]) that the foregoing assumptions are insufficiently justified and can cause significant distortions in the evaluations of the potential, as the object of evaluation is actually replaced by other objects (actual manifestations of the potential and relevant factors) and the evaluations of the potential are substituted by the evaluations of the actual results of activities of the potential holder (a classical problem of the economic analysis) or by generalized evaluations of a combination of factors.

The systematic approach doesn't have these shortcomings, however, it involves difficulties related to limited capabilities of present-day economic and mathematical theory concerning description of economic entities, phenomena and processes. Nevertheless, this approach is, in our opinion, the most promising and follows directly from the character of potentials and the conception of potentials taken in this study. Let us consider the main provisions of the system approach, directly resulting from theoretical judgments stated above.

Quantitative analysis of the potential of the enterprise. Before proceeding to the description of the algorithm of the quantitative assessment of the potential which logically results from the conception of potentials taken by the authors of this study and implements the systematic approach to measuring potentials, let us point out the key notion of the proposed approach – the *potential function*, which is understood as the dependence of the potential's value on the external environmental factors [3, 21].

The notion of the potential function is a logical consequence of the definition of the potential as the maximum possible result of the economic entity's activity and of the potential's specific character as an object of measurement – dependence of the level of the potential on possible conditions of the external environment.

All of the preceding means that the task of quantitative evaluation of the potential is actually nothing but the task of forming and analyzing the relevant potential function. The form of defining the potential function U , in turn, determines the methods of analysis. In the framework of the conception [concept] under consideration, these are optimization methods under uncertainty [5, 49–52] and various methods of multivariate statistical analysis.

The general solution algorithm is determined by the character of this optimization task and the possibilities of its analysis and, as applied to the task of evaluating the economic potential of the enterprise, its viability and competitiveness, and has the following form [4, 17, 21, 22, 25].

1. Construction of the economic-mathematical model of the enterprise.
2. Mathematical formulation of the task of maximizing the net income of the enterprise on the basis of its mathematical model.
3. Formation of the “uncertainty zone” of the exogenous parameters of the task (the domain of the potential function U).
4. Tabulation of the potential function U of the enterprise (*by applying the method of statistical tests for probing the “uncertainty zone” of the parameters of the above-noted task by solving it with sets of parameters from the domain of the potential function U determined in a random manner (identifying the “uncertainty zone” of solutions (range of values) of the given function.*
5. The analysis of the properties of the potential function U of the enterprise (*by applying the methods of multivariate statistical analysis: methods of ranking, grouping, classification, correlation, regression and factor analysis*). The idea of this method will be illustrated with the following conceptual ideas regarding the model of the industrial enterprise (Fig. 2) and its potential function – the economic potential, as described in [22].

Conceptual mathematical model of the enterprise's potential.

The potential U (at some fixed instant of time) of the enterprise in the state S operating in the external environment that has the impact X on the enterprise (i.e. the potential of the enterprise, operating in the environment characterized by the parameters X), can be determined as follows: $U = \max_v R(S', Y)$, $S' = \Psi_S(X, S)$, $Y = \Psi_Y(X, S)$.

U – the potential of the enterprise;

v – a set of values of the controlling parameters, $v \in V$, $V \subset S$;

S, S' – the state of the enterprise at the beginning and at the end of one production cycle;

Ψ_S, Ψ_Y – the functions of states and outputs of the automaton, respectively;
 R – the indicator characterizing the result of the activity of the enterprise (in the model shown below – the indicator of net income (net profit)).

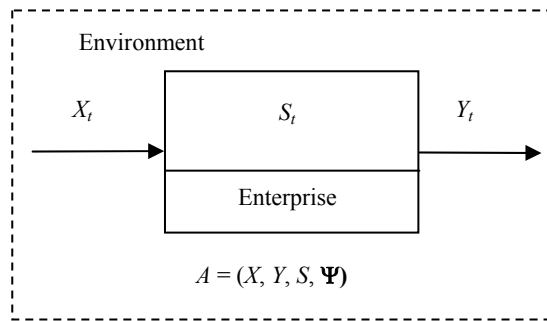


Fig. 2. Automaton model of the industrial enterprise [22]

A – the automaton [conceptual machine] (the model of the enterprise); X – the set of inputs of the automaton; S – the set of states of the automaton; Y – the set of outputs; Ψ – the rearrangement [transformation] of the set $X \times S$ into the set $X \times S$.

Basic ratios of the conceptual model of the industrial enterprise.

The production functions (technologies): $q_i = A_i \cdot K_i^{\alpha_{Ki}} \cdot L_i^{\alpha_{Li}} \cdot R_i^{\alpha_{Ri}}$.

The gross income Q : $Q = q \cdot c_q$.

The cost of material resources: $r_{ij} = a_{ij} \cdot R_i \quad \forall i, j, i \in I, j \in J; r_j = \sum_i r_{ij}$.

The gross expenditures C : $C = \sum_j c_{rj} \cdot r_j + \sum_i (1 + \delta_L) \cdot c_L \cdot L_{i+} + c_0$.

The gross profit P_g and the net profit P_n of the enterprise:

$$P_g = Q - C - \delta_K \cdot \sum_i K_i; P_n = \begin{cases} P_g, & P_g \leq 0 \\ (1 - \delta_P) \cdot P_g, & > P_g \end{cases}$$

The restrictions with the demand imposes on the supply of resources and production volumes:

$$\sum_i K_i \leq K_0, \quad \sum_i L_i \leq L_0, \quad r_j \leq r'_j \quad \forall j, j \in J;$$

$$q_i \leq Q_i \quad \forall i, i \in I; K \geq 0, L \geq 0, R \geq 0$$

The economic potential of the enterprise U : $U = \max_v P_n$; $v \in \{K_i\} \cup \{L_i\} \cup \{r_{ij}\} \quad \forall i, j$.

I – the index set of technologies available to the enterprise, $I = \{1, \dots, n\}$, n – the number of technologies;

J – the index set of types of resources used in manufacturing products, $J = \{1, \dots, m\}$, m – the number of types of resources.

The endogenous parameters (the parameters of the enterprise):

$A_i, \alpha_{Ki}, \alpha_{Li}, \alpha_{Ri}$ – the parameters of the production function i ;

a_{ij} – the rate of consumption of the resource j in manufacturing the product i ($a_{i1} : a_{i2} : \dots : a_{im}$ – the ratio of resources of all types in a single set of resources for manufacturing the product i);

R_i – the number of sets of resources used for manufacturing the product (in conformity with the technology) of type i ;

r_{ij} – the expenditures of the resource of type j in manufacturing the product i ;

c_0 – the semi-fixed costs.

K_0 – the value of the fixed assets of the enterprise;

K_i – the fixed assets of the enterprise used in conformity with the technology i ;

L_0 – the labour resources of the enterprise;

L_i – the labour resources used in conformity with the technology i .

The exogenous parameters (the parameters of the external environment), X :

Q_i – the market demand for the product of type i ;

r'_j – the market supply of the resource of type j ;

c_{qi} – the price of the products of type i ;

- c_{rj} – the price of the resource of type j ;
- c_q – the vector of prices for the products of the enterprise;
- c_L – the “cost” of labor resources;
- δ_L – the rate of dues and charges proportional to wages fund;
- δ_K – the depreciation rate of the fixed capital;
- δ_p – the income tax rate.

Rather strict assumptions of this relatively simple model of the enterprise are evident from the mathematical ratios stated above, yet they do not limit in the least the possibilities of demonstrating the basic methodological provisions of measuring potentials.

One can readily see from the above that the economic potential of the enterprise is nothing else than a large number of solutions of the optimization task (1)–(7) – the optimum values of the P_n for all possible combinations of the external parameters X , whereas the potential function of the enterprise is the dependence of these optimal values on the parameters of the external environment.

Analysis of the potential function of the model enterprise.

The construction and analysis of the potential function is executed by using the model of the enterprise as an example. The parameters are shown in Table. 1.

Table 1

The parameters of the numerical model of the enterprise [22]

Parameters of the external environment, X	Value	Parameters of the enterprise, S	Value
$c_{r1}; c_{r2}$	1; 2	$n; m$	2; 2
$c_{q1}; c_{q2}; c_L$	5; 3; 1	$a_{11}; a_{12}$	1; 2
$r'_1; r'_2$	100; 75	$a_{21}; a_{22}$	3; 1
Q_1	50	$A_1; A_2$	5; 4
Q_2	40	$\alpha_{K1}, \alpha_{L1}, \alpha_{R1}$	0,3; 0,2; 0,4
δ_L	0,30	$\alpha_{K2}, \alpha_{L2}, \alpha_{R2}$	0,3; 0,5; 0,2
δ_p	0,15	$K; L; c_0$	100; 50; 50

The tasks of the type (1)–(7) with fixed parameters belong to the class of non-linear programming tasks, the analytical solution of which is generally impossible. However, there exist effective quantitative methods for the solution of tasks of this type. From this it follows that the construction of the potential function of the enterprise U is possible only through its tabulation, which can be done by solving the stated optimization problem for all possible combinations of values of the exogenous parameters. One of the most applicable methods for tabulating the function U is the method of statistical test [4, 5, 17, 22, 25, 53].

When the model (1)–(7) was under study, for each k -th exogenous parameters $x_k, x_k \in \mathbf{X} \forall k$, the range of possible values was fixed in the form of the segment $[x'_k - \Delta x_k, x'_k + \Delta x_k]$, where $\Delta x_k = \gamma \cdot x'_k, x'_k$ – the center of the range of possible values of the k -th parameter of the external environment in Table. 1, with $\gamma = 20\%$ [22].

Since the tabulation of the potential function U results in the graph of this function (U, X), representing a statistical sample of the dimension $k+1$, where k is the number of the exogenous parameters X , the only possible methods of analyzing the potential function are methods of multivariate statistical analysis. In a series of research papers on the subject, the authors provide examples of the application of descriptive statistics, correlation, regression and cluster analysis, and multidimensional scaling techniques [3, 4, 5, 17, 22, 24, 25, 26, 48].

Table 2

Descriptive statistics of the sample values of the endogenous parameters and the economic potential [22]

	U	a_{11}	a_{12}	a_{21}	a_{22}	A_1	A_2	α_{K1}
Mean	214,95	1,01	2,00	3,02	1,00	4,95	4,01	0,30
Minimum	166,28	0,80	1,60	2,41	0,80	4,00	3,20	0,24
Maximum	241,86	1,20	2,40	3,60	1,20	5,99	4,79	0,36
Standard Error	0,99	0,01	0,02	0,02	0,01	0,04	0,03	0,00
Constant of Variation	0,065	0,116	0,115	0,116	0,115	0,118	0,119	0,111
	α_{L1}	α_{R1}	α_{K2}	α_{L2}	α_{R2}	K_0	L_0	c_0
Mean	0,20	0,40	0,30	0,51	0,20	100,43	49,48	50,41
Minimum	0,16	0,32	0,24	0,40	0,16	80,02	40,19	40,12
Maximum	0,24	0,48	0,36	0,60	0,24	119,99	59,53	59,88
Standard Error	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,85	0,41	0,42
Constant of Variation	0,117	0,114	0,123	0,114	0,115	0,120	0,117	0,119

Below are the main results of the similar analysis with regard to the model under consideration, which were borrowed from [22]. It should be noted that the authors of this research paper employed a broad interpretation of the potential function of the enterprise, which, in contrast to the standard one, involves considering as arguments, along with the exogenous parameters, the endogenous parameters, i.e. the parameters characterizing the state of the enterprise. The feasibility of this interpretation of the potential of the enterprise is determined by the relevance of management tasks that can be solved by using evaluations of potentials, and will be demonstrated in the discussion of the quantitative analysis results below.

Basic descriptive statistics of the statistical multitude – the potential function graphics – are shown in Tables 2 and 3.

Table 3

Descriptive statistics of the sample values of the exogenous parameters and the economic potential [22]

	c_{r1}	c_{r2}	c_{q1}	c_{q2}	c_L	r'_1
Mean	0,99	1,98	5,02	2,99	1,00	100,86
Minimum	0,80	1,61	4,01	2,40	0,80	80,47
Maximum	1,19	2,40	5,98	3,60	1,20	119,79
Standard Error	0,01	0,02	0,04	0,03	0,01	0,75
Constant of Variation	0,12	0,12	0,12	0,12	0,11	0,11
	r'_2	Q_1	Q_2	δ_L	δ_p	U
Mean	75,36	49,98	39,53	0,30	0,12	220,15
Minimum	60,16	40,04	32,06	0,24	0,12	135,76
Maximum	89,79	59,81	47,93	0,36	0,18	310,22
Standard Error	0,62	0,42	0,32	0,00	0,00	2,52
Constant of Variation	0,12	0,12	0,11	0,12	0,11	0,16

In these tables, particular interest is attracted by the lines with the values of the coefficient of variation, which indicate that the variability of the value of the economic potential is much lower than the variability of each individual factor. Roughly the same level of variability of the endogenous and the exogenous parameters is evident, since the sample values of these parameters was obtained in accordance with the uniform distribution law. As to the level of variability of the potential, it reflects the value of the combined (systemic) effect of the variability of these factors. On the content level, this effect can be explained as follows. Since the behavior of the enterprise is target (optimal in compliance with the model of the enterprise (1)–(7)), the company manages to minimize the negative impact of certain [the corresponding] combinations of the conditions. This point is confirmed, among other things, by the distribution of the value of the economic potential (see Fig. 3).

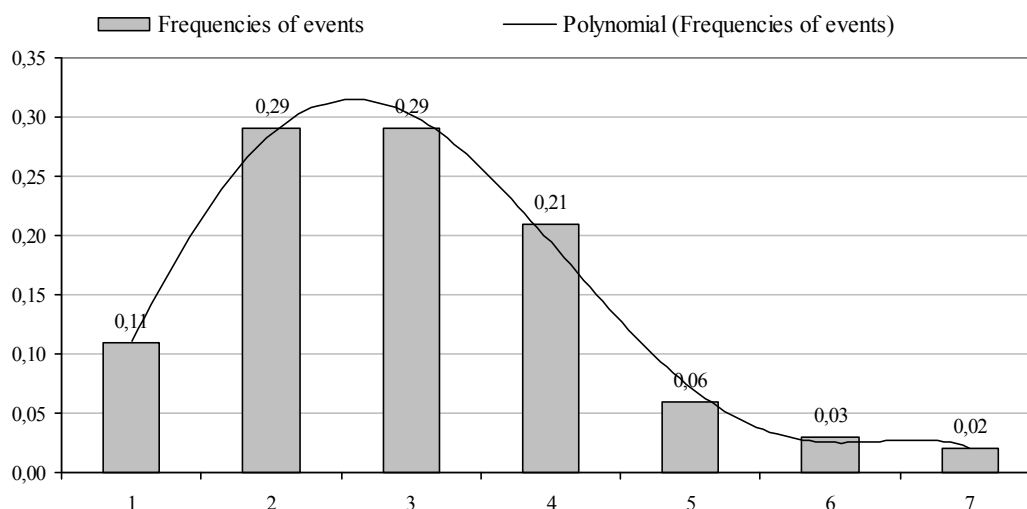


Fig. 3. The distribution of frequencies of events of the value of the economic potential [22]

In this Figure, the clusters are arranged on the abscissa axis in descending order of the level of the potential, and it is quite evident that, in spite of the uniform distribution of the model parameters, the law of distribution of the economic potential is not subject to the uniform distribution law. More detailed studies by some scientists [3–5, 22, 24–26, 30, 48, 54] indicate that the resulting distribution can vary from enterprise (depending on the endogenous model parameters), and the potential function of the enterprise itself can be described by using models of distribution of random values.

The application of the correlation and regression analysis makes it possible to reveal certain connections between the level of the potential of the enterprise and the factors accounted for in the model of the enterprise.

Tables 4 and 5 show the parameters of regression models relating to the dependence of the value of the potential on the endogenous and the exogenous factors, respectively.

Table 4

The parameters of regressive dependence of the economic potential on the endogenous parameters [22]

	b*	Std.Err. of b*	b	Std.Err. of b	t	p-value
Intercept			12,002	7,080	1,695	0,092
α_{K1}	0,463	0,017	197,111	7,242	27,219	0,000
c_0	-0,391	0,017	-0,910	0,039	-23,134	0,000
A_1	0,388	0,017	9,257	0,416	22,233	0,000
α_{L2}	0,329	0,017	79,427	4,096	19,391	0,000
A_2	0,266	0,017	7,814	0,499	15,665	0,000
α_{R1}	0,263	0,017	80,928	5,210	15,532	0,000
α_{K2}	0,254	0,017	96,747	6,640	14,569	0,000
α_{L1}	0,185	0,017	110,838	10,437	10,620	0,000
a_{21}	-0,117	0,017	-4,643	0,687	-6,758	0,000
K_0	0,111	0,017	0,129	0,020	6,512	0,000
a_{11}	-0,041	0,017	-4,931	2,082	-2,369	0,019
a_{12}	-0,034	0,017	-2,034	1,030	-1,975	0,050

Table 5

The parameters of the regressive model of the economic potential on the external environment parameters [22]

	b*	Std.Err. of b*	b	Std.Err. of b	t	p-level
Intercept			-291,534	6,532	-44,629	0,000
c_{r1}	-0,054	0,008	-16,985	2,499	-6,798	0,000
c_{r2}	-0,032	0,008	-4,711	1,202	-3,919	0,000
c_{q1}	0,704	0,008	43,168	0,485	88,932	0,000
c_{q2}	0,322	0,008	33,057	0,819	40,369	0,000
c_L	-0,058	0,008	-18,547	2,586	-7,172	0,000
Q_1	0,574	0,008	3,460	0,048	72,471	0,000
Q_2	0,249	0,008	1,977	0,063	31,300	0,000
δ_p	-0,097	0,008	-68,640	5,768	-11,900	0,000

The data in these tables show that the coefficients in the column b*, which can be interpreted as the contribution of each factor to the formation of values of the independent variable (in this case, the economic potential), vary from factor to factor. In case of the joint impact of all factors, the role of some factors in the formation of the potential value is greater than the role of others. However, this means that the enterprise, on the average, is more responsive to changes in certain factors and is less susceptible to changes in others. Moreover, this regularity holds true for favorable as well as negative changes in various factors. All of this made it expedient to introduce the notion of critical factors [22, 25] and to divide, on the basis of the results of statistical analysis of the potential functions, all the factors into critical and non-critical.

The existence of this regularity sheds some light on how and in which management tasks evaluations of potentials can be used, on the role of the economic theory of potentials in the system of economic sciences.

Let us consider the main consequences for the theory of management of potentials in economics, which follow from the results of investigations of this type made at the enterprise level.

Potentials and strategic management of development of enterprises. The knowledge of the level of the potential of enterprises, i.e. the maximum possible results of their activity under all possible external operating conditions, is essential for managing the *development* of enterprises. Any process of development of any economic system can be represented as a twofold process: moving from the current actual state to the maximum possible capabilities and expanding the maximum possible capabilities.

If the maximum possible capabilities in forecasted conditions do not comply with the requirements of the owners of the enterprise or of its senior management, it means that there is a problem and it serves as a classical reason for setting the task of restructuring the enterprise.

Thus, the analysis of the potential function of the enterprise may serve as a tool for *identification and clarification of the problems concerning the development of the enterprise* [32].

Under the assumption that the existence of this problem has been set, the multivariate statistical analysis of a sample function of the enterprise allows us to identify “bottlenecks” in the enterprise and the most promising directions of its development, i.e., to serve as one of the tools for *goal-setting* and for selection of the objectives of restructuring [32, 33].

Let us illustrate this by the example of the data in Table 5. The critical factors in this table are indicated in bold. Among these, the greatest impact on the value of the economic potential is provided by such external

environment parameters as the demand Q_1 and the price c_{q1} for the product of the first type and, to a lesser extent, the demand for the product and the price of the second type (Q_2, c_{q2}). This means that the enterprise is the least resistant to the unfavourable changes in these factors and the most responsive to the favourable changes in these factors. Consequently, the primary task (the development objectives) is to neutralize the negative affect of these factors and to change the state of these factors in the direction favourable for the enterprise. As is well known, it is possible to attain this objective in different ways: by working with the consumers of the product (in the field of contractual relations), by improving the quality of the product and by its support with the consumer, by accessing to new markets, etc.

In contrast to the critical factors, changes in other exogenous parameters (see., e.g., the prices of the resources consumed by the enterprise c_{r1}, c_{r2}, c_L) have little effect on the value of the economic potential, which makes it inexpedient to set the corresponding objectives and to consider measures aimed at reducing the prices for consumed resources, decreasing the volumes of these resources, reducing the resource-intensiveness of the products on the whole, etc.

Let us now consider the impact of the endogenous factors on the level of the economic potential (Table 4). Changes in the values of these parameters mean changes in the state of the enterprise, and improvement of the values of these parameters can be viewed as the development of the enterprise resulting from implementing the corresponding measures (for example, within the framework of the restructuring of the enterprise). From this table we notice that the most critical parameters are such parameters as dependence of the elasticity of production on the values of fixed capital α_{K1} and labor resources α_{L2} , the scale coefficient A_1 of the technology 1 and the indirect expenses c_0 . Consequently, in case of this enterprise, the most expedient measures to be implemented are the ones aimed at improving the efficiency of the first technology in general and the way the fixed capital and the labor are used in it, as well as at reducing indirect expenses of the enterprise.

Conclusions. The axiomatic method of constructing scientific theories is an effective tool for providing internal consistency of the theories to be axiomatized, however, it requires a fairly high level of formalization of the main provisions of these theories. The economic theory of potentials belongs to relatively new fields of economics, provides many examples of postulates and approaches which are in poor agreement with each other, and does not comply with the specified requirements. However, the fact that the theory of potentials is at the initial stage of development makes the attempts to construct it and develop in compliance with the principles similar to those of the axiomatic method especially relevant.

The quasi-axiomatic approach proposed in this article is built upon the basic principle of the axiomatic method, which provides for identifying the basic, prime assertions of the theory and constructing the theory around deduction of all other derived assertions from the prime postulates. However, in contrast to the axiomatic method, the prime assumptions, as well as the inference rules, are based on generally accepted economic methods of justification (proof) and economic logic. In addition to the prime assumptions and consequences which are logically deduced from them, the issues (tasks) of economics of potentials to be investigated, the selection of methods of studying (solving) these tasks and the choice of directions and ways of application, in theory and in practice, of the results obtained by the use of all these tools, should also be subject to this justification.

In the variant of the economic theory of potentials analyzed by the authors of this research, the basic element that predetermines the whole logic of constructing the theory and its structure is the notion of potential, defined as the ability of the economic entity characterizing the highest possible result of its activity under different conditions of the external economic environment. This interpretation of the notion of potential in economics logically results in content classifications of all sorts of types of potentials, methodology and methodological approaches to evaluating the level of potentials, specific possibilities of using evaluations of potentials in management tasks, as well as issues requiring further study. The most relevant of them are the problem of identifying and measuring the cumulative results of activities of different categories (scientific and technological, innovative, and others) and the improvement of economic and mathematical tools for modeling and analysis of potentials.

Література

1. Карапейчик И. Н. Оценка инновационного потенциала машиностроительных предприятий : монография / И. Н. Карапейчик. – Мариуполь : Новый мир, 2011. – 184 с.
2. Савчук С. И. Основы теории конкурентоспособности / С. И. Савчук. – Мариуполь : ИПРЭИ НАН Украины, Рената, 2007. – 520 с.
3. Брутман А. Б. Конкурентоспособность предприятий: оценка на основе их потенциалов : монография / А. Б. Брутман. – Запорожье : ООО “ЛИПС” ЛТД, 2012. – 220 с.
4. Алёхин А. Б. Жизнеспособность промышленных предприятий: формализация и оценка / А. Б. Алёхин // Вісн. Маріупол. держ. університету. Серія “Економіка”. – 2012. – Вип. 3. – С. 22–31.
5. 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.

6. 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.
7. Алёхин А. Б. Обобщенные признаки предприятий, регионов и национальных экономик: проблема измерения и новые подходы / А. Б. Алёхин // Економіст, 2011. – № 8. – С. 24–29.
8. Алёхин А. Б. Определения понятия конкурентоспособности стран и предприятий и задача измерения конкурентоспособности / А. Б. Алёхин // Вісн. Хмельниц. нац. університету. Економічні науки. – 2011. – № 4, т. 1. – С. 17–23.
9. Диленко В. А. Экономико-математическое моделирование инновационных процессов / В. А. Диленко. – О. : Фенікс, 2012. – 344 с.
10. Карапейчик И. Н. О сущности и соотношении понятий экономического и производственного потенциалов / И. Н. Карапейчик // Бизнес Информ, 2012. – № 3. – Ч. 1. – С. 8–12.
11. Карапейчик И. Н. О сущности и соотношении понятий экономического и производственного потенциалов / И. Н. Карапейчик // Бизнес Информ, 2012. – № 4. – Ч. 2. – С. 10–13.
12. Карапейчик И. Н. Понятие потенциала в экономике: задачи и направления исследований / И. Н. Карапейчик // Актуальні проблеми економіки, 2012. – № 7 (133). – С. 16–25.
13. 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>.
14. Карапейчик И. Н. Методологические аспекты проблемы оценки потенциалов предприятий / И. Н. Карапейчик // Динамика научных исследований – 2013 : Междунар. науч.-практ. конф., 7–15 июля 2013 г. : тез. докл. – Пшемьшль, 2013. – С. 9–12.
15. Карапейчик И. Н. Классификация потенциалов экономических субъектов: методологические аспекты и возможные решения / И. Н. Карапейчик // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 1 (139). – С. 20–31.
16. Карапейчик И. Н. Классификации потенциалов в экономике: критический взгляд / И. Н. Карапейчик // Вісн. Хмельниц. нац. університету. Економічні науки. – 2012. – № 2, т. 3. – С. 116–125.
17. Брутман А. Б. Измерение конкурентоспособности промышленных предприятий на основе оценки их производственного потенциала / А. Б. Брутман // Вісн. Хмельниц. університету. Економічні науки. – 2010. – № 4, т. 2. – С. 136–141.
18. 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 : статьи – Донецк, 2009. – С. 202–208.
19. Савчук С. И. Методологические аспекты проблемы измерения конкурентоспособности предприятий / С. И. Савчук // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Д., 2005. – Вип. 199, т. III. – С. 598–612.
20. Савчук С. И. Уровень конкурентоспособности предприятий: новый методический подход к оценке / С. И. Савчук // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління : зб. наук. праць. – О., 2004. – Вип. 8, т. 7. – С. 340–346.
21. Карапейчик И. Н. Потенциальные функции и задача систематизации потенциалов в экономике / И. Н. Карапейчик // Інноваційні економіка. – 2012. – № 4 (30). – С. 9–15.
22. Карапейчик И. Н. Анализ влияния эндогенных факторов на потенциал промышленного предприятия / И. Н. Карапейчик // Уральский научный вестник. – 2013. – № 6 (59). – С. 44–57.
23. 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.
24. 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.
25. Карапейчик И. Н. Обобщенный анализ потенциала предприятия как функции параметров внешней среды (теоретический подход) / И. Н. Карапейчик // Проблеми економіки. – 2013. – № 3. – С. 199–207.
26. Алёхин А. Б. Анализ динамики потенциала предприятий с применением математического моделирования и статистических методов / А. Б. Алёхин, А. Б. Брутман // Вісн. Хмельниц. нац. університету. Економічні науки. – 2014. – № 3, т. 4. – С. 12–17.
27. Карапейчик И. Н. О состоятельности ресурсного подхода к определению потенциалов предприятия / И. Н. Карапейчик // Вісн. Хмельниц. нац. університету. Економічні науки. – 2012. – № 5, т. 1. – С. 148–153.
28. Карапейчик И. Н. Ресурсно-факторная концепция потенциалов: объект и методология оценки / И. Н. Карапейчик // Современный научный вестник. – 2013. – № 23 (162). – С. 11–20.
29. Карапейчик И. Н. Ресурсно-факторный подход к оценке потенциалов с позиций квалиметрии / И. Н. Карапейчик // Україна наукова : Міжнар. наук.-практ. конф., 24–26 груд. 2013 р. : тез. допов. – К., 2013. – Ч. 1. – С. 32–39.

30. Карапейчик И. Н. Факторный и системный подходы к измерению потенциалов предприятий: сравнительный модельный анализ / И. Н. Карапейчик // Урал. науч. вестник. – 2013. – № 15 (63). – С. 100–117.
31. Алёхин А. Б. Сравнительный анализ функционального и оптимизационного подходов к оценке экономического потенциала предприятий / А. Б. Алёхин, Н. Н. Ванина // Вісн. Хмельниц. нац. університету. Економічні науки. – 2014. – № 2, т. 2. – С. 14–19.
32. Карапейчик И. Н. Логика использования потенциалов в задачах управления предприятием / И. Н. Карапейчик // Бизнес Информ. – 2012. – № 9. – С. 285–290.
33. Карапейчик И. Н. Оценка потенциала как инструмент стратегического управления промышленными предприятиями / И. Н. Карапейчик // Актуальные достижения европейской науки – 2013 : Междунар. науч.-практ. конф., 17–25 июня 2013 г. – София, 2013. – Т. 6. Экономика. – С. 24–27.
34. Бачевський Б. Є. Потенціал і розвиток підприємства : навчальний посібник / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблудська, О. О. Решетняк. – К. : ЦУЛ, 2009. – 400 с.
35. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібник / О. К. Добикіна, В. С. Рижиков, С. В. Касьянюк та ін. – К. : ЦУЛ, 2007. – 208 с.
36. Краснокутська Н. В. Потенціал підприємства: формування та оцінка / Н. В. Краснокутська. – К. : Центр навч. л-ри, 2005. – 352 с.
37. Лапин Е. В. Экономический потенциал предприятия / Е. В. Лапин. – Суми : ИТД “Университетская книга”, 2002. – 310 с.
38. Степанов А. Я. Категория “потенциал” в экономике [Электронный ресурс] / А. Я. Степанов, Н. В. Иванова. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a66.htm>.
39. Чавленко А. Ю. О понятии потенциала в экономических исследованиях [Электронный ресурс] / А. Ю. Чавленко // Капитал страны – Режим доступа: <http://www.kapital-rus.ru/index.php/articles/article/187954>.
40. Карапейчик И. Н. Носители потенциалов в экономической теории / И. Н. Карапейчик // Эффективна економіка. – 2012. – № 8. – Режим доступа: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1324>.
41. Карапейчик И. Н. Потенциалы и конкурентоспособность предприятий: признаки сходства и различия как объектов оценки / И. Н. Карапейчик // Бизнес Информ. – 2013. – № 3. – С. 249–254.
42. Карапейчик И. Н. Потенциалы субъектов хозяйствования и жизнедеятельности / И. Н. Карапейчик // Передовые научные разработки – 2014 : Междунар. науч.-практ. конф., 27 авг. – 5 сентяб. 2014 г. : тез. докладов. – Прага, 2014. – Т. 1. – С. 61–65.
43. 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.
44. Бандуров В. В. Методологические аспекты оценки инновационного уровня промышленного производства // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць / В. В. Бандуров. – Д., 2005. – Вип. 199, т. II. – С. 433–447.
45. Кошеленко О. Ф. Методические аспекты комплексной оценки технологического уровня производства на металлургических предприятиях / О. Ф. Кошеленко. – О. : Ин-т проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 1997. – 44 с.
46. Постолов Е. М. Статистический подход к оценке экономической эффективности инновационной деятельности предприятий / Е. М. Постолов // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць : статті. – Д., 2008. – Вип. 236, т. IV. – С. 821–835.
47. Чайка В. В. Методичні основи оцінки ефективності інноваційної діяльності / В. В. Чайка // Вісн. соціально-екон. досліджень : зб. наук. праць. – О., 2006. – Вип. 23. – С. 353–359.
48. Карапейчик И. Н. Количественная оценка экономического потенциала промышленного предприятия (на примере ПАО “Азовмаш”) / И. Н. Карапейчик // Урал. науч. вестник. – 2014. – № 13 (92). – С. 97–107.
49. Беляев Л. С. Решение сложных оптимизационных задач в условиях неопределенности / Л. С. Беляев. – Новосибирск : Наука, 1978. – 128 с.
50. Метод статистических испытаний (метод Монте-Карло) / Н. П. Бусленко, Д. И. Голенко, И. М. Соболев, В. Г. Срагович, Ю. А. Шрейдер. – М. : Физматгиз, 1962. – 332.
51. Ермаков С. М. Методы Монте-Карло и смежные вопросы / С. М. Ермаков. – М. : Наука, 1971. – 328 с.
52. Прогнозный анализ многоотраслевого комплекса в условиях неопределенности. – Таллин, 1980. – 182 с.
53. Орлов А. И. Эконометрика : учебник / А. И. Орлов. – М. : Экзамен, 2002. – 576 с.
54. Алёхин А. Б. Особенности международных сопоставлений конкурентоспособности промышленных предприятий. Модельный анализ / А. Б. Алёхин, А. Б. Брутман // Вісн. Хмельниц. нац. університету. Економічні науки. – 2013. – № 2, т. 4. – С. 12–19.

References

1. Karapeychik I. N. Otsenka innovatsionnogo potentsiala mashinostroitelnyih predpriyatiy : monografiya / I. N. Karapeychik. – Mariupol : Novyiy mir, 2011. – 184 s.

2. Savchuk S. I. Osnovy teorii konkurentosposobnosti / S. I. Savchuk. – Mariupol : IPREI NAN Ukrainyi, Renata, 2007. – 520 s.
3. Brutman A. B. Konkurentosposobnost predpriyatiy: otsenka na osnove ih potentsialov : monografiya / A. B. Brutman. – Zaporozhe : OOO “LIPS” LTD, 2012. – 220 s.
4. Alyohin A. B. Zhiznesposobnost promyshlenniyh predpriyatiy: formalizatsiya i otsenka / A. B. Alyohin // *Visnik Marlupolskogo derzhavnogo unIversitetu. SerIya “EkonomIka”*. – 2012. – Vip. 3. – S. 22–31.
5. Alyohin A. B. Izmerenie zhiznesposobnosti predpriyatiya kak zadacha prinyatiya resheniy v usloviyah neopredelennosti (matematischekie interpretatsii) / A. B. Alyohin, N. N. Vanina // *Visnik Hmel'nitskogo natsIonalnogo unIversitetu. EkonomIchnI nauki*. – 2012. – # 5, t. 1. – S. 11–18.
6. Alyohin A. B. Izmerenie konkurentosposobnosti na natsionalnom i mikroekonomicheskom urovnyah: metodologicheskie aspekty / A. B. Alyohin // *Visnik Hmel'nitskogo natsIonalnogo unIversitetu. EkonomIchnI nauki*. – 2011. – # 4, t. 2. – S. 7–12.
7. Alyohin A. B. Obobschennyye priznaki predpriyatiy, regionov i natsionalnykh ekonomik: problema izmereniya i novyye podhody / A. B. Alyohin // *EkonomIst*, 2011. – # 8. – S. 24–29.
8. Alyohin A. B. Opredeleniya ponyatiya konkurentosposobnosti stran i predpriyatiy i zadacha izmereniya konkurentosposobnosti / A. B. Alyohin // *Visnik Hmel'nitskogo natsIonalnogo unIversitetu. EkonomIchnI nauki*. – 2011. – # 4, t. 1. – S. 17–23.
9. Dilenko V. A. Ekonomiko-matematicheskoe modelirovanie innovatsionnykh protsessov / V. A. Dilenko. – O. : FenIks, 2012. – 344 s.
10. Karapeychik I. N. O suschnosti i sootnoshenii ponyatiy ekonomicheskogo i proizvodstvennogo potentsialov / I. N. Karapeychik // *Biznes Inform*, 2012. – # 3. – Chast 1. – S. 8–12.
11. Karapeychik I. N. O suschnosti i sootnoshenii ponyatiy ekonomicheskogo i proizvodstvennogo potentsialov / I. N. Karapeychik // *Biznes Inform*, 2012. – # 4. – Chast 2. – S. 10–13.
12. Karapeychik I. N. Ponyatie potentsiala v ekonomike: zadachi i napravleniya issledovaniy / I. N. Karapeychik // *AktualnI problemi ekonomIki*, 2012. – # 7 (133). – S. 16–25.
13. Karapeychik I. N. Ponyatie potentsiala v ekonomike: obschaya kontseptsiya / I. N. Karapeychik // *Efektivna ekonomIka*. – 2011. – # 12. – Rezhim dostupa: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=820>.
14. Karapeychik I. N. Metodologicheskie aspekty problemy otsenki potentsialov predpriyatiy / I. N. Karapeychik // *Dinamika nauchnykh issledovaniy – 2013 : mezhdunar. nauch.-prakt. konf., 7–15 iyulya 2013 goda : tez. dokl. – Pshemyishl*, 2013. – C. 9–12.
15. Karapeychik I. N. Klassifikatsiya potentsialov ekonomicheskikh sub'ektov: metodologicheskie aspekty i vozmozhnyie resheniya / I. N. Karapeychik // *AktualnI problemi ekonomIki*. – 2013. – # 1 (139). – S. 20–31.
16. Karapeychik I. N. Klassifikatsii potentsialov v ekonomike: kriticheskii vzglyad / I. N. Karapeychik // *Visnik Hmel'nitskogo natsIonalnogo unIversitetu. EkonomIchnI nauki*. – 2012. – # 2, t. 3. – S. 116–125.
17. Brutman A. B. Izmerenie konkurentosposobnosti promyshlenniyh predpriyatiy na osnove otsenki ih proizvodstvennogo potentsiala / A. B. Brutman // *Visnik Hmel'nitskogo unIversitetu. EkonomIchnI nauki*. – 2010. – # 4, t. 2. – S. 136–141.
18. Dilenko V. A. Matematicheskie modeli formirovaniya i analiza ekonomicheskogo potentsiala / V. A. Dilenko, O. V. Zaharova // *Problemyi razvitiya vneshneekonomicheskikh svyazey i privlecheniya inostrannykh investitsiy: regionalnyy aspekt : sb. nauch. tr. : stati.* – Donetsk, 2009. – S. 202–208.
19. Savchuk S. I. Metodologicheskie aspektyi problemyi izmereniya konkurentosposobnosti predpriyatiy / S. I. Savchuk // *EkonomIka: problemi teorii i ta praktiki : zb. nauk. prats.* – D., 2005. – Vip. 199, t. III. – S. 598–612.
20. Savchuk S. I. Uroven konkurentosposobnosti predpriyatiy: novyy metodicheskii podhod k otsenke / S. I. Savchuk // *Rinkova ekonomIka: suchasna teoriya i praktika upravlinnya : zb. nauk. prats.* – Odesa, 2004. – Vip. 8, t. 7. – S. 340–346.
21. Karapeychik I. N. Potentsialnyie funktsii i zadacha sistematizatsii potentsialov v ekonomike / I. N. Karapeychik // *InnovatsIynI ekonomIka*. – 2012. – # 4 (30). – S. 9–15.
22. Karapeychik I. N. Analiz vliyaniya endogennykh faktorov na potentsial promyshlennogo predpriyatiya / I. N. Karapeychik // *Uralskiy nauchnyy vestnik*. – 2013. – # 6 (59). – S. 44–57.
23. Karapeychik I. N. Analiz potentsialnykh funktsiy predpriyatiya metodami klassifikatsii / I. N. Karapeychik // *Visnik Hmel'nitskogo natsIonalnogo unIversitetu. EkonomIchnI nauki*. – 2013. – # 3, t. 2. – S. 85–93.
24. Karapeychik I. M. KilkIsniy analIz potentsIynoYi funktsIyI pIdpriEmstva z urahuvannyam kompleksnoYi dIYi endogennykh ta ekzogenykh faktorIv / I. M. Karapeychik // *Derzhava ta regIoni*. – 2013. – # 4 (73). – S. 75–82.
25. Karapeychik I. N. Obobschennyiy analiz potentsiala predpriyatiya kak funktsii parametrov vneshney sredy (teoreticheskii podhod) / I. N. Karapeychik // *Problemi ekonomIki*. – 2013. – # 3. – S. 199–207.
26. Alyohin A. B. Analiz dinamiki potentsiala predpriyatiy s primeneniem matematicheskogo modelirovaniya i statisticheskikh metodov / A. B. Alyohin, A. B. Brutman // *Visnik Hmel'nitskogo natsIonalnogo unIversitetu. EkonomIchnI nauki*. – 2014. – # 3, t. 4. – S. 12–17.
27. Karapeychik I. N. O sostoyatelnosti resursnogo podhoda k opredeleniyu potentsialov predpriyatiya / I. N. Karapeychik // *Visnik Hmel'nitskogo natsIonalnogo unIversitetu. EkonomIchnI nauki*. – 2012. – # 5, t. 1. – S. 148–153.

28. Karapeychik I. N. Resursno-faktornaya kontseptsiya potentsialov: ob'ekt i metodologiya otsenki / I. N. Karapeychik // *Sovremenniy nauchnyy vestnik*. – 2013. – # 23 (162). – S. 11–20.
29. Karapeychik I. N. Resursno-faktornyiy podhod k otsenke potentsialov s pozitsiy kvalimetrii / I. N. Karapeychik // *UkraYina naukova : mlzhnar. nauk.-prakt. konf.*, 24–26 grudnya 2013 r. – KiYiv, 2013. – Ch. 1. – C. 32–39.
30. Karapeychik I. N. Faktornyiy i sistemnyiy podhody k izmereniyu potentsialov predpriyatiy: sravnitelnyiy modelnyiy analiz / I. N. Karapeychik // *Uralskiy nauchnyy vestnik*. – 2013. – # 15 (63). – S. 100–117.
31. Alyohin A. B. Sravnitelnyiy analiz funktsionalnogo i optimizatsionnogo podhodov k otsenke ekonomicheskogo potentsiala predpriyatiy / A. B. Alyohin, N. N. Vanina // *VIIsnik Hmel'nitskogo natsionalnogo unIversitetu. EkonomIchnI nauki*. – 2014. – # 2, t. 2. – S. 14–19.
32. Karapeychik I. N. Logika ispolzovaniya potentsialov v zadachah upravleniya predpriyatiem / I. N. Karapeychik // *Biznes Inform.* – 2012. – # 9. – S. 285–290.
33. Karapeychik I. N. Otsenki potentsiala kak instrument strategicheskogo upravleniya promyshlennymi predpriyatiyami / I. N. Karapeychik // *Aktualnye dostizheniya evropeyskoy nauki – 2013 : mezhdunar. nauch.-prakt. konf.*, 17–25 iyunya 2013 g. – Sofiya, 2013. – T. 6. *Ekonomika*. – S. 24–27.
34. Bachevskiy B. E. Potentsial I rozvitok pIdpriEmstva : navchalniy posIbnik / B. E. Bachevskiy, I. V. Zablodskaya, O. O. Reshetnyak. – K. : Tsentri uchbovoYi lIteraturi, 2009. – 400 s.
35. Potentsial pIdpriEmstva: formuvannya ta otsInka : navchalniy posIbnik / O. K. DobikIna, V. S. Rizhikov, S. V. Kasyanyuk ta In. – K. : Tsentri uchbovoYi lIteraturi, 2007. – 208 s.
36. Krasnokutskaya N. V. Potentsial pIdpriEmstva: formuvannya ta otsInka / N. V. Krasnokutskaya. – K. : Tsentri navchalnoYi lIteraturi, 2005. – 352 s.
37. Lapin E. V. Ekonomicheskiy potentsial predpriyatiya / E. V. Lapin. – Sumi, 2002. – 310 s.
38. Stepanov A. Ya. Kategoriya “potentsial” v ekonomike [Elektronnyy resurs] / A. Ya. Stepanov, N. V. Ivanova. – Rezhim dostupa: <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a66.htm>.
39. Chavlenko A. Yu. O ponyatii potentsiala v ekonomicheskikh issledovaniyakh [Elektronnyy resurs] / A. Yu. Chavlenko // *Kapital strany* – Rezhim dostupa: <http://www.kapital-rus.ru/index.php/articles/article/187954>.
40. Karapeychik I. N. Nositeli potentsialov v ekonomicheskoy teorii / I. N. Karapeychik // *Efektivna ekonomIka*. – 2012. – # 8. – Rezhim dostupa: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1324>.
41. Karapeychik I. N. Potentsialy i konkurentosposobnost predpriyatiy: priznaki shodstva i razlichiya kak ob'ektov otsenki / I. N. Karapeychik // *Biznes Inform.* – 2013. – # 3. – S. 249–254.
42. Karapeychik I. N. Potentsialy sub'ektov hozyaystvovaniya i zhiznedeyatelnosti / I. N. Karapeychik // *Peredovyye nauchnyye razrabotki – 2014 : mezhdunar. nauk.-prakt. konf.*, 27 avgusta – 5 sentyabrya 2014 goda : tez. dokladov. – Praga, 2014. – T. 1. – C. 61–65.
43. Karapeychik I. M. Potentsialy ta InshI granichniy harakteristiki pIdpriEmstv yak ob'Ekt ekonomIchnih doslIdzhen / I. M. Karapeychik // *Derzhava ta regIoni*. – 2013. – # 1 (70). – S. 114–118.
44. Bandurov V. V. Metodologicheskie aspekty otsenki innovatsionnogo urovnya promyshlennogo proizvodstva // *EkonomIka: problemi teorii ta praktiki : zb. nauk. prats / V. V. Bandurov*. – DnIpropetrovsk, 2005. – Vip. 199, t. II. – S. 433–447.
45. Koshelenko O. F. Metodicheskie aspekty kompleksnoy otsenki tehnologicheskogo urovnya proizvodstva na metallurgicheskikh predpriyatiyakh / O. F. Koshelenko – Odessa : Institut problem ryinka i ekonomiko-ekologicheskikh issledovaniy NAN Ukrainyi, 1997. – 44 s.
46. Postolov E. M. Statisticheskiy podhod k otsenke ekonomicheskoy effektivnosti innovatsionnoy deyatel'nosti predpriyatiy / E.M. Postolov // *EkonomIka: problemi teorii ta praktiki : zb. nauk. prats : statI.* – DnIpropetrovsk, 2008. – Vip. 236, t. IV. – S. 821–835.
47. Chayka V. V. Metodichni osnovi otsInki effektivnosti InnovatsIynoy dIyalnosti / V. V. Chayka // *VIIsnik sotsIalno-ekonomIchnih doslIdzhen : zb. nauk. prats*. – Odesa, 2006. – Vip. 23. – S. 353–359.
48. Karapeychik I. N. Kolichestvennaya otsenka ekonomicheskogo potentsiala promyshlennogo predpriyatiya (na primere PAO “Azovmash”) / I. N. Karapeychik // *Uralskiy nauchnyy vestnik*. – 2014. – # 13 (92). – S. 97–107.
49. Belyaev L. S. Reshenie slozhnykh optimizatsionnykh zadach v usloviyakh neopredelennosti / L. S. Belyaev. – Novosibirsk : Nauka, 1978. – 128 s.
50. Metod statisticheskikh ispytaniy (metod Monte-Karlo) / N. P. Buslenko, D. I. Golenko, I. M. Sobol, V. G. Sragovich, Yu. A. Shreyder. – M. : Fizmatgiz, 1962. – 332.
51. Ermakov S. M. Metody Monte-Karlo i smezhnyye voprosy / S. M. Ermakov. – M. : Nauka, 1971 g. – 328 s.
52. Prognoznyiy analiz mnogootraslevogo kompleksa v usloviyakh neopredelennosti. – Tallin, 1980. – 182 s.
53. Orlov A. I. *EkonomIka : uchebnyy kurs* / A. I. Orlov. – M. : Izdatel'stvo “Ekzamen”, 2002. – 576 s.
54. Alyohin A. B. Osobennosti mezhdunarodnykh sopostavleniy konkurentosposobnosti promyshlennyykh predpriyatiy. Modelnyiy analiz / A. B. Alyohin, A. B. Brutman // *VIIsnik Hmel'nitskogo natsionalnogo unIversitetu. EkonomIchnI nauki*. – 2013. – # 2, t. 4. – S. 12–19.

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.
Надійшла/Received: 30.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

РОЗВИТОК ПОТЕНЦІАЛУ КРЕАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

У статті дано характеристику потенціалу креативних технологій, а також проблем його підвищення та ефективного використання при формуванні та реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств легкої промисловості України. Здійснено обґрунтування структури креативного потенціалу та дано методичні рекомендації щодо його підвищення через оптимізацію витратоутворюючих чинників, удосконалення шляхом використання креативних технологій ланцюжка цінностей, покращення стратегічного позиціонування.

Ключові слова: креативні технології, легка промисловість, потенціал, стратегія розвитку підприємства, інноваційний розвиток, ефективність, оптимізація.

Y. V. GONCHAROV

Kyiv national University of Technologies and Design

THE DEVELOPMENT OF CAPACITY FOR CREATIVE TECHNOLOGIES IN THE ENTERPRISE STRATEGIC MANAGEMENT

Abstract – The aim of this article is to describe the creative technologies potential. It also deals with problems of effective creative technologies potential using in forming and realization of innovative development strategy in the Ukrainian textile industry enterprises. In the article the ground of creative potential is carried out and methodical recommendations are given in relation to it's increase through optimization of cost factors, improvement by the use of creative technologies of values chain, it was developed it's strategic positioning. The author has divided the concepts of creativity and innovation. It is emphasized, that the creative decisions, actions or product have such specific characteristics, as originality, optimality and purposes adequacy. On the basis, the author defines the strategic guidelines for the application of creative technologies in the Ukrainian textile industry enterprises. Thus it is encouraged to consider creativity and creative technologies potential as the main elements of enterprise management system in the article.

Key words: creative technologies, textile industry, potential, strategy of development of enterprise, innovative development, efficiency, optimization.

Ю. В. ГОНЧАРОВ

Київський національний університет технологій та дизайну

РАЗВИТИЕ ПОТЕНЦИАЛА КРЕАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Целью исследования в статье является раскрытие сущности потенциала креативных технологий управления. Также описываются проблемы эффективности раскрытия потенциала креативных технологий при формировании и реализации стратегии инновационного развития на предприятиях легкой промышленности Украины. В статье приводится обоснование структуры креативного потенциала и даны методические рекомендации по его повышению путем оптимизации факторов, формирующих издержки, его усовершенствованию с использованием цепочки ценностей, улучшению стратегического позиционирования. Автором разделены понятия креативность и инновационность. Подчеркивается, что креативные решения, действия или продукты характеризуются такими специфическими особенностями, как оригинальность, оптимальность и адекватность целям организации. На основе этого определены стратегические ориентиры применения креативных технологий на предприятиях легкой промышленности. Таким образом предложено рассматривать креативный потенциал как основной элемент системы управления предприятием.

Ключевые слова: креативные технологии, легкая промышленность, потенциал, стратегия развития предприятия, инновационное развитие, эффективность, оптимизация.

Проблема та її зв'язок з науковими та практичними завданнями. В сучасних умовах господарювання, що склалися в національній та світовій економіках, управлінцям і дослідникам слід звернути особливу увагу на потенціал креативних технологій, а також проблеми його підвищення та ефективного використання при формуванні та реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств легкої промисловості України, що має стати визначальним фактором інноваційного зростання в галузі. Зазначені аспекти, поряд з необхідністю характеристики ролі креативних технологій в стимулюванні розвитку підприємств, визначають актуальність проблематики даного наукового дослідження.

Аналіз досліджень і публікацій. Сутність управлінської категорії “креативність” та підходи до її застосування в практичній діяльності підприємств викладені в роботах Т. Амабіля, Ф. Герцберга, Т. Ділона, Н. Кеннера, М. Маккобі, Д. Мак-Клеланда та ін. Приділяли увагу дослідженню цих проблем й вітчизняні фахівці, зокрема слід виділити роботи Антонішиної В.Л., Єрмоли А.М., Зінкевича Д.К., Денисенка М.П., Каленіченко Ю.Б., Князя С.В., Мергут О.О., Савіцької Н.В., Шапошникова К.С.

У роботах перерахованих авторів поняття “креативність” трактується, передусім, як потенціал людини, який вона застосовує для створення чогось нового, інноваційного, більш ефективного. Тому досить часто поряд використовуються поняття “креативність” та “інноваційність”, проте між ними є сутнісна відмінність, яку слід враховувати.

Крім того, залишається недостатньо дослідженим питання обґрунтування застосування креативних технологій в стратегічному управлінні підприємствами. Недостатньо чітко досліджені причини і наслідки ухвалення управлінських рішень, сформованих на основі креативної діяльності. При цьому більшість наукових праць, в тому числі з креативного менеджменту, присвячені розкриттю сутності креативності з точки зору психології. Управлінський та економічний аспекти креативності на сьогодні досліджені фрагментарно, не розроблено ефективного методичного інструментарію управління креативним потенціалом [16, с. 302–303].

Незважаючи на значну кількість досліджень з проблем формування, впровадження, розвитку креативних технологій в стратегічному управлінні підприємствами, існує істотна потреба обґрунтування порядку формування та реалізації креативних технологій як способу ефективної реалізації стратегічних ініціатив розвитку сучасного підприємства, інструменту підвищення результативності втілених стратегічних управлінських рішень. Саме це спонукає до проведення в даній статті додаткових досліджень, метою яких є обґрунтування порядку формування та реалізації креативних технологій, втілення з їх використанням стратегічних ініціатив інноваційного розвитку підприємств (на прикладі легкої промисловості України).

Метою статті є характеристика потенціалу креативних технологій, а також проблем його підвищення та ефективного використання при формуванні та реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств легкої промисловості України.

Виклад основного матеріалу. Деяка частина вітчизняних дослідників ототожнює креативність із творчістю, що на нашу думку не може вважатися вірним. Підтверджуючи це, І.А. Маркіна та Л.М. Шимановська-Діанич [10] розмежовують ці категорії наступним чином: творчість є процесом, в результаті якого створюється нове, а креативність являє собою потенціал людини який вона застосовує для створення нового [10, с. 294]. У свою чергу, потенціал являє собою суму засобів, знань та можливостей конкретних працівників, виробничих підсистем підприємства або підприємства загалом, які й можуть бути застосовані (в даному випадку для створення нового).

Креативний потенціал є одним з видів ресурсного потенціалу підприємства, а управління ним є специфічною функцією менеджменту, яка реалізується через загальні функції (планування, організація, мотивування, контролювання і регулювання). Отже, для забезпечення розширеного відтворення креативного потенціалу, тобто для досягнення його формування та приросту цю роботу треба розпочинати ще під час: для нових підприємств і організацій – при їх створенні, для діючих виробництв – при прийомі на роботу персоналу. У цьому сенсі важливим для дослідження ролі та місця застосування креативних технологій в формуванні та реалізації стратегії розвитку підприємства є характеристика тієї поточної ситуації з використання креативних технологій, що склалась у системі стратегічного управління вітчизняних підприємств легкої промисловості, та формування на цій основі дієвих методів креативного менеджменту.

В умовах поступового і неухильного переходу до інформаційного суспільства підприємства легкої промисловості України мають потребу в новітніх інформаційних системах, які б із більшою ефективністю виконували функції збору, накопичення, збереження, переробки й аналізу інформації про процеси, що відбуваються на ринку, про дії суб'єктів ринкової діяльності (у сфері виробництва, фінансово-кредитній сфері, сфері послуг, науковій сфері та ін.), впливи держави, стан економічної, політичної, правової, екологічної, соціальної, технологічної, демографічної й інших складових середовища господарювання. Крім того, необхідно володіти достатньою і релевантною інформацією, що характеризує безпосередньо сам господарюючий суб'єкт: його організаційний, виробничий, кадровий, технологічний, інвестиційний та інноваційний потенціал; стан і потенціал збутової мережі; організацію системи товароруку; відносини з економічними контрагентами; фінансовий стан; конкурентоспроможність продукції і підприємства в цілому й ін.

Як показують статистичні дані таблиці 1, частка підприємств легкої промисловості, що є інноваційно-активними, збільшилась в порівнянні з кризовим 2009 р. й у 2013 р. склала 13,0 % від загальної кількості підприємств легкої промисловості України.

Такий рівень не можна вважати достатнім для форсованого інноваційного розвитку галузі. В цьому сенсі потрібне комплексне впровадження інновацій в межах системи креативного менеджменту. Важливо враховувати, що впровадження креативних технологій в управлінні підприємствами є системним та складним процесом, в якому можливі наступні проблеми: ідеалістичні вимоги до людей, особливо якщо в реальності стимулюється не креативність, а лояльність керівництву; відсутність з боку керівництва пояснення співробітникам сенсу змін, що заплановані; відсутність залученості співробітників до процесу ухвалення рішень; вибір рішення, що відображає лише частину проблеми; приховання можливих проблем; концентрація уваги на готових рішеннях.

Підходи до формування креативного потенціалу базуються на певному баченні проблеми та шляхів її вирішення і визначають стратегію дії по втіленню на практиці креативних рішень з підвищення ефективності застосування креативних технологій. Специфічними властивостями креативного рішення, дії, продукту і особистості є їх креативний потенціал, оригінальність, адекватність меті і завданню, оптимальний спосіб або форма, що відповідають місцю і часу креативних дій [3]. В свою чергу, креативні дії і їх продукти в легкій промисловості можуть бути безмежно різноманітними: нові види праці, нові лінії одягу, взуття, нові технології виробництва, роботи з матеріалами, нові види тканин, нові види устаткування, оригінальні управлінські рішення тощо. Саме у креативності мислення, дій і їх продуктах втілюється творча суть людської життєдіяльності, у тому числі й у сфері управління.

Частка інноваційно-активних підприємств легкої промисловості та її підгалузей, що застосовують креативні технології

Показник	2009 р.		2010 р.		2011 р.		2012 р.		2013 р.	
	Всього	у % до загальної кількості підприємств ЛП і її підгалузей	Всього	у % до загальної кількості підприємств ЛП і її підгалузей	Всього	у % до загальної кількості підприємств ЛП і її підгалузей	Всього	у % до загальної кількості підприємств ЛП і її підгалузей	Всього	у % до загальної кількості підприємств ЛП і її підгалузей
Загальна кількість підприємств ЛП, у т.ч.:	680	100,0	642	100,0	613	100,0	605	100,0	598	100,0
– текстильна промисловість та пошиття одягу	550	100,0	511	100,0	493	100,0	490	100,0	485	100,0
– виробництво шкіри та шкіряного взуття	130	100,0	131	100,0	120	100,0	115	100,0	113	100,0
Кількість підприємств ЛП, що займалися інноваційною діяльністю, у т.ч.:	58	8,5	63	9,8	82	13,4	80	13,2	78	13,0
– текстильна промисловість та пошиття одягу	52	9,5	55	10,8	68	13,8	67	13,7	66	13,6
– виробництво шкіри та шкіряного взуття	6	4,6	8	6,1	14	11,7	13	11,3	12	10,6

Джерело: сформовано автором за [4, 11, 13].

Визначальним стимулом до реалізації креативного потенціалу в легкій промисловості України є те, що даний виробничий комплекс має надзвичайно високу орієнтацію на кінцевого споживача, що постійно потребує від керівництва та співробітників підприємств галузі нових ідей, рішень, змін у асортиментній та маркетинговій політиці [15]. Проте існує ряд проблем, які наведено вище, що перешкоджають не лише розвитку, але й самому існуванню, виживанню вітчизняної легкої промисловості в ринкових умовах, які відзначаються суттєвим конкурентним тиском з боку іноземних виробників [7].

Можливість використання креативного потенціалу на підприємствах легкої промисловості залежать як від ефективного стимулювання команди, так і від планування робіт проектів [20; 21], що забезпечить спрямування дії креативного потенціалу у зони найбільших потенційних ризиків господарювання [5; 8].

У роботах вітчизняних науковців [1, с. 98–105; 2] підкреслюється, що можливості виявлення та збільшення креативного потенціалу знаходяться у прямій залежності від лідерських якостей менеджерів. Одним з невирішених завдань ефективного формування і розвитку конкурентоспроможності вітчизняних підприємств легкої промисловості залишається недостатнє залучення до цього процесу інтелектуального потенціалу творчо-активних фахівців [6, с. 65–69, 14, 18]. Проте, як показують результати сучасних досліджень, впровадження інновацій на 85–90 % залежить саме від рівня креативності виконавців [19]. Отже, креативний менеджмент є дієвим чинником, що створює середовище для виникнення ідей із покращення стратегії розвитку підприємства.

Важливим в цьому сенсі є вибір з-поміж цих варіантів найбільш ефективного. Пропонується вказаний вибір орієнтувати на ті креативні рішення, втілення яких в практику сприятиме підвищенню інноваційної активності підприємства, в свою чергу орієнтованої на забезпечення конкурентоспроможності його продукції. Проблемними моментами забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної легкої промисловості є наступні [9; 12]: впровадження інноваційних технологій та модернізація виробничих процесів; активізація зусиль персоналу в пошуку нових продуктів; впровадження інформаційних та комунікаційних технологій; створення якісно нових відносин співпраці “від сировини до роздрібного продажу готової продукції”; використання прав інтелектуальної власності; забезпечення належних умов для освіти і навчання співробітників; забезпечення захисту прав споживачів і збереження навколишнього середовища.

Для вирішення перерахованих проблем та успішної реалізації креативних технологій на підприємствах легкої промисловості, на думку авторів, слід створювати такий креативно-інноваційний клімат, який би характеризувався високою ініціативністю персоналу до участі у вирішенні проблем підприємства та ефективним мотиваційним механізмом формування креативних рішень на рівні кожного працівника. Необхідним є створення такого механізму, щоб усі учасники інноваційних змін впевнились у вигідності креативної діяльності не лише для підприємства, але й для кожного зокрема. Тобто система стимулів креативної діяльності на підприємстві повинна містити як поточне стимулювання кожного працівника, так і стимулювання за результатами роботи усієї організації, включати заохочення розвитку творчих здібностей працівників, генерування креативних ідей, що є передумовою створення інновацій.

Дослідження діяльності підприємств легкої промисловості показує, що до умов розвитку системи креативного менеджменту на цих підприємствах належать:

- відсутність надмірного адміністративного тиску на працівників, залучених до генерації, розвитку та реалізації креативних ідей;
- гарантування безпеки, соціального захисту та гідних умов праці (в т.ч., матеріальне стимулювання) цих працівників;
- відсутність загроз звільнення або пониження на посаді працівників, залучених до висунення і розвитку креативних ідей, в разі неприйнятності запропонованих ідей;
- можливість самостійного вибору форми збору, обробки і подання інформації під час формування креативних рішень;
- розширення доступу до конфіденційної інформації та інформації з обмеженим доступом для створення та втілення креативних рішень.

Виходячи із зазначеного, автором спільно з асп. Павловим В.В. запропоновано підхід до визначення стратегічних орієнтирів застосування креативних технологій на підприємствах легкої промисловості України (табл. 2).

Таблиця 2

Визначення стратегічних орієнтирів застосування креативних технологій на підприємствах легкої промисловості

Напрямок дослідження	Критерій порівняння	Стратегічний орієнтир розвитку залежно від характеру розвитку		
		Екстенсивний	Інтенсивний	Інноваційний
Тенденції розвитку	Економічна ефективність	Зростання обсягів виробництва	Зниження витрат	Зростання доходів
	Визначальний ресурс економічного розвитку	Люди	Фінанси	Інформація
Охоплення ринку	Частка ринку	Весь ринок	Вибіркові сегменти	Вибіркові сегменти
Тип конкуренції	Характер конкуренції	Переважно цінова	Переважно цінова	Переважно нецінова
Інноваційність продукції	Співвідношення витрат на виробництво традиційної та інноваційної продукції	Витрати на виробництво традиційної продукції суттєво перевищують витрати на інноваційну	Має місце паритет між витратами на інноваційну та традиційну продукцію	Витрати на виробництво інноваційної продукції суттєво перевищують витрати на традиційний продукт
Якість управління	Підхід до управління	Адміністративний	Системний	Ситуаційний
Корпоративна культура	Стиль лідерства	Автократичний	Демократичний	Ліберальний
	Характер структури організації	Формальні	Формальні	Неформальні

Конкретизуючи, вважаємо за необхідне охарактеризувати сутність та зміст управління розробкою та застосуванням креативних технологій на підприємстві, що зводиться до виділення в процесі управління трьох головних компонент (див. рис. 1): формування, використання та розвиток креативного потенціалу підприємства легкої промисловості.

У процесі взаємодії між складовими частинами потенціалу креативних технологій можна виділити прямий і зворотній зв'язок. Прямий зв'язок визначає залежність потенціалу креативних технологій в управлінні від розвитку матеріального виробництва і характеризується: залежністю вибору основних напрямків формування управлінських рішень, що здійснюються шляхом застосування креативних технологій, від рівня і потреб матеріального виробництва; величиною основних фондів, яку суспільство може виділити в даний момент в сферу науки; кількістю працівників, зокрема – управлінців, які можуть бути залучені до креативної діяльності з розробки управлінських рішень.

Зворотний зв'язок показує залежність матеріального виробництва від величини потенціалу креативних технологій в управлінні і характеризується: впливом досліджень і креативних розробок на предмети праці та процеси управління на підприємстві; створенням на основі креативних розробок в сфері управління нових методів та підходів до управління підприємством; зміною місця людини в процесі виробництва та управління.

Для вирішення актуальних проблем забезпечення інноваційного розвитку підприємств легкої промисловості України нами пропонується підхід відносно формування креативного потенціалу як основного елементу системи управління стратегічним потенціалом. Система управління має визначати потенційні можливості, які формуються для реалізації як загальної, так і інших стратегій, а не слідувати за цими можливостями, тому вона має бути креативною за своєю суттю і сприяти розвитку: цільового ринку; маркетингових, товарних, цінових каналів збуту; попиту; соціальних, екологічних, структурних перетворень; фінансових можливостей тощо. При цьому слід враховувати можливості розширення потенціалу підприємств за рахунок створення нових організаційних формувань кооперативного, асоціативного, корпоративного спрямування.



Рис. 1. Компоненти, що характеризують зміст процесу управління формуванням креативного потенціалу на підприємстві легкої промисловості

Література

1. Бузмаков В. Особенности проекта по развитию информационной системы управления (ИСУ) предприятия / В. Бузмаков // Управленческий консультант. – К. : БУК, 2005. – С. 98–105.
2. Бушуев С. Д. Динамическое лидерство в управлении проектами : монография / С. Д. Бушуев, В. В. Морозов. – 2-е изд. – К. : Украинская ассоциация управления проектами, 2000. – 312 с.
3. Креативные технологии в управлении проектами и программами / С. Д. Бушуев, Н. С. Бушуева, И. А. Бабаев и др. – К. : Саммит книга, 2010. – 768 с.
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] : офіц. сайт. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
5. ДеМарко Т. Вальсируя с Медведями: управление рисками в проектах по разработке программного обеспечения / Т. ДеМарко, Т. Листер. – СПб. : Компания р. m. Office, 2005. – 196 с.
6. Журавльова І. В. Факторний аналіз цілісності людського капіталу підприємства. Управління в умовах ринкової трансформації економіки України (теорія і практика) / І. В. Журавльова, А. В. Кудлай, Н. С. Панащенко. – Х. : ХІБМ, 2002. – 352 с.
7. Касьян З. Е. Аналіз та формування складових інноваційної активності підприємств легкої промисловості / З. Е. Касьян // Вісн. КНУТД. – 2012. – № 2. – С. 168–172.
8. Леффингуэлл Д. Принципы работы с требованиями к программному обеспечению. Унифицированный подход / Д. Леффингуэлл, Д. Уидриг ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2002. – 448 с.
9. Литвин І. В. Особливості пошуку інноваційних ідей у системі креативного менеджменту / І. В. Литвин // Наук. вісн. НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.7. – С. 360–364.
10. Маркина И. А. Научные подходы к определению понятий “креативность” и “креативный потенциал” / И. А. Маркина, Л. М. Шимановская-Дианич // Экономика Крыма : ежекварт. науч.-практ. журн. Акад. экон. наук Украины. – 2011. – № 1 (34). – С. 289–295.
11. Мазаракі А. Легка промисловість України: стан, проблеми експорту та імпорту товарів / А. Мазаракі, Т. Мельник, В. Ізовіт // Вісн. Київ. нац. торговельно-екон. університету. – 2011. – № 3. – С. 5–13.
12. Молоканова В. М. Проблеми реалізації інноваційних проектів в умовах діючого підприємства / В. М. Молоканова // Управління проектами та розвиток виробництва : зб. наук. пр. – 2006. – № 3 (19). – С. 23–27.
13. Наукова та інноваційна діяльність в Україні за 2010 рік / За ред. І. В. Калачової. – К. : Держ. служба статистики України, 2011. – 282 с.
14. Пономаренко В. С. Управління трудовим потенціалом / В. С. Пономаренко. – Х. : Вид-во ХНЕУ, 2006. – 348 с.
15. Про схвалення Концепції Державної програми розвитку легкої промисловості на період до 2011 року : розпорядження КМУ № 673-р від 27.12.2006 р.

16. Савіцька Н. В. Сутність креативного потенціалу підприємства / Н. В. Савіцька // *Наук. вісн. НЛТУ України*. – 2011. – Вип. 21.6. – С. 301–308.
17. Смолін І. В. Стратегічне планування розвитку організації : монографія / І. В. Смолін. – К. : КНТЕУ, 2004. – 344 с.
18. Щекин Г. В. Основы кадрового менеджмента / Г. В. Щекин. – К. : МАУП, 2005. – 250 с.
19. Яковенко В. Б. Введение в инновационные технологии / В. Б. Яковенко. – К. : Изд. Европ. ун-та фин., информ. систем, менеджмента и бизнеса, 1999. – 67 с.
20. Deming N. Out of the Crisis. Massachusetts Institute of the Tehnology, Center for Advanced Engineering Study, 1988. – 412 p.
21. Yourdon E. “Death March”, The Complete Software Developer's Guide to Surviving “Mission Impossible” Projects, Prentice Hall, 1997. – 352 p.

References

1. Buzmakov V. Osobnosti proekta po razvitiju informacionnoj sistemy upravlenija (ISU) predpriyatija / V. Buzmakov // *Upravlencheskij konsul'tant*. – K. : BUK, 2005. – S. 98–105.
2. Bushuev S. D. Dinamicheskoe liderstvo v upravlenii proektami : monografija / S. D. Bushuev, V. V. Morozov. – 2-e izd. – K. : Ukrainskaja asociacija upravlenija proektami, 2000. – 312 s.
3. Kreativnyye tehnologii v upravlenii proektami i programmami / S. D. Bushuev, N. S. Bushueva, I. A. Babaev i dr. – K. : Sammit kniga, 2010. – 768 s.
4. Derzhavnyy komitet statystyky Ukrayiny. Ofitsiynny sayt. Elektronnyy resurs. – Rezhym dostupu: <http://ukrstat.gov.ua>.
5. DeMarko T. Val'siruja s Medvedjami: upravlenie riskami v proektah po razrabotke programmnoho obespechenija / T. DeMarko, T. Lister. – SPb. : Kompanija p. m. Office. – 2005. – 196 s.
6. Zhurav'l'ova I. V. Faktornyy analiz tsilnosti lyuds'koho kapitalu pidpnyemstva. Upravlinnya v umovakh rynkovoyi transformatsiyi ekonomiky Ukrayiny (teoriya i praktyka) / I.V. Zhurav'l'ova, A.V. Kudlay, N.S. Panasenko. – Kharkiv: KhIBM, 2002. – 352 s.
7. Kas'yan Z.E. Analiz ta formuvannya skladovykh innovatsiyanoi aktyvnosti pidpnyemstv lehkoyi promyslovosti / Z. E. Kas'yan // *Visnyk KNUTD*. – 2012. – # 2. – S. 168–172.
8. Leffingujell D. Principy raboty s trebovanijami k programmnoho obespecheniju. Unificirovannyj podhod / D. Leffingujell, D. Uidrig ; Per. s angl.– M. : Vil'jams, 2002. – 448 s.
9. Lytvyn I. V. Osoblyvosti poshuku innovatsiynykh idey u systemi kreatyvnoho menedzhmentu / I. V. Lytvyn // *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny*. – 2011. – Vyp. 21.7. – S. 360–364.
10. Markina I. A. Nauchnye podhody k opredeleniju ponjatij “kreativnost” i “kreativnyj potencial” / I. A. Markina, L. M. Shimanovskaja-Dianich // *Ezhekvartal'nyj nauchno-prakticheskij zhurnal Akademii jekonomiceskikh nauk Ukrayiny “Jekonomika Kryma”*. – 2011. – № 1 (34). – S. 289–295.
11. Mazaraki A. Lehka promyslovist' Ukrayiny : stan, problemy eksportu ta importu tovariv / A. Mazaraki, T. Mel'nyk, V. Izovit // *Visnyk Kyyivs'koho Natsional'noho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu*. – 2011. – # 3. – S. 5–13.
12. Molokanova V. M. Problemy realizatsiyi innovatsiynykh proektiv v umovakh diyuchoho pidpnyemstva / V. M. Molokanova // *Upravlinnya proektamy ta rozvytok vyrobnytstva : zb. nauk. pr.* – 2006. – # 3 (19). – S. 23–27.
13. Naukova ta innovatsiyna diyal'nist' v Ukrayini za 2010 rik : za red I. V. Kalachovoyi. – K. : Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, 2011. – 282 s.
14. Ponomarenko V. S. Upravlinnya trudovym potentsialom / V. S. Ponomarenko. – Kharkiv : Vydavnytstvo KhNEU, 2006. – 348 s.
15. Pro skhvalennya Kontseptsiyi Derzhavnoyi prohramy rozvytku lehkoyi promyslovosti na period do 2011 roku : Rozporyadzhennya Kabinetu Ministriv Ukrayiny # 673-r vid 27.12.2006 r.
16. Savits'ka N. V. Sutnist' kreatyvnoho potentsialu pidpnyemstva / N. V. Savits'ka // *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny*. – 2011. – Vyp. 21.6. – S. 301–308.
17. Smolin I. V. Stratehichne planuvannya rozvytku orhanizatsiyi : Monohrafiya / I. V. Smolin. – K. : KNTU, 2004. – 344 s.
18. Shhekin G. V. Osnovy kadrovogo menedzhmenta / G. V. Shhekin. – K. : MAUP, 2005. – 250 s.
19. Jakovenko V. B. Vvedenie v innovacionnye tehnologii / V. B. Jakovenko. – K. : Izd. Evrop. un-ta fin., inform. sistem, menedzhmenta i biznesa, 1999. – 67 s.
20. Deming N. Out of the Crisis. Massachusetts Institute of the Tehnology, Center for Advanced Engineering Study, 1988. – 412 p.
21. Yourdon E. “Death March”, The Complete Software Developer's Guide to Surviving “Mission Impossible” Projects, Prentice Hall, 1997. – 352 p.

Надіслана/Written: 28.07.2015 p.

Надійшла/Received: 30.07.2015 p.

Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ДІАГНОСТИКА І РОЗРОБКА НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті визначено поняття “конкурентоспроможність”, розглянуто етапи діагностики підприємства з метою визначення основних підприємницьких конкурентних переваг, виділено групи основних факторів, за якими потрібно поліпшувати показники підприємств та досліджено основні напрямки підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства та їх впливу на підприємство.

Ключові слова: конкурентоспроможність, діагностика, конкурентні переваги, фактори, комплекс напрямків, конкурентне середовище, показники підприємства.

O. V. KOVALENKO, I. G. NIMCHENKO
SHEE “Zaporizhia State Engineering Academy”

DIAGNOSTICS AND DEVELOPMENT OF DIRECTIONS OF THE ENTERPRISES COMPETITIVENESS INCREASING

Abstract – The purpose of article is diagnostics and development of directions of the enterprises competitiveness increasing. Competitiveness is one of the most popular and most indicative categories which allows to estimate quality not only products of the production, but also economic system within this production is carried out, therefore the solution of a question on increase of level of competitiveness is very actual and the extremely necessary for each enterprise. Carrying out diagnostics of the enterprise for the purpose of determination of the main competitive advantages and development of ways of increase of competitiveness is an important task in business management.

Key words: competitiveness, diagnostics, competitive advantages, factors, complex of the directions, the competitive environment, enterprise performance.

Е. В. КОВАЛЕНКО, И. Г. НИМЧЕНКО
ГВУЗ “Запорожская государственная инженерная академия”

ДІАГНОСТИКА І РОЗРОБКА НАПРАВЛЕНІЙ ПОВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Целью статьи является диагностика и разработка направлений повышения конкурентоспособности предприятия. Конкурентоспособность является одной из самых популярных и самых показательных категорий, которая позволяет оценить качество не только продукции самого производства, но и экономической системы, в рамках которой это производство осуществляется, поэтому решение вопроса по повышению уровня конкурентоспособности является очень актуальным и крайне необходимым для каждого предприятия. Проведение диагностики предприятия с целью определения основных конкурентных преимуществ и разработка путей повышения конкурентоспособности является важной задачей в управлении предприятием.

Ключевые слова: конкурентоспособность, диагностика, конкурентные преимущества, факторы, комплекс направлений, конкурентная среда, показатели предприятия.

Постановка проблеми. Боротьба підприємств за ринки збуту є основною рушійною силою в сучасній системі господарювання, а забезпечення конкурентоспроможності підприємств на внутрішніх та зовнішніх ринках – запорукою стабільного розвитку держави. Важливо зазначити, що у теперішній час спостерігається загострення конкурентної боротьби, зростання нестабільності економічної ситуації та стрімкий розвиток зовнішнього середовища на всіх ринках. Це призводить до посилення значущості конкурентоспроможності підприємства як однієї з найважливіших категорій ринкової економіки, котра визначає положення суб'єкта господарювання в бізнес-просторі. Формування потенційної можливості господарюючих суб'єктів до конкурентної боротьби і досягнення ефективних результатів у сьогоденних умовах ускладнюється у зв'язку з необхідністю постійного пристосування до мінливих умов, що вимагає, у свою чергу, пошуку науково-обґрунтованих концепцій функціонування та розвитку підприємства, підвищення його конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В Україні дослідженню проблем конкуренції та напрямів підвищення конкурентоспроможності економічних суб'єктів присвятили свої праці вітчизняні науковці, зокрема Л. Антонюк, А. Воронкова, Я. Жаліло, Б. Кваснюк, Л. Піддубна, О. Савчук, О. Тищенко, О. Чернега, М. Чумаченко.

Проблеми конкурентоспроможності та шляхів її підвищення знайшли відображення в публікаціях таких зарубіжних фахівців спеціалістів, як В. Андріанов, М. Гельвановський, М. Міроненко, І. Пилипенко, М. Портер, Е. Райнерт, П. Рапкін.

Формулювання цілі статті. Метою статті є дослідження основних напрямів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства та їх впливу на підприємство.

Виклад основного матеріалу. У сучасному економічному житті конкурентоспроможність є однією з найпопулярніших і найпоказовіших категорій, яка дозволяє оцінити якість не тільки продукції і самого виробництва, але й економічної системи, в межах якої це виробництво здійснюється.

Вирішення питання щодо підвищення рівня конкурентоспроможності є дуже актуальним і вкрай необхідним для великої кількості підприємств України, адже більшість товарів та послуг, яким надає перевагу населення, є імпортованими. Підвищення конкурентоспроможності будь-якого об'єкту – це процес, для ефективної реалізації якого недостатньо лише попереднього досвіду та його екстраполяції. Він вимагає створення специфічних моделей та механізмів аналізу і оцінки не лише рівня конкурентоспроможності, але й ефективності його підвищення.

Досліджуючи конкурентні переваги підприємства доцільно враховувати: унікальність конкурентної переваги; складність імітації її атрибутів; ступінь позитивного впливу конкурентного статусу на результати діяльності підприємства; довготривалість досягнення переваг на ринку іншими суб'єктами господарської діяльності. Дієвим інструментом дослідження конкурентних переваг є діагностика підприємства.

Етапи діагностики підприємства з метою визначення основних підприємницьких конкурентних переваг представлено на рис. 1.



Рис. 1. Діагностика підприємства на основі виявлення його конкурентних переваг [8, с. 61]

Проведення діагностики підприємства дозволяє скласти обґрунтовану думку щодо перспектив розвитку подальшої діяльності економічного суб'єкта, допомагає розробити комплекс дієвих рекомендацій, профілактичних заходів та відповідно підвищити конкурентоспроможність підприємства.

Пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності є комплексним завданням, яке полягає в тому, що необхідно розробити групи основних факторів, за якими потрібно поліпшувати показники підприємств. В даній статті запропоновано виділити наступні групи факторів: організаційно-економічні; техніко-технологічні; інноваційно-інвестиційні; фінансові; соціальні. Хоча кожна з цих груп прямо чи опосередковано використовує фактори інших, проте цей поділ можна умовно здійснити. Розглянемо кожен групу детальніше. Група організаційно-економічних факторів стосується економічного та юридичного аспектів функціонування, а також організаційної структури підприємства. Немає чіткої грані, де розмежовуються економічні фактори від організаційної структури підприємства, адже кожне рішення, що приймається на фірмі, одночасно охоплює обидві складові.

До основних напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства в даній групі можна віднести: ефективне планування і прогнозування розвитку галузі, цільове використання прибутку, моніторинг ціноутворення та встановлення оптимальної цінової політики, розвиток законодавчої бази у сфері забезпечення формування конкурентного середовища, підвищення якості продукції і контроль за її станом, вдосконалення управління та територіальної організації виробництва, закупівля якісної сировини, розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, контроль за рівнем конкуренції в галузі тощо [5, с. 143].

Важливою конкурентною перевагою підприємств є визначення ціни продукту, що випускається, адекватної купівельній спроможності населення. Вона повинна задовольняти споживачів і відповідати меті отримання прибутку підприємства. Управління формуванням конкурентоспроможності підприємства у будь-

якому випадку пов'язане із вибором певної цінової політики. При цьому вирішальним є вибір правильних співвідношень між ціною та якістю продукції підприємства (табл. 1) [7, с. 31].

Таблиця 1

Підходи до формування цін на продукцію з позицій забезпечення конкурентоспроможності підприємства

Мета підприємства	Підхід до формування ціни	Якість продукції підприємства Y_n і конкурента Y_k
Збільшення обсягів продажу	Встановлення нижчої, ніж у конкурентів ціни	$Y_n < Y_k$
Утримання ринкових позицій	Встановлення цін на рівні цін конкурентів	$Y_n = Y_k$
Зміцнення ринкових позицій	Встановлення цін вищих, ніж у конкурентів	$Y_n > Y_k$

Вибір підприємством тієї чи іншої цінової стратегії визначається його цілями розвитку. Реалізація стратегії передбачає формування відповідної цінової політики, яка ґрунтується на максимізації виручки і прибутку шляхом проникнення на ринок, отримання переваги над конкурентами, збільшення ринкової частки підприємства, освоєння ним нових сегментів ринку. Активна цінова політика підприємства сприяє встановленню і підтриманню певного рівня цін та гнучкому реагуванню на дії конкурентів. Це дає можливість збільшувати свою частку ринку і отримувати високі прибутки.

Щодо групи техніко-технологічних важелів впливу, то вони характеризують рівень науково-технічного прогресу, що наявний на виробництві, використання техніки, рівень освоєння технологій тощо. До числа факторів даної групи можна віднести науково-технічний рівень продукції та виробництва, ступінь удосконалення технологій виробництва, впровадження сучасних засобів автоматизації виробництва. Для підвищення конкурентоспроможності необхідно автоматизувати процеси на виробництві та використовувати у діяльності новітнє обладнання та технології, збільшувати потенційні можливості обладнання [8, с. 59].

Наступною групою є інноваційно-інвестиційні фактори. Вони охоплюють усі операції, що пов'язані з використанням результатів наукових досліджень і розробок, а також вкладання певних коштів на реалізацію цих відкриттів. Інновацію та інвестицію необхідно розглядати у сукупності, адже спочатку виникає нова ідея, що поступово трансформується у інновацію. А потім вже здійснюється пошук джерел фінансування для перетворення ідеї у новий продукт чи послугу. До завдань, які необхідно реалізувати в рамках даної групи, можна перелічити створення інноваційної продукції, впровадження інноваційних проектів, використання новітніх досліджень та розробок, проведення маркетингових досліджень, рекламних кампаній, залучення іноземних інвесторів шляхом покращення іміджу компанії та привабливості галузі, розробка власних проектів, налагодження зв'язків.

Джерелом інновацій є і технологічні, і нетехнологічні знання. Основна складова конкурентоспроможності – це технологічні інновації. Нетехнологічні інновації міцно пов'язані з ноу-хау, навичками та умовами праці. Поліпшення роботи державних, суспільних і приватних установ, створення інфраструктури, зниження рівня економічної нестабільності, покращення людського капіталу може дати певний позитивний ефект. Проте у довгостроковій перспективі успішний розвиток економіки можна забезпечити насамперед за рахунок технологічних інновацій. На інвестиційні рішення учасників ринку та організацію виробництва значною мірою впливає якість інституційного середовища [6, с. 241].

Щодо фінансової групи, то до неї відносяться всі показники діяльності підприємства, що пов'язані із грошовими потоками. До таких операцій входять: оптимізація фінансово-кредитного забезпечення розвитку підприємства, досягнення високої платоспроможності, зменшення собівартості продукції, зниження матеріалоемності, пошук вигідніших постачальників, зменшення витрат на енергоресурси та постачання, оптимізація використання транспорту.

Остання група – це соціальні фактори. З одного боку, ці фактори можна розглянути з точки зору підприємства, тобто це персонал. З іншої ж сторони, з соціальної сфери можна виокремити кінцевих споживачів продукції. Тому вважаємо за доцільне поділити соціальну сферу саме за цими двома критеріями: персонал та споживачі. Щодо напрямків підвищення конкурентоспроможності по відношенню до персоналу, то необхідно залучати високоосвічені кадри, покращувати умови праці, створювати ефективну систему мотивації, підвищувати продуктивність праці. Щодо споживачів – необхідно проводити маркетингові дослідження, покращувати рекламну компанію, збільшувати попит на продукцію, створити систему заохочень у вигляді знижок, карток постійних покупців та пропозицій, покращити рівень надання послуг [7, с. 32].

Висновки. Таким чином, в статті розглянуто основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. Виділивши групи напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства, можна побачити, що є величезна кількість факторів, які сприяють покращенню позиції підприємства на ринку. Провівши цілий комплекс заходів щодо організаційних, економічних, соціальних та інших груп можна очікувати значне зростання конкурентоспроможності підприємства і, як наслідок, отримання більшого прибутку та довгострокове існування на ринку.

Література

1. Коваленко О. В. Роль і місце економічної діагностики на підприємстві / О. В. Коваленко, М. А. Зайцева // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : зб. наук. пр. – Маріуполь : ДВНЗ "ПДТУ", 2013. – Вип. 1, т. 2. – С. 218–221.

2. Іванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства : оцінка, формування та розвиток / Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова ; НАН України, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 352 с., С. 17–23.
3. Гудзинський О. Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : монографія / О. Д. Гудзинський, С. М. Судомир, Т. О. Гуренко ; Ін-т підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К. : ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.
4. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. – О. : Атлант, 2013. – 470 с.
5. Кузьмін О. Є. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика : монографія / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник, О. П. Романко ; за заг. О. Є. Кузьміна. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2011. – 198 с.
6. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія : монографія / В. А. Павлова, О. В. Кузьменко, В. М. Орлова, Г. А. Рижкова. – Д. : Дніпропет. ун-т ім. А. Нобеля, 2011. – 352 с.
7. Довбенко В. І. Чинники підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за умов глобалізації / В. І. Довбенко // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2007. – № 6 (35). – С. 29–35.
8. Тарнавська Н. П. Нові погляди на сутність конкурентоспроможності підприємств / Н. П. Тарнавська, І. І. Макарова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 12 (115). – С. 57–66.
9. Чумак Л. Ф. Основні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства / Л. Ф. Чумак, Л. В. Гаркава // Бізнес Інформ. – 2013. – № 1. – С. 212–215.
10. Бондаренко А. Л. Поняття конкурентоспроможності підприємства в системі економічних наук [Електронний ресурс] / А. Л. Бондаренко. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/9_KPSN_2011/Economics/6_84127.doc.htm
11. Мануйлович Ю. М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Ю. М. Мануйлович // Маркетинг і менеджмент інновацій. – Суми : ДВНЗ СумДУ, 2013. – № 4. – С. 274–282. – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_4_274_282.pdf

References

1. Kovalenko O. V. Rol' i misce ekonomichnoyi diagnosty`ky` na pidpry`yemstvi / O. V. Kovalenko, M. A. Zajceva // Teorety`chni i prakty`chni aspekty` ekonomiky` ta intelektual`noyi vlasnosti : zb. nauk. pr. Mariupol' : DVNZ "PDTU", 2013. – Vy`p. 1, t. 2. – S. 218–221.
2. Ivanov Y. B. Konkurentni perevagy` pidpry`yemstva : ocinka, formuvannya ta rozvy`tok / Y. B. Ivanov, P. A. Orlov, O. Yu. Ivanova ; NAN Ukrayiny`, Naukovo-doslidny`j centr industrial`ny`x problem rozvy`tku. – Xarkiv : INZhEK, 2008. – 352 s., S. 17–23.
3. Gudzy`ns`ky`j O. D. Upravlinnya formuvannyam konkurentospromozhnogo potencialu pidpry`yemstv (teorety`ko-metodologichny`j aspekt) : monografiya / O. D. Gudzy`ns`ky`j, S. M. Sudomy`r, T. O. Gurenko ; Insty`t pidgotovky` kadriv derzhavnoyi sluzhby` zajnyatosti Ukrayiny`. – K. : IPK DSZU, 2010. – 212 s.
4. Konkurentospromozhnist` pidpry`yemstva : ocinka rivnya ta napryamy` pidvy`shhennya : [monografiya / za zag. red. O. G. Yankovogo]. – Odesa : Atlant, 2013. – 470 s.
5. Kuz`min O. Y. Konkurentospromozhnist` pidpry`yemstva: planuvannya ta diagnosty`ka: monografiya / O. Y. Kuz`min, O. G. Mel`ny`k, O. P. Romanko ; za zag. red. d.e.n ., prof. O. Y. Kuz`mina. – Ivano-Frankivs`k : IFNTUNG, 2011. – 198 s.
6. Pavlova V. A. Konkurentospromozhnist` pidpry`yemstva: upravlinnya, ocinka, strategiya : monografiya / V. A. Pavlova, O. V. Kuz`menko, V. M. Orlova, G. A. Ry`zhkova. – Dnipropetrovs`k : Dnipropetrovs`ky`j universy`tet imeni Al`freda Nobelya, 2011. – 352 s.
7. Dovbenko V. I. Chy`nny`ky` pidvy`shhennya konkurentospromozhnosti vitchy`znyany`x pidpry`yemstv za umov globalizaciyi // Zovnishnya torgivlya: pravo ta ekonomika. – 2007. – № 6 (35). – S. 29–35.
8. Tarnavs`ka N. P. Novi poglyady` na sutnist` konkurentospromozhnosti pidpry`yemstv / N. P. Tarnavs`ka, I. I. Makarova // Formuvannya ry`nkovy`x vidnosy`n v Ukrayini. – 2010. – № 12 (115). – S. 57–66.
9. Chumak L. F. Osnovni aspekty` upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpry`yemstva / L. F. Chumak, L. V. Garkava // Biznes Inform. – 2013. – № 1. – С. 212–215.
10. Bondarenko A. L. Ponyattya konkurentospromozhnosti pidpry`yemstva v sy`stemi ekonomichny`x nauk [Elektronny`j resurs] / A. L. Bondarenko. – Rezhym dostupu: http://www.rusnauka.com/9_KPSN_2011/Economics/6_84127.doc.htm
11. Manujlovy`ch Y. M. Doslidzhennya sutnosti ta traktuvannya ponyattya konkurentospromozhnosti pidpry`yemstva [Elektronny`j resurs] / Y. M. Manujlovy`ch // Markety`ng i menedzhment innovacij. – Sumy` : DVNZ SumDU, 2013. – № 4. – S. 274–282. – Rezhym dostupu: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_4_274_282.pdf

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.
 Надійшла/Received: 30.07.2015 р.
 Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

**ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
З МЕТОЮ ПОКРАЩЕННЯ УМОВ ВІДТВОРЕННЯ ЇХ ОСНОВНИХ ФОНДІВ**

Розглянуто питання оцінки й підвищення інвестиційної привабливості підприємств в Україні з урахуванням вибору ними типу інвестора, напрямку шляхів їх залучення та методики оцінювання рівня інвестиційної привабливості з метою покращення умов відтворення основних фондів підприємств.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна привабливість, типи інвесторів, оцінка інвестиційної привабливості, відтворення основних фондів

A. M. KOLOSOV, B. V. ZOLOTAREVSKIY
ZSEA “Zaporizhzhya State Engineering Academy”

**INCREASING INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF ENTERPRISES
IN ORDER TO IMPROVE THE CONDITIONS OF THEIR FIXED ASSETS RECREATION**

Abstract – The purpose of this article is to study ways to improve the investment attractiveness of the enterprise for the purpose of improving the reconstruction of their fixed assets. The main purpose of reproduction of fixed assets is to maintain a constant performance of the enterprise. Improving production technologies, through the acquisition of new, reconstruction and technical re-equipment, modernization and overhaul of fixed assets is not possible without investment. The issue of proper training of any domestic enterprises to attract foreign investment is primarily in the absence of valid criteria of investment attractiveness, corresponding to the requirements of foreign investors. Therefore, ways to improve the attractiveness of the enterprises as investment objects is also unclear. Since, as a rule, in assessing the investment attractiveness of the domestic enterprises emphasis on the assessment of the financial condition of the company, the tasks and increase the attractiveness of the object it is considered to be the need to improve its financial condition.

Key words: investments, investment attractiveness, types of investors, evaluation of investment attractiveness, reproduction of fixed assets.

A. H. KOLOSOV, B. V. ZOLOTAREVSKIY
ЗГИА “Запорожская государственная инженерная академия”

**ПОВЫШЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ С ЦЕЛЬЮ УЛУЧШЕНИЯ
УСЛОВИЙ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ ИХ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ**

Целью статьи является исследование путей повышения инвестиционной привлекательности предприятия с целью улучшения условий воссоздания их основных фондов. Главная цель воспроизведения основных фондов является поддержание постоянной работоспособности предприятия. Совершенствование технологии производства, путем приобретения новых, реконструкции, технического перевооружения, модернизации и капитального ремонта основных фондов не возможна без инвестирования. Проблематика соответствующей подготовки любого отечественного предприятия для привлечения иностранных инвестиций заключается, прежде всего, в отсутствии действительных критериев инвестиционной привлекательности, соответствующие требованиям иностранного инвестора. Поэтому и пути повышения привлекательности предприятий как объектов инвестирования также непонятны. Поскольку, как правило, при оценке инвестиционной привлекательности отечественных предприятий делается упор на оценке финансового состояния предприятия, то и задачам повышения привлекательности объекта считается необходимость улучшения его финансового состояния.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная привлекательность, типы инвесторов, оценка инвестиционной привлекательности, воспроизводства основных фондов.

Постановка проблеми. В умовах сучасної глобалізованої економіки, жорсткої конкуренції виробників успіх будь-якого підприємства залежить від науково-технічного рівня його продукції та застосовуваних технологічних процесів. Підтримка підприємства на належному технологічному рівні потребує його постійного розвитку, який може здійснюватися лише при наявності інвестицій. Отже, інвестиції займають одне з чільних місць в розвитку підприємств, вони є одним із найбільш вагомих, визначальних факторів стабілізації соціально-економічного стану підприємств, покращення умов отримання прибутків.

На сьогодні, як ніколи, багато країн світу поставлені перед об'єктивною необхідністю активізації інвестиційної діяльності на створення конкурентоспроможних господарських систем, модернізацію і реконструкцію діючих структур, забезпечення диверсифікації капіталу в напрямку соціально орієнтованих структурних перетворень. Щодо українських підприємств, які мають на балансі дуже зношені основні фонди, які дістались їм у спадок від радянських часів, саме залучення інвестицій може стати найважливішим шляхом покращення умов відтворення їх основних фондів.

Таким чином, визначення шляхів підвищення інвестиційної привабливості українських підприємств є важливим завданням, яке потребує теоретичного обґрунтування, що й зумовило актуальність даної статті.

Аналіз останніх наукових досліджень. Наукові праці в сфері формування інвестиційної привабливості підприємств зазвичай спираються на теоретичні основи сучасної теорії інвестиційного менеджменту, розробленої в роботах І. Ансоффа, М. Портера, І. Віханського та інших провідних фахівців. Узагальненню проблем інвестування та покращення інвестиційної привабливості підприємств присвячена значна кількість навчально-наукових видань, наприклад [1, 2]. Обсяг потрібних і можливих інвестицій в Україну

обґрунтовується в роботі [1]. Визначено, що пріоритетними напрямками для залучення і підтримки стратегічних інвесторів можуть бути ті, в яких Україна володіє необхідним ресурсним потенціалом і формує значну потребу ринку у відповідній продукції. Аналіз галузевої структури свідчить про те, що найбільшу інвестиційну привабливість мають експортно-імпорتنі галузі промисловості (паливно-енергетичний і металургійний комплекси, хімічна промисловість, машинобудування) або високоприбуткові продукти з високими темпами окупності [2]. Розглядаються ризики іноземних інвестувань у вітчизняні підприємства [3]. Аналізуються умови державно-приватного партнерства у сфері інвестування [4], а також досліджуються питання вдосконалення державного регулювання інвестиційної діяльності в Україні [5].

Вважається, що ефективним інструментом перспективного управління інвестиційною діяльністю організації, направленим на реалізацію цілей її загального розвитку в умовах істотних змін макроекономічних показників, системи державного регулювання ринкових процесів, кон'юнктури інвестиційного ринку і пов'язаною з цим невизначеністю, виступає інвестиційна стратегія [6].

Зокрема, теоретико-методологічні положення з формування інвестиційної стратегії підприємства, оцінки його інвестиційної привабливості й оптимізації інвестиційного портфеля потребують подальших досліджень. Очевидно, що проблема підвищення інвестиційної привабливості підприємств потребує знайти економічні механізми, які дали би змогу збалансувати норму прибутку, рівень ризику, стимули та гарантії для залучення іноземних інвестицій у процес приватизації й розвитку експортного потенціалу, забезпечив би бажаний кінцевий результат інвестування, тобто помітний внесок у розвиток економіки, підвищення ефективності її функціонування, упровадження сучасних технологій і методів управління [7].

Метою статті є викладення результатів дослідження проблеми визначення шляхів підвищення інвестиційної привабливості підприємств України для покращення умов інвестування з метою відтворення їх основних фондів.

Виклад основного матеріалу. Проблематика відповідної підготовки будь-якого вітчизняного підприємства для залучення іноземних інвестицій полягає, перш за все, у відсутності дійсних критеріїв інвестиційної привабливості, що відповідають вимогам іноземного інвестора. Тому й шляхи підвищення привабливості підприємств як об'єктів інвестування також незрозумілі.

Оскільки, як правило, при оцінці інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств робиться упор на оцінці фінансового стану підприємства, то й завданням підвищення привабливості об'єкта вважається необхідність покращення його фінансового стану. Але при цьому не береться до уваги те, що в разі залучення та успішного запровадження значного за обсягом інвестиційного проекту структура активів і пасивів балансу підприємства зазнає значного перетворення, через що вся палітра показників фінансового стану підприємства кардинально зміниться. Так, більшу інвестиційну привабливість можуть мати організації, що не обов'язково є абсолютно стійкими й з хорошим фінансовим станом, а такі, що демонструють стабільність грошового потоку, приналежність до передової галузі, конкурентоспроможність продукції, застосування інноваційних технологій, успішне навчання персоналу тощо.

Таким чином, в нових умовах потрібно врахувати такі методи оцінки та шляхи підвищення інвестиційної привабливості підприємства, що задовольнили би інвестора, який завжди і є ініціатором такої оцінки, оскільки зацікавлений в ефективному використанні власного капіталу. При цьому необхідно враховувати як на тип можливого інвестора, так і на інструмент інвестування, можливий для використання.

Відомі такі основні інструменти інвестування: 1) кредити і позики; 2) залучення інвестицій на фондовому ринку шляхом випуску облігацій і проведення IPO; 3) залучення стратегічного інвестора.

Якщо йдеться про залучення конкретного інвестора (не банківської установи або нових акціонерів), то в умовах європейського вибору України розширюється типологія самих інвесторів, серед яких потрібно розрізняти такі два типи:

1) інвестор фінансового типу, який прагне в кінцевому рахунку до максимізації вартості компанії і має основний фінансовий інтерес – отримати найбільший прибуток в момент виходу з проекту;

2) стратегічний інвестор, який прагне отримати додатковий прибуток в результаті інвестування капіталу, а тому нерідко прагне до участі або повного контролю в управлінні підприємством.

Інвестора фінансового типу зазвичай приваблюють гарні фінансові показники діяльності підприємства, що дає впевненість або на швидке повернення інвестицій з прибутком, або, в разі інвестування з участю у володінні підприємством, значного зростання вартості капіталу.

Очевидно, що стратегічного інвестора (яким, найчастіше, уявляється іноземний кредитор) мало зацікавлять ті фінансові показники, що є привабливими для фінансового інвестора, враховуючи й банківські установи. Так, для короткострокового інвестування банками, найбільш актуальним є показники платіжної дисципліни підприємства, що одержує кредити. Також незначної інформативності про підприємство надають такі показники як коефіцієнти його платоспроможності, фінансової незалежності, фінансової стійкості, поточної ліквідності, фондівіддача тощо, що приваблює, перш за все, фінансовому інвесторові. Стратегічного інвестора зацікавить плановий рівень таких показників вже після успішного освоєння інвестицій. В той же час такі показники діяльності підприємства як рентабельність капіталу, рентабельність продажів продукції, рентабельність виробництва, строки повернення раніше здійснених інвестицій є важливими для стратегічного інвестора для оцінки можливостей колективу підприємства працювати на рівні беззбитковості або біля нього, що може бути рішучим фактором вибору даного підприємства як об'єкта інвестування.

При визначенні шляхів підвищення інвестиційної привабливості треба враховувати, що кожне підприємство працює у власному середовищі, яке створюється приналежністю до певного регіону, галузі, демографічною ситуацією, розвитком інфраструктур тощо, що ставить перед ним вибір:

а) розраховувати на залучення інвестицій в межах власної програми науково-технічного розвитку за діючим напрямком діяльності у певному середовищі;

б) або намагатися отримання закордонних інвестицій, які, зазвичай, спрямовуються на стільки на конкретне підприємство – об'єкт інвестування, скільки на певну територію, або галузь з метою виробництва продукції, що є найбільш потрібна.

Цей вибір практично регламентує й вибір одного з двох напрямків підвищення інвестиційної привабливості, з яких: перший – здійснюється шляхами, що передбачає саме підприємство, як провідник власної технічної та економічної політики в своїй галузі зі врахуванням умов і потреб регіонального характеру; другий – здійснюється шляхами, спрямованими на покращення привабливості підприємства за умов зміни свого профілю, галузі приналежності, або найбільшого пристосування до тих регіональних та інфраструктурних особливостей функціонування підприємства, які можуть бути привабливі іноземному інвесторові.

Відповідно до кожного напрямку складається власна система критеріїв оцінювання параметрів підприємства, середовища його функціонування і, як наслідок, вибору заходів, спрямованих на підвищення статусу підприємства як об'єкту інвестування. При оцінюванні й виборі загального напрямку підвищення інвестиційної привабливості підприємство повинно враховувати, що впевненості в успішному здійсненні інвестиційного проекту стратегічному інвесторові необхідні перспективні оцінки з кадрового потенціалу, фондоозброєності праці на підприємстві, його ринкової стійкості. Особливості викладеного підходу стосовно вибору шляхів підвищення інвестиційної привабливості підприємств в Україні продемонструємо таблиці 1.

Таблиця 1

Напрями підвищення інвестиційної привабливості підприємств для залучення інвестицій з метою відтворення їх основних фондів

Показник інвестиційної привабливості підприємства для стратегічного інвестора	Напрямок підвищення інвестиційної привабливості підприємств	
	У напрямку покращення показників оцінки та адаптації до умов запровадження інвестицій	У напрямку підвищення статусу середовища функціонування підприємства з метою підбору найбільш підходящого інвестора
Кадровий потенціал	Підвищення рівня кваліфікації та освіти	Доведення переваг застосування наявних трудових ресурсів регіону
Фондоозброєність праці	Підвищення фондоозброєності за рахунок придбання новітнього обладнання	–
Ринкова стійкість	Підвищення ринкової стійкості в умовах функціонування підприємства	
Приналежність до регіону	Підвищення рейтингу підприємства у інвестиційно привабливому регіоні	Розкриття інвестиційних можливостей регіону з метою підбору найбільш підходящого інвестора
Приналежність до галузі	Підвищення рейтингу підприємства у інвестиційно привабливій галузі	Розкриття інвестиційних можливостей галузі з метою підбору найбільш підходящого інвестора
Наявність вільної робочої сили в регіоні	Обґрунтування трудового потенціалу певного регіону з метою підбору найбільш підходящого інвестора	
Наявність вільних виробничих площ або території для будівництва	Обґрунтування достатності й можливості вивільнення виробничих площ або території для будівництва з метою підбору найбільш підходящого інвестора	
Близькість до транспортної і енергетичної інфраструктури	Розробка ефективних шляхів сполучення та енергетичного забезпечення інвестиційних проектів з урахуванням можливостей регіону з метою підбору найбільш підходящого інвестора	
Соціальна значимість для міста, селища, регіону	Обґрунтування й доведення соціальної значимості певних інвестиційних проектів для міста, селища, регіону з метою підбору найбільш підходящого інвестора	
Наявність законодавчих та державних гарантій для іноземного інвестування	Обґрунтування й доведення наявності, а також лобювання прийняття необхідних державних актів стосовно підсилення гарантій для іноземного інвестування	

Що стосується поглядів глобального інвестора, що відстоює інтереси транснаціональних корпорацій, то для нього найважливішим є приналежність підприємства – об'єкта інвестування до інвестиційно привабливого регіону або галузі, наявність вільної робочої сили в регіоні для забезпечення функціонування створених нових робочих місць, вільних площ для розташування технологічного обладнання, близькість до транспортної та енергетичної інфраструктури, а найголовніше – наявність законодавства та державних гарантій щодо діяльності глобального інвестора в Україні. Зі свого боку, підприємства, що прагнуть для

залучення іноземних інвестицій, самі повинні активно впливати на змінювання тих обставин, в яких вона знаходиться, а також йти назустріч інвесторові в тому сенсі, що б самим вибрати для себе сфери діяльності, які були би найбільш цікавими з погляду можливостей та потреб даного регіону.

Таким чином, визначення шляхів підвищення статусу підприємства як об'єкта інвестування є основою вибору підприємством;

а) типу інвестору, залучення якого можливо або бажано для вирішення проблем розвитку підприємства;

б) методики оцінювання інвестиційної привабливості підприємства;

в) розробки заходів для підвищення інвестиційної привабливості підприємства.

Проаналізуємо характер інтересів інвесторів різних типів при оцінці інвестиційної привабливості підприємств України як потенційних об'єктів інвестування та вимоги до методології такої оцінки.

Очевидно, що інвестори фінансового типу зацікавлені, перш за все, у оцінці підприємств за показниками їх фінансового стану. При цьому, якщо інвестором виступає банк, що надає короткострокові кредити і займи, то найбільш рішучим показником для банку є дотримання підприємством дисципліни повернення кредитних коштів, наявність гідної кредитної історії. Другим найважливішим показником інвестиційної привабливості підприємства для банку є коефіцієнт його платоспроможності $K_{пл}$:

$$K_{пл} = \frac{\text{Оборотний капітал}}{\text{Вартість виробничих запасів}}, \quad (1)$$

який відображає можливість підприємства безперервно фінансувати власну виробничу діяльність, розраховуючись з постачальниками (при $K_{пл} > 1$), або, навпаки, загрозу наростання заборгованості підприємства, що може погіршити дисципліну його розрахунків з банком.

Якщо ж у якості фінансового інвестора виступає не банкова організація, або персона, то їх, перше, цікавлять такі показники, як коефіцієнти фінансової незалежності $K_{фн}$, фінансової стійкості $K_{фс}$, поточної ліквідності $K_{лік}$, фондовіддача $\Phi_в$, які розраховуються :

$$K_{фс} = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Сукупний капітал}}, \quad (2)$$

$$K_{фс} = \frac{\text{Довгострокові і поточні зобов'язання}}{\text{Власний капітал}}, \quad (3)$$

$$K_{лік} = \frac{\text{Оборотні активи}}{\text{Поточні зобов'язання}}, \quad (4)$$

$$\Phi_в = \frac{\text{Обсяг реалізації продукції}}{\text{Вартість основних фондів}}. \quad (5)$$

Але трактування фінансовим інвестором рівня таких показників неоднозначне. Залежно від того, у яку частину дробу інвестор зараховує частку свого власного капіталу (у чисельник або у знаменник), змінюється його погляд стосовно рівня фінансової незалежності $K_{фн}$, фінансової стійкості $K_{фс}$ та поточної ліквідності $K_{лік}$ підприємства. І це зрозуміло, бо якщо сума інвестицій становить вагому частку капіталу підприємства – об'єкта інвестування, то саме від інвестора залежить, чи пред'являти підприємству вимоги щодо передчасного повернення його капіталу, чи ні.

Очевидно, що рівень фондовіддачі є важливим з того погляду, що дозволяє прогнозувати темпи нарощування вартості підприємства за рахунок реінвестування частки прибутку у його розвиток.

Що ж стосується інтересів стратегічного інвестора щодо оцінки інвестиційної привабливості підприємства як об'єкта інвестування, то його у меншій мірі цікавлять саме показники фінансового стану підприємства до початку вкладення інвестицій. Більш того, нерідко стратегічний інвестор цікавиться підприємствами з тяжким фінансовим станом, навіть такими, що є в стані банкрутства та потребують фінансової санації. Рівень фінансових показників такого інвестора зацікавить вже після успішного освоєння інвестицій.

Висновки. Підприємства в Україні, що очікують інвестицій для вирішення загальних питань їх розвитку, повинні чітко визначитись з вибором типу інвестора, напрямку шляхів його залучення, а також у взаємозв'язку з показниками країни в цілому, та особливостями регіону знаходження підприємства. В залежності від цього приймається рішення стосовно вибору методики оцінювання рівня інвестиційної привабливості підприємства, що здійснюється за подвійною оцінкою на діючий момент часу та таку, яка може бути значно підвищена в разі використання наявних шляхів підвищення інвестиційної привабливості підприємства. Враховуючи значні масштаби України перед кожним глобальним інвестором може постати задача вибору галузі, регіону, міста та підприємства з багатьох можливих, що потребує ще й методики рейтингової оцінки таких підприємств для вибору таких об'єктів інвестування, які б забезпечили найбільш ефективне використання інвестицій на користь розвитку економіки України й підвищення добробуту населення, зокрема, через відтворення основних фондів підприємств.

Література

1. Інвестознавство : навч. посібник / А. В. Череп. – К. : Кондор, 2006. – 398 с.
2. Балацький О. Ф. Управління інвестиціями : навч. посібник / О. Ф. Балацький, О. М. Теліженко, М. О. Соколов. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Суми : ВТД “Університетська книга”, 2004. – 232 с.
3. Даций Н. В. Ризики у сфері іноземного інвестування та методи управління ними на підприємствах машинобудування / Н. В. Даций // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. – № 14. – С. 4–6.
4. Пода В. Потемкинские деревни обойдутся в 50 млрд / В. Пода // Комментарии. – 12.11.2010. – № 43. – С. 8–11.
5. Марцин В. С. Удосконалення державного регулювання інвестиційної діяльності в Україні / В. С. Марцин // АПЕ. – 2007. – № 5. – С. 47–59.
6. Худа В. В. Роль та місце інвестиційної стратегії в діяльності підприємства / В. В. Худа, Н. В. Бондар, Л. О. Терепа // АПЕ. – 2007. – № 5. – С. 47–59.
7. Єпіфанова І. Ю. Підвищення інвестиційної привабливості підприємства як напрямок залучення інвестиційних ресурсів / І. Ю. Єпіфанова // Вісн. СНУ ім. В. Даля. – 2007. – № 7. – С. 23–28.

References

1. Investoznavstvo : navch. posibny`k / A. V. Cherep. – K. : Kondor, 2006. – 398 s.
2. Balacz`ky`j O. F. Upravlinnya investy`ciyamy` : navch. posibny`k / O. F. Balacz`ky`j, O. M. Telizhenko, M. O. Sokolov. – 2-ge vy`d., pererob. i dop. – Sumy` : VTD “Universy`tets`ka kny`ga”, 2004. – 232 s.
3. Dacij N. V. Ry`zy`ky` u sferi inozemnogo investuvannya ta metody` upravlinnya ny`my` na pidpry`yemstvax mashy`nobuduvannya / N. V. Dacij // Investy`ciyi: prakty`ka ta dosvid. – 2008. – # 14. – S. 4–6.
4. Poda V. Potemky`nsky`e derevny` obojdutsya v 50 mlrd / V. Poda // Kommentary`y`. – 12.11.2010. – # 43. – S. 8–11.
5. Marcy`n V. S. Udoskonalennya derzhavnogo regulyvannya investy`cijnoyi diyal`nosti v Ukrayini / V. S. Marcy`n // APE. – 2007. – # 5. – S. 47–59.
6. Xuda V. V. Rol` ta misce investy`cijnoyi strategiyi v diyal`nosti pidpry`yemstva / V. V. Xuda, N. V. Bondar, L. O. Terepa // APE. – 2007. – # 5. – S. 47–59.
7. Yepifanova I. Yu. Pidvy`shhennya investy`cijnoyi pry`vably`vosti pidpry`yemstva yak napryamok zaluchennya investy`cijny`x resursiv / I. Yu. Yepifanova // Visn. SNU im. V. Dalya. – 2007. – # 7. – S. 23–28.

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.
Надійшла/Received: 30.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

РОЗВИТОК КОМУНАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В МІСЬКИХ АГЛОМЕРАЦІЯХ: ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ

У статті розглянуто проблеми формування інвестиційних рішень щодо розвитку комунальної інфраструктури в міських агломераціях. Запропоновано розширення використання механізмів державно-приватного партнерства для фінансування проектів розвитку комунальної інфраструктури в міських агломераціях.

Ключові слова: комунальна інфраструктура, міські агломерації, розвиток, інвестиційні рішення.

M. V. MELNIKOVA, Y. S. GRADOBOIEVA,

Institute of Economic and Legal Research of NAS of Ukraine, Kiev

UTILITY INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT IN URBAN AGGLOMERATIONS: INVESTMENT ASPECTS

Abstract – The purpose of the article: the formation of proposals for investment decisions aimed at the development of municipal infrastructure in urban agglomerations. The composition and functions of municipal infrastructure in urban areas has been characterized. The main functions of municipal infrastructure: software production activities in the municipal sector, to create favorable living conditions for the population, improving the quality of life in the territory of the urban agglomeration. Features of development of municipal infrastructure in urban agglomerations have been identified. These features include investment cooperation of territorial communities that are part of the urban agglomeration. Conditions of formation and implementation of investment decisions aimed at the development of municipal infrastructure in urban agglomerations, have been identified. These conditions include: investment resources, investment climate, investment risk. Investment technologies that are used for the development of municipal infrastructure, were analyzed. Public-private partnerships to finance projects of modernization of municipal infrastructure in urban agglomerations were encouraged to use. The directions of increase of investment appeal for private investors of municipal infrastructure in urban agglomerations. Use of proposals for the formation and implementation of investment projects on modernization of municipal infrastructure will improve the quality of life support systems in urban agglomerations.

Key words: municipal infrastructure, urban agglomerations, development, investment decisions.

M. V. MELNIKOVA, E. S. GRADOBOIEVA

Інститут економіко-правових досліджень НАН України, г. Київ

РАЗВИТИЕ КОММУНАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ГОРОДСКИХ АГЛОМЕРАЦИЯХ: ИНВЕСТИЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ

Охарактеризованы состав и функции коммунальной инфраструктуры в городских агломерациях. Основные функции коммунальной инфраструктуры: обеспечение производственной деятельности в коммунальном секторе, создание благоприятных условий жизнедеятельности населения, повышение качества жизни на территории городской агломерации. Выявлены особенности процесса развития коммунальной инфраструктуры в городских агломерациях. Эти особенности включают инвестиционное взаимодействие территориальных громад, которые входят в городские агломерации. Определены условия формирования и реализации инвестиционных решений, направленных на развитие коммунальной инфраструктуры в городских агломерациях. Эти условия включают: инвестиционные ресурсы, инвестиционный климат, инвестиционный риск. Проанализированы инвестиционные технологии, которые используются для развития коммунальной инфраструктуры. Предложено расширить использование механизмов государственно-частного партнерства для финансирования проектов модернизации коммунальной инфраструктуры в городских агломерациях. Определены направления повышения инвестиционной привлекательности для частных инвесторов объектов коммунальной инфраструктуры в городских агломерациях. Использование предложений по формированию и реализации инвестиционных проектов модернизации коммунальной инфраструктуры позволит повысить качество систем жизнеобеспечения в городских агломерациях.

Ключевые слова: коммунальная инфраструктура, городские агломерации, развитие, инвестиционные решения.

Постановка проблеми. На сьогодні визнано необхідність і важливість сприяння та всебічної підтримки процесів розвитку міських агломерацій як центрів економічного зростання, на чому наголошено у положеннях відповідного стратегічного програмного документу – Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року, затвердженої постановою КМУ від 6 серпня 2014 р. № 385 (далі – Державна стратегія) [1]. Також Державною стратегією визначено, що підвищення їх ролі та функціональних можливостей буде забезпечено за рахунок розвитку комунальної інфраструктури, залучення інвестицій у будівництво/реконструкцію важливих об'єктів інфраструктури, включаючи стимулювання розвитку ДПП шляхом посилення взаємодії в системі “органи місцевого самоврядування – бізнес – громада”. У цьому зв'язку виникає необхідність проведення дослідження, яке змогло б акумулювати відповідні альтернативні шляхи, дієві методи і механізми вирішення зазначеного комплексу проблем розвитку комунальної інфраструктури в міських агломераціях та інвестування в модернізацію її об'єктів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок у дослідження теоретичних і прикладних аспектів розвитку міжмуніципального співробітництва та міських агломерацій в сучасних умовах зроблено такими зарубіжними та вітчизняними вченими, як В. Олейник, Р. Сеннет, В. Тодоров, В. Толкованов [2–5]. У роботах І. Запатріної, А. Буряченка, Л. Гераймович наведено рекомендації щодо вдосконалення системи фінансового забезпечення розвитку комунальної інфраструктури міст [6–7]. Р. Аннезом, В. Полуяновим, О. Скрипник виокремлено чинники інвестиційної привабливості об'єктів комунальної інфраструктури, визначено роль та

місце державно-приватного партнерства (далі – ДПП) в модернізації інфраструктури житлово-комунального сектору [8–10]. Проте, окремі теоретичні та практичні питання щодо досліджуваної проблематики через свою багатогранність досі не отримали комплексного наукового обґрунтування. Зокрема, недостатньо дослідженими залишаються питання, пов'язані із специфікою процесів розвитку комунальної інфраструктури в міських агломераціях та особливостями, перевагами і ризиками інвестування в модернізацію її об'єктів.

Формулювання цілі статті. Метою статті є обґрунтування пропозицій щодо прийняття інвестиційних рішень, спрямованих на розвиток комунальної інфраструктури в міських агломераціях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливістю міських агломерацій є те, що на їх території діють окремі територіальні громади, які володіють та розпоряджаються відповідними ресурсами. Саме концентрація зазначених ресурсів на території міської агломерації дозволяє скористатися ефектом масштабу та шляхом мінімізації витрат за рахунок маневрування ресурсами отримувати синергетичний та агломерацийний ефект. Однак залучення зазначених ресурсів можливо на підставі встановлення взаємовідносин територіальних громад. Предметом партнерства (співробітництва) територіальних громад також може бути спільна реалізація функцій місцевого самоврядування, створення індустріальних парків і реалізація проектів розвитку та модернізації об'єктів комунальної інфраструктури.

Комунальна інфраструктура поєднує виробничі та майнові об'єкти, які надають комунальні послуги. Вона виконує дві основні функції: з одного боку, вона створює умови для виробничої діяльності, з іншого, забезпечує сприятливі умови життєдіяльності населення, підвищує якість життя на всій території міста. Сучасний технічний стан комунальної інфраструктури міст і міських агломерацій України характеризується доволі високим рівнем зносу, використанням застарілих технологій; незадовільним технічним станом зовнішніх мереж і об'єктів тепло-, водопостачання та водовідведення і, внаслідок цього, – високою аварійністю, низьким коефіцієнтом корисної дії потужностей, великими втратами енергоносіїв [11].

Складність і гострота розглянутих проблем посилюється тим, що формування та розвиток міських агломерацій відбувається стихійно в умовах політичної нестабільності, системної фінансово-економічної кризи, яка триває в Україні, та стрімкої динаміки зростання вартості енергетичних ресурсів і відповідного дорожчання житлово-комунальних послуг [12]. В умовах суттєвого зростання вартості комунальних послуг населення природно вимагатиме від підприємств комунальної інфраструктури підвищення якості їх надання за рахунок модернізації, яка пов'язана з реконструкцією існуючих об'єктів (з високим рівнем зносу) та будівництвом нових об'єктів, спрямованих на їх заміну. Це свідчить про необхідність залучення інвестиційних ресурсів для термінової модернізації, впровадження ресурсо- та енергозберігаючих заходів, що ґрунтуються на новітній технічній і технологічній базі.

Інвестиційні ресурси являють собою грошові кошти, цінні папери, інше майно, в тому числі майнові та інші права, що мають грошову оцінку, вкладені в об'єкти підприємницької та (або) іншої діяльності з метою отримання прибутку і (або) досягнення іншого корисного ефекту. Інвестиційні ресурси формуються за рахунок різних джерел, що прийнято поділяти на власні і позикові, внутрішні і зовнішні. Залученню інвестиційних ресурсів сприяє інвестиційний клімат. Інвестиційний клімат – це система правових та економічних умов здійснення інвестиційної діяльності, що істотно впливають на рівень прибутковості й інвестиційного ризику, а також на бажання вітчизняних та іноземних інвесторів вкладати свої гроші в розвиток економіки країни. Інвестиційний ризик визначає ймовірність виникнення непередбачених фінансових втрат у процесі інвестиційної діяльності підприємства або отримання дохідності від інвестицій нижче очікуваного рівня. Інвестиційні технології розвитку комунальної інфраструктури міста включають розробку та реалізацію економічно доцільних схем фінансування. З урахуванням балансу інтересів органів влади та комунальних підприємств визначаються два основних напрями: перший напрям пов'язаний із пошуком зовнішніх інвестицій для розвитку підприємств за участю муніципалітету; другий напрям розвитку об'єктів комунальної інфраструктури засновано на підвищенні ефективності управління інвестиційним процесом за рахунок вдосконалення організаційно-правових аспектів реформування комунальних підприємств. Диференціацію джерел фінансування інвестиційних проектів розвитку комунальної інфраструктури за критерієм термінів окупності інвестиційних проектів представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

Диференціація джерел фінансування інвестиційних проектів розвитку комунальної інфраструктури

Тип інвестиційного проекту	Напрямок інвестування	Термін реалізації проекту	Джерело фінансування
Реалізація короткострокових інвестиційних проектів	Оптимізація (модернізація) існуючої комунальної інфраструктури з використанням низьковитратних технологій	До 1 року	Власні та бюджетні кошти (на безоплатній основі)
Реалізація середньострокових інвестиційних проектів	Модернізація інфраструктури (заміна мереж, насосного та іншого обладнання)	5–10 років	Позабюджетні та бюджетні кошти (на поворотній і безоплатній основі)
Реалізація довгострокових інвестиційних проектів	Модернізація та розвиток інфраструктури за планами розвитку населених пунктів (заміна та будівництво нових очисних споруд, мереж, насосних станцій)	10–25 років	Позабюджетні і бюджетні кошти (на поворотній і безоплатній основі)

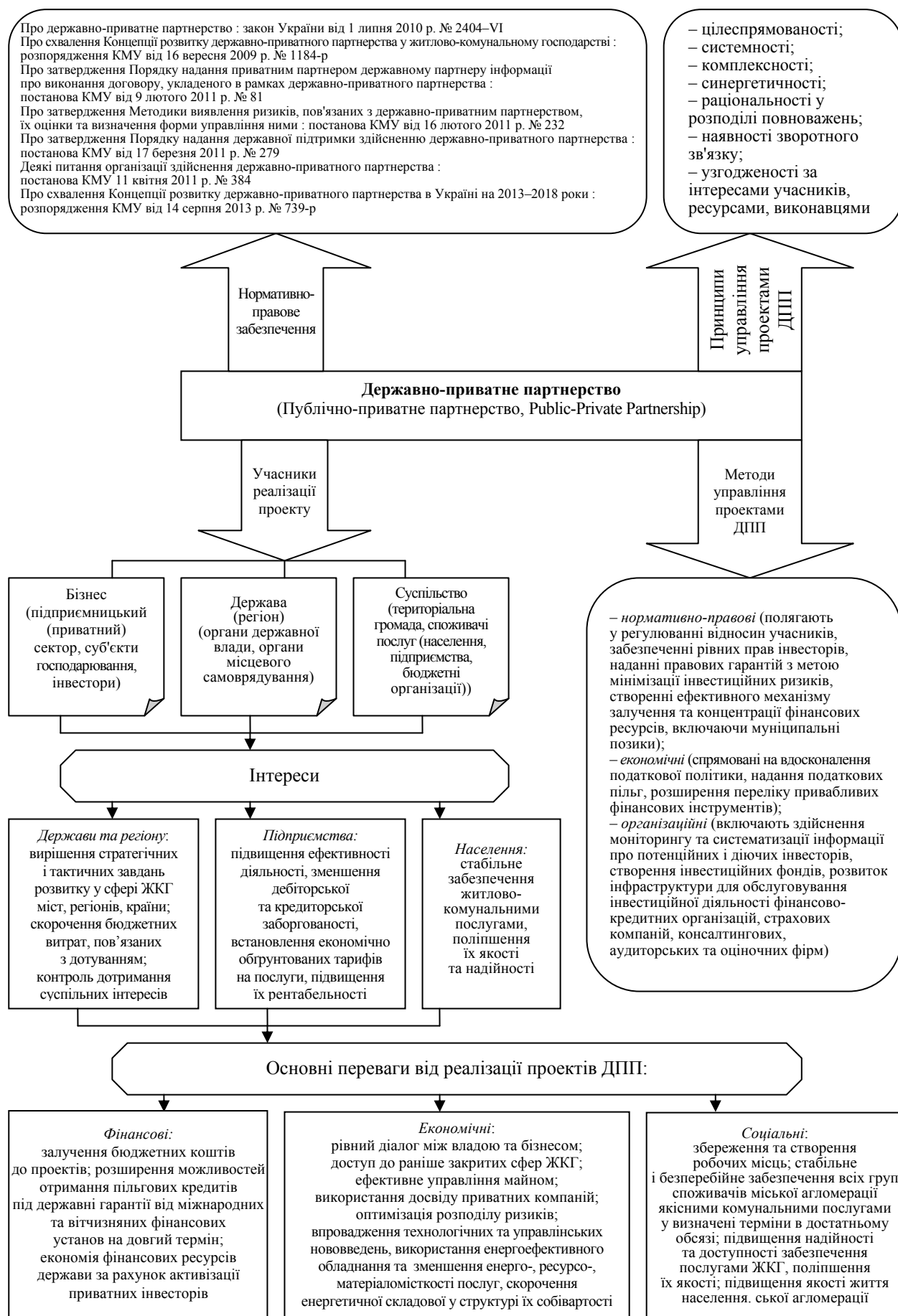


Рис. 1. Державно-приватне партнерство в комунальній інфраструктурі: учасники, інтереси, принципи, переваги

Розвиток та модернізація комунальної інфраструктури у рамках міських агломерацій звичайно пов'язані з реалізацією масштабних проектів, які потребують значних обсягів фінансування. При цьому в умовах недостатності бюджетних коштів для вирішення перелічених питань велика роль належить залученню приватного сектора, зокрема із використанням механізмів ДПП, що є одним із пріоритетних напрямків модернізації комунальної інфраструктури.

На рис. 1 представлені учасники, інтереси, принципи, переваги механізму ДПП для проектів розвитку комунальної інфраструктури міських агломерацій. В процесі розробки проектів ДПП також оцінюються ризики (законодавчі, фінансово-економічні, технічні, технологічні, соціальні, екологічні) та визначаються можливості управління ними шляхом виявлення причин їх виникнення, прийняття рішень щодо їх усунення. Більшість проектів модернізації комунальної інфраструктури потенційно є комерційно вигідними та достатньо привабливими для вітчизняних та іноземних інвесторів, тому доцільним є формування відповідних інституційних умов для притоку приватних інвестицій. Проте, внаслідок того, що реалізація механізмів ДПП у сфері життєзабезпечення має серйозний вплив на енергетичну та в цілому національну безпеку держави, серед науковців та фахівців-практиків продовжуються дискусії щодо поширення використання ДПП в інфраструктурному забезпеченні комунального господарства [6–10]. У зв'язку з цим Державною стратегією передбачається створення діючої системи моніторингу інвестиційних проектів, що реалізуються в рамках ДПП та контролю за їх реалізацією [1].

Слід зазначити, що використання сучасних форм господарювання в сфері ЖКГ, включаючи, механізми ДПП в реалізації інфраструктурних проектів, – є більш економічно обґрунтованими та доцільними саме в міських агломераціях, де має місце значна економія на масштабі. Питома вартість надання послуг на одиницю площі обслуговування має тенденцію до збільшення, якщо щільність населення перевищує відповідне кількісне значення; ця ж тенденція притаманна й показнику нарахувань за спожиті житлово-комунальні послуги, які, істотно зростаючи у великих міських агломераціях із високою щільністю населення, значно поліпшують фінансові показники функціонування об'єктів комунальної інфраструктури.

Висновки:

1. До складу комунальної інфраструктури міських агломерацій входять виробничі та майнові об'єкти, які надають комунальні послуги, та виконують функції щодо забезпечення виробничої діяльності в комунальному секторі та створення сприятливих умов життєдіяльності, підвищення якості життя населення на території міської агломерації. Розвиток комунальної інфраструктури міської агломерації здійснюється на підставі реалізації інвестиційних проектів за рахунок поєднання потенціалу та зусиль територіальних громад, які складають агломерацію.

2. Формування та реалізація інвестиційних рішень щодо розвитку комунальної інфраструктури передбачає наявність умов: відповідних інвестиційних ресурсів, сприятливого інвестиційного клімату та низького рівня інвестиційного ризику. При цьому використовуються інвестиційні технології, які включають використання власних та зовнішніх інвестицій відповідно до типу, напряму та терміну реалізації проекту.

3. Використання механізмів державно-приватного партнерства для фінансування проектів модернізації комунальної інфраструктури в міських агломераціях нерозривно пов'язано з визначенням нормативно-правового забезпечення, принципів та методів управління проектами, учасників, інтересів і фінансових, економічних та соціальних переваг. У процесі розробки та реалізації проектів оцінюються законодавчі, фінансово-економічні, технічні, технологічні, соціальні, екологічні ризики, визначаються причини їх виникнення та шляхи запобігання, що сприяє підвищенню інвестиційної привабливості для приватних інвесторів об'єктів комунальної інфраструктури в міських агломераціях.

Подальших досліджень потребують питання узгодження інтересів учасників реалізації інвестиційних проектів модернізації комунальної інфраструктури, спрямованих на підвищення якості систем життєзабезпечення в міських агломераціях.

Література

1. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року : постанова КМУ від 6 серпня 2014 р. № 385 // Офіц. вісник України. – 2014. – № 70. – Ст. 1966.
2. Олейник В. Развитие городских агломераций на современном этапе в Украине / В. Олейник, В. Тодоров // Часопис соціально-економічної географії. – 2014. – Вип. 17 (2). – С. 100–102.
3. Sennett R. Cities of Europe: Changing Contexts, Local Arrangements, and Challenge to Urban Cohesion / R. Sennett // Capitalism and the city. – Blackwell : Oxford, 2005. – P. 109–122.
4. Розвиток міжмуніципального співробітництва: вітчизняний та зарубіжний досвід / За ред. В. В. Толкованова. – К. : Крамар, 2011. – 361 с.
5. Intermunicipal cooperation and consolidation [Electronic resource] / The Office of the State Comptroller. – Mode of access: <http://www.osc.state.ny.us/localgov/pubs/research/cooperation1.pdf>.
6. Запатрина И. В. Жилищно-коммунальная инфраструктура: реформы и система их финансового обеспечения / И. В. Запатрина ; НАН Украины ; Ин-т экон. и прогнозир. – К. : 2010. – 336 с.
7. Буряченко А. Світовий досвід фінансування розвитку інфраструктури міст / А. Буряченко, Л. Гераймович // Міжнародна економічна політика. – 2014. – № 1 (20). – С. 105–128.

8. Annez P. C. Urban Infrastructure Finance from Private Operators: What have we Learned from Recent Experience? / P. C. Annez // World Bank Policy Research Working Paper 4045. – 2006. – November. – 30 p.
9. Полуянов В. П. Факторы инвестиционной привлекательности предприятий коммунальной инфраструктуры для крупного капитала / В. П. Полуянов // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2012. – Вип. 1, т. 1. – С. 100–104.
10. Скрипник О. Б. Роль государственно-частного партнерства в модернизации инфраструктуры жилищно-коммунального сектора / О. Б. Скрипник // Российское предпринимательство. – 2006. – № 5 (77). – С. 86–89.
11. Офіційний сайт Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minregion.gov.ua/index.php?category=tp-stat>.
12. Индексы цен в Украине в травни 2015 г. : экспрес-выпуск від 5.06.2015 г. № 124/0/11вн-15. – К. : Державна служба статистики України, 2015. – 4 с.

References

1. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 6 serpnia 2014 r. No. 385 'Pro zatverdzhennia Derzhavnoi stratehii rehionalnoho rozvytku na period do 2020 roku', Ofitsiinyi visnyk Ukrainy, 2014, No. 70, st. 1966.
2. Olejnik V. Razvitie gorodskix aglomeraczij na sovremennom etape v Ukraine, Chasopys sotsialno-ekonomichnoi heografii / V. Olejnik, V. Todorov. – 2014, No. 17(2), pp. 100–102.
3. Sennett R. Cities of Europe: Changing Contexts. Local Arrangements, and Challenge to Urban Cohesion, Capitalism and the city, Oxford, Blackwell, 2005, pp. 109 – 122.
4. Rozvytok mizhmunitsypalnoho spivrobotnytstva: vitchyzniani ta zarubizhnyi dosvid. Ed. By V. V. Tolokanova, Kyiv, Kramar, 2011, 361 p.
5. Intermunicipal cooperation and consolidation. The Office of the State Comptroller. URL <http://www.osc.state.ny.us/localgov/pubs/research/cooperation1.pdf>.
6. Zapatrina I.V. Zhilishhno-kommunal'naya infrastruktura : reformy' i sistema ix finansovogo obespecheniya, Nacjonal'naya akademiya nauk Ukrainy', Institut E'konomiki i prognozirovaniya, Kiev, 2010, 336 p.
7. Buryachenko A., Geraymovich L. Svitovyi dosvid finansuvannia rozvytku infrastruktury mist, Mizhnarodna ekonomichna polityka, 2014, No. 1 (20), pp. 105 – 128.
8. Annez P. C. Urban Infrastructure Finance from Private Operators: What have we Learned from Recent Experience, World Bank Policy Research Working Paper 4045, 2006, November, 30 p.
9. Poluyanov V. P. Faktory' investicionnoj privlekatel'nosti predpriyatij kommunal'noj infrastruktury' dlya krupnogo kapitala, Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti, 2012, No. 1, Vol.1, pp. 100–104.
10. Skripnik O. B. Rol' gosudarstvenno-chastnogo partnerstva v modernizacii infrastruktury' zhilishhno-kommunal'nogo sektora, Rossijskoe predprinimatel'stvo, 2006, No 5 (77), pp. 86–89.
11. Ofitsiinyi sait Ministerstva rehionalnoho rozvytku, budivnytstva ta zhytlovo-komunalnoho hospodarstva Ukrainy, URL <http://www.minregion.gov.ua/index.php?category=tp-stat>.
12. Indeksy tsin v Ukraini v travni 2015 r.: ekspres-vypusk vid 05.06.2015 r. No 124/0/11vn-15, Kiev, Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2015, 4 p. [in Ukrainian]

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.
Надійшла/Received: 30.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

УДК 339.13.025

М. М. МИКОЛАЙЧУК

Одеський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України

Н. С. МИКОЛАЙЧУК

Херсонський національний технічний університет

К. М. МИКОЛАЙЧУК

Кіровоградська льотна академія Національного авіаційного університету

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

Обґрунтовано необхідність збалансованого розвитку підприємств різних сфер діяльності, підвищення ролі державного регулювання в умовах децентралізації, розглянуто роль авіаційних перевезень у забезпеченні сталого розвитку регіонів, важелі впливу на їх розвиток.

Ключові слова: збалансований розвиток, державне регулювання, важелі впливу, підприємства, регіони

М. М. MYKOLAICHUK,

Odesa Regional Institute of Public Administration National Academy
of Public Administration The President of Ukraine

N. S. MYKOLAICHUK

Kherson National Technical University

К. М. MYKOLAYCHUK

Kirovograd Fly Academy of National Aviation University

STRATEGIC ASPECTS OF DEVELOPMENT OF INTERNAL MARKET OF GOODS AND SERVICES

Abstract – The necessity of balanced development of enterprises in various areas with the gradual change in the economic structure towards increasing the share of industry and services was grounded. The role of aeronautics, air transport and tourism industry in the development of the internal market for goods and services was observed. The necessity of increasing the role of government regulation in terms of decentralization in order to settle problems of increase of purchasing power, competitiveness of products and improving the structure of of economic complex of the region was proved.

Key words: sustainable development, government regulation, levers of influence, enterprises, regions.

Н. Н. МИКОЛАЙЧУК

Одесский региональный институт государственного управления
Национальной академии государственного управления при Президенте Украины

Н. С. МИКОЛАЙЧУК

Херсонский национальный технический университет

К. М. МИКОЛАЙЧУК

Кировоградская летная академия Национального авиационного университета

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА ТОВАРОВ И УСЛУГ

Обоснована необхідність сбалансованого розвитку підприємств різних сфер діяльності з поступовою зміною структури економіки в напрямленні підвищення частки промисловості та сфери послуг. Розглянуто роль авіастроєння, авіаперевозок та індустрії туризму в розвитку внутрішнього ринку товарів та послуг. Доказана необхідність підвищення ролі державного регулювання в умовах децентралізації для рішення проблем підвищення покупальної спроможності населення, конкурентоспроможності продукції та удосконалення структури господарств регіонів.

Ключевые слова: сбалансированное развитие, государственное регулирование, рычаги влияния, предприятия, регионы.

Постановка проблеми. Нестабільність зовнішнього середовища, глобальні кризові явища та виклики, які загрожують суверенітету та цілісності України, спонукають до пошуку шляхів підвищення стійкості країни до будь-яких кризових явищ. Безпека країни – явище багатоаспектне, яке охоплює проблеми військового захисту суверенітету, захисту інтелектуального та науково-технічного потенціалу, забезпечення суспільної безпеки та прав людини, збереження довкілля. Попри важливість вирішення кожної з цих проблем фахівці вважають базисною роль економіки, бо виробництво, розподіл і споживання матеріальних благ є визначальними для кожної сфери діяльності, життєздатності суспільства. Крім того, безпека у позаекономічних сферах забезпечується значною мірою економічними засобами [1, с. 30–31].

Досвід інших країн свідчить про можливість забезпечення стійкості економіки за рахунок розвитку внутрішнього ринку, який дозволяє підтримувати економічну стабільність, зайнятість та рівень життя населення. Потреби населення України все більше задовольняються за рахунок товарів іноземного виробництва, що зумовлене недостатніми обсягами споживчих товарів вітчизняних виробників та їх низькою конкурентоспроможністю. Структура економіки країни не сприяє економічному зростанню.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми конкурентного управління з точки зору національної безпеки в умовах євроінтеграції України та глобалізації цих процесів досліджували М. Войнаренко, І. Грицяк, Я. Жаліло, А. Павленко, А. Поручник, Г. Ситник, Л. Шевченко та ін.

Проблеми структурної перебудови економіки України були об'єктом дослідження багатьох вчених з перших років незалежності країни. Але увага переважно концентрувалась на проблемах структури промислового комплексу держави, збільшенні випуску високотехнологічної продукції та необхідності структурних змін у сільському господарстві [2, розд. 7]. Проте недостатньо уваги приділялось структурі економіки за секторами, розвитку внутрішнього ринку. Хоча постановою Кабінету Міністрів України № 1130 від 12 вересня 2011 р. була затверджена державна програма розвитку внутрішнього виробництва значні позитивні зрушення не спостерігаються. Частка продажу споживчих товарів, які вироблені на території України, продовжує знижуватись. Так, у 2013 році частка непродовольчих товарів власного виробництва знизилась у порівнянні з 2010 роком з 50 % до 39 %. При чому, в Україні виробляється лише 26,7% проданих текстильних та галантерейних товарів, 9,3 % одягу, 2,3 % взуття [3, с. 266]. Крім того, потребує розвитку ринок послуг. В умовах демократизації та децентралізації управління виникає необхідність розвитку теоретичних засад удосконалення державного регулювання.

Формулювання цілі статті. Метою статті є обґрунтування необхідності збалансованого розвитку внутрішнього ринку товарів та послуг, підвищення ролі державного регулювання в умовах децентралізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. У загальних сукупних витратах населення 90,3 % займають споживчі витрати, в тому числі на продовольчі товари витрачається – 55,4 %, непродовольчі – 34,9 % [3, с. 379]. Власне виробництво перевищує потреби внутрішнього ринку переважно по жирам та олії тваринного або рослинного походження, експорт яких у 2013 р. досягав 3507,1 млн дол. США, а імпорт складав лише 403,4 млн дол. США. Продукції рослинного походження експортувалось більше ніж імпортувалось (відповідно 8875,9 та 2670,0 млн дол. США). В той же час по текстильним матеріалам та текстильним виробам імпорт перевищував експорт на 1623,9 млн дол. США, взуття, головних уборів та парасольок імпортовано у 4 рази більше ніж експортовано, машин, обладнання, механізмів, електротехнічного обладнання імпортовано більше ніж експортовано на 5495,5 млн дол. США [3, с. 240].

Україна приділяє багато уваги відродженню сільського господарства. Це дійсно необхідно з точки зору продовольчої безпеки. Але вкрай небезпечно пов'язувати майбутнє країни з імідажем аграрної держави. Жодна аграрна країна світу не належить до кола економічно розвинених країн. У структурі ВВП найбільш розвинених країн частка сільського господарства перевищує 30 %. У багатьох регіонах України частка сільського господарства наближається до критичної межі, яка властива слаборозвиненим країнам. Сільське господарство належить до ризикованої сфери діяльності, потребує дотацій.

Серед визначальних відмінностей розвинутих країн виділяють структуру економіки. Так у США частка сільського господарства становить лише 2 %, промисловості – 18 %, а послуг – 80 %. При цьому США посідають друге місце після Китаю по виробництву бавовни, належить до найбільших експортерів зерна, в цілому забезпечує свої потреби у продовольстві та сировині. Але сільське господарство розвинутих країн є індустріалізованим, продуктивність його у декілька разів вища ніж в інших країнах [4, с. 71–72]. Тому і для України потрібно випереджаючими темпами розвивати промисловість та сферу послуг.

Корисним може бути досвід Японії, яка у післявоєнні роки знайшла можливість виходу з економічного хаосу та здобула визнання як економічно розвинена держава. На цьому шляху Японія поступово здійснювала зрушення в індустріальній структурі. Статус ключових галузей переходив від текстильної промисловості до хімічної, а потім машинобудування [5, с. 27].

Дійсно, легка промисловість відрізняється швидким обертанням коштів, може забезпечити велику кількість робочих місць, наповнення внутрішнього ринку товарами широкого вжитку. Текстильну промисловість необхідно розвивати і з точки зору безпеки держави, бо вона постачає тканини для лікарень, одягу військовослужбовців, технічні тканини. Слід відзначити, що у колишньому СРСР забезпечувалось найбільше в світі споживання натуральних тканин на одну особу населення. Так, у 1983 році споживання бавовняних тканин становило 25,4 м² на одну особу за рік (у США – 17,0), тканин з вовни 2,5 м² (у США – 0,7), лляних – 1,5 м² – (при незначній кількості у США) [6, с. 182].

Нажаль, за роки незалежності виробництво тканин суттєво зменшилось навіть по тим видам, для виробництва яких була власна сировинна база (вовна, льон). Так, випуск вовняних тканин зменшився за 30 років до 0,1 м² на особу; бавовняних – до 0,5 м². У 2013 році взуття випускається лише 0,7 пар на людину; одягу верхнього трикотажу – 0,1 шт.; светрів, пуловерів, кардиганів, жилетів та виробів подібних, трикотажних та в'язаних 0 0,03 шт.). [3, с. 120]. Тому необхідно звернути увагу на відродження власної сировинної бази та легкої промисловості.

Потужна економіка має базуватись на високотехнологічному виробництві. В Україні є унікальні можливості розвитку авіабудування, бо наша країна одна з небагатьох в світі володіє повним циклом створення авіаційної техніки і за своїми досягненнями вже належить до кола найбільш розвинених країн. Але можливості цієї сфери діяльності використовуються недостатньо. Варто відзначити, що рухомий склад літаків та бертолетів постійно зменшується. Кількість літаків та бертолетів у 2000 році становила 954 од., у 2005 – 659, у 2010 – 395, а у 2013 – лише 269 од. [3, с. 221]. А наявність транспорту є важливою запорукою розвитку транспортної системи держави, яку вважають однією з найважливіших ознак технологічного процесу країни. За умови інтеграції до європейської та світової економіки, потреба у високо розвинутій транспортній системі дедалі посилюється – вона має стати базисом для ефективного входження України до світового співтовариства та зайняти в ньому місце, яке б відповідало рівню успішної держави.

У сучасних умовах глобалізації основних процесів суспільної та економічної життєдіяльності людства важливість швидкого пересування людей та вантажів на далекі відстані в різні, включаючи найбільш важкодоступні, місця світу робить ринок авіаційних перевезень одним з найперспективніших та найдинамічніших транспортних ринків. За прогнозом Міжнародної організації цивільної авіації (ІКАО), у період з 2012 по 2023 роки загальний попит на повітряні перевезення у світі щороку зростатиме щороку в середньому на 4–5 %. Варто враховувати, що для відновлення економіки України необхідно особливу увагу приділити тим сферам діяльності, які можуть забезпечити збільшення кількості робочих місць та, відповідно, зменшити безробіття в регіонах.

У багатьох країнах в широко розвинуту індустрію перетворюється туризм, який є основним джерелом доходів для 38 % країн, а у 83 % країн світу туризм входить до п'ятірки основних джерел доходів [7, с. 10]. Туризм належить не тільки до прибуткових секторів національної економіки, а й лідерів, з точки зору окупності капітальних вкладень. Адже оборотність капіталу у цій галузі у декілька рази вище, ніж у середньому в інших галузях господарства. В той же час витрати на створення одного робочого місця в інфраструктурі туризму значно менші, ніж у промисловості.

Розвиток туристичної сфери позитивно впливає на споживання продукції агропромислового комплексу, сприяє розвитку спортивно-оздоровчих баз, дорожнього будівництва та транспорту, реставрації пам'яток історії, культури та мистецтв, кращому використанню природно-рекреаційних ресурсів. За прогнозами спеціалістів, саме туризм буде рушієм світової економіки у ХХІ ст. Кількість мандрівників стрімко зростає. Очікується, що у 2020 р. буде подорожувати майже 1,5 млрд осіб, а доходи від надання готельно-туристичних послуг досягатимуть 2 трлн дол. США.

Природний потенціал України є передумовою розвитку туристичної індустрії. Але туристи з інших регіонів України, а, тим більше зарубіжні, обирають місця відпочинку, з якими є саме повітряне сполучення. В спекотний літній період мало бажаючих проводити багато годин, а то і днів, у потягах або автобусах. Адже відстань до багатьох міст України перевищує 500 км. Тому у розвитку внутрішнього ринку товарів та послуг особливе місце мають займати авіабудування, авіаперевезення та туристично-рекреаційні послуги. Для того, щоб авіаперевезення користувались попитом, вони мають бути доступними за ціною, комфортними та безпечними. Вартість квитків для населення України значна дорожча ніж в європейських країнах, де цивільна авіація є одним з основних і не надто дорогим видом пересування: Квиток в межах Євросони коштує у два-три рази дешевше порівняно з вартістю квитка на схожі відстані в Україні, де ціна квитка на внутрішніх лініях в одному напрямку може значно перевищувати 150 дол. США (залежно від класу салону літака).

Однією з причин є те, що в українських аеропортах застосовуються надто високі ставки аеропортових зборів, які становлять 20–30 % собівартості рейсу низькобюджетних перевізників. Так, якщо компанія “Віз Ейр Україна” сплачує аеропорту “Жуляни” за кожного перевезеного пасажера по 12–13,5 дол. США, то в аеропорту “Катовіце” (Польща), – трохи більше 1 дол. США [8].

Крім того, ринок авіаційних пасажирських перевезень в Україні залишається монополізованим та закритим. Високі ціни зумовлює також монополізм в сфері поставок послуг. Так, хендлінгові компанії пропонують для авіакомпаній весь комплекс послуг, виступаючи при цьому як єдиний оператор всіх підприємств, що працюють в аеропорту і включають: для повітряних суден – наземне обслуговування в аеропортах (заправка літака паливом, водою, завантаження бортового харчування, поставка в ангар, прибирання салону і т.д.); для пасажирів – паспортний і митний контроль, реєстрація і т.д. Агенти, що пропонують хендлінгові послуги, здійснюють контроль і координацію всіх етапів обслуговування літака і пасажирів [10].

Ринок хендлінгових послуг в Україні представлений декількома сильними компаніями, які намагаються будь-що позбутися інших гравців. В аеропорті “Бориспіль” працюють декілька хендлінгових компаній: “Аерохендлінг”, “Транс-Аеро-Хендлінг”, “Інтер-Авіа” та хендлінгова служба аеропорту, проте ще на початку 2014 р. існувала загроза реалізації подібного сценарію монополізації ринку хендлінгових послуг компанією “Аеропорт Хендлінг” [11].

Досить закритим в Україні є ринок авіаційного пального, на якому працюють не більше 10 компаній, а враховуючи, що на відміну від ЄС з пального, яке реалізується для цивільної авіації, збирається акцизний збір, авіапальне в Україні є в півтора рази дорожчим, ніж в країнах Євросоюзу.

Розвиток авіаперевезень гальмує і те, що не вирішеною залишається і проблема реконструювання або взагалі відновлення законсервованих аеропортів України [9]. З відкритих інформаційних джерел відомо, що в Україні недіючі або малодіючі аеропорти часто стають об'єктами уваги з боку суб'єктів підприємницької діяльності, що не займаються авіацією. Зрозуміло, що в тих випадках, коли йдеться про їх можливий викуп, хоча й вигідний, подальший розвиток аеропорту як об'єкта саме авіаційної інфраструктури може й не відбутися. Так, є загроза перетворення київського аеропорту “Жуляни”, який розташований у межах міста, на бізнес-центр або інший об'єкт. Територіальна близькість цього аеропорту до ділового центру обумовлює вигідність його використання не тільки за прямим призначенням але й іншим.

Відтак, можна зробити висновок про недостатню ефективність державного регулювання національного ринку авіаційних перевезень, оскільки цьому ринку притаманні такі риси як монополізм, нестабільність, низька конкурентоспроможність, відсутність внутрішнього потенціалу для розвитку основних його учасників – національних авіакомпаній. До того ж слабою ланкою є ринок внутрішніх перевезень України.

Для розв'язання накопичених в економіці країни проблем необхідно сформувати систему державного регулювання, яка забезпечить підвищення відповідальності кожного регіону, його складових та окремих суб'єктів господарювання за ефективність їх функціонування, самодостатність у ресурсному забезпеченні розвитку. В той же час мають бути створені сприятливі умови для сталого розвитку.

З точки зору необхідних дій щодо розвитку внутрішнього ринку товарів і послуг доцільне розв'язання двох стратегічних завдань:

- збільшення купівельної спроможності споживачів;
- підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних виробників, формування обсягів її виробництва з урахуванням потреб споживачів та необхідності наближення структури економіки до тієї, що властива розвинутим країнам, створення передумов для збільшення наданих послуг, зокрема внутрішніх авіаперевезень.

Купівельна спроможність населення залежить від його доходів. Основною складовою яких є заробітна плата. Роль заробітної плати у забезпеченні сталого розвитку країни та її регіонів важко переоцінити. Від неї залежить можливість задоволення первинних потреб населення, створення комфортних умов життя, всебічного розвитку особистості. Низька заробітна плата є однією з основних причин міграції робочої сили як в межах країни, так і відпливу її за кордон.

У сучасних умовах уряд піклується переважно про підвищення рівня мінімальної заробітної плати, забезпечення нею хоча б прожиткового мінімуму, а науковці основну увагу приділяють розвитку теорії мотивації праці для активізації діяльності працівників підприємств. Однак невирішеними залишаються проблеми формування регіональної стратегії і тактики оплати праці як інструменту державного регулювання соціально-економічного розвитку регіонів.

Необхідно враховувати соціальні, економічні наслідки та визначати раціональні межі зростання в різних сферах діяльності.

Позитивним наслідком підвищення заробітної плати для держави є те, що цей процес супроводжується збільшенням доданої вартості. Так, за даними Світового банку у США за 15 років (з 1984 по 1999 рр.) середньорічна оплата праці в обробній промисловості зросла на 51,5 %, а створена кожним працівником додана вартість збільшилась за цей же період на 86,7 % [12, с. 338].

Помилковим є прагнення керівників підприємств вирішувати економічні проблеми та підвищувати конкурентоспроможність продукції за рахунок зменшення заробітної плати, бо саме її підвищення сприяє зменшенню плинності кадрів та витрат, пов'язаних з навчанням нових працівників, залученню більш кваліфікованих фахівців, зростанню продуктивності праці, зниженню в наслідок цього собівартості одиниці продукції, можливості зниження цін, зростання обсягів продажу продукції.

При здійсненні регулятивних заходів слід враховувати, що для зростання реальних доходів населення пропозиція товарів має випереджати підвищення заробітної плати, в іншому випадку буде збільшуватись інфляція. Крім того, суттєві розбіжності у регіональному рівні оплати праці сприяють зростанню соціальної напруги та міграції населення. Тому на регіональному рівні для забезпечення бажаного збільшення середньої заробітної плати в регіоні варто встановлювати узгоджену з підприємцями мінімальну заробітну плату – вищу ніж законодавчо обумовлену. При цьому слід враховувати структуру господарського комплексу регіону, частку заробітної плати в операційних витратах різних галузей.

У світовій практиці оплата праці може становити до 70 % від витрат організацій, а малим відсотком вважається 10–15 [13, с. 541; 14, с. 102]. При цьому співвідношення у різних галузях наприкінці минулого століття було таким: найменша оплата праці (прийнята за одиницю) у закладах харчування, продаж товарів широкого вжитку – 1,3; текстильні підприємства – 1,6; послуги зв'язку та транспортне обслуговування – 2,7; металургійна індустрія – 2,9; нафтодобування та вугільна промисловість – 3,2 (розраховано за 14, с. 91).

Конкурентоспроможність продукції вітчизняних виробників може бути суттєво підвищена тільки за умови використання інноваційних технологій та інноваційності самої продукції. Вона має дивувати споживачів своїми властивостями. Нові технології мають забезпечити суттєве зниження ресурсоемності продукції, бо наша економіка поки що відрізняється найбільшою в світі енергоємністю, дуже високою водоємністю та низькою продуктивністю праці.

Для здійснення технологічних змін, впровадження інноваційних технологій необхідні значні фінансові ресурси. В сучасних умовах розраховувати на значні іноземні інвестиції не варто. Виробники можуть розраховувати переважно на власний прибуток і кредитні ресурси. Загальне зниження податкового тиску не гарантує поживлення інноваційної діяльності. Більш дієвим може бути пільгове оподаткування, розмір та тривалість дії якого має залежати від очікуваних та реально досягнутих результатів підвищення ефективності виробництва та конкурентоспроможності продукції. До кредитування варто залучити банки шляхом пільгового оподаткування залежно від обсягу довгострокових кредитів, наданих суб'єктам господарювання частка впровадження інноваційних технологій.

Регулювання обсягів виробництва економічними важелями має здійснюватись з урахуванням необхідності формування певної структури господарського комплексу. Стратегічно важливими є продовольча та енергетична безпека. Необхідно забезпечити збільшення обсягів виробництва продукції тваринництва для задоволення потреб населення за раціональними нормами споживання. Доцільно використовувати і екс-

портний потенціал сільського господарства. Але треба звертати увагу на ефективність використання земельних ресурсів. Адже в Україні землемісткість сільськогосподарської продукції у 7 разів вища ніж в країнах ЄС [15, с. 367]. Випуск продукції промисловості має зростати випереджаючими темпами, особливо сільськогосподарське машинобудування та авіабудування. Необхідно забезпечити потреби внутрішніх авіаліній літаками невеликих розмірів, здатних здійснювати посадки на ґрунт для розвитку туристичних послуг, можливості швидко доставити відпочиваючих до місць розташування баз відпочинку, віддалених від обласних центрів.

Висновки. До стратегічних аспектів розвитку внутрішнього ринку товарів та послуг належить збільшення купівельної спроможності громадян, підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняного виробництва, оптимізація структури господарського комплексу країни та її регіонів, удосконалення державного регулювання цих процесів.

В розв'язанні стратегічних завдань щодо удосконалення процесу державного регулювання політики оплати праці суб'єктів господарювання успішність залежить від чіткості визначення стратегічних завдань та дієвості механізму впливу на них. У сільському господарстві необхідно удосконалити структуру для задоволення потреб населення не тільки у продукції рослинного походження але й тваринного, відновити сировинну базу для випуску вовняних та лляних тканин.

Для розвитку авіаперевезень необхідно суттєво збільшити випуск невеликих літаків і протидіяти монополізму у сфері авіаперевезень та обслуговування пасажирів у аеропортах.

Література

1. Предборський В. А. Економічна безпека держави : монографія / В. А. Предборський. – К. : Кондор, 2005. – 391 с.
2. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / За ред. акад. НАН України В. М. Гейця. – К. : Ін-т екон. прогноз. ; Фенікс, 2003. – 1008 с.
3. Статистичний щорічник України за 2013 рік / За ред. О. Г. Осауленка. – К. : 2014. – 533 с.
4. Економіка зарубіжних країн : навч. посібник / За ред. Ю. Г. Козака, В. В. Ковалевського, К. І. Ржепішевського. – К. : ЦУЛ, 2003. – 352 с.
5. Японские предложения по реформе экономики в Советском Союзе / Под ред. Хидедзо Инаба и Сэйдзи Цуцуми, предисловие акад. И. Я. Петракова. – М. : Шелковый путь, 1991. – 167 с.
6. Иоффе Я. А. Мы и планета: Цифры и факты / Я. А. Иоффе. – 6-е изд., доп. – М. : Политиздат, 1985. – 224 с.
7. Чудновский А. Д. Менеджмент туризма / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова : учебник. – М. : Финанси и статистика, 2003. – 288 с.
8. В Україні авіапаливо значно дорожче, ніж у ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://galnet.org/newsticker/103497-v-ukrajini-aviapalyvo-znachno-dorozhche-nizh-u-es>
9. Проблеми та перспективи розвитку ринку пасажирських авіаційних перевезень в Україні: інформаційно-аналітичний огляд. – К. : Міжнародний центр перспективних досліджень, 2005. – 21 с.
10. Криворучко О. В. Перспективи розвитку хендлінгових компаній на українському ринку авіаційних послуг [Електронний ресурс] / О. В. Криворучко. – Режим доступу: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PSAE/article/view/3773>
11. Борисполь намерен допустить компанию “Аэропорт Хендлинг” к обслуживанию пассажиров [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economics.unian.net/transport/883806-borispol-nameren-dopustit-kompaniyu-aeroport-hendling-k-obslujivaniyu-passajirov.html>
12. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України: в 3 т. – Т. 3: Конкурентоспроможність української економіки / За ред. акад. НАН України В. М. Гейця, акад. НАН України В. П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б. Є. Кваснюка. – К. : Фенікс, 2007. – 556 с.
13. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг ; пер. с англ. под ред. С. К. Мордовина. – 8-е изд. – СПб. : Питер, 2005. – 832 с.
14. Хандерсон Р. Компенсационный менеджмент / Р. Хандерсон ; пер. с англ. под ред. Н. А. Горелова. – 8-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 880 с.
15. Могильний О. М. Регулювання аграрної сфери / О. М. Могильний. – Ужгород : ІВА, 2005. – 400 с.

References

1. Predborskyi V. A. Ekonomichna bezpeka derzhavy. – Kyiv, Kondor, 2005, 391 p.
2. Ekonomika Ukrainy : stratehiia i polityka dovhostrokovoho rozvytku / Ed. by akad. NAN Ukrainy V. M. Heets. Kyiv, In-t ekon.prohnozuv.; Feniks,2003, 1008p.
3. Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2013 rik / Ed. by O. H. Osaulenko. – Kyiv, 2014, 533 p.
4. Ekonomika zarubizhnykh krain. Navchalnyi posibnyk / Ed. by Yu. H. Kozak, V. V. Kovalevskiy, K. I. Rzhepishevskiy. – Kyiv, TsUL, 2003, 352 p.

5. Yaponskye predlozheniya po reforme ekonomyky v sovetskom soiuze / Ed. by Khydedzo Ynaba, Səidzy Tsutsumy, predyslovye akad. Y. Ya. Petrakova. – Moskva, “Shelkovyi put”, 1991, 167 p.
6. Yoffe Ya. A My i planeta: Tsyfry y fakty, 6-th ed. – Moskva, Polytyzdat, 1985, 224 p.
7. Chudnovskiy A. D., M. A. Zhukova. Menedzhment turyzma, Moskva, Finansy y statystyka, 2003, 288 p.
8. V Ukraini aviapalyvo znachno dorozhche, nizh u YeS, [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://galnet.org/newsticker/103497-v-ukrajini-aviapalyvo-znachno-dorozhche-nizh-u-es>
9. Problemy ta perspektyvy rozvytku rynku pasazhyrskykh aviatsiinykh perevezhen v Ukraini: informat-siino-analitychnyi ohliad, Kyiv, Mizhnarodnyi tsentr perspektyvnykh doslidzhen, 2005, 21 p.
10. Kryvoruchko O. V. Perspektyvy rozvytku khendlinhovykh kompanii na ukrainskomu rynku aviat-siinykh posluh [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PSAE/article/view/3773>
11. Boryspol nameren dopustyt kompaniyu “Aeroport Khendlynh” k obsluzhivaniyu passazhyrov [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://economics.unian.net/transport/883806-borispol-nameren-dopustit-kompaniyu-aeroport-hendling-k-obslujivaniyu-passajirov.html>
12. Stratehichni vyklyky XXI stolittia suspilstvu ta ekonomitsi Ukrainy: v 3 v. – V. 3: Konkurento-spromozhnist ukrainskoi ekonomiky/ Ed. by akad. NAN Ukrainy V. M. Heets, akad. NAN Ukrainy V. P. Semynozhenko, chl.-kor. NAN Ukrainy B. Ye. Kvasniuk. – Kyiv, Feniks, 2007, 556 p.
13. Armstronh M. Praktyka upravleniya chelovecheskymy resursamy / Trans. from Eng., ed. by S. K. Mor-dovyn. – 8-th ed., SPb, Pyter, 2005, 832 p.
14. Khanderson R. Kompensatsyonnyi menedzhment / Trans. from Eng., ed. by N. A. Horelov, 8-th ed. SPb, Pyter, 2004, 880 p.
15. Mohylnyi O. M. Rehuliuвання ahrarnoi sfery. Uzhhorod, IVA, 2005, 400 p.

Надіслана/Written: 28.07.2015 p.
Надійшла/Received: 30.07.2015 p.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ЗАГРОЗИ, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ – СУБ'ЄКТІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті проаналізовано головні загрози, перед якими опинилася українська промисловість. Досліджено основні проблеми сьогодення, які значно впливають на діяльність вітчизняних промислових підприємств-суб'єктів ЗЕД. Виділено основні тенденції у розвитку промисловості і зазначено вагомому частку продукції, що виробляється на експорт у загальному її обсязі. Наведено інформацію щодо індексу інвестиційної привабливості України. Підкреслено відсутність інноваційної активності вітчизняних промислових підприємств та застарілість технологій у промисловості.

Ключові слова: вітчизняна промисловість, інвестиції, інноваційна діяльність, промислове підприємство.

L. A. KRYMCHAK, E. M. RUDNICHENKO

Khmelnytsky National University

THREATS, TENDENCIES AND CHALLENGES OF ACTIVITY OF DOMESTIC INDUSTRIAL ENTERPRISES THE SUBJECTS OF FOREIGN-ECONOMIC ACTIVITY

Abstract – The article is devoted to the study of main problems of domestic industrial enterprises the subjects of foreign-economic activity. All threats, which have been facing Ukrainian industry, are considered in the article. The current problems, which have been affecting the activity of domestic industrial enterprises the subjects of foreign-economic activity, are investigated. The main tendencies of industrial development are described in the article. The total output produced for export is identified. The index of investment attractiveness of Ukraine is determined in this article. The lacks of innovation activity of Ukrainian industrial enterprises as well as outdated technologies of Ukrainian industry are described in the article.

Key words: domestic industry, investments, innovation activity, industrial enterprise.

Л. А. КРЫМЧАК, Е. М. РУДНИЧЕНКО

Хмельницький національний університет

УГРОЗЫ, ТЕНДЕНЦИИ И ВЫЗОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ-СУБЪЕКТОВ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье проанализированы главные угрозы, перед которыми оказалась украинская промышленность. Исследованы основные проблемы современности, которые значительно влияют на деятельность отечественных промышленных предприятий-субъектов ВЭД. Выделены основные тенденции в развитии промышленности и указано весомую долю производимой продукции на экспорт в общем ее объеме. Приведена информация по индексу инвестиционной привлекательности Украины. Подчеркнуто отсутствие инновационной активности отечественных промышленных предприятий и устарелость технологий в промышленности.

Ключевые слова: отечественная промышленность, инвестиции, инновационная деятельность, промышленное предприятие.

Постановка проблеми. На сучасному етапі інтеграції України до світової економічної системи перед вітчизняними підприємствами з'являються нові виклики та завдання, які іноді виявляються не під силу українському бізнесу. Поглиблення світової економічної кризи, відсутність дієвої державної торговельної політики, спрямованої на підтримку вітчизняного виробника, а на сьогоднішній день ще й розгортання російсько-українського конфлікту, не могло не позначитися на економіці нашої держави, зокрема й на діяльності вітчизняних підприємств.

Аналіз економічної діяльності та тенденцій розвитку промислових підприємств України, зокрема підприємств-суб'єктів ЗЕД, свідчить про існування значних проблем економічного, технологічного, соціального, а також політичного характеру.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, що стосуються розвитку вітчизняної промисловості є досить актуальними на сьогодні, тому їх вивченню приділяють значну увагу вітчизняні фахівці, такі як, О. Амоша, М. Войнаренко, Т. Власюк, В. Вишневський, О. Орлов, Л. Збаразська, Л. Кузнецова та ін.

Формулювання завдання статті. Метою роботи є дослідження основних проблем діяльності вітчизняних промислових підприємств-суб'єктів ЗЕД.

Виклад основного матеріалу. Ситуація, в якій знаходиться сьогодні економіка України, свідчить про неспроможність вітчизняних суб'єктів господарювання відповідати всім викликам сучасності. Інтеграція у світове господарство вимагає від нашої держави вирішення невідкладних проблем, які стосуються діяльності промислових підприємств-суб'єктів ЗЕД, серед яких варто виділити найбільш актуальні, а саме: низька конкурентоспроможність вітчизняної продукції, висока енерго- та матеріаломісткість галузей народного господарства, недостатній рівень інвестування в промисловість України, відсутність механізму ефективного впровадження новітніх технологій в промисловість та ін.

Модель розвитку промисловості України нині має експортне спрямування, в якому переважає сировинна складова – майже 65 % обсягу реалізованої продукції становить сировина. Це, в свою чергу, пояснює високу залежність вітчизняного експорту від динаміки міжнародних товарних ринків [1, с. 93–94]. Велику частку в структурі експорту займає продукція металургійної, хімічної промисловості, а також машинобудування. Підприємства даних галузей промисловості розташовані, головним чином, на Сході України. Проте російсько-український конфлікт, який має місце на даній території, призвів до сповільнення і навіть призупинення виробничої діяльності низки підприємств. Наразі в зоні АТО не працюють від 50 до 80 % [2, с. 66] промислових підприємств.

Вагоме скорочення промислового виробництва відбулося за рахунок підприємств гірничо-металургійного комплексу. Вразливим місцем у діяльності цього кластеру виявилися коксові виробництва, розташовані в районах безпосередніх бойових дій. Через значні пошкодження інфраструктури доступ цих підприємств до електро- та газопостачання обмежився, що примусило їх згорнути виробництво. Дефіцит коксу став одним з основних чинників зупинки металургійних комбінатів, у т.ч. й розташованих поза межами окупованих територій. Станом на початок листопада 2014 року не працювало жодне з розташованих у зоні проведення АТО підприємств хімічної промисловості.

Втрати підприємств машинобудування, крім руйнувань виробничих потужностей, також пов'язані з тим, що важливими замовниками машинобудівників Донецької та Луганської областей є підприємства гірничо-металургійного комплексу, стан яких не дозволяє їм робити закупівлі. Крім того, значна частка машинобудівних підприємств регіону була орієнтована на експорт до РФ [2, с. 67].

Проблемою для вітчизняних підприємств-суб'єктів ЗЕД є також те, що конфлікт із сусідньою державою призвів до значного скорочення експорту товарів до колишнього головного торговельного партнера – Російської Федерації, а також до країн Митного Союзу. Тому перед багатьма підприємствами постала сьогодні ще й інша проблема – пошук нових країн-партнерів.

Вітчизняна промисловість характеризується високою матеріаломісткістю та енергоемністю виробництва. Це спричинено, в першу чергу, використанням в промисловості застарілих технологій, які споживають значно більше енергії, ніж аналогічні виробництва європейських країн [2, с. 70]. Дуже високою залишається енергетична складова у собівартості низки видів промислової продукції. Водночас забезпеченість власними енергоресурсами становить менше, ніж 50 %, отже, проблема енергоефективності є ключовою проблемою більшості українських підприємств [1, с. 95].

Низький технологічний рівень вітчизняної економіки, повільні темпи модернізації виробництва, нездатність промислових підприємств оперативного реагувати на зміни кон'юнктури зовнішніх ринків – всі дані фактори зумовлюють низьку конкурентоспроможність української продукції на зовнішніх ринках. А це в свою чергу негативно впливає на попит на вітчизняну промислову продукцію. Саме тому питання конкурентоспроможності вітчизняної продукції хвилює сьогодні значну частину підприємств-суб'єктів ЗЕД.

Ще одним викликом для українського бізнесу стало залучення інвестицій, які є найважливішим засобом забезпечення зростання економіки, підвищення якісних показників діяльності будь-якого підприємства, забезпечення структурних зрушень в народному господарстві.

Поглиблення світової фінансової кризи, нестабільна політична та економічна ситуація, воєнні дії на Сході України – дані фактори не дозволяють накопичувати необхідного інвестиційного ресурсу для розвитку та модернізації вітчизняної економіки [3, с. 21].

Структура капітальних інвестицій залишається нераціональною: у промисловості понад 2/3 таких інвестицій спрямовано в сировинні та напівфабрикатні виробництва, що формує умови для відтворення галузевих диспропорцій у промисловому секторі [2, с. 74].

Власні кошти підприємств залишаються основним джерелом фінансування капітальних інвестицій, що ставить у залежність розвиток підприємств та їх інвестиційну активність від їх прибутковості. В той час, як можливості використання коштів Державного бюджету для фінансування промисловості обмежені через його значний дефіцит, а також відсутність єдиної стратегії розвитку промисловості.

Обсяги прямих іноземних інвестицій у промисловість України є незначними – за рахунок коштів іноземних інвесторів фінансується лише 1,6 % капітальних інвестицій. Причому, іноземні інвестиції спрямовуються у вже розвинені сфери економічної діяльності [3, с.23].

За результатами дослідження індексу інвестиційної привабливості першого кварталу 2015 року, яку провела Європейська Бізнес Асоціація, Україна отримала 2,51 бали при максимально можливій оцінці 5 балів. Крім того, 85 % бізнесменів незадоволені станом інвестиційного клімату в Україні. 46 % керівників компаній-членів Асоціації вважають, що бізнес-клімат став навіть гіршим, ніж у грудні 2014. А 47 % опитаних не прогнозують поліпшення у другому кварталі 2015 [4].

У сучасних умовах глобалізаційних процесів та становлення України членом європейської родини важливого значення набуває інноваційна діяльність вітчизняних промислових підприємств-суб'єктів ЗЕД, як потенційна можливість отримати конкурентні переваги на зовнішніх ринках. Проте, до сьогодні українська держава не сформувала чіткого ставлення до інноваційної діяльності [3, с. 25]. Запровадження інновацій залишається одним із викликів для українських підприємств як у високотехнологічному, так і у низькотехнологічному секторах. Тому основною проблемою, яка стоїть перед національною економікою є: не-

сформований з боку промисловості попит на інновації та слабкі ринкові стимули для розвитку науко-місткого виробництва.

Вітчизняна промисловість характеризується слабкою участю у фінансуванні та здійсненні наукових досліджень та розробок. Більшість українських підприємств мають низький рівень інноваційності. До того ж, державна інноваційна політика України не створює умов для діяльності підприємств, як головних Інноваторів у національній інноваційній системі. Малі, середні та великі підприємства не мають мотивації для перетворення результатів досліджень та розробок у нові товари і послуги, та для проведення власних досліджень і розробок. До того ж існує низький рівень інноваційної співпраці між підприємствами та науково-дослідними установами. Ще однією слабкістю ситуації в Україні є суперечливість законодавства стосовно інновацій, особливо у випадках, коли державна фінансова підтримка блокується законом про державний бюджет [5, с. 18].

Висновки. Це далеко не повний перелік проблем промислових підприємств-суб'єктів ЗЕД. Основною тенденцією на сьогодні є неможливість швидкої переорієнтації на зовнішні ринки, оскільки традиційно продукцію відповідної якості реалізовували на ринках країни колишнього СРСР, а на сьогодні ринок висуває абсолютно інші вимоги щодо дотримання стандартів якості. Тому в сучасних умовах необхідно реалізувати комплекс заходів, які б на системному рівні змінили і внутрішню і зовнішню орієнтованість вітчизняних промислових підприємств. Також важливим є подальше вивчення проблем діяльності промислових підприємств-суб'єктів ЗЕД та розробка нових шляхів їх подолання, які відповідатимуть сучасним вимогам світового господарства.

Література

1. Дослідження проблем розвитку промислового виробництва України в умовах кризи / І. А. Брижань // *Наук. вісн. Полтав. університету економіки і торгівлі.* – 2013. – № 2 (58). – С. 93–98.
2. Аналітична доповідь Національного інституту стратегічних досліджень до позачергового послання Президента України до Верховної Ради України “Про внутрішнє та зовнішнє становище України у сфері національної безпеки”. – К. : НІСД, 2014. – 148 с.
3. Промисловість і промислова політика України 2013: актуальні тренди, виклики, можливості: наук.-аналіт. доповідь / О. І. Амоша, В. П. Вишневецьки, Л. О. Збаразська та ін. ; за заг. ред. В. П. Вишневецького ; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2014. – 200 с.
4. Європейська Бізнес-Асоціація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eba.com.ua/uk>.
5. Інновації в Україні: пропозиції до політичних заходів. Консорціум з виконання проекту у складі Louis Berger спільно з LOGOTECH S.A., INTRASOFT International SA, Advansis Oy та ANCE / Джордж Строгілопулос, Гудрун Румпф. – 2011. – 66 с.

References

1. Doslidzhennya problem rozvytku promyslovogo vyrobnyctva Ukrainy v umovah kryzy / I. A. Bryzhan' // *Naukovyj visnyk Poltav's'kogo universytetu ekonomiky i torgivli.* – 2013. – # 2 (58). – P. 93–98.
2. Analitychna dopovid' Nacional'nogo instytutu strategichnyh doslidzhen' do pozachergovogo Poslannya Prezydenta Ukrainy do Verhovnoyi Rady Ukrainy “Pro vnutrishnye ta zovnishnye stanovishhe Ukrainy u sferi nacional'noyi bezpeky”. – K. : NISD, 2014. – 148 p.
3. Promyslovist' i promyslova polityka Ukrainy 2013: aktual'ni trendy, vyklyky, mozhlyvosti: nauk.-analit. dopovid' / O. I. Amosha, V. P. Vyshnevs'ky, L. O. Zbaraz's'ka ta in. ; za zag. red. V. P. Vyshnevs'kogo ; NAN Ukrainy, In-t ekonomiky prom-sti. – Donecz'k, 2014. – 200 p.
4. Yevropejs'ka Biznes Asociaciya [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.eba.com.ua/uk>.
5. Innovaciyi v Ukraini: propozyciyi do politychnyh zahodiv. Konsorcium z vykonannya proektu u skladi Louis Berger spil'no z LOGOTECh S.A., INTRASOFT International SA, Advansis Oy ta ANCE. /Dzhordzh Stro-gilopulos, Gudrun RumpfIO – 2011. – 66 p.

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.
Надійшла/Received: 30.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

УДК 352:005.21(477)(076)

Л. С. СИТНИК, Т. М. БЕРВЕНОВА
ДВНЗ “Донецький національний університет”, м. Вінниця**СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ РЕГІОНУ
(на прикладі Донецької області)**

У статті обґрунтовано перехід до сучасної якості системи планування регіонального розвитку. Розглянуто стратегічні операційні цілі та завдання їх взаємоузгодженості; принципи реалізації політики розвитку території регіону на прикладі Донецької області, підконтрольної Україні; взаємозв'язок з операційними цілями Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року. Запропоновано перелік першочергових напрямів розвитку Донбасу.

Ключові слова: стратегія, територія, регіон, стратегічні і операційні цілі.

L. S. SYTNIK, T. N. BERVENOVA
SHEE “Donetsk National University”, Vinnitsa**STRATEGIC PLANNING OF DEVELOPMENT OF THE REGION (on the example of Donetsk region)**

Abstract – Purpose of the article – to characterize the strategic and operational goals and objectives of the region on the example of the Donetsk region, controlled by Ukraine. The article proves the transition to the modern effective planning of regional development. There are considered strategic and operational goals and objectives, their interconsistency; guidelines for implementing the development strategy of the region; the relationship with the operational objectives of the National Strategy for Regional Development until 2020. Strategic management of territorial development consists of two closely interrelated processes – strategic and operational activities of local governments and other members of the local development. Operational Plan – the basis of preparation of the annual program of socio-economic and cultural development of the locality and it means a real transition to the program-target method of budgeting. Mastering the practical features of the strategic and operational planning of the regional development will contribute to the implementation of reforms in Ukraine, decentralization of power, efficient management of territories. Suggested a list of the developments for the Donbass area: the creation of small businesses, supporting the region; development of agriculture; modernization of basic sectors, and equipment for them; power engineering.

Keywords: strategy, territory, region, strategic and operational objectives.

Л. С. СЫТНИК, Т. Н. БЕРВЕНОВА
ГВУЗ “Донецкий национальный университет”, г. Винница**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ РЕГИОНА
(на примере Донецкой области)**

Охарактеризованы стратегические и оперативные цели и задачи развития территории региона на примере Донецкой области, подконтрольной Украине. В статье обосновано переход к современному качеству системы планирования регионального развития. Рассмотрены стратегические и оперативные цели и задачи, их взаимосогласованность; принципы реализации стратегии развития региона; взаимосвязь с оперативными целями Государственной стратегии регионального развития до 2020 г. Стратегическое управление территориальным развитием представляет собой два тесно взаимосвязанных процесса - стратегическая и оперативная деятельности органов местного самоуправления и других участников местного развития. Оперативный план - основа подготовки ежегодных программ социально-экономического и культурного развития населенного пункта и является средством реального перехода на программно-целевой метод бюджетирования. Овладение на практике особенностями стратегического и оперативного планирования развития территорий, будет способствовать реализации реформы в Украине, децентрализации власти, эффективному управлению территориями. Предложен перечень направлений развития Донбасса: создание малых предприятий, обеспечивающих регион; развитие агропромышленного комплекса; модернизация базовых отраслей и производство оборудования для них; энергетическое машиностроение.

Ключевые слова: стратегия, территория, регион, стратегические и оперативные цели.

Постановка проблеми. Сучасний стан національної економіки зумовлює необхідність подальшого вдосконалення процесу управління територіями як обов'язкової складової забезпечення сталого розвитку держави та демократизації суспільства, що є надзвичайно актуальною проблемою. Важлива роль у її вирішенні належить плануванню на місцевому рівні.

Перехід до сучасної якості системи планування регіонального розвитку потребує зміни сутності планування – із засобу адміністративного тиску на інструмент науково обґрунтованих збалансованих рішень для досягнення цілей соціально економічного та просторового розвитку території; посилення стратегічного характеру планування; демократизації процесу вироблення та прийняття програмних документів; ув'язки стратегічного, просторового та оперативного планування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику стратегічного та оперативного планування у формуванні місцевої політики та плануванні місцевого розвитку розробляли багато вчених. О. Берданова, В. Вакулєнко [1] – виявили основні поняття й принципи управління та планування на місцевому рівні, нормативно-правові засади їх здійснення, А. Газарян [2] – визначив роль і значення стратегічного планування у загальній системі планування місцевого розвитку, Г. Дробенко – розкрив методи залучення територіальних громад до процесу розробки плану, М. Лендєл – опікувався формуванням системи моніторингу та оцінювання реалізації стратегічного плану. В. Куйбіда [3] – встановив зв'язок стратегічного пла-

нування із просторовим та оперативним плануванням; В. Нудельман дослідив загальні засади методики розробки стратегії розвитку територіальної громади. Але динамічні зміни умов функціонування територій, економічна криза, війна з терористами і російськими військовими потребують подальшого удосконалення теорії і практики місцевого розвитку.

Формулювання цілі статті. Мета статті – охарактеризувати стратегічні та операційні цілі та завдання, зміст заходів, що забезпечують їх досягнення; принципи реалізації політики розвитку території регіону.

Виклад основного матеріалу. Україна за час війни на сході втратила 20 % свого економічного потенціалу, в тому числі 25 підприємств, які мали значення для національної економіки. Серед них Єнакієвський металургійний завод і Макіївський філіал, “Топаз”, Донецький завод хімічних виробів, “Норд”, “Стірол”, Луганськтепловоз, Алчевський меткомбінат і коксохімзавод, “Точмаш”, Харцизький трубний завод та ін. Агресор вивіз високоточне обладнання машзаводів.

Зруйновано 1,4 тис. об’єктів залізничної інфраструктури, 1,5 тис. км автомобільних доріг, порушено більше 9 тис. жилих будинків.

Про нагальну потребу вирішення соціальних питань свідчить процес створення військово-цивільних адміністрацій (ВЦА) у Донецькій і Луганській областях, як тимчасових державних органів у складі анти-терористичного центру при СБУ. ВЦА населених пунктів створюються для забезпечення охорони порядку та якісного надання публічних державних послуг на територіях, що межують з зоною проведення АТО.

Відновлення територій Донбасу, підконтрольних Україні, потребує \$ 1,5 млрд (за оцінками експертів USAID). Але стратегія відновлення не може бути заснованою на відтворенні колишнього індустріального потенціалу Донбасу, який відносився до третього технологічного укладу і був приречений на деградацію. Потрібні структурні зміни.

Стратегія розвитку Донецької області на період до 2020 року розроблена апаратом ОДА на підставі Закону України “Про стимулювання розвитку регіонів” від 8 вересня 2005 року № 2850-IV, відповідно до Державної стратегії регіонального розвитку України на період до 2020 року, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 року № 385 та досвіду реалізації Стратегії економічного і соціального розвитку Донецької області на період до 2015 року:

– стратегічне планування дає можливість забезпечити інтегрований підхід до формування і реалізації політики розвитку регіону. Він передбачає поєднання таких складових частин: секторальної (галузевої) – підвищення рівня конкурентоспроможності області шляхом оптимізації і диверсифікації структури економіки, забезпечення ефективної спеціалізації області з пріоритетним використанням власного ресурсного потенціалу;

– територіальної (просторової) – досягнення рівномірного та збалансованого розвитку територій, розвиток міжрегіонального співробітництва, запобігання поглибленню соціально-економічних диспропорцій шляхом активізації місцевої економічної ініціативи та зміцнення потенціалу сільської місцевості, забезпечення соціально-економічної єдності і рівномірності розвитку області з метою створення рівних умов для розвитку людини;

– управлінської – застосування єдиних підходів до формування і реалізації політики розвитку регіону, узгодженість стратегічного планування та прогнозування розвитку держави і регіону. Такий підхід сприяє визначенню цілей політики розвитку регіону до 2020 року.

За результатами ґрунтовного аналізу основних тенденцій соціально-економічного розвитку області протягом останніх десяти років та проблем, що існують в області, визначено цілі стратегії.

Ціль 1. Територіальна соціально-економічна інтеграція і просторовий розвиток передбачає:

– виконання насамперед завдань і здійснення заходів, спрямованих на відновлення безпеки життєдіяльності та економічну реабілітацію регіону;

– недопущення поглиблення диспропорцій, що гальмують розвиток області;

– посилення міжгалузевої та територіальної координації в процесі планування та реалізації регіональних програмних документів;

– створення умов для розвитку міжрегіонального співробітництва.

Ціль 2. Підвищення рівня конкурентоспроможності реального сектору економіки та територій регіону полягає у створенні оптимальних умов для розкриття регіоном власного потенціалу та ефективного використання конкурентних переваг регіональної економіки.

Ціль 3. Розвиток людського потенціалу та соціальна справедливість передбачає підвищення рівня життя населення, ефективне використання трудових ресурсів, збереження і зміцнення здоров’я населення, формування духовно багатой, інтелектуально розвиненої людини, охорону навколишнього природного середовища.

Основними принципами реалізації політики розвитку регіону є:

– конституційність та законність – відповідність Конституції та законам України, міжнародним договорам;

– співробітництво – узгодження цілей, пріоритетів, завдань, заходів і дій місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, забезпечення взаємодії між ними під час формування та реалізації політики розвитку регіону;

– відкритість – прозорість, прогнозованість, передбачуваність, послідовність діяльності органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування під час формування та реалізації політики розвитку регіону;

- гласність – доступність документів регіонального прогнозування та планування для громадськості;
- координація – взаємозв'язок та узгодженість довгострокових стратегій, планів та програм розвитку держави і регіону;
- єдність – зменшення соціально-економічних диспропорцій на території області, сприяння забезпеченню просторової, політичної, економічної, соціальної, гуманітарної цілісності України;
- історична спадкоємність – врахування та збереження позитивного досвіду розвитку регіону;
- сталий розвиток – забезпечення невиснажливого, ощадливого та ефективного використання енергетичних, матеріальних, природних та інших ресурсів для задоволення потреб нинішнього покоління з урахуванням інтересів майбутніх поколінь.

Стратегічною метою реалізації Стратегії на базі системно-діяльнісного підходу визначено забезпечення захисту життя, прав та добробуту кожного громадянина незалежно від місця проживання, зменшення негативних наслідків в економіці шляхом ефективного використання усіх інструментів та чинників її відновлення і модернізації, реалізація регіоном власного потенціалу розвитку, посилення конкурентних позицій регіону.

Стратегічне бачення розвитку області полягає в розв'язанні існуючих проблем шляхом використання внутрішніх та зовнішніх можливостей регіону і є результатом стратегічного спрямування політики розвитку регіону, метою якої є: розвиток та єдність, орієнтовані на людину; досягнення економічного зростання регіону шляхом використання власного потенціалу та реалізації ефективної політики розвитку регіону і, як наслідок, підвищення рівня життя населення; інтеграція регіонального економічного, інформаційного, освітнього, культурного простору до загальноукраїнського простору, в якому особа має змогу для самореалізації та підвищення якості життя незалежно від місця проживання.

Досягнення стратегічних цілей передбачає операційні цілі, узгодженість між якими наведена на рис. 1.

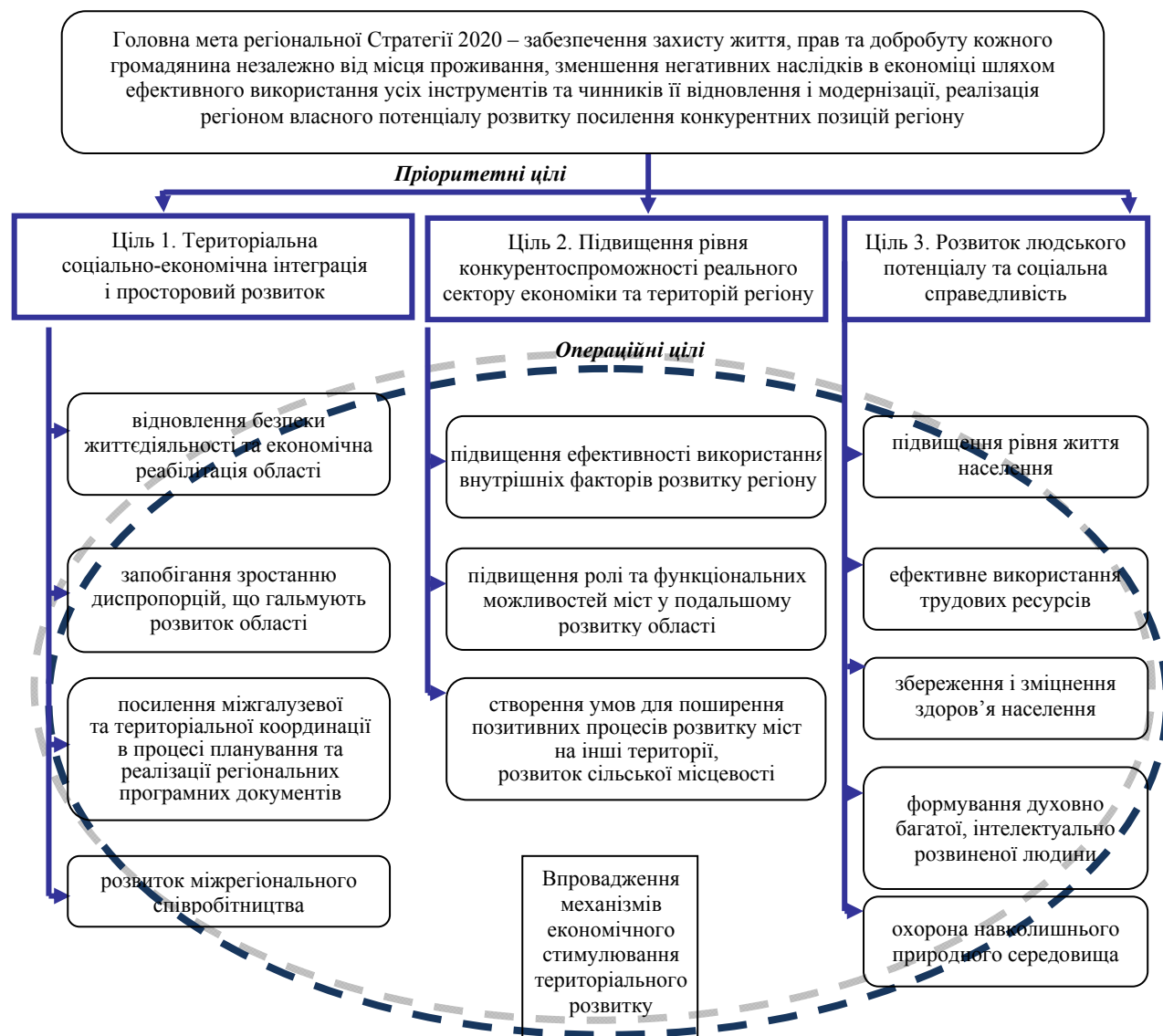


Рис. 1. Взаємоузгодженість стратегічних та операційних цілей

Операційні цілі стратегії розвитку Донецької області максимально наближені до операційних цілей Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року (табл. 1).

Таблиця 1

Узгодженість операційних цілей Стратегії розвитку Донецької області з операційними цілями Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року

Операційні цілі Державної стратегії регіонального розвитку	Операційні цілі Стратегії розвитку Донецької області											
	1.1. Відновлення безпеки життєдіяльності та економічна реабілітація регіону	1.2. Запобігання зростанню диспропорцій, що гальмують розвиток області	1.3. Посилення міжгалузевої та територіальної координації в процесі планування та реалізації регіональних програмних документів	1.4. Розвиток мікрорегіонального співробітництва	2.1. Підвищення ефективності використання внутрішніх факторів розвитку регіону	2.2. Підвищення ролі та функціональних можливостей міст у подальшому розвитку області	2.3. Створення умов для поширення позитивних процесів розвитку міст на інші території, розвиток сільської місцевості	3.1. Підвищення рівня життя населення	3.2. Ефективне використання трудових ресурсів	3.3. Збереження і зміцнення здоров'я населення	3.4. Формування духовно багатой, інтелектуально розвиненої людини	3.5. Охорона навколишнього природного середовища
1.1. Підвищення ролі та функціональних можливостей міст у подальшому розвитку регіонів	+				+	++	+	+	+		+	
1.2. Створення умов для поширення позитивних процесів розвитку міст на інші території, розвиток сільської місцевості	+	+		+	+	+	++	+	+			
1.3. Підвищення ефективності використання внутрішніх факторів розвитку регіонів	+	+	+		++	+	+	+	+	+	+	+
2.1. Виконання завдань і здійснення заходів, спрямованих на вирішення актуальних проблемних питань Донецької і Луганської областей, АР Крим та м. Севастополя	++	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
2.2. Запобігання зростанню диспропорцій, що гальмують розвиток регіонів	+	++	+		+		+	+	+		+	
2.3. Забезпечення комфортного і безпечного життєвого середовища для людини незалежно від місця її проживання	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
2.4. Розвиток мікрорегіонального співробітництва	+	+	+	++		+						
3.1. Децентралізація влади, реформування місцевого самоврядування та адміністративно-територіального устрою			+		+	+	+	+	+			
3.2. Удосконалення системи стратегічного планування регіонального розвитку на загальнодержавному та регіональному рівні	+		+	+								
3.3. Підвищення якості державного управління регіональним розвитком			+			+			+			
3.4. Посилення міжгалузевої координації в процесі планування та реалізації державної регіональної політики		+	++	+		+						
3.5. Інституційне забезпечення регіонального розвитку									+			

Примітка: “++” – відповідає одна одній, “+” – узгоджені/пов’язані.

Такий дієвий механізм узгодженості довгострокового планування на всіх рівнях сприятиме підвищенню ефективності управління та перспективному розвитку українського суспільства.

До першочергових напрямів розвитку Донбасу доцільно додати такі:

- 1) створення малих підприємств, які забезпечують в основному сам регіон: в промисловості, транспорті, послугах. Мета – створити нові робочі місця;
- 2) після відновлення нормального спокійного життя в регіоні – розвиток туризму та рекреація на березі Азовського моря з використанням мінеральних вод, грязей, соляних шахт; індустріальний туризм, історичний туризм і т.д.;
- 3) розвиток агропромислового комплексу: від вирощування до переробки;
- 4) модернізація базових галузей і виробництво обладнання для них (шахтного, металургійного, хімічного);
- 5) енергетичне машинобудування, в т.ч. обладнання для малої генерації, з акцентом на енергозберіганні.

Висновки. Таким чином, стратегічне управління територіальним розвитком являє собою два тісно взаємопов'язані процеси – стратегічну та оперативну діяльність органів місцевого самоврядування та інших учасників місцевого розвитку. Оперативний план – основа підготовки щорічних програм соціально-економічного та культурного розвитку населеного пункту та є засобом реального переходу на програмно-цільовий метод бюджетування. Опанування на практиці особливостями стратегічного та оперативного планування розвитку територій, сприятиме реалізації реформи територіального устрою в Україні, децентралізації влади, ефективному управлінню територіями.

Література

1. Берданова О. В. Стратегічне планування регіонального розвитку : навч. посібник / О. В. Берданова, В. М. Вакулєнко. – К. : Вид-во НАДУ, 2007. – 96 с.
2. Газарян А. Стратегическое планирование в местном самоуправлении. Теоретические заметки и методический материал для тренингов / А. Газарян. – К. : Lorgis, 202. – 100 с.
3. Куйбіда В. С. Регіональний розвиток та просторове планування територій: досвід України та інших держав-членів Ради Європи : збірник / В. С. Куйбіда, В. А. Негода, В. В. Толкованов. – К. : Вид-во “Крамар”, 2009. – 170 с.

References

1. Berdanova O. V. Stratehichne planuvannya rehionalnoho rozvytku : navch. posibnyk / O. V. Berdanova, V. M. Vakulenko. – K. : Vyd-vo NADU, 2007. – 96 s.
2. Hazarian A. Stratehichnoe planirovaniye v mestnom samoupravlenyy. Teoretycheskiye zmetky y metodicheskyy material dlia trenynhov / A. Hazarian. – K. : Lorgis, 202. – 100 s.
3. Kuibida V. S. Rehionalnyi rozvytok ta prostorove planuvannya terytorii : dosvid Ukrainy ta inshykh derzhav-chleniv Rady Yevropy : zbirnyk / V. S. Kuibida, V. A. Nehoda, V. V. Tolkovanov. – K. : vyd-vo “Kramar”, 2009. – 170 s.

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.
Надійшла/Received: 30.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

БЕНЧМАРКІНГ – АЛЬТЕРНАТИВНИЙ МЕТОД СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ

Бенчмаркінг є корисним інструментом, особливо в ситуації, коли необхідно переглянути внутрішню ефективність діяльності підприємства і визначити нові пріоритети діяльності. У статті розглянуто сутність, етапи розвитку та види бенчмаркінгу визначено основні етапи проведення бенчмаркінгу.

Ключові слова: бенчмаркінг, види бенчмаркінгу, етапність бенчмаркінгу, стратегічне планування.

A. M. TKACHENKO, T. O. DROBETSKA

Of State Ukrainian University of Chemical Technology, Dnepropetrovsk

BENCHMARKING AS AN ALTERNATIVE METHOD OF STRATEGIC PLANNING

Abstract – The search of ways and reserves of profitability and competitiveness increasing is the main term of the enterprise effective functioning in a market economy. In terms of modern marketing and management practice the benchmarking is one of the newest approaches to the enterprise competitiveness determining that provides the development of the program of quality increasing based on comparative analysis. So benchmarking is an effective tool for the situation when the enterprise should revise its activity effectiveness and should set new priorities. Efficiency indexes comparison is allowed to find vulnerable and rational aspects of the enterprise activity compared to its competitors and world leaders. Benchmarking analysis gives enterprise a possibility to increase its profitability and facilitates useful competition creating. Ukrainian enterprises have to implement benchmarking to strengthen their competitive position both at domestic and foreign markets. The essence of benchmarking, its evolution stages and its varieties are considered in this article. Phases of benchmarking implementation are defined.

Key words: benchmarking, benchmarking types, stages of benchmarking, strategic planning.

A. M. ТКАЧЕНКО, Т. А. ДРОБЕЦЬКА

ГВУЗ “Украинский государственный химико-технологический университет”, г. Днепропетровск

БЕНЧМАРКЕТИНГ – АЛЬТЕРНАТИВНИЙ МЕТОД СТРАТЕГІЧЕСКОГО ПЛАНУВАННЯ

Поиск путей и резервов повышения доходности и конкурентоспособности деятельности предприятий является важным условием их эффективного функционирования в рыночных условиях. В современной практике менеджмента и маркетинга бенчмаркинг является одним из главных подходов к формированию конкурентоспособности предприятий, а также предусматривает разработку программы улучшения качества на основе сравнительного анализа. Таким образом, бенчмаркинг является полезным инструментом, особенно в ситуации, когда необходимо пересмотреть внутреннюю эффективность деятельности предприятия и определить новые приоритеты деятельности. Сопоставление показателей эффективности позволяет понять уязвимые и рациональные стороны деятельности предприятия по сравнению с конкурентами и мировыми лидерами. Бенчмаркинг-анализ может привести к росту доходности предприятия с высокой экономичностью и создание полезной конкуренции. Для укрепления своей конкурентной позиции, как на отечественном, так и на внешнем рынке, украинским предприятиям целесообразно внедрять в свою деятельность бенчмаркинг.

В статье рассмотрена сущность, этапы развития и проведения, а также определены основные виды бенчмаркинга. Ключевые слова: бенчмаркинг, виды бенчмаркинга, этапность бенчмаркинга, стратегическое планирование.

Постановка проблеми. Робота будь-якого підприємства потребує вдосконалення методів формування стратегічних напрямків розвитку. Активний розвиток стратегічного планування та управління, що відбувався у світі впродовж другої половини ХХ ст., зумовив появу нових підходів, форм, методів та інструментів у формуванні стратегій підприємств. У сучасних умовах ведення бізнесу, коли посилюється конкурентна боротьба та більш жорсткішими стають вимоги щодо якості продукції, зростає доцільність пошуку нових більш ефективних методів його розвитку, які б дали змогу забезпечити конкурентні переваги на ринку. Одним із таких інструментів став бенчмаркінг. Для України бенчмаркінг є новим напрямом введення бізнесу. Саме на його основі відбувається бурхливий розвиток маркетингового простору. Концепція бенчмаркінгу почали успішно впроваджувати на своїх підприємствах ЗАТ “Оболонь”, ВАТ “Фармак”, компанія “Сандора” та ін. Як свідчить досвід цих підприємств, бенчмаркінг, за умов дотримання вимог систематичності та відповідальності чіткому плану, може стати найефективнішим інструментом позитивних організаційних змін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробкою концепції та методів бенчмаркінгу займалися такі вчені як Захарченко В.І., Багієв Г.Л., Савельєва С.В., Кемп Р., Ліпкан В.А., Яшкіна Н.В., Міщенко А.П., Кривов'язюк І.В., Гаркуша Н.М. та ін.

Вклад основного матеріалу. Під бенчмаркінгом розуміють аналітичний процес детального порівняння та оцінки підприємства в розрізі операцій з кращими компаніями в класі як всередині галузі так і поза галуззю. В результаті даного процесу розробляють заходи, спрямовані на перекриття розриву між підприємством, яке реформується, та лідером.

В Україні бенчмаркінг – це відповідно нова категорія до нього ставляться досить обережно, побоюючись, що терміном бенчмаркінг прикривається промислова розвідка. Бенчмаркінг – метод вивчення чужого досвіду, який не містить таємниці [1, с. 279–280].

Вперше цей підхід започаткували у 1972 року для оцінки ефективності бізнесу Інститутом стратегічного планування у Кембриджі (США). Однією з перших компаній яка почала використовувати бенчмаркінг стала “Rank Хегох”. Вона стала лідером у його використанні та досягла успіхів як в теорії так і в практиці. У найбільш загальному розумінні benchmark – це щось, що володіє певною кількістю, якістю та спроможністю бути використаним як еталон у порівнянні з іншими предметами.

Коли у 1985 р. в японських підприємств викликало питання: “Які основні мотиви їхньої експансії за кордоном?” – на другому місці після розширення ринків було названо збір технічної та управлінської інформації. В Японії бенчмаркінг співвідноситься за змістом зі словом “dantotsu”, що означає прагнення кращого стати ще кращим, досягнути ідеалу у кожній деталі створюваного продукту. Цей термін, добре відображає сутність процесу зі створення японцями конкурентних переваг, та був започаткований Т. Кобаясі із “Фуджи-Ксерокс” (Fudji Хегох) [2, с. 124].

Метою бенчмаркінгу є пошук такого бізнесу, де справи йдуть краще, ніж у конкурентів. Але цього недостатньо: після знаходження більш ефективного способу управління та ведення справ, як і раніше, доцільно самостійно знаходити відповідь на запитання “Як це зробити краще?”.

Предметом бенчмаркінгу є процес і результат застосування конкурентом кращих методів, а також процес і результат використання отриманої інформації на користь власного бізнесу. Бенчмаркінг не можна обмежувати лише контрольною точкою, лишаючи поза увагою сам контекст, умови та чинники її досягнення, що умовно називають процесом. Водночас доцільно звернути увагу і на ті обставини, що обмежувати бенчмаркінг лише вивченням самого процесу без розробки методики застосування результатів успіху для власної компанії та вивчення результатів цього застосування є неповним. За таких умов порушується зворотний зв'язок, за допомогою якого і можна оцінити результат та ефективність впровадження успішного процесу в роботу іншого суб'єкта господарювання [5, с. 325].

Фактично бенчмаркінг – це метод альтернативний стратегічному плануванню, у якому завдання визначаються не від досягнутого, а на основі аналізу показників конкурентів. Технологія бенчмаркінгу об'єднує в єдину систему розробку стратегії, галузевий аналіз і аналіз конкурентів.

Розглянемо види бенчмаркінгу:

1) внутрішній бенчмаркінг полягає у порівнянні подібних операцій всередині самого підприємства. Існуючі внутрішні програми впровадження кращих методів організації виробничих процесів. В межах підприємства часто існують схожі процеси, для виконання практично таких самих функцій [4, с. 71]. Перевага цього виду бенчмаркінгу у відносній відкритості та доступності інформації;

2) конкурентний бенчмаркінг – порівняння якості роботи певного підприємства з його конкурентами на ринку. В цьому разі етап збору інформації є надзвичайно складним. Тому набула поширення практика бенчмаркінгових альянсів, коли 2–3 підприємства об'єднують зусилля для пошуку й аналізу необхідних даних. Такий вид бенчмаркінгу називають спільним, або асоціативним;

3) галузевий – порівняння підприємств, які належать до однієї галузі, але не вважаються прямими конкурентами. Керівники цих підприємств постійно обмінюються ідеями та обговорюють питання, що і як варто поліпшувати. Поступово формуються своєрідні мережі “кращих практик”. Однак часто еталон, який сформувався у галузі, трансформується у непорушний стандарт, так зване “офіційне мислення”, що обмежує пошук нових підходів до поліпшення діяльності підприємств;

4) міжгалузевий – порівняння підприємств, які належать до різних галузей. Досвід таких світових лідерів, як “Ford Motors”, “Motorola”, “Toyota Production Systems”, свідчить, що адаптація “кращої практики» компанії з іншої галузі може бути високоєфективним інструментом удосконалення діяльності підприємства”.

Залежно від предмета порівняння бенчмаркінг поділяють на певні види;

5) процесний – вивчення практики побудови бізнес-процесів на підприємствах, що не є прямими конкурентами мають подібні основні бізнес-процеси, наприклад, вивчається, з яких основних етапів складається процес обслуговування клієнтів в еталонній компанії; яка послідовність процедур і операцій, який набір робіт, з котрих складається цей процес; як організовано бізнес-процес обслуговування клієнтів (як обробляються замовлення клієнтів, куди вони відправляються для виконання, як здійснюється доставка замовлень, хто бере участь у цьому процесі, з ким, в якій послідовності взаємодіють різні учасники бізнес-процесу) [9, с. 83];

6) бенчмаркінг процесів (process benchmarking) являє собою пошук підприємств, що мають кращі досягнення в тій або іншій сфері діяльності, для їхнього детального дослідження. Вивчення кращих процесів полягає в усвідомленні механізму функціонування процесу, який цікавить, ніж у порівнянні його показників з результатами аналогічного процесу у своїй компанії. Дослідження звичайно проводиться на підставі взаємної згоди сторін, що регулюється “Кодексом поведіння” (у Європі це “The European Benchmarking Code of Conduct”, розроблений Європейським фондом управління якістю – EFQM). Знання, одержані в процесі еталонного зіставлення, адаптуються та впроваджуються на підприємстві у власні процеси. Бенчмаркінг процесів – це глибоке функціональне дослідження діяльності як свого підприємства, так і підприємства-партнера. У бенчмаркінгу процесів можна виділити два напрямки. По-перше, пошук кращих господарських рішень (best practice), цей напрямок характеризується детальним вивченням етапів, що цікавлять, діяльності організації – партнера, що має структуру процесу. По-друге, вивчення факторів, які сприяють поліпшенню

бізнес-процесу, тобто факторів здійснення (enablers), методів, стратегій, підходів, інструментів, що підвищують показники діяльності підприємства та його конкурентоспроможність [8, с. 143];

7) функціональний – порівняння характеристик певних функцій, що виконуються на різних підприємствах аналогічного профілю. Зокрема, можна порівнювати функціонування кадрової служби. Це потребує вивчення певних бізнес-процесів, таких як залучення, адаптація, навчання, оцінка персоналу тощо;

8) стратегічний – систематичний процес, спрямований на оцінювання альтернатив, реалізацію стратегій та вдосконалення характеристик продуктивності на основі вивчення успішних стратегій підприємств-партнерів. Його метою може бути пошук відповіді на питання, які стратегічні зміни потрібно впровадити, щоб позиції підприємства на ринку поліпшились, а його ринкова частка перевищила ту, яку займає еталонне підприємство.

Яким чином і який саме вид бенчмаркінгу буде застосовувати підприємство, залежить від поставлених перед ним цілей, стадії його розвитку та стану галузі, в якій воно функціонує.

Основою будь-якого бенчмаркінгу є цикл Демінга, тобто безперервний процес, який містить чотири складові: планування, реалізацію плану, перевірку або коригування плану та розробку подальших ідей. Відповідно до цього циклу визначаються основні етапи бенчмаркінгу, які є наявними у кожному бенчмаркінговому проекті: планування, дослідження, спостереження, аналіз, адаптація й удосконалення.

Етап 1. Планування. На першому етапі формується команда бенчмаркінгу. Основним її завданням є визначення потреб споживачів і процесів на підприємстві, які впливають на задоволення цих потреб.

Завданням команди бенчмаркінгу є: визначення критичних процесів та встановлення, яким чином їх можна отримати; визначення всіх членів робочої команди і, якщо можливо, знаходження спонсора.

Головним кроком у процесі планування є використання схем виробничих процесів для цього, щоб команда якнайповніше зрозуміла критичні процеси своєї компанії. Команда має визначити ці процеси та знати, як їх вимірювати не лише зі своєї точки зору, але також і з точки зору споживачів. Дослідження потреб споживачів дає змогу компанії встановити головні фактори успіху, характерні для певної галузі, під впливом яких одне підприємство галузі може отримати переваги на іншим: найвища якість, найвищий рівень сервісу, висококваліфікований і мотивований персонал, краща програма просування продукції та нові продукти, які відповідають вимогам ринку.

На етапі планування команда бенчмаркінгу також має перевірити, чи відповідає її проект стратегічним цілям підприємства. Результатом етапу планування має бути: визначене коло споживачів; оцінені потреби споживачів; охарактеризовані критичні процеси, які дають змогу задовольнити вимоги споживачів; визначена відповідність проекту бенчмаркінгу стратегічним цілям підприємства; створена повноцінна команда бенчмаркінгу; розроблений план збору даних.

Етап 2. Дослідження. На цьому етапі команда бенчмаркінгу має виконати такі завдання:

- визначення системи показників, тобто ключових факторів успіху;
- ідентифікація підприємств конкурентів, які можуть бути включені у групу бенчмаркінгу;
- збір необхідних даних.

Перед вивченням інформації про інші компанії команда бенчмаркінгу збирає максимально можливу кількість даних про внутрішні процеси. Це спрощує процес дослідження і дає можливість одержати вичерпний перелік параметрів, необхідних для проведення бенчмаркінгового зіставлення. Порівняння [6, с. 47].

Наступним кроком на цьому етапі дослідження є визначення потенційних партнерів з бенчмаркінгу. Найкраще при цьому скласти перелік, який містить від трьох до п'яти кандидатів у партнери для спільного бенчмаркінгу. Деякі з потенційних партнерів можуть відмовитись, оскільки є незацікавленими, не мають часу або бажання поділитись інформацією. Хоча в теорії бенчмаркінгу наголошено на використанні для порівняння “найкращих у класі”, при виборі партнерів потрібно також зважати й на інші чинники: затрати, час, розташування, наявність уже налагоджених відносин.

Серед джерел визначення партнерів із бенчмаркінгу можна назвати такі: національні конкурси якості; статті у бізнес-виданнях; спеціалізовані практичні конференції; галузеві та професійні асоціації; консультанти і великі бухгалтерські фірми, котрі працюють у галузі.

Етап 3. Спостереження. На цьому етапі бенчмаркінгова команда відвідує підприємство-джерело інформації, тобто свого партнера. Команда має ретельно підготуватись до цього етапу: укласти угоду з партнерською організацією; розробити план і методологію збору інформації; правильно оцінювати процеси власної системи: вміло оперувати публічною інформацією щодо діяльності підприємства-партнера [3, с. 147].

Спілкуючись із партнером з бенчмаркінгу, потрібно пам'ятати головне правило: “Не проси партнера розповісти те, чого ти сам не хотів би розповідати про свої операції”. Дуже важливо дотримуватись цього правила в Україні, де через брак інформації є недовіра до таких методів удосконалення бізнесу, як бенчмаркінг.

Етап 4. Аналіз. Метою цього етапу є вимірювання розриву між фактичними і бенчмаркінговими показниками та аналіз причин цього розриву. Основними кроками етапу аналізу є:

- підведення ризику та інтерпретація отриманих даних;
- аналіз розриву між власними процесами та процесами партнера;
- прогнозування наявності розривів у майбутньому;
- аналіз додатково отриманої інформації, не передбаченої в плані дослідження, але корисної для підприємства;

5) розробка на основі отриманих даних нових операційних цілей. Аналізувати розрив між підприємствами можна або з позиції поточного стану справ, або як загальну тенденцію упродовж певного періоду. Кожен з методів має свої переваги. Якщо аналізуються такі показники, як собівартість, продуктивність чи якість, то варто розглянути обидва варіанти аналізу.

Етап аналізу є одним із найскладніших у процесі бенчмаркінгу, адже він потребує неабияких творчих та аналітичних здібностей від команди. Крім цього, від професійності у здійсненні аналізу та виявлення всіх тенденцій, впливів і взаємозв'язків залежить результат бенчмаркінгового проекту.

Етап 5. Адаптація. Бенчмаркінг як техніка удосконалення процесу потребує такої структури управління змінами, яка необхідна для здійснення будь-яких удосконалень. При цьому використовується наступна послідовність дій:

1) про результати бенчмаркінгу інформуються всі співробітники, котрі тією чи іншою мірою задіяні в реалізації критичних процесів;

2) формується команда співробітників, які будуть залучатись в процес упровадження змін;

3) результати бенчмаркінгового порівняння трансформуються в кілька головних принципів;

4) розробляється стратегія подальшого розвитку підприємства та план основних дій.

Для успішного здійснення етапу адаптації необхідно залучити в процес обговорення змін усіх осіб, які відповідають за процеси, що підлягають реорганізації. Насамперед слід вказати на потребу в удосконаленні та дати змогу учасникам висловити думки щодо майбутніх змін. Далі обговорюються методологія та результати бенчмаркінгових зусиль, характеризуються загальні очікування та досягається домовленість щодо впровадження удосконалень.

Етап 6. Удосконалення. Головним завданням цього етапу є вибір тих методик та інструментів, які містять елемент постійного удосконалення. Іншим завданням впровадження є виведення бенчмаркінгу за межі спеціалізованих груп і під'єднання всіх необхідних працівників і процесів. Крім цього, має здійснюватись й удосконалення самого процесу бенчмаркінгу, що дасть змогу визначити “найкращу практику” в бенчмаркінгу.

Останнім кроком у бенчмаркінговій діяльності є завершення циклу Демінга і планування подальшого бенчмаркінгового проекту. Досвід, отриманий у процесі виконання попереднього проекту, є джерелом удосконалення процесу бенчмаркінгу. Цей досвід має бути ретельно задокументований і використовуватись у майбутньому як основа для нового циклу бенчмаркінгу.

Бенчмаркінг не повинен бути:

– процедурою, яку виконують формально;

– клонуванням, тобто копіюванням чужого досвіду без урахування стратегії суб'єкта господарювання, масштабів бізнесу та інших особливостей;

– абсолютизацією стандартів якості та інших ідей, визнаних більшістю;

– єдиним методом отримання відповіді на питання, яким чином збільшити продуктивність бізнесу.

Якщо бенчмаркінг застосовується правильно, він дає змогу отримати відповідь не тільки на питання про те, як досягнути поставленої мети, але й на питання: яким може бути наступний рівень? Отже, бенчмаркінг спрямовується у перспективу і допомагає прогнозувати і планувати стратегічні дії на декілька кроків уперед.

Бенчмаркінг здійснюється на двох рівнях:

1. Стратегічний бенчмаркінг – процес забезпечення відповідності стратегії компанії ключовим факторам успіху в галузі і стратегіям поведінки конкурентів.

2. Операційний бенчмаркінг – більш легальний, ніж стратегічний. Він спрямований на забезпечення переваги над конкурентами (створення конкурентних переваг) у різних функціональних напрямках діяльності підприємства собівартості виробництва, ефективності продажу, дослідженнях і розробках [10, с. 438].

Отже, бенчмаркінг – це не окремий одноразовий проект, а стратегія послідовного поліпшення змінами. Започаткувавши бенчмаркінгу діяльність, компанія має продовжувати порівнювати себе з “найкращою практикою”, якщо вона прагне постійного удосконалення.

Висновок. Отже, як одна з найважливіших функцій маркетингової діяльності, бенчмаркінг є безперервним процесом дослідження технологій, технологічних процесів, методів організації виробництва та збуту продукції, менеджменту в кращих компаніях партнерів і конкурентів з метою підвищення ефективності діяльності власної компанії. Слід відзначити, що основним напрямком бенчмаркінгу є інформаційно-аналітична розвідка.

Література

1. Захарченко В. І. Інноваційний менеджмент : навч. посібник / В. І. Захарченко. – К, 2012. – С. 279–282.
2. Багив Г. Л. Маркетинг : учеб. для вузов / Г. Л. Багив. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2010. – С. 122.
3. Савельєва Є. В. Новітній маркетинг : навч. посібник / Є. В. Савельєва. – К. : Знання, 2008. – С. 136–151.
4. Кемп Р. Легальный промышленный шпионаж: бенчмаркинг бизнес-процессов, технологии поиска и внедрения лучших методов работы ваших конкурентов / Р. Кемп ; пер. с англ. ; под ред. О. Б. Максимовой. – Д. : Баланс-Клуб, 2004. – С. 71.

5. Ліпкан В. А. Національна безпека України [Електронний ресурс] : навч. посібник / В. А. Ліпкан. – 2-ге вид. – К. : КНТ, 2009. – 576 с. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/17490110/politologiya/ponyattya_benchmarkingu
6. Яшкіна Н. В. Об'єктивна необхідність застосування бенчмаркінгу / Н. В. Яшкіна // Агросвіт, 2010. – С.47.
7. Міщенко А. П. Стратегічне управління [Електронний ресурс] : навч. посібник / А. П. Міщенко. – К. : Центр навч. л-ри, 2004. – 336 с. – http://pidruchniki.com/15060913/marketing/otsinka_konkurentospromozhnosti_firmi_osnovi_metodu_benchmarkingu
8. Маслов Д. В. Бенчмаркінг – вигідно ли учится у других? [Електронний ресурс] / Д. В. Маслов, Э. А. Белокоровин // Интернет-проект “Корпоративный менеджмент”, 1998–2015. – Режим доступу: <http://www.cfin.ru/management/controlling/benchmarking.shtml>
9. Кривов'язюк І. В. Економічна діагностика [Електронний ресурс] : навч. посібник / І. В. Кривов'язюк. – К. : ЦУЛ, 2013. – С. 83. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1280052839749/marketing/benchmarking_nova_funktsiya_marketingovih_doslidzhen
10. Гаркуша Н. М. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті [Електронний ресурс] : навч. посібник / Н. М. Гаркуша, О. В. Цуканова, О. О. Горошанська. – К. : Знання, 2011. – С. 438. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1904031440762/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/metodi_otsinki_zovnishnogo_seredovischa_pi_dpriyemstva

References

1. Zaxarchenko V. I. Innovacijnyj menedzhment: navchal'nyj posibnyk / V. I. Zaxarchenko. – K, 2012. – S. 279–282.
2. Bagy`ev G. L. Markety`ng Uchebny`k dlya vuzov. – 3-e y`zd. – SPb. : Py`ter, 2010. – S. 122.
3. Cavel`yeva Ye. V. Novitnij markety`ng : Navchal'nyj posibnyk. – K. : Znannya, 2008. – S. 136–151.
4. Kemp R. Legal'nyj promyshlennyj shpy`onazh: Benchmarky`ng by`znes-processov: technology`y` pou`ska y` vnedreny`a luchshy`x metodov raboty vashy`x konkurentov / R. Kemp ; Per. s angl. ; Pod red. O. B. Maksy`movoj. – Dnepropetrovsk : Balans- Klub, 2004. – S.715.
5. Lipkan V. A. Nacional'na bezpeka Ukrayiny` [Elektronny`j resurs]: navchal'nyj posibnyk. 2-ge vy`d. – K. : KNT, 2009. – 576 s. – http://pidruchniki.com/17490110/politologiya/ponyattya_benchmarkingu
6. Yashkina N. V. Ob'yekty`vna neobxidnist` zastosuvannya benchmarkingu / N.V. Yashkina // Agrosvit, 2010. – S. 47.
7. Mishhenko A. P. Strategichne upravlinnya [Elektronny`j resurs] : navch. posib. – Ky`yiv: Centr navchal'noyi literatury`, 2004. – 336 s. – http://pidruchniki.com/15060913/marketing/otsinka_konkurentospromozhnosti_firmi_osnovi_metodu_benchmarkingu
8. Maslov D. V. Benchmarky`ng – vygodno ly` uchy`t'sya u drugy`x? [Elektronny`j resurs] / D. V. Maslov, Э. А. Belokorovy`n // Y`nternet-proekt “Korporaty`vnyj menedzhment”, 1998–2015. – <http://www.cfin.ru/management/controlling/benchmarking.shtml>
9. Kry`vov'yazyuk I. V. Ekonomichna diagnosty`ka [Elektronny`j resurs] : navch. posib. / I. V. Kry`vov'yazyuk. – K. : Centr uchbovoyi literatury`, 2013. – С. 83. – http://pidruchniki.com/1280052839749/marketing/benchmarking_nova_funktsiya_marketingovih_doslidzhen
10. Garkusha N. M. Modeli i metody` pry`jnyattya rishen` v analizi ta audy`ti [Elektronny`j resurs] : navch. posib. / N. M. Garkusha, O. V. Czukanova, O. O. Goroshans`ka. – K. : Znannya, 2011. – С. 438 http://pidruchniki.com/1904031440762/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/metodi_otsinki_zovnishnogo_seredovischa_pi_dpriyemstva

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.
Надійшла/Received: 30.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ПОЛІТИКА КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ¹

У статті наведено результати дослідження особливостей кластерної політики Європейського союзу в сучасних умовах. Виявлено переваги й обмеження інноваційних кластерів країн ЄС порівняно з іншими формами організації економічної діяльності для подальшого застосування кращих практик в умовах посилення інтеграційних процесів України.

Ключові слова: політика кластеризації, інноваційні кластери, країни ЄС, інтеграція.

L. I. FEDULOVA

Kiev National Trade and Economic University

POLICY OF CLUSTERIZATION OF EUROPEAN UNION

Abstract – There are results of research of features of cluster policy of the European Union in the modern world in the article.

Clustering as a tool to improve the competitiveness of the economic system due to the efficiency and flexibility of clusters. The study found the benefits and limitations of innovation clusters of the EU countries compared with other forms of organizing economic activity. Found no direct link between innovation potential of the country and degree of development of clusters. The problems of the EU in terms of ensuring the competitiveness of the economies of member countries through innovation remain and need to find new tools.

Perspectives of the cluster forms of organization of Ukraine's economy dependent on macroeconomic trends in the economic system, the dominant sectors and the scientific and technological potential, able to be realized in terms of strengthening integration processes.

Key words: clustering politics, innovation clusters, EU countries, integration.

Л. И. ФЕДУЛОВА

Киевский национальный торгово-экономический университет

ПОЛИТИКА КЛАСТЕРИЗАЦИИ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

В статье приведены результаты исследования особенностей кластерной политики Европейского союза в современных условиях. Практика показывает, что несмотря на то, что идеология и политика кластеров ведущих стран мира, в том числе и стран ЕС в последнее десятилетие приобретали широкое распространение, разработка и запуск кластерных инициатив остается сложной задачей для Украины через различные типы рынка, отличительную структуру национальной промышленности, политические и культурные барьеры, а также субъективные факторы экономической политики. Выявлены преимущества и ограничения инновационных кластеров стран ЕС по сравнению с другими формами организации экономической деятельности для дальнейшего применения лучших практик в условиях усиления интраэкономических процессов Украины.

Ключевые слова: политика кластеризации, инновационные кластеры, страны ЕС, интеграция.

Постановка проблеми. Незважаючи на циклічні кризові явища, у людства сьогодні немає іншої альтернативи, окрім подальшого прискорення інноваційного розвитку, обумовленого поступовим вичерпанням наявних природних ресурсів, зростанням населення планети й серйозними екологічними змінами, що відбуваються. Тому ключовим моментом в стратегіях країн світу виступає завдання визначення шляхів сталого соціально-економічного розвитку на основі більш широкого застосування нових досягнень науки й технологій, а також чіткої взаємодії держави, бізнесу, науки і освіти на основі використання ефективних інструментів управління, серед яких важливу роль продовжує відігравати кластерний підхід.

Підтримка поширення кластерної концепції в Україні визначає необхідність пошуку нових механізмів і моделей регулювання підприємницької діяльності з врахуванням адаптованого європейського досвіду.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Рух цивілізації по шляху сталого розвитку, окрім радикальних змін у всіх сферах людської діяльності (економічної, політичної, соціальної, наукової, екологічної тощо), передбачає важливу трансформацію цілей, пріоритетів і структури формування та реалізації сучасного наукового знання. З цих позицій, питання кластерної політики і процесу кластеризації економіки займають одне із центральних місць в економічній науці. В сучасній економічній думці й до цього часу продовжуються дослідження положень класика теорії кластерів М. Портера. Особливе місце в роботах науковців займають проблеми формування інноваційних кластерів [1], питання створення усередині кластерів не лише формальних, але й неформальних, особистих взаємозв'язків між його учасниками, що полегшує ведення бізнесу [2], особливості впливу промислово-інноваційних кластерів на інноваційний потенціал європейських країн [3]. В процесі досліджень доведено, що для розвинених кластерів характерна наявність як вертикальних (покупець – продавець), так і горизонтальних (загальні споживачі, технології виробництва, канали поширення товарів) зв'язків. З врахуванням зазначеного, стверджується, що формування конкуренто-

¹Стаття підготовлена в рамках виконання фундаментальної науково-дослідної роботи “Кластеризація економіки України в умовах європейської інтеграції” : наказ МОН України № 1243 від 31.10.2014.

спроможних кластерів: а) сприяє розвитку тих регіонів, на території яких вони розташовані; б) є критично важливою умовою поглиблення міжрегіональної економічної інтеграції; в) є каталізатором розміщення тих виробництв і об'єктів інфраструктури, які сприяють розвитку кластера [4]. Проте не вирішеними залишаються питання щодо визначення можливостей та обмежень формування інноваційних кластерів й відповідної політики кластеризації.

Формування цілей статті. Метою статті є визначення особливостей застосування кластерної політики країн ЄС в сучасних умовах для подальшого застосування передового досвіду в умовах посилення інтеграційних процесів України.

Виклад основного матеріалу. Ретроспектива показує, що кластерний підхід, започаткований на партнерстві зацікавлених в співпраці суб'єктів, спочатку використовувався в дослідженнях проблем конкурентоспроможності фірм. З часом він став застосовуватися при вирішенні усе більш широкого кола завдань (зокрема, при аналізі конкурентоспроможності держави, регіону, галузі; при розробці загальнодержавної промислової політики і програм регіонального розвитку), а також як метод стимулювання інноваційної діяльності, основа взаємодії великого і малого бізнесу.

В економічній системі ЄС розвиток кластерів вважається ефективним напрямом інноваційної підприємницької діяльності. Так, у “Декларації про зміцнення економічного співробітництва в Європі” (1997 р.) і “Плані дій”, що її деталізує, формування нових виробничих систем на основі мереж і кластерів було проголошено як один з найбільш актуальних напрямів розвитку європейської співпраці. Дана тема була також предметом обговорення Першого Всесвітнього конгресу в Парижі (січень 2001 р.), проведеного за ініціативою Організації співпраці і розвитку (OECD) і ряду інших міжнародних структур. Ініціатива ЄС “Безперервна інноваційна політика (Континуум)” також підкреслила роль кластерних мереж як каталізатора інноваційних процесів ЄС і ОЕСР та показала, що регіони і усередині регіонів, технологічні кластери – складають центральну сходинку динамічних інноваційних сходів. Однією із важливих сучасних тенденцій міжнародного рівня координації кластерного розвитку в Європі є формування галузевих міжкластерних мереж. Як приклад даного виду взаємодії можна навести кластерну ініціативу в харчовій промисловості (Food Cluster Initiative), яка була запущена в 2007 р. з метою об'єднати різні проекти в даному секторі.

Останніми роками спостерігається орієнтація на фінансування офіційними органами Євросоюзу проектів, що передбачають формування мережевого співтовариства самих організаторів і учасників кластерів (зокрема, ініціатива щодо вдосконалення європейських кластерів, що включає клуб менеджерів). Зокрема, партнери CLUNET (Європейського кластерного альянсу) вбудовують кластерну політику в інноваційну як усередині свого регіону, так і на європейському і міжнародному рівні [5]. Експерти CLUNET вважають ключовими елементами успішної інноваційної економіки фокусування довкола трьох основних видів діяльності: інноваційного потенціалу; інноваційної співпраці; інвестицій в інновації. Європейською Комісією доведено, що кластери функціонують в рамках сучасного підходу “відкритих інновацій”, згідно якому інновації створюються не в окремих організаціях, а в особливому середовищі, де організації і працівники ефективно взаємодіють, доповнюють один одного, акумулюють існуючі знання, і генерують нові ідеї та продукти (інноваційній системі). Звідси, особлива роль належить саме інноваційним кластерам як особливим видам кластера, що володіє властивостями, які дозволяють прискорити процес генерації, виробництва і комерціалізації інновацій [1]. Специфіка кластерного підходу полягає в підвищенні конкурентоспроможності компаній в результаті їх взаємодії, а кластери здійснюють зворотний взаємозв'язок, що приводить до формування національної інноваційної системи (НІС) в процесі кластеризації.

Загалом, за останні роки у західній економічній думці було здійснено суттєвий прорив у вивченні кластерів, що обумовлено наступними факторами: 1) формуванням системи дослідницьких центрів, що спеціалізуються на кластерних дослідженнях і започатковуються на єдності цілей і задач, а також, перебувають у постійному контакті завдяки наявності мереж; 2) можливістю майже миттєвої апробації досліджень завдяки загальноєвропейській орієнтації на кластерну стратегію розвитку економіки (зокрема, дослідження, проведені найбільшими інститутами на замовлення міністерств, відразу ж реалізовувалися на практиці, а за результатами реалізації проводився моніторинг, підсумки якого стимулювали нові дослідження); 3) масовою картографією в країнах Європи, а також в окремих країнах Америки, Азії й Африки, радикально змінила кластерний контент Європи й світу [6]

Однак особливості реалізації принципу субсидіарності (наділення владою самої нижньої ланки інституціональної ієрархії) обмежують можливість загальноєвропейських установ ефективно стимулювати формування й подальший розвиток кластерів світового рівня. Надання більш широких повноважень установам ЄС сприяло б зростанню ефективності кластерної політики. Економісти й галузеві експерти сходяться в одному: принцип формування кластерів на основі географічної близькості йде в минуле, в основі побудови сучасних кластерів лежить принцип спільності економічних інтересів. Так, згідно звіту за результатами дослідження, проведеного компанією Cisco в 2011 році, сучасні кластери й так звані “інноваційні хаби” можна охарактеризувати як “цифрові співтовариства, започатковані на зближенні інтелектуального потенціалу, а не тільки на географічній близькості”, що в значному ступені пов'язано з розвитком он-лайнних соціальних мереж і механізмів співробітництва в бізнес-сфері [7].

Досвід успішних практик в ЄС показує, що на етапі створення кластера основну роль відіграє його проектна стратегія. Залучення учасників до складу кластера відбувається значно швидше й ефективніше,

якщо існує великий проект, що носить, з одного боку, стратегічний характер для подальшого функціонування кластера, з іншого, – передбачає участь потенційних організацій-учасників у забезпеченні ресурсами даного проекту й в одержанні вигоди від його реалізації. При цьому проекти інноваційних кластерів повинні включати взаємодіючі в рамках цільових механізмів венчурно-інноваційний фонд, лізингову компанію, логістичний підрозділ, інститут економічного розвитку, інвестиційний фонд, венчурні філії банків і страхових компаній і, звичайно ж, венчурні підприємства, як вирощені системою (підприємства-донори), так і створені, й ті, що перебувають на етапі розвитку (підприємства-реципієнти).

Так, досвід успішних кластерів наноіндустрії дозволяє стверджувати, що успіх кластерного проекту критично залежить від можливості забезпечення самодостатності кластера в результаті залучення учасників у єдиний інноваційний механізм за допомогою інституціонального замовлення, що відповідає зростаючим потребам ринку. Крім того, високе співвідношення вартості нанопродуктів та їхньої ваги спрощує логістику й усуває жорсткість вимог до компактного розміщення коопераційних потоків. Це означає, що в пропонуваному підході пріоритетним є визначення необхідного й достатнього складу кластера, що міг би управляти повним інноваційним циклом (або його ключовими стадіями) в перспективних з позиції майбутніх продажів груп нанотехнологій або нанопродуктів. І тільки потім здійснюється пошук можливостей локалізації такого кластера на території з урахуванням територіального розташування конкретних нанотехнологічних організацій, що володіють необхідною компетенцією й ресурсами. Отже, більш важливою є можливість забезпечити необхідний результат – випуск затребуваної нанопродукції й надання конкурентоспроможних послуг в сфері нанотехнологій [8]. Таким чином, в умовах постіндустріального суспільства, в якому ключовим технологічним базисом є інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), змінюються положення кластерної концепції в частині його організаційного проектування й посилюється роль мережевого управління.

Увага учених і фахівців до кластеризації економіки ЄС як інструменту підвищення її конкурентоспроможності пояснюється ефективністю і гнучкістю кластерів, що визначається наступними їх перевагами порівняно з іншими формами організації економічної діяльності (табл. 1).

Таблиця 1

**Переваги та обмеження інноваційних кластерів країн ЄС
порівняно з іншими формами організації економічної діяльності**

Переваги	Обмеження	Умова ефективності
1. Зниження фінансових і кредитних ризиків та підвищення стабільності і прогнозованості грошових потоків	Відсутність комплексного підходу до ланцюжка формування доданої вартості на рівні осіб, що приймають рішення, веде до того, що надається явна перевага фінансовим механізмам і не приділяється достатня увага менш витратним інструментам, що перебувають на стороні попиту	Для формування інноваційного кластера необхідна наявність компетенцій, технічних можливостей, логістичних комунікацій, системи стосунків, що передбачають здійснення перманентного інноваційного розвитку
2. Зниження трансакційних витрат, які розглядаються як витрати на різні види організації бізнесу	Замкнутість кластера може стати причиною зниження гнучкості підприємств-учасників	Концентрація уваги на відповідних видах послуг (послуги, пов'язані з формуванням мереж, встановленням ділових зв'язків, брокерські послуги, комунальні й інфраструктурні послуги, бізнес-послуги (Knowledge Intensive Business) відповідає принципу посилення орієнтації інноваційної політики ЄС на вдосконалювання ланцюжка формування доданої вартості й умов для ведення інноваційних розробок у європейських університетах, науково-дослідницьких центрах, приватних компаніях, державних установах і навіть у середовищі споживачів
3. Збільшення інноваційної активності учасників кластера пов'язане з тим, що кластер виступає в ролі своєрідного "сховища" знань, навичок і досвіду талановитих людей, що є фахівцями у сфері основної діяльності кластера	Залежність результатів роботи всього кластера від ефективності діяльності кожного з його учасників. Унікальність кожного кластера приводить до значного ускладнення оцінки ефективності його функціонування, оскільки відсутня можливість для порівняння з іншими кластерами	Сприяння процесу спільних інновацій в результаті прагнення розширити масштаб і сферу зовнішнього партнерства і альянсів для одержання доступу до нових технологій, знань і ринків
4. Розвиток інформаційних і маркетингових зв'язків між підприємствами кластера на основі сучасних технологій, активний розвиток кластерних брендів	Відсутність ефективного внутрішнього ринку обмежує стимули для розробки нових продуктів, що пов'язано з відмінністю технічних стандартів, фрагментацією законодавства й різними умовами виходу на ринки окремих країн	Удосконалювання процесу управління інноваціями в ЄС у тих напрямках, де можливі істотні поліпшення в сфері послідовності прийнятих на рівні ЄС рішень з метою більшої узгодженості заходів, спрямованих на розвиток інновацій

Переваги	Обмеження	Умова ефективності
5. Формування в рамках економічної інтеграції відсутніх ланок ланцюжка створення вартості, загальних стандартів виробництва, постачань і управління	Превалювання в інноваційній політиці ЄС національних інтересів обмежує величину доступних ринків і можливість європейських компаній здійснювати високорентабельні міжнародні спільні інноваційні проекти	Застосування інноваційних фінансових інструментів – цільових механізмів фінансування, у тому числі для забезпечення об'єктами прав інтелектуальної власності, а також співробітництво між державними органами й комерційними кредитними організаціями в процесі розробки стандартів, що регулюють використання нематеріальних активів як застави, що значно розширить список таких активів в компаній, які працюють у наукомісткому секторі національної економіки

Дослідження показують, що увесь комплекс задіяних механізмів та інструментів інноваційної політики ЄС спрямований на досягнення результативності стратегічних цілей в частині посилення інноваційності економіки. Зазначене фіксується різними рейтингами й міжнародними системами оцінок, серед яких найбільш відомим є Європейське інноваційне табло (European Innovation Scoreboard – EIS), що показує сумарний індекс інновацій (Summary Innovation Index – SII), який розраховується за методологією порівняння результатів інноваційної діяльності 27 країн ЄС з іншими країнами, найбільшими по видатках на дослідження й розробки. За SII держави ранжуються на групи: “лідери інновацій”, “прихильники інновацій”, “помірні інноватори”, “наздоганяючі інноватори”. Так, за даними Innovation Union Scoreboard 2014 ефективність інноваційного зростання Південної Кореї протягом 2008–2013 рр. була вдвічі більшою, ніж в ЄС.

За даними зазначеного рейтингу, нами було здійснено дослідження наявності зв'язку між інноваційним потенціалом країн і ступенем розвитку кластерів в них (табл. 2).

Таблиця 2

Значення деяких індексів SII у розрізі першої двадцятки країн Глобального індексу інновацій 2014

Країна	Рейтинг ГП	Стан розвитку кластерів	Створення знань	Зв'язки в інноваційній сфері
Швейцарія	1	4	1	8
Великобританія	2	12	5	13
Швеція	3	18	3	19
Фінляндія	4	11	8	16
Нідерланди	5	8	9	23
Данія	8	32	14	38
Ірландія	11	20	10	17
Німеччина	13	3	11	24
Норвегія	14	14	28	34
Австрія	20	16	25	32

Джерело: складено за даними “The Global Innovation Index 2014. The Human Factor in Innovation” [9].

Ці дані збігаються з результатами дослідження Рекорда С.І. [3], який окрім іншого, встановив наступне: наявність відставання Європейського союзу в цілому від США як інноваційного лідера; серед європейських країн великим потенціалом володіють, в першу чергу, країни, що не входять в ЄС, а саме: Швейцарія і Норвегія; відсутність прямої залежності між рівнем розвитку кластерів та інноваційною конкурентоспроможністю країн. У цьому сенсі для о показовим є приклад Італії, яка займає перше місце за станом кластерного розвитку, проте, за рівнем інноваційного розвитку істотно відстає навіть від середньоєвропейського рівня. Частково погоджуємося з думкою С. Рекорда про те, що традиційна кластерна концепція, в якій основною властивістю кластерів є контрація підприємств на певній обмеженій території, морально застаріла. Саме від такого підходу в контексті ідеї розвитку інноваційних кластерів зараз відмовляються на рівні ЄС. Отже, проблеми ЄС в частині забезпечення конкурентоспроможності економік країн-учасниць на основі інновацій залишаються й потребують пошуку нових інструментів. У останні десятиліття уряди багатьох країн Європи розробляють кластерні моделі і стратегії, метою яких є реалізація переваг власної національної економіки, а не копіювання чужих досягнень. Формування і розвиток національних кластерів сприяє ефективній інтеграції інтелектуальних і фінансових ресурсів як усередині, так і за межами кластера.

Висновки. У сучасних умовах взаємодії економічних агентів усередині кластерних утворень як локальних, так і міжнародних – набуває усе більш нелінійного характеру, реагуючи, таким чином, на політику державного втручання. За таких умов інноваційний компонент економічного зростання стає в центрі уваги при розробці стратегій соціально-економічного розвитку, як окремих держав, так і регіонів.

Практика показує, що незважаючи на те, що ідеологія й політика кластерів провідних країн світу, у тому числі й країн ЄС в останні десятиліття набували широкого поширення, розробка й запуск кластерних

ініціатив залишається складним завданням для України через різні типи ринку, відмітну структуру національної промисловості, політичні й культурні бар'єри, а також суб'єктивні фактори економічної політики. Тому поглиблене вивчення досвіду й умов успіху кластерної політики є необхідною умовою для більш тісного співробітництва між державними організаціями й економічними агентами, що реалізують стратегії кластерів у рамках відповідних програм у країнах ЄС. Перспективи кластерної форми організації інноваційної економіки залежать від макроекономічних тенденцій в системі господарювання, а також домінуючих секторів виробництва та існуючих категорій споживачів.

Література

1. Van den Berg L., Braun E., van Winden W. Growth Andersson T., Schwaag-Serger S., Sorvik J., Hansson E.W. The Cluster Policies Whitebook. IKED, 2004.
2. Van den Berg L., Braun E., van Winden W. Growth Clusters in European Cities: An Integral Approach. Urban Studies, 2001.
3. Рекорд С. И. Развитие промышленно-инновационных кластеров в Европе: эволюция и современная дискуссия / С. И. Рекорд. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 109 с.
4. Скоч А. Место кластеров в современных концепциях формирования региональной экономической политики [Электронный ресурс] / А. Скоч // Академические тетради. – Режим доступа: <http://independent-academy.net/science/tetradi/12/skoch.html>
5. Improving the cluster infrastructure through policy actions // Innovation Cooperation (PRO INNO Europe ®) URL: <http://www.proinno-europe.eu/sites/default/files/page/10/05/>.
6. Комарова И. И. Круг трансформаций: от общества знаний к инновационной экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vatanym.ru/index.php>.
7. Lange, A. et al. (2010 год) Next-Generation Clusters: Creating Innovation Hubs To Boost Economic Growth," Cisco White Paper: Clusters_Innovation_Hubs_FINAL.pdf.
8. Инновационные кластеры nanoиндустрии / Г. Л. Азоев [и др.] ; под ред. Г. Л. Азоева. – М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. – 296 с.
9. The Global Innovation Index 2014. The Human Factor in Innovation [Electronic resource]. – URL: <http://www.globalinnovationindex.org/content.aspx?page=gii-full-report-2014>

References

1. Van den Berg L., Braun E., van Winden W. Growth Andersson T., Schwaag-Serger S., Sorvik J., Hansson E.W. The Cluster Policies Whitebook. IKED, 2004.
2. Van den Berg L., Braun E., van Winden W. Growth Clusters in European Cities: An Integral Approach. Urban Studies, 2001.
3. Rekord S. I. Razvitie promyshlenno-innovacionnyh klasterov v Evrope: ehvoljuciya i sovremennaya diskussiya / S. I. Rekord. – SPb. : Izd-vo SPbGUEHF, 2010. – 109 s.
4. Skoch A. Mesto klasterov v sovremennyh koncepciyah formirovaniya regional'noj ehkonomicheskoj politiki / A. Skoch // Akademicheskie tetradi [Elektronij resurs]. – Rezhim dostupu: <http://independent-academy.net/science/tetradi/12/skoch.html>
5. Improving the cluster infrastructure through policy actions // Innovation Cooperation (PRO INNO Europe ®) URL: <http://www.proinno-europe.eu/sites/default/files/page/10/05/>.
6. Komarova I. I. Krug transformacij: ot obshchestva znaniy uk innovacionnoj ehkonomike : Elektronij resurs. – Rezhim dostupu: <http://www.vatanym.ru/index.php>.
7. Lange, A. et al. (2010 год), "Next-Generation Clusters: Creating Innovation Hubs To Boost Economic Growth" Cisco White Paper: Clusters_Innovation_Hubs_FINAL.pdf.
8. Инновационные кластеры nanoиндустрии / Г. Л. Азоев [и др.] ; под ред. Г. Л. Азоева. – М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. – 296 с.
9. The Global Innovation Index 2014. The Human Factor in Innovation [Electronic resource]. – URL: <http://www.globalinnovationindex.org/content.aspx?page=gii-full-report-2014>

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.
Надійшла/Received: 30.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ЗДІЙСНЕННЯ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ

Обґрунтовано необхідність визначення пріоритетних напрямів забезпечення процесу управління змінами. Визначено ключові особливості при формуванні корпоративної соціальної відповідальності. Доведено та обґрунтовано різні моделі застосування корпоративної соціальної відповідальності. Визначено напрями забезпечення процесу управління змінами.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, зміни, механізм здійснення змін, реінжиніринг бізнес-процесів.

O. I. GARAFONOVA

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A FACTOR IN SUPPORT OF THE IMPLEMENTATION OF CHANGES TO THE ENTERPRISE

Abstract – The necessity to identify priority areas to ensure the process of change management. The key features in the formation of corporate social responsibility. Proved and justified the use of different models of corporate social responsibility. Directions software change management process.

Key words: corporate social responsibility, changes, mechanism of change, re-engineering business processes.

О. И. ГАРАФОНОВА

ГВУЗ “Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана”

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОЦЕССА ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Обоснована необходимость определения приоритетных направлений обеспечения процесса управления изменениями. Определены ключевые особенности при формировании корпоративной социальной ответственности. Доказано и обосновано различные модели применения корпоративной социальной ответственности. Определены направления обеспечения процесса управления изменениями.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, изменения, механизм осуществления изменений, реинжиниринг бизнес-процессов.

Постановка проблеми. Сучасні підприємства забезпечують виживання на ринку, ефективно функціонування, збереження конкурентоспроможності не лише продукції, але й власне підприємства в цілому, а також розвиток в процесі безперервних змін видів діяльності, технологій, продуктів, ринків, організаційної культури тощо. Нинішні важкі умови для функціонування підприємств спричиняють такий процес, що зміни обумовлені саме необхідністю пристосування до реальних умов, тобто адаптацією. Для цього необхідно розробити технологію стратегічно-адаптивного управління змінами на підприємстві, в основі якої покласти соціально-корпоративну відповідальність. Що вищим є рівень адаптації, то надійнішою стає система та вищим є рівень її виживання та ефективності функціонування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Суттєвий внесок у дослідження проблем, пов'язаних із соціальною відповідальністю підприємства зробили зарубіжні вчені: Дж. Акерлоф, Г. Боуен, Р. Гласберген, Д. Десензо, Н. Зубаревич, А. Керрол, Ф.Котлер, Н. Лі, Р. Нуреев, С. Роббінс, І. Семякін, Р. Хачатуров, М. Фрідман, Е. Фрімен, Р. Ягутян та вітчизняні вчені: Б. Андрушків, Н. Балабанова, Л. Білецька, Я. Брич, С. Гончарова, Т. Горохова, Л. Грицина, В. Євтушенко, О. Зайцева, С. Ілляшенко, А. Колот, Л. Корчевська, Н. Кричавський, О. Лазаренко, С. Литовченко, Є. Мішенін, О. Плахотний, О. Поляков, Р. Пустовійт, О. Ростігасв, Г. Савіна, П. Тархов, О. Телетов, Ю. Ушкаренко, А. Чірікова, А. Шевчук та ін.

Питання щодо дослідження результативності діяльності підприємства отримали висвітлення у роботах вітчизняних та зарубіжних вчених: Л. Абалкіна, А. Борисова, П. Друкера, Ю. Перевалова, Р. Дарміца, О. Корінцевої, Л. Мельник, А. Сафіна, Л. Федулової, З. Шершньової та ін.

Формулювання цілі статті. Тому постає нагальна необхідність в систематизації напрямів забезпечення процесу здійснення змін на підприємстві із врахуванням впливу соціальної корпоративної відповідальності на систему управління змінами на підприємстві.

Вклад основного матеріалу. У сучасному світі соціальна позиція підприємства все більше впливає на його репутацію та імідж. Оцінюючи його діяльність, суспільство розглядає не тільки виробничі та фінансові показники, але й те, як підприємство піклується про власних працівників, наскільки його функціонування відповідає інтересам інших учасників бізнес-процесів.

З авторської точки зору зміна – це трансформація або інкорпорація одного стану підприємства в інший стан, який на відміну від попереднього відрізняється, як правило, якісними тенденціями зростання або спаду внаслідок впливу різних екзогенних та ендогенних факторів існуючого середовища підприємства (зовнішнього та внутрішнього) в умовах кризового стану в країні [1].

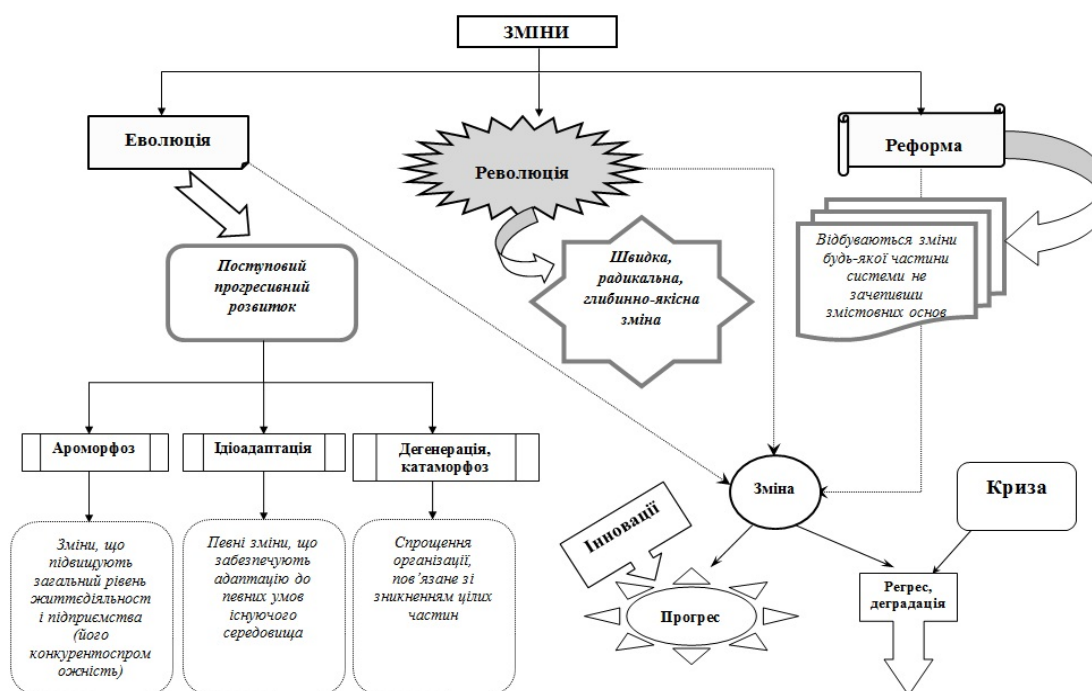


Рис. 1. Підходи до визначення поняття “зміни”*

Джерело: * розроблено та побудовано за [1].

Редизайн, як правило, стосується стратегічного переосмислення бізнес-процесів (рис. 2). Іншими словами редизайн тісно пов’язаний із реінжинірингом бізнес-процесів, про який йшлося раніше.

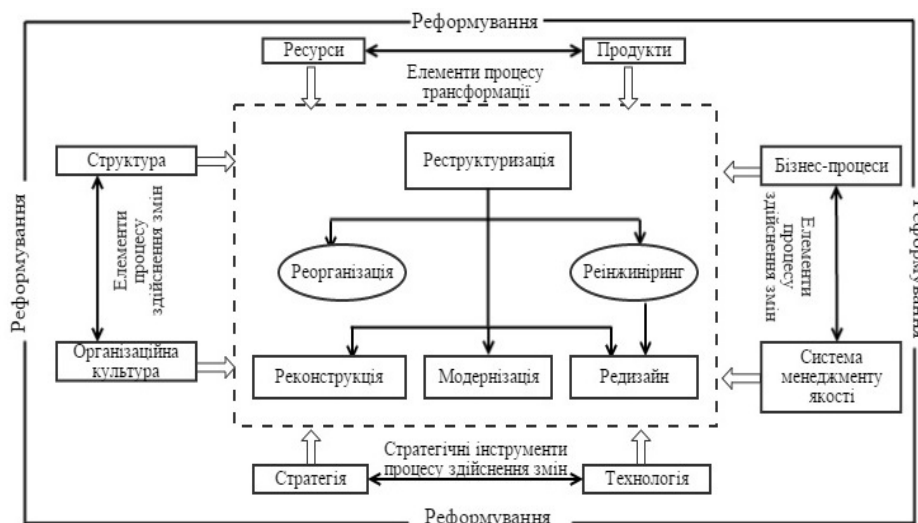


Рис. 2. Взаємозв’язок понять радикальних та еволюційних змін на підприємстві, а саме: реформування, реструктуризації, реорганізації та реінжинірингу*

Джерело: * складено та побудовано за [1].

Існує декілька різних точок зору на поведінку підприємства відносно суспільного середовища в контексті соціальної відповідальності. Згідно з однією з них, підприємство є соціально відповідальним, коли максимально збільшує прибуток, не порушуючи законів і норм державного регулювання. З цієї позиції підприємство повинне переслідувати тільки економічні цілі. Відносно іншої точки зору, підприємству слід враховувати не тільки відповідальність економічного характеру, але й людські та соціальні аспекти впливу своєї ділової активності на працівників, споживачів і місцеві громади, на території яких здійснюється його діяльність, а також вносити певний позитивний внесок у вирішення соціальних проблем у цілому.

У науковій літературі, документах національних і міжнародних організацій соціальна роль підприємства розкривається через ряд таких понять, як: “філантропія” [2], “добродійність” [3], “соціальна відповідальність” [4]. Їх синонімом виступає також поняття “корпоративна соціальна відповідальність” [5].

Таким чином, термінологічно “соціальну відповідальність підприємства” можна представити, як обов’язок самостійної господарсько-адміністративної самофінансованої і самоуправлінської юридичної особи, яка здійснює виробничі, комерційні, торговельні та інші функції, надає послуги з метою одержання прибутку, відповідати за взяті нею зобов’язання виконувати угоди, дотримуватися законів, сплачувати податки, компенсувати збитки, що заподіяні чужій власності, навколишньому середовищу в інтересах суспільства.

Таблиця 1

Характеристика моделей соціальної відповідальності підприємства*

Модель соціальної відповідальності підприємства	Характеристика
1. Англо-американська	Ініціюється самими компаніями, передбачає максимальну самостійність підприємств у визначенні свого суспільного вкладу. У той же час, ця модель законодавчо заохочує соціальні інвестиції у вигідні для суспільства сфери через відповідні податкові пільги при мінімальному державному регулюванні
2. Європейська	Своєрідна система державного регулювання за допомогою норм, стандартів і законів відповідних держав. При цьому європейські підприємства більш обмежені у питаннях своєї відповідальності перед суспільством. Велика увага приділяється адресним соціальним програмам і бізнес-проектам та дуже популярному принципу колективної солідарності
3. Австралійська	Серед державних органів, які займаються питаннями корпоративної соціальної відповідальності (КСО), можна назвати: Ділову раду Австралії, Департамент у справах сім’ї і суспільних послуг, Парламентський комітет з фінансових послуг і корпорацій. Крім того, у березні 2003 року Австралійська фондова біржа (Australian Stock Exchange) опублікувала Принципи належного корпоративного управління і кращі практики. Принципи охоплюють питання ролі керівників і членів правління у сприянні КСО компанії; задоволення інформаційних потреб сучасного інвестиційного співтовариства; невизначеності і ризику управління, а також визнання законних інтересів всіх зацікавлених сторін. Одним із способів державного заохочення етичного ведення бізнесу було вручення соціально відповідальним компаніям спеціальної винагороди – “Prime Minister’s Awards for Excellence in Community Business Partnerships”
4. Канадська	Модель багато у чому схожа з американською. Але, окрім загальних заходів щодо соціального захисту населення, реалізуються програми досконалості якості і здорового робочого місця. Перелік заходів охоплює сфери боротьби з виробничим травматизмом і професійними захворюваннями, охорони здоров’я працюючого населення, боротьби з безробіттям за допомогою зменшення плинності кадрів на конкретному підприємстві

*Складено за [5–6].

Формування української національної моделі соціальної відповідальності бізнесу, яка б відповідала сучасним умовам, знаходиться на початковому етапі. Належна увага стала приділятися цій проблемі у роботах вітчизняних учених лише в останні роки, а тому аналітичних досліджень не вистачає. На відміну від американської і європейської моделей в Україні роль держави у формуванні і розвитку соціальної місії бізнесу досить висока. Це певною мірою пов’язано з елементами командної системи, які залишилися з радянських часів. Проте головна відмінна національна риса полягає у тому, що на регіональному і державному рівнях соціальний вклад в основному зводиться до примусової участі бізнесу у реалізації всіляких соціальних і культурних програм, які частково є джерелами корупції. Хоча існує також багато соціальних ініціатив самих підприємців, проте досить часто вони мають характер соціального альтруїзму і активізуються у період виборчих кампаній. Отже, можна констатувати, що український варіант соціальної відповідальності є поєднанням елементів англо-американської моделі (добровільна ініціатива бізнесом) і європейської схеми (бажання підприємств отримувати від держави чіткі вказівки щодо діяльності).

Через стимули та мотиви досягається взаємодія та взаємозв’язок між керівниками та менеджерами різних рівнів управління в структурі апарату управління. Економічна складова механізму відображається в складі важелів, що забезпечують дію організаційних елементів.

Економічними важелями в механізмі управління змінами виступають ціноутворення, фінансування та кредитування, економічне стимулювання. Саме економічна складова механізму управління змінами забезпечує системну основу організаційних елементів цього механізму. Організаційну складову механізму управління змінами відтворюють елементи як носії певних характеристик та відносин, а економічну складову – економічні важелі, основу яких складає система показників, що мають відношення до процесу управління змінами. Слід зазначити, що основними елементами механізму управління змінами виступають: організаційна структура (в рамках процесу реорганізації на підприємстві), система менеджменту якості (як складова процесу трансформації сучасних підприємств), організаційна або корпоративна культура (як складова еволюційних організаційних змін на підприємстві), бізнес-процеси (як основа реінжинірингу та концепції постійного покращення БП), всі підсистеми підприємства (як основа процесу реструктуризації підприємства).

Таким чином, з авторської точки зору, *механізм процесу управління змінами підприємства* – це сукупність різних елементів, важелів, інструментів та методів організаційно-управлінського та економічного характеру, що спрямовані на формування адаптивного потенціалу змін та забезпечення створення і збереження конкурентних позицій підприємства в цілому, а також задоволення потреб споживачів, що в результаті сприяють розвитку підприємства в майбутньому.

Таким чином, у рамках реалізації механізму управління змінами на підприємстві реінжиніринг являє собою концепцію проведення радикальних змін на підприємстві за такими напрямками: система менеджменту якості, взаємодія з постачальниками ресурсів, обслуговування споживачів, організація виробництва та конкуренції на основі часу [1]. Спрощеною моделлю реінжинірингу є формування бізнес-процесів, на основі яких синтезуються в єдину систему умови та вимоги системи менеджменту якості (СМЯ), взаємовідносини з постачальниками, конкурентами та споживачами.

У побудові системи управління якістю важливим етапом є опис процесів підприємства і створення процесної моделі. Серед найбільш відомих методологій моделювання бізнес-процесів підприємства визначають такі: 1) методологія SADT/IDEF; 2) ARIS-методологія.

В Україні проекти реінжинірингу не отримали поширення з кількох причин. По-перше, саме поняття реінжинірингу з'явилося нещодавно і підприємства ще не мали змоги оцінити всі його переваги. По-друге, його розвиток гальмує висока вартість впровадження сучасних ІТ у компанії: якісна система бізнес-управління коштує сьогодні від 10 000 до 100 000 дол., залежно від масштабів діяльності підприємства та особливостей процесів, що на ньому відбуваються. Однак малі та середні підприємства можуть скористатися вже створеними програмними продуктами: деякі найпримітивніші системи управління бізнес-процесами можна придбати за 40–100 дол. Ще однією, не менш важливою причиною, що гальмує розвиток реінжинірингу, є опір змінам, властивий практично кожній компанії.

Висновки. Стратегічне бачення є однією із ключових компетенцій власників і керівників вищого рівня підприємства, тому обумовлюється їх зацікавленістю та компетентністю щодо процесів здійснення змін. Умови для стратегічних передбачень управління змінами створюються, перш за все, через використання інноваційних гнучких технологій управління на основі знань та досвіду персоналу управління.

Література

1. Гарафонова О. І. Управління змінами: теорія, методологія та практика : монографія / О. І. Гарафонова. – К. : КНУТД, 2014. – 364 с.
2. Epstein R. L. The semantic foundations of logic. – Vol. 1. Propositional logics. – Dordrecht : Kluwer Academic Publishers, 1990.
3. Responding to the Leadership Challenge: Findings of a CEO Survey on Global Corporate Citizenship, 2003 [Electronic resource]. – Mode off access: http://www.weforum.org/pdf/GCCI/Findings_of_CEO_survey_on_GCCI.pdf
4. Ленков С. В. Методы и средства защиты информации. В 2 т. / С. В. Ленков, Д. А. Перегудов, В. А. Хорошко. – К. : Арий, 2008.
5. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей // Києво-Могилянська Бізнес Студія. – 2005. – № 10. – С. 25–36.
6. CSRGuide. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / Кол. авт.: О. Лазоренко, Р. Колишко та ін. – К. : Видавництво “Енергія”, 2008 – 96 с.

References

1. Garafonova O. I. Upravlinnya zminamy: teoriya, metodolohiya ta praktyka : monohrafiya / O. I. Garafonova. – K. : KNU TD, 2014. – 364 s.
2. Epstein R. L. The semantic foundations of logic. – Vol. 1. Propositional logics. – Dordrecht : Kluwer Academic Publishers, 1990.
3. Responding to the Leadership Challenge: Findings of a CEO Survey on Global Corporate Citizenship, 2003 [Elektrony resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.weforum.org/pdf/GCCI/Findings_of_CEO_survey_on_GCCI.pdf
4. Lenkov S. V. Metody y sredstva zashchyty ynformatsyy. V 2 t. / S. V. Lenkov, D. A. Pehudov, V. A. Kho-roshko. – K. : Aryy, 2008.
5. Vorobey V. Korporatyvna cotsial'na vidpovidal'nist' chy vyhoda? / V. Vorobey // Kyuevo-Mohylyans'ka Biznes Studiya. – 2005. – # 10. – S. 25–36/
6. CSRGuide. Posibnyk iz KSV. Bazova informatsiya z korporatyvnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti / Kol. avtor.: Lazorenko O., Kolyshko R. ta in. – K. : Vydavnytstvo “Enerhiya”, 2008. – 96 s.

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.
Надійшла/Received: 30.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

МІСЦЕ АНТИКРИЗОВИХ ЗАХОДІВ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Управління фінансовими ресурсами суб'єктів господарювання потребує системного підходу і використання сучасних технологій виходячи з ресурсних можливостей, рівня платоспроможності і фінансової стійкості господарюючих суб'єктів. У статті визначено завдання антикризового фінансового управління та запропоновано варіанти реалізації антикризових заходів з метою ефективного господарювання в довгостроковій перспективі.

Ключові слова: фінансовий менеджмент, антикризове фінансове управління, фінансова безпека, криза.

N. N. DAVYDENKO

National University of Life and Environmental Sciences of Kyiv

PLACE ANTI – CRISIS MEASURES IN THE MANAGEMENT OF FINANCIAL SECURITY BUSINESS ENTITIES

Abstract – The article is to determine the anti-crisis measures in the management of financial security entities, the realization of which will allow entities to fulfill their obligations in terms of acceptable risk and withstand a financial crisis. Financial management economic entities requires a systematic approach and use modern technologies based on resource capabilities, solvency and financial stability of businesses. In the article the problem of crisis management and financial options proposed implementing anti-crisis measures for the effective management in the long term. Proved that preventive anti-crisis measure is financial controlling. Feature of financial controlling is that it should provide support for decision-making, planning and control not only for extreme conditions of business entities in the event of a financial crisis and the threat of its occurrence. To ensure effective functioning of the company and the entity system of combating real financial danger, it is advisable to use an effective financial monitoring.

Key words: financial management, financial crisis management, financial safety crisis.

Н. Н. ДАВИДЕНКО

Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины, г. Киев

МЕСТО АНТИКРИЗИСНЫХ МЕР В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Целью статьи является определение антикризисных мер в системе управления финансовой безопасностью субъектов хозяйствования, реализация которых позволит субъектам хозяйствования выполнять свои обязательства в условиях допустимого риска и противостоять возникновению финансового кризиса. Управление финансовыми ресурсами субъектов хозяйствования требует системного подхода и использования современных технологий исходя из ресурсных возможностей, уровня платежеспособности и финансовой устойчивости хозяйствующих субъектов. В статье определены задачи антикризисного финансового управления и предложены варианты реализации антикризисных мер с целью эффективного хозяйствования в долгосрочной перспективе. Доказано, что превентивной антикризисной мерой является финансовый контроллинг. Он должен быть направлен на функциональную поддержку управления финансовой безопасностью субъектов хозяйствования. Особенностью финансового контроллинга является то, что он должен обеспечить поддержку принятия решений, планирования и контроль не только в экстремальных условиях деятельности субъектов хозяйствования в случае возникновения финансового кризиса, а также угрозы ее возникновения. Отмечено, что именно разработка и реализация предупредительных мер в процессе антикризисного управления является основой обеспечения финансовой безопасности субъектов хозяйствования.

Ключевые слова: финансовый менеджмент, антикризисное финансовое управление, финансовая безопасность, кризис.

Постановка проблеми. За умови політичної нестабільності в країні, фінансової нестійкості, економічних протиріч та об'єктивної неминучості процесів і явищ існує висока імовірність виникнення кризових явищ в процесах функціонування і розвитку будь-якого суб'єкта господарювання, що зумовлює необхідність впровадження антикризового фінансового менеджменту. Проблема дослідження можливостей виживання в умовах глобальної економічної кризи являється на сьогодні однією із самих актуальних для всіх господарюючих суб'єктів. Адже за умов поширення глобалізаційних процесів у світі, країни, що розвиваються, стануть найбільш вразливими під час виникнення кризи, спричиненої економічними, фінансовими, технологічними та іншими факторами. З огляду на це, всі суб'єкти господарювання повинні адаптуватись до тих умов, що створюються факторами зовнішнього середовища, а внутрішні керовані фактори повинні визначати можливість антикризової діяльності та адаптації підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Реорганізація системи управління фінансами суб'єктів господарювання є обов'язковою умовою їх сталого економічного зростання та забезпечення фінансової безпеки. Саме визначення ефективності управління фінансовою безпекою суб'єктів господарювання є важливим елементом оцінювання якості фінансового менеджменту на підприємстві. Забезпечення високої ефективності управління фінансовою безпекою є складовою загальної проблеми підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання.

Провідними дослідниками в галузі саме антикризового фінансового менеджменту є: Бланк І.А. [2], Коваленко В.В. [1], Поддєрьогін А.М., Василенко В.О., Терещенко О.О. [6, 7], Фучеджі В.І. [1, 8], дослід-

дженням питань фінансової безпеки займалися Болгар Т.М. [3], Васильців Т.Г., Волошин В.І., Бойкевич О.Р., Каравчук В.В. [4] та ін.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Вітчизняні суб'єкти господарювання функціонують у складних соціально-економічних умовах, невизначеності та динамічності зовнішнього середовища. За даних умов виникають чинники зовнішнього та внутрішнього характеру, що дестабілізують виробничу та фінансову діяльність суб'єктів господарювання. Саме тому необхідна розробка конкретних антикризових фінансових заходів і управлінських дій у період перебування суб'єктів господарювання у стані кризи та уточнення практичних підходів і методів щодо забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарювання у умовах фінансової кризи.

Формування цілей статті. Метою статті є визначення антикризових заходів в системі управління фінансовою безпекою суб'єктів господарювання, реалізація яких дозволить суб'єктам господарювання виконувати свої зобов'язання в умовах допустимого ризику та протистояти виникненню фінансової кризи.

Виклад основного матеріалу. В діяльності підприємства дуже важливо передбачати такі кризові явища, які можуть знищити суб'єкт господарювання. Чим раніше підприємство проаналізує потенційну кризу, тим з більшою ймовірністю воно зможе подолати її з найменшими втратами та за коротший період часу.

О.О. Терещенко визначає фінансову кризу як фазу розбалансованої діяльності підприємства й обмежених можливостей впливу його керівництва на фінансові відносини, які виникають на цьому підприємстві. Кризовий стан підприємства полягає в його нездатності здійснювати фінансове забезпечення поточної виробничої діяльності [7].

Аналізуючи найважливіші характеристики фінансової кризи, І.О. Бланк визначає його таким чином: фінансова криза підприємства є однією з найбільш серйозних форм порушення його фінансової рівноваги, що відображає суперечності між фактичним станом його фінансового потенціалу і необхідним обсягом фінансових потреб; ці суперечності циклічно виникають впродовж життєвого циклу підприємства під впливом різноманітних чинників; фінансова криза несе найбільш небезпечні потенційні загрози його функціонуванню [2].

Антикризовий фінансовий менеджмент є управлінською діяльністю, що спрямована на формування, розподіл і використання фінансових ресурсів суб'єктів господарювання, оптимізацію грошового обороту з метою максимізації ринкової вартості та фінансової стабільності підприємства. Ефективні заходи з антикризового фінансового управління сприяють забезпеченню належного рівня фінансової безпеки, а це може бути вирішене лише за дотримання умов комплексного підходу до вирішення питань захисту фінансових інтересів. Тільки так можливо досягти належного ефекту [4, с. 230]. Антикризове фінансове управління – це управління, що певним чином передбачає небезпеку кризи, здійснюючи аналіз її симптомів, заходи зі зниження негативних наслідків кризи і використання її чинників для подальшого розвитку підприємства. Антикризове фінансове управління базується на результатах проведеної діагностики, саме аналіз є визначальною функцією антикризового фінансового управління, тому, в процесі вибору методичних основ механізму антикризового фінансового управління, в першу чергу, необхідно приділити увагу методам проведення аналізу фінансового стану підприємства [8].

Для того, щоб підібрати необхідні антикризові заходи, необхідно здійснювати аналіз фінансової звітності суб'єктів господарювання, зокрема: діяльності на основі вивчення балансу суб'єктів господарювання; фінансових результатів діяльності суб'єктів господарювання; фінансових ризиків; управління грошовими потоками; управління витратами.

Зазначений аналіз здійснюється з метою оцінки рівня фінансової безпеки та виявлення проблем на ранніх етапах їх виникнення шляхом визначення сфер підвищеного ризику. Але від повноти, достовірності та вільного доступу до джерел економічної інформації буде залежати не тільки коректність діагностичного процесу, але і його кінцеві результати.

До джерел внутрішньої інформації, яку створює підприємство, доцільно віднести фінансову звітність (ф. 1 “Баланс”, ф. 2 “Звіт про фінансові результати”, ф. 3 “Звіт про рух грошових коштів”, ф. 4 “Звіт про власний капітал”, ф. 5 “Примітки до річної фінансової звітності”), а також первинну бухгалтерську та оперативну інформацію щодо фінансових зобов'язань підприємства, його дебіторської ситуації, наявності товарно-матеріальних запасів та інших ліквідних цінностей, джерел отримання доходів тощо.

До джерел зовнішньої інформації слід віднести податкову звітність (податкова декларація з податку на додану вартість, декларація з податку на прибуток); статистичну звітність підприємств щодо обсягів та структури виробництва та збуту продукції (залежно від галузі та виду економічної діяльності), фінансових результатів, дебіторської та кредиторської заборгованості; матеріали аудиторських перевірок, результати спеціальних обстежень та спостережень; інформацію у пресі, телебаченні, Інтернет та ін.

Антикризові заходи та реалізація функції фінансової безпеки в суб'єктах господарювання застосовуються залежно від виявленого масштабу фінансової кризи, проте превентивним антикризовим заходом є фінансовий контролінг. Адже, важливим етапом у забезпеченні ефективності формування і використання фінансових ресурсів суб'єктів господарювання є створення ефективної системи контролю за дотриманням фінансової та платіжної дисципліни підприємства. Він повинен бути спрямований на функціональну підтримку управління фінансовою безпекою суб'єктів господарювання.

Особливістю фінансового контролінгу є те, що він повинен забезпечити підтримку прийняття рішень, планування та контроль не тільки за екстремальних умов діяльності суб'єктів господарювання в разі виникнення фінансової кризи, а також загрози її виникнення. Діяльність фінансового контролінгу повинна бути зосереджена на упровадженні та підвищенні ефективності функціонування системи раннього попередження та реагування, що має на меті виявлення симптомів фінансової кризи і забезпечення вжиття своєчасно адекватних антикризових заходів при першому та другому масштабі фінансової кризи [7].

Важливою передумовою застосування правильних антикризових заходів є ідентифікація глибини фінансової кризи. Розрізняють три фази кризи:

а) фаза, яка безпосередньо не загрожує функціонуванню підприємства (за умови переведення його на режим антикризового управління);

б) фаза, яка загрожує подальшому існуванню підприємства і потребує негайного проведення фінансової санації;

в) кризовий стан, який не сумісний з існуванням підприємства і призводить до його ліквідації.

Антикризові заходи для забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарювання можуть бути реалізовані в двох варіантах [1]:

а) без залучення додаткових фінансових ресурсів (внутрішні джерела фінансування);

б) шляхом залучення додаткового капіталу (зовнішні джерела фінансування).

Основну роль у системі антикризового управління відіграють внутрішні механізми фінансової стабілізації, досягнення якої передбачає такі етапи: усунення неплатоспроможності; відновлення фінансової сталості; розроблення адекватної фінансової стратегії для прискорення економічного зростання. Найдієвішими з практичного погляду є:

– оптимізація асортиментного портфеля шляхом вилучення збиткової продукції;

– удосконалення організаційної структури через реорганізацію або ліквідацію нерентабельних підрозділів;

– розроблення і впровадження програми скорочення витрат;

– підвищення ефективності управління активами підприємства.

Використання внутрішніх джерел фінансування дає змогу подолати причини фінансової кризи, і, крім того, знизити залежність суб'єктів господарювання від зовнішніх джерел фінансування. Орієнтація суб'єктів господарювання на мобілізацію внутрішніх джерел фінансування антикризових заходів сприяє зростанню довіри до нього з боку кредиторів, потенційних інвесторів. Тому мобілізація внутрішніх резервів фінансової стабілізації суб'єктів господарювання повинна бути спрямована на підвищення (або відновлення) їх платоспроможності та ліквідності. Цього можна досягти збільшенням обсягів вхідних та зменшенням обсягів вихідних грошових потоків.

Одним із заходів є управління дебіторською заборгованістю. Підвищення якості управління дебіторською заборгованістю передбачає періодичне проведення її аналізу з метою виявлення покупців, що порушують терміни платежів. Стосовно таких покупців виконують процедуру інкасації дебіторської заборгованості. Ця процедура передбачає: терміни та форми попереднього і наступного нагадувань покупцям про дату платежів; можливості та умови пролонгації заборгованості за наданий кредит [6].

Для суб'єктів господарювання, котрі мають фінансові проблеми, може бути прийнятним зворотний лізинг. При використанні зворотного лізингу суб'єктів господарювання – боржник продає майно лізингодавцеві, укладаючи з ним одночасно угоду про отримання цього ж майна у користування на умовах лізингу. Фактично, за такої угоди рух майна не відбувається. Здійснюються лише фінансові операції та їх оформлення. За зворотного лізингу лізингові платежі повинні забезпечити лізингодавцеві повне відшкодування усієї суми, яка була сплачена ним при придбанні майна, а також середню норму прибутку на інвестований капітал. А суб'єкт господарювання, що перебуває в кризі, реалізувавши таку операцію, отримає додаткові фінансові ресурси, які можуть бути використані для погашення заборгованості, поповнення обігових коштів для забезпечення операційної діяльності.

Використання наведених заходів за наявності фінансової кризи дає змогу частково подолати внутрішні причини фінансової кризи і зменшити залежність суб'єктів підприємництва від зовнішніх джерел фінансування. Що стосується чинників внутрішнього середовища, які можуть служити джерелами відповідних сигналів, до них доцільно віднести показники технічних, технологічних, кадрових, просторових ресурсів, показники ресурсів організаційної структури, показники інформаційних і фінансових ресурсів, стратегічного потенціалу підприємства.

Щодо санаційних заходів за допомогою зовнішніх джерел фінансування, то рішення кредиторів щодо участі в санації боржника залежить від багатьох чинників: від величини очікуваних збитків у разі негайної ліквідації боржника та в разі його санації; додаткових санаційних ризиків; очікуваних вигод у разі успішного завершення санації; економіко-правових (в т.ч. податкових) обмежень та наслідків участі в санації; широкого спектра мотивацій окремих груп кредиторів. Поширеним способом реструктуризації пасивів є пролонгація заборгованості. Пролонговані (відстрочені) кредити – це кредити, за якими термін дії кредитного договору продовжений та змінено його умови. В результаті цієї операції короткотермінові кредити трансформують у середньо- чи довготермінові [1]. Ще однією формою участі кредиторів у фінансовому оздоровленні боржника є надання санаційних кредитів або гарантування повернення таких кредитів [8].

До позикових джерел фінансування відносять також кошти контрактних фінансових інститутів, які включають: інститути спільного інвестування; пенсійні фонди; страхові компанії; ломбарди; фінансові та позичково-ощадні асоціації; інвестиційні фонди та компанії.

Висновки. Отже, узагальнюючи розглянуту у науковій статті тему відносно антикризового фінансового управління для забезпечення фінансової безпеки підприємства, доцільно відмітити, що це результат політики підприємства зі забезпечення належного рівня фінансової безпеки, який відображається кількісними та якісними детермінованими характеристиками фінансового стану, що забезпечує стабільну захищеність пріоритетних фінансових інтересів підприємства від ідентифікованих реальних і потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру, параметри якого визначаються на основі фінансової філософії і створюють необхідні передумови фінансової підтримки стійкого зростання в поточному і перспективному періодах. Саме розробка і реалізація попереджувальних заходів у процесі антикризового управління є основою забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарювання. Тому перспективи подальших досліджень лежать саме в цій площині.

Література

1. Коваленко В. В. Антикризове фінансове управління в системі суб'єктів економічної діяльності: методи та інструменти оцінювання : монографія / В. В. Коваленко, М. В. Суганяка, В. І. Фучеджі. – О., 2013. – 381 с.
2. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. – К. : Эльга; Ника-Центр, 2008. – 784 с.
3. Болгар Т. М. Роль фінансової безпеки підприємства в системі антикризового управління [Електронний ресурс] / Т. М. Болгар // Ефективна економіка : Дніпропет. держ. аграр. університет. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1935>
4. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення : монографія / За ред. Т. Г. Васильців ; Т. Г. Васильців, В. І. Волошин, О. Р. Бойкевич, В. В. Каркавчук. – Л., 2012. – 386 с.
5. Сучасні проблеми розвитку національної економіки шляхом їх розв'язання : монографія / За наук. ред. М. М. Єрмошенка. – К. : Нац. акад. управління, 2008. – 452 с.
6. Терещенко О. О. Фінансові доміанти реструктуризації підприємств / О. О. Терещенко, Н. В. Волошанюк // Фінанси України. – 2009. – № 4 (14). – С. 82–90.
7. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : монографія / О. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2006. – 268 с.
8. Фучеджі В. І. Діагностика як елемент антикризового фінансового управління / В. І. Фучеджі // Наука й економіка. – 2012. – № 2 (26). – С. 58–62.

References

1. Kovalenko V. V. Antykryzove finansove upravlinnia v systemi sub'iektiv ekonomichnoi diial'nosti: metody ta instrumenty otsiniuvannia / V. V. Kovalenko, V. I. Suganyaka, V. I. Fuchedzhi. – Odesa, 2013, 381 p.
2. Blank I. A. Upravlenie finansovoy bezopasnostiu predpriiatiia [The financial management enterprise security]. – Kyiv : Elga; Nika-Tsentr, 2008, 784 p.
3. Bolgar T. M. Rol' finansovoi bezpeky pidpriemstva v systemi antykryzovoho upravlinnia. Efektyvna ekonomika. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1935>.
4. Vasylytsiv T. H. Finansovo-ekonomichna bezpeka pidpriemstv Ukrainy: stratehiia ta mekhanizmy zabezpechennia / T. H. Vasylytsiv, V. I. Voloshyn, O. R. Bojkevych. – L'viv, 2012, 386 p.
5. Suchasni problemy rozvytku natsional'noi ekonomiky shliakhom ikh rozv'iazannia / Ed. by M. M. Yermoshenko. – Kyiv : Natsional'na akademiia upravlinnia, 2008, 452 p.
6. Tereshchenko O. O. (2009). Finansovi dominanty restrukturyzatsii pidpriemstv. Finansy Ukrainy, 4, p. 82–90.
7. Tereshchenko O. O. Antykryzove finansove upravlinnia na pidpriemstvi [Financial Crisis management in the enterprise]. – Kyiv : KNEU, 2006.
8. Fuchedzhi V. I. (2012). Diahnostyka iak element antykryzovoho finansovoho upravlinnia. Nauka j ekonomika. 2, p. 58–62.

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.
Надійшла/Received: 30.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

STRATEGIC DEVELOPMENT OF INNOVATIVE POTENTIAL COUNTRY

Abstract – In the article the system approach to the strategic development of the country in which the state, through direct or indirect participation can effectively implement innovation policy. Formation of the organizational economic system of innovation systematically invited to consider, namely in terms of subsystems scientific potential, innovative entrepreneurship, innovation and financial infrastructure subsystem.

Key words: innovation policy, organizational, economic development, systematic approach subsystem innovation policy.

Л. С. СЕЛИВЕРСТОВА

Київський національний університет технологій та дизайну

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КРАЇНИ

У статті обгрунтовано системний підхід до стратегічного розвитку країни в рамках якого держава через пряму або непряму участь може ефективно реалізувати інноваційну політику. Формування організаційно-економічної системи забезпечення інноваційної діяльності пропонується розглядати системно, а саме у розрізі підсистем наукового потенціалу країни, інноваційного підприємництва, інноваційної інфраструктури та фінансової підсистеми.

Ключові слова: інноваційна політика, організаційно-економічний розвиток, системний підхід, підсистема, інноваційна політика.

Л. С. СЕЛИВЕРСТОВА

Київський національний університет технологій та дизайну

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СТРАНЫ

В статье обосновано системный подход к стратегическому развитию страны в рамках которого государство через прямое или косвенное участие может эффективно реализовать инновационную политику. Формирование организационно-экономической системы обеспечения инновационной деятельности предлагается рассматривать системно, а именно в разрезе подсистем научного потенциала страны, инновационного предпринимательства, инновационной инфраструктуры и финансовой подсистемы.

Ключевые слова: инновационная политика, организационно-экономическое развитие, системный подход, подсистема, инновационная политика.

Formulation of the problem. At the present stage of development of the national economy, achieving economic growth and sustainable development requires the use of innovative tools of transformation mechanisms of social and economic development, ie innovation. Improving economic competitiveness is an essential component that determines the priority directions of economic development. The need to solve the problems of innovative development is the need to develop an active innovation policy, developing effective mechanisms for its implementation, including organization and management.

Analysis of research and publications. The development and provision of innovative processes in Ukraine paid special attention to such scholars as A. Amosha [1], L. Antoniuk [2], M. Bilyk [3], A. Halchyns'kyi [5], O. Harafonova [6], V. Geyets [7], M. Denisenko [4], V. Savchenko [8], A. Cherep [10] and others.

Unresolved earlier part of the overall problem. Paying tribute to the scientists and experts engaged in research on the promotion of innovative development, many aspects remain controversial because of the complexity of providing innovative processes, including organizational and economic component.

Approach to the extensive economic development causes permanent increase in attention to the search for new factors that accelerate economic dynamics according to the current state of the global economy. Therefore, the introduction of innovative model of economic growth is an objective necessity in Ukraine.

The goal of the study is a systematic approach to the strategic development of the country in which the state, through direct or indirect participation can effectively implement innovation policy.

The main results of the study. Organizational relations are closely interrelated with such concepts as "organization" and "management". Their content is based on recent internal study of the dynamic characteristics of complex systems and structural hierarchy of divisions, as well as the functional sense of self on different levels. In this connection, the system of organizational relationships highlights the organizational control unit which, with its integrative quality, covers the totality of technological, economic, social and other ties, as well as a system of economic interests. This makes content of the organization functions in the control system aimed at developing a sustainable relationship of various aspects of facilities management and sales process management (decision-making and their implementation in practice, evaluation of the results, monitoring of the implementation).

Economic relations in management system are presented as an organic set of planning of the economic regulation. While the essential content of the management mechanism, they associate the organization with the final result of the system of governance. In this sense, relationship management is the result of strictly defined ratios of internal and external organizational and economic components. Investigation of mechanisms to ensure internal order, a certain consistency and coherence of the elements to achieve optimal effective behaviors appropriate systems, include targets and effective action. In management, objectives take the form of strategy, program, project, task, plan, providing a proportional and balanced economic growth, distribution and efficient use of resources to achieve the objectives.

Relationships that established between subjects and objects in their activities make the purposeful impact on the innovation processes. The mechanism of such influence is linked to the performance of the content of the analyzed processes or phenomena, as well as specific forms of manifestation. As a category of deep meaning, expressing general and abstract economic processes, mechanism of action contains knowledge, setting development goals, as well as forms and methods of organization and use. But effective influence determines the specific content of more mechanisms characterizing certain economic processes. As specific categories, these mechanisms characterize the impact of many factors that reflect on different levels, directions and stages of economic development, as well as their goals and objectives, natural or probabilistic in nature that causes a change in relations of system and often the system itself [2].

Multilevel processes of innovation characterize the effect of factors that are in different situations can have both negative and positive effects. The mechanism of influence of various factors on the economy is directly related to the regulatory process [9]. The latter, in turn, is closely related to the most significant parameters of the economic system for the conservation and use of which they exist. On this basis the strategy is formed and identifies ways of economic development. In terms of the operation of socio-economic systems, the various sectors and economic spheres concrete expression of purposes directly affect the nature and content of the various factors together with its functional nature – economic, institutional, social, environmental, political, etc., as well as the specifics of the regulated sectors sectors of the economy [10]. Accordingly, the purpose of controlled objects in the economy may be economic, organizational, social, political and others, which determines the content of regulatory mechanisms. In other words, the objectives, specific, conditions and factors regulated objects economy determine the nature and content of the mechanisms of influence.

With the formation of organizational and economic system of innovation it is necessary to develop a systematic approach, within which to identify and analyze the main subsystem in which the state through direct or indirect participation can effectively implement innovation policy. Subsystems organizational and economic support innovation countries invited to consider in terms of components, which are shown in Fig. 1.

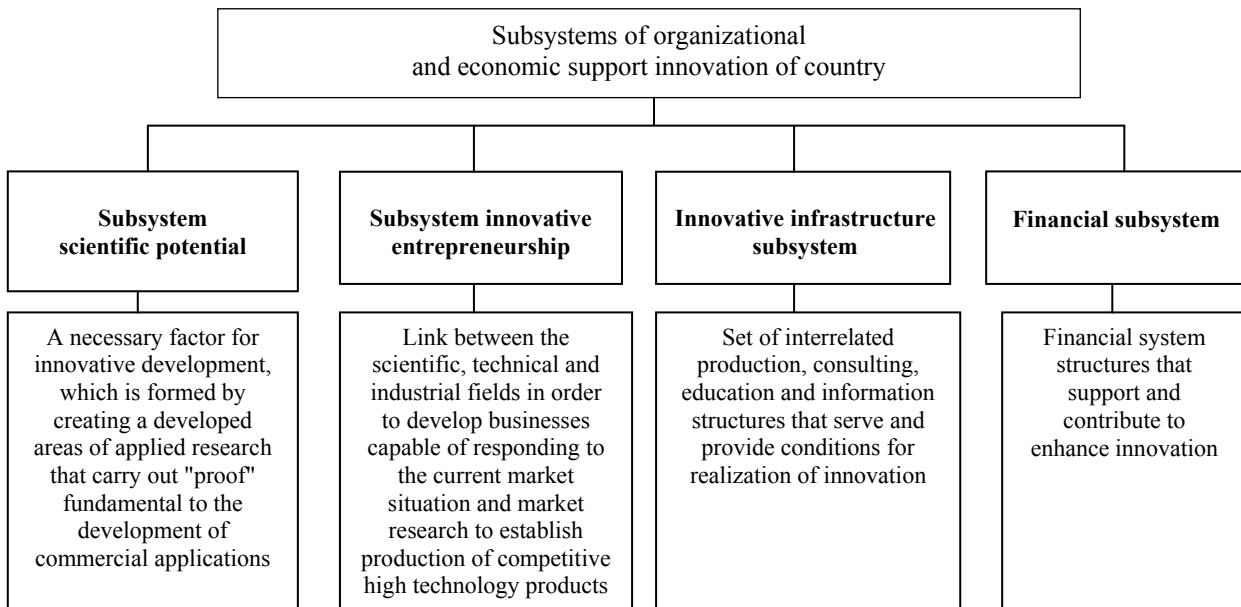


Fig. 1. Subsystems of organizational and economic support of country innovation (compiled by the author)

Innovative development is based on state innovation policy. In turn, the state innovation policy develops measures to improve organizational, financial and regulatory support of innovation and incentive mechanisms. To implement innovative mechanisms of development of the national economy instruments of state regulation should be involved. In such circumstances, the sector of social production can reduce risk, increase resilience and competitiveness, and promote national innovation systems [8].

Performance of some functions by public authorities depends on institutional approach to regulation of industrial innovation, and in turn, provides: state forecasting and planning determined functional approach; state incentives based on formal approach; government regulation, which is realized on the basis of a systematic approach to the regulation of innovation; state control is ensured by institutional approach; state monitoring provides institutional and informational approach; government regulation and coordination is based on institutional approach.

Organizational and economic foundations of innovation include solving such problems of innovative development: ensuring extended reproduction of intellectual resources of the country; the development of innovation infrastructure; creating favorable conditions for innovation; staffing innovation process; development of university and scientific sectors of the country that is the most important prerequisite for improving innovation intellectual potential of the state, etc. [4].

An important place is given to innovation and infrastructure as a set of different businesses and organizations on the one hand, provide scientific and technical development of the country, on the other – practically implement innovative programs. Infrastructure innovation is a system that can consist of the following subsystems: Scientific and innovative subsystem that provides scientific support management processes; Investment and financial institutions, including enterprise venture industry; The economic enterprises and organizations; Information network; Specialized innovation infrastructure (business parks, business incubators, innovation centers, etc.); The scope of investment and innovation services; Specialized funds.

When providing innovative development must adhere to the following principles:

1) the principle of long-term goals priority – high uncertainty of the possible results of innovation identifies the need for long term vision of development based on territory and revitalization of existing innovative potential, which requires the development strategy of innovative development of the country;

2) the principle of public participation – the state establishes rules for the operation and interaction of participants in the innovation process through the formation of legal field, as the most valuable are the types of public policies that seek to improve the interaction between the various actors of the innovation process and increase the capacity for innovation, including the introduction of new technologies;

3) the principle of adaptation manifested in the adaptation of innovative development system to changing conditions. Thus, the phase of depression common market strategy related to profit maximization, changing strategy to minimize losses and reduce uncertainty; In addition, the emergence of new technologies, services and management practices leads to significant changes in the needs of society, social behavior, which in turn leads to the need to adapt the organizational system of the conditions prevailing;

4) the principle of cross-industry interaction – the strongest competitive advantages of the country appear when combining companies of different sectors that mutually promote growth of competitiveness of each other in clusters. An important distinguishing feature is its innovative cluster orientation, which manifests itself in the rapid development of new types of equipment and production technology, followed by the release of new markets;

5) the principle of efficiency – innovation should be aimed at getting the economic, social, environmental, scientific, technical and other effects.

Awareness of the need for innovation development requires the implementation of organizational and economic measures to stimulate innovation on the basis of a certain level of management. Organizational and economic measures to support innovation development should occur at three levels: national, regional and entrepreneurial.

Conclusions. The study identified four approaches that reveal the essence of organizational and economic support innovation national economy: “Institutional” approach that provides a set of institutions that provide purposeful activity; “Functional” approach, in which defined the scope and type of regulatory functions of the state; “Formal” approach, which is defined as part of the general policy of the state and certain state of socio-economic and socio-political institutions; “Systemic” approach provides a set of measures for the management of functional systems in the innovation sphere.

Found that the system of organizational and economic support of innovation consists of four subsystems: scientific potential, innovative entrepreneurship, innovation and multi finance infrastructure.

Література

1. Амоша О. І. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / А. Амоша // Економіст. – 2005. – № 6. – С. 28–32.
2. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К. : КНЕУ, 2003. – 394 с.
3. Білик Р. С. Основні чинники розвитку інноваційної конкурентоспроможності національної економіки / Р. С. Білик // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2013. – № 5–6. – С. 104–109.
4. Інноваційний розвиток промисловості України / За ред. О. І. Волкова, М. П. Денисенка. – К. : КНТ, 2006. – 648 с.
5. Гальчинський А. Методологія складних систем / А. Гальчинський // Економіка України. – 2007. – № 8. – С. 4–18.
6. Гарафонов О. І. Основні напрямки оцінки інноваційного розвитку та управління інноваціями на підприємствах / О. І. Гарафонов // Бізнес Інформ. – 2014. – № 3 (434). – С. 100–103.
7. Геєць В. М. Інноваційні перспективи України / В. М. Геєць, В. П. Семиноженко. – Х. : Константа, 2006. – 272 с.
8. Савченко В. Ф. Стан інноваційного розвитку промислових підприємств на державному та регіональному рівні / В. Ф. Савченко, С. Д. Гривко // Наук. вісн. ЧДІЕУ. Серія 1. Економіка : зб. наук. праць. Вип. № 1 (17), 2013. – Чернігів : ЧДІЕУ, 2013. – 196 с.
9. Федулова Л. Концептуальні модель інноваційної стратегії України / Л. Федулова // Економіка і прогнозування. – 2012. – № 1. – С. 87–100.
10. Череп А. В. Розвиток інноваційної діяльності в Україні в сучасних умовах / А. В. Череп, С. І. Васильєва // Вісн. Хмельницького нац. університету. – 2010. – № 5, т. 3. – С. 7–11.

References

1. Amosha O. I. Innovacijnyj shlyax rozvytku Ukrainy: problemy ta rishennya / A. Amosha // Ekonomist. – 2005. – # 6. – S. 28–32.
2. Antonyuk L. L. Innovaciyi: teoriya, mexanizm rozrobky ta komercializaciyi : monografiya / L. L. Antonyuk, A. M. Poruchnyk, V. S. Savchuk. – K. : KNEU, 2003. – 394 s.
3. Bilyk R. S. Osnovni chy`nny`ky` rozvytku innovacijnoyi konkurentospromozhnosti nacional`noyi ekonomiky` / R. S. Bilyk // Zovnishnya torgivlya: ekonomika, finansy`, pravo. – 2013. – # 5–6. – S. 104–109.
4. Innovacijnyj rozvytok promy`slovosti Ukrainy` / Za red. O. I. Volkova, M. P. Deny`senka. – K. : KNT, 2006. – 648 s.
5. Gal`chy`ns`ky`j A. Metodologiya skladny`x sy`stem / A. Gal`chy`ns`ky`j // Ekonomika Ukrainy`. – 2007. – # 8. – S. 4–18.
6. Garafonova O. I. Osnovni napryamky` ocinky` innovacijnogo rozvytku ta upravlinnya innovaciyamy` na pidpry`emstvax / O. I. Garafonova // Biznes Inform. – 2014. – # 3 (434). – S. 100–103.
7. Geyecz` V. M. Innovacijni perspektyvy` Ukrainy` / V. M. Geyecz`, V. P. Semy`nozhenko. – X. : Konstanta, 2006. – 272 s.
8. Savchenko V. F. Stan innovacijnogo rozvytku promy`slovy`x pidpry`emstv na derzhavnomu ta regional`nomu rivni / V. F. Savchenko, S. D. Gry`vko // Nauk. visn. ChDIEU. Seriya 1. Ekonomika : zb. nauk. prac`. Vy`p. # 1 (17), 2013. – Chernigiv : ChDIEU, 2013. – 196 c.
9. Fedulova L. Konceptual`ni model` innovacijnoyi strategiyi Ukrainy` / L. Fedulova // Ekonomika i prognozuvannya. – 2012. – # 1. – S. 87–100.
10. Cherep A. V. Rozvytok innovacijnoyi diyal`nosti v Ukraini v suchasny`x umovax / A. V. Cherep, S. I. Vasy`l`yeva // Visn. Xmel`ny`cz. nac. universytetu. – 2010. – # 5, t. 3. – S. 7–11.

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.
Надійшла/Received: 30.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

СУТНІСТЬ, РІВНІ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено сутність понять “конкуренція”, “конкурентоспроможність” та “конкурентоспроможність потенціалу підприємства”, її рівні, особливості та викладені основні шляхи підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємства в сучасних ринкових умовах.

Ключові слова: конкурентоспроможність, потенціал, підприємство, конкурентоспроможність потенціалу підприємства.

O. V. KOVALENKO, T. V. VELYCHKO
SHEE “Zaporozhye State Engineering Academy”

THE NATURE, LEVELS AND WAYS OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE POTENTIAL

Abstract – The main purpose of the study is to determine the nature of capacity and its competitiveness, its levels and finding ways to improve it. The article studies the essence of the concept of “competition” and “competitiveness” and “competitive potential of the enterprise”, its levels, features and basic ways of increase of competitiveness of the enterprise potential in the current market conditions. Effective development of the economy and individual companies depends on the optimal potential of the enterprise, methods of evaluation of its use and the ability to adapt to changes in the external environment, thereby determining the competitiveness of an enterprise. The competitive potential of the enterprise should be understood as one that contains all the factors of production in the enterprise. In the article the definition and essence of such economic categories as competition, competitiveness, competitiveness potential of the enterprise, the main factors of increase of competitiveness of the enterprise in modern conditions.

Key words: competitiveness, potential, enterprise, competitiveness potential of the enterprise.

Е. В. КОВАЛЕНКО, Т. В. ВЕЛИЧКО
ГВУЗ “Запорожская государственная инженерная академия”

СУЩНОСТЬ, УРОВНИ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье исследована сущность понятий “конкуренция”, “конкурентоспособность” и “конкурентоспособность потенциала предприятия”, ее уровни, особенности и изложены основные пути повышения конкурентоспособности потенциала предприятия в современных рыночных условиях.

Ключевые слова: конкурентоспособность, потенциал, предприятие, конкурентоспособность потенциала предприятия.

Постановка проблеми. Ефективний розвиток економіки, а також окремих підприємств, залежить від оптимального потенціалу підприємства, методів оцінки його використання та здатності пристосовуватися до змін в зовнішньому середовищі, тим самим визначаючи конкурентоспроможність підприємства. В даному випадку конкурентоспроможність потенціалу підприємства слід розуміти як таку, що містить всі фактори виробництва на підприємстві.

Актуальність дослідження. Актуальність дослідження обумовлюється тим, що використовувати зарубіжний досвід планування, оцінки та впровадження такого загального показника, як “потенціал” у вітчизняній системі досить складно. Це пояснюється, насамперед, тим, що в країнах з розвинутою ринковою економікою потенціал розглядається як ресурс відносно країни, а не на рівні окремого підприємства. Саме тому методів визначення окремих характеристик потенціалу дуже багато, а єдиної теорії щодо конкурентоспроможності потенціалу підприємства, який би охоплював разом усі вказані вище напрями, у вітчизняній системі немає.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Визначення поняття “конкурентоспроможність” засноване на теорії конкуренції, започаткованої А. Смітом і доповненої М. Портером, Д. Рікардо, К. МакГоуэном, Б. Райаном. Серед сучасних вітчизняних авторів, що вивчали взаємозв'язок між конкурентоспроможністю та потенціалом присутні Олексюк О.І., Федонін О.С., Краснокутська Н.С., Касьянова Н.В., Солоха Д.В., Морєєва В.В., Белякова О.В., Балакай О.Б., Уманець Т.В. Репіч Т.А., Іванов Ю. Б., Павлова В.А., Губарев Р.В.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на велику кількість наукових надбань в досліджуваному питанні, єдиної теорії щодо конкурентоспроможності потенціалу підприємства у вітчизняній системі немає.

Формулювання цілі статті. Отже, основною метою дослідження є визначення сутності потенціалу, конкурентоспроможності та шляхів її підвищення.

Вклад основного матеріалу. В сучасних умовах ситуація, що склалась на ринку вимагає від підприємств мати конкурентні переваги над підприємствами-конкурентами, а не минулі досягнення. Пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств набуває особливої актуальності з огляду на останні тенденції розвитку ринку. Для ефективнішого пошуку рішень щодо підвищення конкурентоспроможності та конкурентоспроможності потенціалу підприємства, в першу чергу, важливо дати визначення терміну “конкуренція”.

Конкуренція – це змагання між суб'єктами господарської діяльності з метою здобуття переваг над іншими завдяки власним досягненням, внаслідок чого споживачі мають можливість вибирати між кількома продавцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначити умови обороту товарів на ринку. “Ринок” при цьому розуміють як умовне місце купівлі-продажу конкретного товару, яка здійснюється у певних умовах конкуренції, з дотриманням етичних і правових норм і правил. До таких умов відносяться кількість конкуруючих фірм, прогресивність технологій, реклама, умови постачань і фірмового обслуговування, гарантії якості та безпеки використання товару й ін.

Тільки в умовах конкуренції проявляється конкурентоспроможність. У країнах з ринковою економікою конкурентоспроможність підприємства є результатом переплетіння факторів, породженим об'єктивним розвитком продуктивних сил, які відображають результати політики великих монополій у боротьбі за якість, ринки збуту та отримання прибутку.

Конкурентоспроможність підприємства – це відносна характеристика, яка виражає відмінності розвитку даної фірми від розвитку конкурентних фірм по мірі задоволення своїми товарами потреби людей і по ефективності виробничої діяльності. Конкурентоспроможність підприємства характеризує можливості і динаміку його пристосування до умов ринкової конкуренції [1, с. 42].

Конкурентоспроможність – це показник, рівень якого можна визначити для себе і для конкурента, а потім перемогти. Конкурентоспроможність – це стратегія роботи в умовах ринку, зорієнтована на [2, с. 39]: знання поведінки і можливостей підприємств-конкурентів; знання навколишнього середовища і її тенденцій; знання становища і тенденцій розвитку ринку; розуміння потреб споживачів і тенденції їх розвитку; вміння створювати такий товар, щоб споживач бажав придбати даний товар в нього ніж у конкурента.

Касьянова Н.В. та інші сучасні дослідники визначають конкурентоспроможність як властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення їм конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, що діють на даному ринку. Конкурентоспроможність виявляє можливість виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби на ринку і відбиває продуктивність використання його ресурсів. Конкурентоспроможність визначає активне використання потенціалу підприємства, його здатності випередити конкурентів як в даний час, так і в майбутньому.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства вони визначають як комплексну порівняльну характеристику потенціалу, яка відбиває ступінь переваги сукупності індикаторів якості використання ресурсів та організації взаємозв'язків між ними, що визначають ефективність потенціалу на певному ринку в певний проміжок часу, щодо сукупності індикаторів підприємств-аналогів.

Важливою характеристикою конкурентоспроможності потенціалу вважається її здатність до адаптації в умовах змін зовнішнього середовища. Швидка адаптація потенціалу має забезпечуватися на основі комплексу інтелектуальних, технічних, технологічних, організаційних та економічних характеристик, які визначають успішну діяльність підприємства на ринку [3].

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства має такі особливості:

1. Конкурентоспроможність не є його внутрішньою, природною якістю підприємства. Вона може бути виявлена й проаналізована лише за наявності конкурентів.
2. Поняття конкурентоспроможності потенціалу є відносним, тобто воно має рівний рівень стосовно різних конкурентів.
3. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства визначається ефективністю використаних у процесі виробництва ресурсів.
4. Рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства залежить від рівня конкурентоспроможності його складових (таких як: фінансові фактори, виробничі чинники, продукція, рівень інноваційного розвитку, персонал, ефективне управління та державна політика), а також від загальної конкурентоспроможності галузі та країни.

На сучасному етапі розвитку наукових досліджень конкурентоспроможності потенціалу підприємства виявилися два підходи до визначення її рівнів.

Залежно від глобалізації виділяють такі рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства: 1) світове лідерство; світовий стандарт; національне лідерство; національний стандарт; галузеве лідерство; галузевий стандарт; пороговий рівень.

Якщо підприємство перебуває нижче за пороговий рівень, то його потенціал вважається зовсім не конкурентоспроможним. Згідно з другим поглядом в сучасній економічній літературі пропонується розрізняти основні рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

Касьянова Н.В. та інші сучасні дослідники пропонують розрізняти чотири основні рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства:

Рівень 1. Для потенціалу цього рівня характерна внутрішньо нейтральна організація управління. Керівник дбає лише про реалізацію виробничого потенціалу, орієнтованого на завантаження виробничих потужностей, не зважаючи на проблеми конкурентоспроможності та задоволення потреб споживачів.

Рівень 2. Підприємства з потенціалом другого рівня конкурентоспроможності прагнуть зробити свої виробничі системи “зовнішньо нейтральними”. Це означає, що використання наявного потенціалу підприємства забезпечує випуск продукції, яка повністю відповідає стандартам, що встановлені його основними конкурентами.

Рівень 3. Якщо керівники підприємства знають, що потенціал підприємства має дещо інші порівняльні переваги щодо конкуренції на ринку, ніж їхні основні суперники, і намагаються не дотримуватись загальних стандартів виробництва, що встановлені в галузі, то потенціал підприємства в цьому разі еволюціонує до третього рівня конкурентоспроможності. Система управління на цих підприємствах починає активно впливати на виробничі системи, сприяє їх розвитку та вдосконаленню.

Рівень 4. Потенціал підприємства досягає четвертого рівня конкурентоспроможності й істотно випереджає потенціал конкурентів за умов, коли успіх у конкурентній боротьбі стає не стільки функцією виробництва, скільки функцією управління і залежить від якості, ефективності управління, організації виробництва [3].

Основні фактори, які впливають на конкурентоспроможність потенціалу підприємства можна поділити на зовнішні і внутрішні. До зовнішніх факторів належать: законодавча база, політична обстановка в державі, міжнародні та національні економічні зв'язки, наявність підприємств-конкурентів, розміщення виробничих сил, наявність ресурсів, загальний технічний та технологічний рівень виробництва, система управління підприємством, концентрація виробництва. До внутрішніх факторів належать: система ефективного управління підприємством, технологічний рівень виробництва, організаційний рівень виробництва, планування, маркетингова діяльність, інноваційний розвиток та інформативність.

Вирішення питання щодо підвищення рівня конкурентоспроможності є дуже актуальним і вкрай необхідним для більшості підприємств України. Підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємства необхідно розглядати як послідовний довгостроковий управлінський процес, який задіяний у всіх сферах його діяльності, здійснюваний відповідно стратегії довгострокового розвитку, з урахуванням змін у зовнішньому середовищі, стану підприємства, і внесенням необхідних змін.

Пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності є системним завданням, яке полягає в тому, що необхідно розробити групи основних факторів, за якими необхідно покращувати показники конкурентоспроможності потенціалу підприємства. В даній статті пропонується виділити такі основні групи факторів:

1. Інноваційний фактор. Даний фактор передбачає створення, впровадження та широке розповсюдження нових продуктів, послуг, технологічних процесів стають ключовими чинниками росту обсягів виробництва, зайнятості, інвестицій, торговельного обороту [4].

2. Виробничий фактор. Для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно слідкувати за належною оптимальною ціною якістю продукції, створити систему гарантійного та післягарантійного обслуговування продукції, дотримуватись ефективного використання ресурсів та зниження витрат, автоматизувати процеси на виробництві та використовувати у своїй діяльності новітнє обладнання та технології, збільшувати потенційні можливості обладнання.

3. Управлінський фактор. Процес управління конкурентоспроможністю підприємства має включати ряд дій: моніторинг конкурентного середовища та оцінку конкурентної ситуації в галузі й на ринку; діагностику конкурентоспроможності підприємства та його основних конкурентів; конкурентне позиціонування підприємства (вибір стратегічних господарських підрозділів з перевагами у конкурентній боротьбі); розробка концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства; реалізація конкурентної стратегії підприємства [5].

4. Трудовий фактор. Процес створення конкурентоспроможного підприємства і управління конкурентоспроможністю потенціалу підприємства повинен починатися зі створення конкурентоспроможного персоналу, здатного зміцнювати і розвивати позиції підприємства [6].

5. Інформативність. Інформаційний потенціал – один із найважливіших аспектів загального соціально-культурного потенціалу, що визначає ступінь інформаційної озброєності будь-якого суб'єкта господарської діяльності та його приховані можливості.

6. Маркетинг. Завданням маркетингу є управління розробкою та виробництвом товарів згідно з вимогами та умовами ринку, аналіз факторів конкурентоспроможності та пристосування до змін у навколишньому ринковому середовищі за рахунок ефективної стратегії підприємства.

7. Фінансовий фактор. Сюди відносяться всі показники діяльності підприємства, що пов'язані із грошовими потоками. До таких операцій входять: оптимізація фінансово-кредитного забезпечення розвитку підприємства, досягнення високої платоспроможності, зменшення собівартості продукції, зниження матеріалоемності, пошук вигідніших постачальників, зменшення витрат на енергоресурси та постачання, оптимізація використання транспорту.

8. Ефективна державна політика, що включає: діяльність державних владних структур (законодавство, податкова і кредитно-грошова політика); вплив податкової політики на прибуток підприємств; можливість використання кредитів на вигідних для підприємства умовах; зміна курсу національної валюти.

Висновки. У статті розглянуто визначення та сутність таких економічних категорій як конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність потенціалу підприємства, її особливості та рівні. Запропоновано такі основні фактори підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємства, як: інновації, виробничий фактор, ефективне управління, трудовий фактор, інформативність, маркетинг, фінансовий фактор та ефективна державна політика.

Література

1. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібник / Н. С. Краснокутська. – К. : Центр навч. л-ри, 2005. – 352 с.
2. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия / Ю. Б. Иванов. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2004. – 256 с.
3. Потенціал підприємства: формування та використання [Електронний ресурс] : підручник / Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха, В. В. Морєєва. – Донецьк : Вид-во Цифрова типографія, 2012. – 257 с. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/ekonomika/potencial_pidpriyemstva_kasyanova_nv/http://mobile.pidruchniki.com/1228112854086/ekonomika/konkurentospromozhnist_potentsialu_pidpriyemstva#40/
4. Уманець Т. В. Інноваційний розвиток регіону як основа конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / Т. В. Уманець // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 5, т. 4. – Режим доступу: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2010_5_4/363-367.pdf
5. Павлова В. А. Система управління конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] / В. А. Павлова, Р. В. Губарев // Європейський вектор економічного розвитку. – 2014. – № 2 (17). – Режим доступу: <http://duer.edu/uploads/vidavnistvo14-15/10112.pdf>
6. Репіч Т. А. Підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом удосконалення професійного розвитку персоналу [Електронний ресурс] / Т. А. Репіч // НУХТ. Інвестиції: практика та досвід. – № 1.2011. – Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1662/1/An%20increase%20of%20competitiveness.pdf>

References

1. Krasnokuts'ka N. Potencial pidpryemstva: formuvannya ta ocinka / N. Krasnokuts'ka. – Kyiv, 2005. – 352 p.
2. Ivanov U. Konkurentosposobnost' predpriyatiya: oценка, diagnostika, strategiya / U. Ivanov. – Har'kov : HNEU, 2004. – 256 p.
3. Potencial pidpryemstva: formuvannya ta vykorystannya [Elektronniy resurs] / N. V. Kasyanova, D. V. Solokha, V. V. Moreeva, V. V. Belyakova, O. B. Balakai. – Donetsk : View-in Cifrova typographiya, 2012. – 257 p. http://pidruchniki.com/ekonomika/potencial_pidpriyemstva_kasyanova_nv/http://mobile.pidruchniki.com/1228112854086/ekonomika/konkurentospromozhnist_potentsialu_pidpriyemstva#40/
4. Umanec' T. Innovacijnyj rozvytok regionu yak osnovas konkurentospromozhnosti [Elektronniy resurs] / T. V. Umanec' // Visnyk Hmelnyc'kogo Natsionalnogo universitetu. – 2010, No. 5, t. 4. – /http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2010_5_4/363-367.pdf
5. Pavlova V. A. Systema upravlinnya konkurentospromozhnistiu pidpryemstva [Elektronniy resurs] / V. A. Pavlova, R. V. Gubarev // Evropeiskii vector ekonomichnogo rozvytku. 2014. No. 2 (17) – /<http://duer.edu/uploads/vidavnistvo14-15/10112.pdf>
6. Repich T. A. Pidvyshennya konkurentospromozhnosti pidpryemstva shlyahom udoskonalenia profesiynogo rozvytku personalu [Elektronniy resurs] NUFT. Investycii: practica ta dosvid. No. 1/2011/ <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1662/1/An%20increase%20of%20competitiveness.pdf>

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.

Надійшла/Received: 30.07.2015 р.

Рецензент: д.е.н., проф. О. В. Коваленко

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ МНОГОМЕРНОГО НЕМЕТРИЧЕСКОГО ШКАЛИРОВАНИЯ ДЛЯ СРАВНИТЕЛЬНОЙ ОЦЕНКИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЫНКОВ

Иерархический подход к оценке привлекательности сегментов рынка в задачах стратегического планирования реструктуризации промышленных предприятий на основе применения методов многомерного неметрического шкалирования как инструмента сравнительных сопоставлений многопараметрических объектов. Предложен иерархический подход к оценке привлекательности рынков как составляющей аналитического обеспечения целеполагания в рамках стратегического планирования реструктуризации промышленных предприятий, продемонстрированы основные методические положения такого оценивания с помощью методов многомерного неметрического шкалирования и результаты их апробации на примере конкретного предприятия. Иерархический подход, методические положения и результаты их апробации на примере оценки привлекательности потенциальных рынков конкретного промышленного предприятия.

Ключевые слова: реструктуризация предприятий, целевые сегменты рынка, оценка привлекательности, многомерное шкалирование.

Е. А. РАЧКОВСКИЙ
ТОВ "РЕЙЛТРАНСХОЛДИНГ", м. Мариуполь

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ БАГАТОВИМІРНОГО НЕМЕТРИЧНОГО ШКАЛЮВАННЯ ДЛЯ ПОРІВНЯЛЬНОЇ ОЦІНКИ ПРИВАБЛИВОСТІ РИНКІВ

Запропоновано ієрархічний підхід до оцінки привабливості ринків як складової аналітичного забезпечення цілеполагання у межах стратегічного планування реструктуризації промислових підприємств та продемонстровано основні методичні положення такого оцінювання за допомогою методів багатомірного неметричного шкалювання й результати їхньої апробації на прикладі конкретного підприємства.

Ключові слова: реструктуризація підприємств, цільові сегменти ринку, оцінка привабливості, багатомірне шкалювання.

E. A. RACHKOVSKIY
LLC "REYLTRANSHOLDING", Mariupol

THE USE OF NON-METRIC MULTIDIMENSIONAL SCALING METHODS FOR COMPARATIVE ASSESSMENT OF THE ATTRACTIVENESS OF THE MARKETS

Abstract – Hierarchical approach to the assessment of the attractiveness of the market segments in the tasks of strategic planning the restructuring of industrial enterprises on the basis of application of methods of non-metric scaling-method as an instrument of comparative mapping multiparameter objects. We propose a hierarchical approach to the assessment of the attractiveness of the markets as a part of goal setting and analytical support to the strategic planning of restructuring industrial enterprises, demonstrate the basic methodological provisions of such estimating methods using non-metric multidimensional scaling and the results of testing on the example of a particular company. Hierarchical approach, methods and outcomes of their approbation by the example of assessing the attractiveness of potential markets specific industrial enterprise.

Key words: company restructuring, target market segments, evaluation of attractiveness, multidimensional scaling.

Постановка проблеми. Проблема оценки привлекательности рынков и выбора целевых сегментов относится к классу сложных, комплексных, недостаточно хорошо структурированных проблем. В настоящее время общепризнанные методология и методы решения этой проблемы все еще отсутствуют. Сказанное в полной мере относится и к отдельным составляющим проблемы, таким, в частности, как выбор факторов, подлежащих учету при оценке привлекательности рынков; обоснование и выбор шкал и единиц измерения учитываемых при оценивании факторов, методы измерения состояния факторов различной природы; количественные методы сравнительной оценки привлекательности рынков.

Мало изученным является и вопрос выбора наиболее подходящих методов оценки с учетом специфики и целевого назначения решения задачи оценивания привлекательности рынков. Актуальность этого вопроса обусловлена тем, что постановки задачи оценки привлекательности рынков могут различаться в зависимости от проблемы, в рамках которой возникает необходимость в таком оценивании, от специфики объектов оценивания, например, отраслевой, от иерархического уровня решаемой проблемы (стратегический или тактический) и т.п.

Применительно к проблеме реструктуризации промышленных предприятий задача оценки привлекательности потенциальных рынков и выбора целевых сегментов также имеет свою специфику. Прежде всего результаты решения этой задачи используются на стадии целеполагания, т.е. выбора целей (направлений) развития предприятия. И даже в рамках этой относительно частной проблемы правомерны различные постановки данной задачи: чисто маркетинговые, имеющие своей целью расширение рынков сбыта традиционной для предприятия продукции; производственно-маркетинговые, направленные на расширение

сфер деятельности, освоение новых отраслей и продукции принципиально новых видов и др. В последнем случае задача оценки привлекательности рынков имеет ярко выраженный стратегический характер, что должно обязательно учитываться как на этапе ее постановки, так и на этапе решения.

Анализ последних исследований и публикаций. В цикле работ, посвященных проблеме целеполагания в рамках стратегического планирования реструктуризации промышленных предприятий [1–6]), показано, что диагностику и анализ предприятия и внешней экономической среды его функционирования нельзя рассматривать как отдельную стадию процесса управления реструктуризацией, предшествующую стадии разработки стратегии предприятия. Автором этих публикаций предложен целевой подход к планированию и проведению диагностики и анализа [2, 4–6], который подчиняет задачи анализа процессу формирования дерева потенциальных целей реструктуризации и последовательной его трансформации в дерево проблемных, достижимых, приоритетных и, в конечном итоге, плановых целей.

В рамках такого подхода необходимость выполнения того или иного аналитического исследования определяется логикой и текущим ходом процесса формирования целей, что позволяет четко определить место каждой задачи в системе аналитического обеспечения процесса целеполагания; требования, предъявляемые к результатам ее решения, а также наиболее подходящие, по уровню точности и достоверности, информационного обеспечения и трудоемкости, методы проведения анализа [7].

В развитие этого подхода автором настоящего исследования показано, что задача оценки привлекательности и выбора целевых сегментов рынка, возникающая в процессе стратегического планирования реструктуризации промышленных предприятий, имеет ряд специфических особенностей, учет которых необходим для ее корректной постановки и решения [8, 9]. Выдвинута идея применения методов многомерного неметрического шкалирования (МНШ) как основного инструмента сравнительной оценки привлекательности рынков [10, 11], которые в последнее время находят все более широкое применение в экономическом анализе [12–16].

Формулирование цели статьи. Основной целью данной статьи является разработка иерархического подхода к сравнительной оценке привлекательности рынков как отдельной составляющей аналитического обеспечения целеполагания в рамках стратегического планирования реструктуризации промышленных предприятий и демонстрация его основных этапов и результатов применения на условном примере, максимально приближенном к реальным условиям.

Изложение основного материала. Рассмотрим задачу сравнительной количественной оценки привлекательности сегментов рынка на примере рынков электротермического (сегмент 1) и электросварочного оборудования (сегмент 1), а также рынка вагоностроительной продукции (сегмент 3), являющихся потенциально привлекательными для Новозыбковского машиностроительного завода, находящегося в процессе реструктуризации. Учитывая то обстоятельство, что данная задача является одной из составляющих аналитического обеспечения целеполагания в рамках разработки стратегии реструктуризации данного предприятия [8, 9], т.е. принадлежность этой задачи к стратегическому уровню анализа, а также цели данной статьи, направленные на демонстрацию возможностей применения методов многомерного неметрического шкалирования для решения задач подобного вида, оценивание привлекательности указанных рынков проведено на уровне обобщенных факторов с широким использованием оценок экспертов. Указанное обстоятельство может влиять на конкретные количественные значения оценок привлекательности рынков, но никак не ограничивает возможности апробации самой методики оценивания.

В соответствии с развиваемым автором настоящего исследования иерархическим подходом, согласно которому интегральные оценки привлекательности потенциальных целевых сегментов рынка должны основываться на (первичных факторных) оценках состояния рынков, условий вхождения и возможностей успешного функционирования предприятия на этих рынках, а самооценивание осуществляется поэтапно на основе последовательно детализируемой системы факторов, начиная с факторов высшего уровня иерархии, в данном исследовании использована следующая трехуровневая структура факторов, определяющих привлекательность каждого из сегментов рынка с последовательно возрастающей степенью детализации факторов:

- доходность рынка (1):
 - = норма прибыли (1.1);
 - = тренд доходности (1.2);
- условия (барьеры) вхождения в рынок (2):
 - = интеллектуальная собственность (2.1);
 - = институциональные барьеры (2.2);
 - = инвестиции (2.3);
 - = доступность факторов производства (2.4);
 - = доступность каналов сбыта (2.5);
- условия ведения бизнеса на рынке (3):
 - = состояние рынка и его тенденции (3.1):
 - ≡ рыночный ассортимент, стадия ЖЦ продукции (3.1.1);
 - ≡ емкость рынка, соотношение спроса и предложения, темпы роста рынка, стадия ЖЦ рынка (3.1.2);

- ≡ конкурентная среда (количество конкурентов, тип конкуренции, сила конкуренции) (3.1.3);
- = состояние макросреды (3.2):
 - ≡ макроэкономические факторы (3.2.1);
 - ≡ политические факторы (3.2.2);
 - ≡ прочие факторы (3.2.3);
- возможности входа в рынок (4):
 - = возможности освоения новой продукции (4.1):
 - ≡ соответствие нормативно-правовым требованиям (4.1.1);
 - ≡ кадровое обеспечение освоения новой продукции (4.1.2);
 - ≡ финансовое обеспечение (4.1.3);
 - = возможности производства новой продукции (4.2):
 - ≡ МТС производства (4.2.1);
 - ≡ производственные мощности, технологии (4.2.2);
 - ≡ кадровое обеспечение производства (4.2.3);
 - = возможности сбыта продукции (4.3):
 - ≡ доступность каналов сбыта (4.3.1);
 - ≡ имидж предприятия (4.3.2);
- возможности успешного функционирования на рынке (5):
 - = возможный уровень доходности (5.1);
 - = возможность сохранения прогнозируемого уровня доходности (5.2).

В данной системе факторов номер каждого фактора однозначно указывает на место этого фактора в трехуровневом классификаторе.

Применение методов МНШ в качестве инструмента сравнительных сопоставлений предполагает проведение следующих процедур [12, 13, 16]:

- оценку значений каждого фактора для каждого сегмента рынка (с предварительным выбором шкал и единиц измерения каждого конкретного показателя);
 - введение “эталонного” сегмента рынка, характеризующегося (по каждому фактору) наилучшим (из числа наблюдаемых) значением;
 - шкалирование сравниваемых сегментов рынка совместно с эталоном в пространстве исходных факторов в одномерное (что принципиально) финальное пространство;
 - ранжирование сравниваемых сегментов по расстоянию от эталона в финальном пространстве.
- Результат проведения процедур для рассматриваемых сегментов рынка приведен в таблице 1.

Таблица 1

Оценки факторов привлекательности и интегральной привлекательности рынков						
	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4	Фактор 5	Привлекательность
Сегмент 1	0,6*	4	0	4	0	0,816
Сегмент 2	0,7*	4	0	4	0	0,812
Сегмент 3	12,0**	1	4	1	4	0,625
Эталон	12,0	4	4	4	4	0,000

Примечание: * текущие фактические значения; ** экспертная оценка.

В этой таблице для измерения первого показателя (среднеотраслевой рентабельности) использована интервальная шкала, а для измерения остальных факторных показателей – порядковые шкалы со значениями, выраженными баллами от 0 до 4, где 0 соответствует худшему, а 4 – лучшему значению показателя. (Заметим, что способность методов МНШ одинаково успешно работать с интервальными и порядковыми данным является принципиально важной для рассматриваемого случая.)

В качестве интегральной оценки привлекательности рынка использовано евклидово расстояние соответствующего сегмента рынка в финальном пространстве от эталона, согласно чему более привлекательному сегменту рынка соответствует меньшее значение этого показателя.

Примечательно, что, как показывает рис. 1, на котором отражены фактические финальные координаты сравниваемых объектов, наиболее привлекательный сегмент вагоностроительной продукции по координатам в финальном пространстве отличается от рынков продукции традиционных видов существенно больше, чем от эталона, в то время как отличие по интегральным оценкам не так велико (см. табл. 1). Такой результат вполне естественно следует из исходных факторных оценок и логики самого шкалирования.

Необходимость более углубленного сравнительного оценивания привлекательности рынков может диктоваться различными причинами. В нашем же случае важно оценить метаморфозы, которые могут происходить при переходе от обобщенных оценок к оценкам привлекательности рынков на основе более детальной системы факторов.

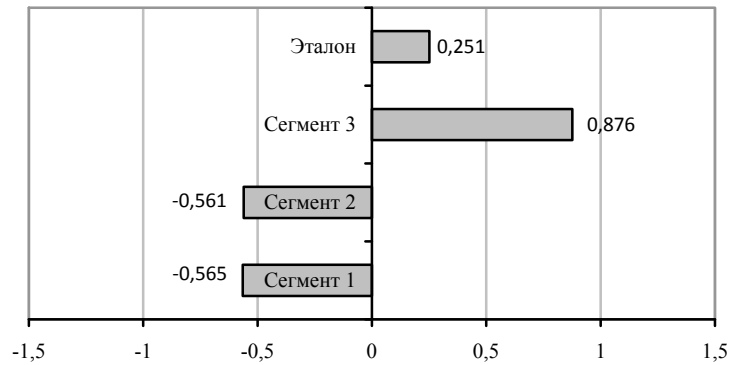


Рис. 1. Финальные координаты сегментов рынка (первый уровень иерархии факторов)

Оценки факторов второго уровня иерархии, полученные с помощью экспертов предприятия, отражены в таблице 2, а результаты шкалирования и ранжирования по показателю расстояния от эталона – на рис. 2.

Таблица 2

Оценки факторов привлекательности рынков второго уровня иерархии

	Фактор 1.1	Фактор 1.2	Фактор 2.1	Фактор 2.2	Фактор 2.3
Сегмент 1	0,6	0	0	4	3
Сегмент 2	0,7	0	0	4	3
Сегмент 3	12,0	3	4	4	1
Эталон	12,0	4	4	4	4
	Фактор 2.4	Фактор 2.5	Фактор 3.1	Фактор 3.2	Фактор 4.1
Сегмент 1	4	4	0	3	0
Сегмент 2	4	4	0	3	0
Сегмент 3	4	4	2	3	3
Эталон	4	4	4	4	4
	Фактор 4.2	Фактор 4.3	Фактор 5.1	Фактор 5.2	
Сегмент 1	4	2	0	0	
Сегмент 2	4	2	0	0	
Сегмент 3	3	3	4	2	
Эталон	4	4	4	4	

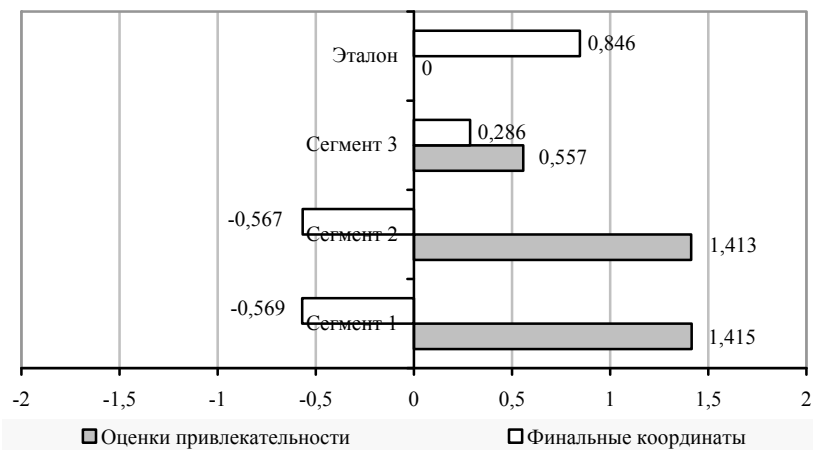


Рис. 2. Интегральные оценки привлекательности и финальные координаты сегментов рынка (второй уровень иерархии факторов)

Как показывает сопоставление результатов обобщенного (первый уровень иерархии факторов) и более детального (второй уровень иерархии факторов) оценивания, конечный результат (упорядочение сегментов рынка по интегральному показателю привлекательности) по существу остался тем же, что и имеет определяющее значение на этапе целеполагания – этапе выбора целевых сегментов рынка. В то же время интегральные оценки второго уровня проявили более глубокую дифференциацию оцениваемых сегментов, чем это позволили сделать оценки первого уровня. Заметим, что степень и характер сходства (различия) оцениваемых сегментов также несколько изменились и стали более логичным: все реальные рыночные сегменты более схожи друг с другом, чем с эталоном.

При оценке привлекательности сегментов рынка на основе факторов третьего уровня иерархии, в систему таких факторов вошли все факторы, представляющие собой оконечные вершины древовидного графа факторов. Так, например, поскольку состояние факторов 1.1 и 1.2 измеримо с помощью традиционных и легко оцениваемых показателей уже на втором уровне иерархии, то нет необходимости в их дальнейшей детализации. Поэтому эти факторы в неизменном виде включены в систему факторов следующего уровня иерархии наряду с факторами 3-го уровня структуризации (см. такие факторы, как 3.1.1, 3.1.2 и др.).

В таблице 3 приведены оценки только таких факторов, а на рис. 3 указаны результаты шкалирования и оценки сегментов рынка по всей совокупности факторов третьего уровня детализации.

Таблица 3

Оценки факторов привлекательности рынков третьего уровня иерархии

	Фактор 3.1.1	Фактор 3.1.2	Фактор 3.1.3	Фактор 3.2.1	Фактор 3.2.2
Сегмент 1	3	2	1	1	4
Сегмент 2	3	2	1	1	4
Сегмент 3	3	3	3	1	4
Эталон	4	4	4	4	4
	Фактор 3.2.3	Фактор 4.1.1	Фактор 4.1.2	Фактор 4.1.3	Фактор 4.2.1
Сегмент 1	3	4	4	0	4
Сегмент 2	3	4	4	0	4
Сегмент 3	3	4	3	3	4
Эталон	4	4	4	4	4
	Фактор 4.2.2	Фактор 4.2.3	Фактор 4.3.1	Фактор 4.3.2	
Сегмент 1	4	4	4	4	
Сегмент 2	4	4	4	4	
Сегмент 3	3	3	4	1	
Эталон	4	4	4	4	

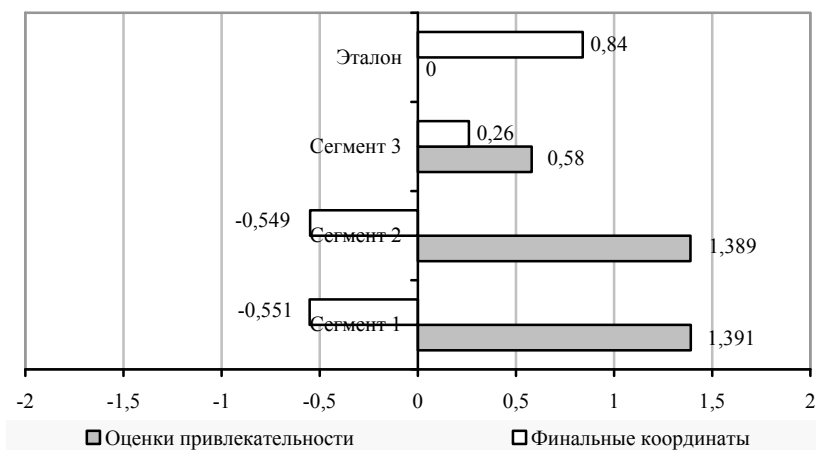


Рис. 3. Интегральные оценки привлекательности и финальные координаты сегментов рынка (третий уровень иерархии факторов)

Близкие значения интегральных оценок привлекательности рынков, полученных на втором и третьем шагах иерархического оценивания, как видно из сопоставления данных рис. 2 и 3, могут свидетельствовать о том, что дальнейшая детализация факторов нецелесообразна.

Поскольку на втором и последующих шагах иерархического оценивания существуют две возможности построения интегральных оценок, определенный интерес представляет сравнение оценок, полученных альтернативными способами. Выше рассмотрены оценки привлекательности рынка, построенные на основе непосредственного шкалирования первичных факторных оценок. Ниже, на рис. 4, приведены интегральные оценки второго уровня иерархии, построенные иным способом. Сначала по данным таблицы 2 методами МНШ определены групповые факторные оценки – оценки факторов первого уровня, а затем с помощью этих же методов (МНШ) на основе групповых (обобщенных) оценок факторов построены интегральные оценки привлекательности рынков.

Несмотря на то, что оценки, полученные вторым способом, практически не отличаются от оценок, рассчитанных непосредственно по первичным данным (см. рис. 2), второй способ расчета позволяет получить не только интегральные оценки привлекательности рынков в целом, но и всю иерархически упорядоченную систему обобщенных (групповых) факторных оценок, что принципиально важно для углубленного факторного анализа проблемы.

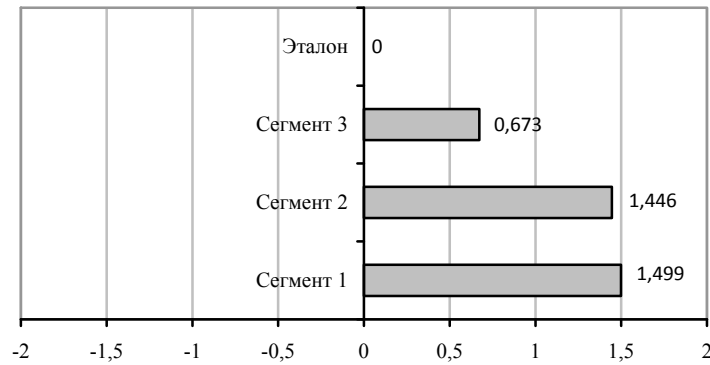


Рис. 4. Інтегральні оцінки привлекательності ринків (второй уровень иерархии факторов, второй способ расчета)

Выводы. Иерархический подход к оцениванию привлекательности сегментов рынка отвечает логике системного подхода и в полной мере реализует методологию системного анализа сложных, плохо структурированных проблем. Этот подход позволяет проводить оценивание с такой степенью детализации, которая диктуется как внешними факторами (возможностями информационного обеспечения, наличием и квалификацией специалистов-аналитиков, бюджетом времени и средств на проведение аналитических исследований и проч.), так и текущим ходом (результатами) самого оценивания. Указанное обстоятельство принципиально важно для решения проблемы планирования реструктуризации предприятий, которая имеет стратегический, тактический и оперативный срезы, каждый из которых предъявляется свои требования к уровню точности и затрат на проведения аналитических исследований одного и того же типа.

Эффективным инструментом сопоставления объектов оценивания, каждый из которых может быть охарактеризован большим числом качественно различных по своей экономической природе интервальных и порядковых величин, являются методы многомерного неметрического шкалирования. Указанные методы не только имеют серьезную математическую основу, не только реализуют наиболее адекватный рассмотренным задачам механизм сопоставления многопараметрических объектов, но и реализованы в наиболее распространенных профессиональных пакетах статистической обработки данных.

Учитывая инвариантность предложенного методического подхода к оцениванию привлекательности сегментов рынка относительно информационного обеспечения, ключевой задачей в рамках иерархического подхода является разработка полной иерархии факторов привлекательности рынков и/или методических основ разработки таких иерархий, адаптированных к потребностям конкретных аналитических задач, а также всесторонняя апробация данного подхода на примере решения задач хозяйственной практики.

Литература

1. Шпак С. А. Диагностика и анализ как инструмент формирования дерева целей реструктуризации / С. А. Шпак // Актуальные достижения европейской науки – 2013 : Междунар. науч.-практ. конф., 17–25 июня 2013 г. – София, 2013. – Т. 6. Экономика. – С. 18–22.
2. Шпак С. А. Обоснование комплекса задачи диагностики подсистемы сбыта продукции в планировании реструктуризации предприятий (целевой подход) / С. А. Шпак // Бизнес-Информ. – 2013. – № 4. – С. 345–351.
3. Шпак С. А. Системный анализ как инструмент адаптации зарубежного опыта реструктуризации промышленных предприятий / С. А. Шпак // Современный науч. вестник. – 2012. – № 22 (134). – С. 67–80.
4. Шпак С. А. Структура задач диагностики подсистемы производства продукции в задачах формирования стратегии реструктуризации предприятий / С. А. Шпак // Уральский науч. вестник. – 2013. – № 3 (31). – С. 5–18.
5. Шпак С. А. Целевой подход к диагностике предприятия и разработке стратегии реструктуризации (стратегический аспект) [Электронный ресурс] / С. А. Шпак // Эффективна економіка. – 2013. – № 1. – Режим доступа: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1750>.
6. Шпак С. А. Целевой подход к планированию реструктуризации предприятий: система понятий и терминов / С. А. Шпак // Актуальные проблемы современных наук – 2013 : Междунар. науч.-практ. конф., 7–15 июня 2013 г. : тез. докладов. – Пшемьшль, 2013. – Т. 7. Экономические науки. – С. 102–106.
7. Шпак С. О. Інструментарій формування цілей реструктуризації промислових підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами” / С. О. Шпак. – О., 2014. – 20 с.
8. Рачковский Э. А. Задача выбора целевых сегментов рынка новой продукции в системе планирования реструктуризации предприятий / Р. А. Рачковский, С. А. Шпак // Бизнес Информ. – 2014. – № 6. – С. 270–278.
9. Рачковский Э. А. Проблема согласования планов в системе иерархического планирования реструктуризации промышленных предприятий / Э. А. Рачковский, М. А. Козырь-Чепурная // Эффективна економіка. – 2013. – № 11. – Режим доступа: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2532>.

10. Рачковский Э. А. Количественный анализ потенциальных сегментов рынка в стратегическом планировании реструктуризации предприятий / Р. А. Рачковский // Бизнес Информ. – 2015. – № 2. – С. 253–260.
11. Рачковский Э. А. Об одном подходе к выбору целевых сегментов рынка на стадии разработки стратегии реструктуризации предприятия / Э. А. Рачковский // Наука в інформаційному просторі : Х міжнар. наук.-прак. конф., 21–22 листоп. 2014 р. – Д., 2014. – Т. 3. – С. 27–31.
12. Алёхин А. Б. Обобщенные признаки предприятий, регионов и национальных экономик: проблема измерения и новые подходы / А. Б. Алёхин // Економіст, 2011. – № 8. – С. 24–29.
13. Брутман А. Б. Конкурентоспособность предприятий: оценка на основе их потенциалов : монография / А. Б. Брутман. – Запорожье : ООО “ЛИПС” ЛТД, 2012. – 220 с.
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. Кошеленко В. О. Об одном подходе к совершенствованию методик рейтинговых сопоставлений конкурентоспособности предприятий / В. О. Кошеленко // Економіст. – 2010. – № 1. – С. 36–40.
16. Кошеленко В. О. Оценка конкурентоспособности промышленных предприятий с применением методов многомерного шкалирования / В. О. Кошеленко // Вісн. Хмельниц. нац. університету. Економічні науки. – 2010. – № 2, т. 4. – С. 148–152.

References

1. Shpak S. A. Diagnostika i analiz kak instrument formirovaniya dereva tseley restrukturyzatsii / S. A. Shpak // Aktualnyye dostizheniya evropeyskoy nauki – 2013 : mezhdunar. nauch.-prakt. konf., 17–25 iyunya 2013 g. – Sofiya, 2013. – Т. 6. Ekonomika. – S. 18–22.
2. Shpak S. A. Obosnovanie kompleksa zadachi diagnostiki podsistemyi sbyita produktsii v planirovaniy restrukturyzatsii predpriyatiy (tselevoy podhod) / S. A. Shpak // Biznes-Inform. – 2013. – # 4. – S. 345–351.
3. Shpak S. A. Sistemnyy analiz kak instrument adaptatsii zarubezhnogo opyita restrukturyzatsii promyshlennykh predpriyatiy / S. A. Shpak // Sovremennyiy nauchnyy vestnik. – 2012. – # 22 (134). – S. 67–80.
4. Shpak S. A. Struktura zadach diagnostiki podsistemyi proizvodstva produktsii v zadachah formirovaniya strategii restrukturyzatsii predpriyatiy / S. A. Shpak // Uralskiy nauchnyy vestnik. – 2013. – # 3 (31). – S. 5–18.
5. Shpak S. A. Tselevoy podhod k diagnostike predpriyatiya i razrabotke strategii restrukturyzatsii (strategicheskiy aspekt) [Elektronnyy resurs] / S. A. Shpak // Efektivna ekonomika. – 2013. – # 1. – Rezhim dostupa: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1750>.
6. Shpak S. A. Tselevoy podhod k planirovaniyu restrukturyzatsii predpriyatiy: sistema ponyatiy i terminov / S. A. Shpak // Aktualnyye problemyi sovremennykh nauk – 2013 : mezhdunar. nauch.-prakt. konf., 7–15 iyunya 2013 g. : tezisyi dokladov. – Pshemyishl, 2013. – Т. 7. Ekonomicheskie nauki. – S. 102–106.
7. Shpak S. O. Instrumentar'ny formuvannya tsley restrukturyzatsiyi promisl'ovih pldpriEmstv : avtoref. dis. na zdobuttya nauk. stupenya kandidata ekon. nauk: 08.00.04 “Ekonomika ta upravlinnya pldpriEmstvami / S. O. Shpak. – O., 2014. – 20 s.
8. Rachkovskiy E. A. Zadacha vyibora tselevykh segmentov ryinka novoy produktsii v sisteme planirovaniya restrukturyzatsii predpriyatiy / R. A. Rachkovskiy, S. A. Shpak // Biznes Inform. – 2014. – # 6. – S. 270–278.
9. Rachkovskiy E. A. Problema soglasovaniya planov v sisteme ierarhicheskogo planirovaniya restrukturyzatsii promyshlennykh predpriyatiy / E. A. Rachkovskiy, M. A. Kozyr-Chepurnaya // Efektivna ekonomika. – 2013. – # 11. – Rezhim dostupa: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2532>
10. Rachkovskiy E. A. Kolichestvennyy analiz potentsialnykh segmentov ryinka v strategicheskoy planirovaniy restrukturyzatsii predpriyatiy / R. A. Rachkovskiy // Biznes Inform. – 2015. – # 2. – S. 253–260.
11. Rachkovskiy E. A. Ob odnom podhode k vyboru tselevykh segmentov ryinka na stadii razrabotki strategii restrukturyzatsii predpriyatiya / E. A. Rachkovskiy // Nauka v Informatsionnomu prostori : H mlzhnar. nauk.-prak. konf., 21–22 listopada 2014 roku. – DnIpropetrovsk, 2014. – Т. 3. – С. 27–31.
12. Alyohin A. B. Obobshchennyye priznaki predpriyatiy, regionov i natsionalnykh ekonomik: problema izmereniya i novyye podhody / A. B. Alyohin // Ekonomist, 2011. – # 8. – S. 24–29.
13. Brutman A. B. Konkurentosposobnost predpriyatiy: otsenka na osnove ih potentsialov : monografiya / A. B. Brutman. – Zaporozhe : ООО “LIPS” LTD, 2012. – 220 s.
14. Karapeychik I. N. Analiz potentsialnykh funktsiy predpriyatiya metodami klassifikatsii / I. N. Karapeychik // Visnik Hmel'nitskogo natsionalnogo un'iversitetu. – 2013. – Т. 2. EkonomichnI nauki, # 3. – S. 85–93.
15. Koshelenko V. O. Ob odnom podhode k sovershenstvovaniyu metodik reytingovykh sopostavleniy konkurentosposobnosti predpriyatiy / V. O. Koshelenko // Ekonomist. – 2010. – # 1. – S. 36–40.
16. Koshelenko V. O. Otsenka konkurentosposobnosti promyshlennykh predpriyatiy s primeneniem metodov mnogomernogo shkalirovaniya / V. O. Koshelenko // Visnik Hmel'nitskogo natsionalnogo un'iversitetu. – 2010. – Т. 4. EkonomichnI nauki, # 2. – S. 148–152.

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.

Надійшла/Received: 30.07.2015 р.

Рецензент: д.е.н., проф. А. Б. Алёхин

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто методичні засади формування інноваційної стратегії підприємства. Обґрунтовано послідовність етапів розроблення інноваційної стратегії підприємства. Запропоновано застосовувати удосконалену матрицю для вибору стратегій НДДКР та стратегій впровадження й адаптації нововведень відповідно типу обраної інноваційної стратегії.

Ключові слова: інновація, інноваційна стратегія, інноваційний клімат, інноваційний потенціал.

S. V. GARBUZ

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

THE FORMATION OF INNOVATIVE STRATEGY OF ENTERPRISES

Abstract – The goal of the present study is justification of stages of formation of modern enterprise innovation strategy and systematization of methods for their selection. The paper discusses the main stages of innovative strategy of enterprise. At every stage of innovative strategy development is used appropriate methods for its justification. The set of innovative goals and innovation strategy type of modern enterprise depend on the selected base strategy for development. The innovative strategy comprises of R&D activities and strategy of implementation and adaptation of innovations. Factors which influence on process of forming of innovative strategy are exposed. The main impact on innovative strategy and its components is caused by state of innovative climate and innovation potential of an enterprise. The matrix methods (especially as based on the matrix SWOT-analyses) are used for selection of innovation strategy of modern enterprise. An algorithm for formation of innovative strategy of an enterprise is suggested. The complex of methods used at every stage of development is discussed. It was proposed advanced matrix for selection of strategy of R&D and implementation and adaptation of innovations having regard to the type of innovation strategy used.

Key words: innovation, innovative strategy, innovative climate, innovative potential.

С. В. ГАРБУЗ

ГВУЗ “Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана”

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Целью данного исследования есть обоснование этапов формирования инновационной стратегии современного предприятия и систематизация методов ее выбора. В этой статье рассмотрены основные этапы формирования инновационной стратегии предприятия. На каждом этапе разработки инновационной стратегии применяют соответствующие методы ее обоснования. Совокупность инновационных целей и тип инновационной стратегии современного предприятия зависит от выбранной базовой стратегии развития. В состав инновационной стратегии входят стратегия климата НИОКР и стратегия внедрения и адаптации нововведений. Рассмотрены факторы, влияющие на процесс формирования инновационной стратегии предприятий. На выбор инновационной стратегии и составляющих ее стратегий наибольшее влияние оказывает состояние инновационного и инновационного потенциала предприятия. Для выбора инновационной стратегии современных предприятий используют матричные методы (часто основанные на матрице SWOT-анализа). Предложен алгоритм формирования инновационной стратегии предприятия. Рассмотрена совокупность методов, применяемых на каждом этапе разработки. Предложено использовать усовершенствованную матрицу для выбора стратегий НИОКР и внедрения и адаптации нововведений соответственно типу используемой инновационной стратегии.

Ключевые слова: инновации, инновационная стратегия, инновационный климат, инновационный потенциал.

Постановка проблеми. За останні роки відмічено тенденцію падіння рівня інноваційної активності вітчизняних підприємств. Проте розвиток будь-яких організацій неможливий без розроблення ними стратегічних напрямів діяльності, які засновані на інноваціях. Ефективність інноваційного розвитку обумовлений застосуванням оптимальної інноваційної стратегії.

Аналіз останніх досліджень. Проблемам управління стратегічним та інноваційним підприємств присвячено праці закордонних науковців – П. Друкера, М. Портера, Й. Шумпетера, К. Фрімена, російських та українських вчених – П.Н. Завліна, О.М. Оголевої, В.М. Гуніна, В.Г. Мединського, М.А. Йохни, В.В. Стадник, Н.В. Краснокутської, О.І. Ковтуна та ін. Проте значне коло питань, що стосуються шляхів удосконалення стратегічного управління інноваціями, центральною задачею якого є розроблення і реалізація інноваційної стратегії, ще недостатньо вивчено і досліджено. Зокрема, дискусійними залишаються погляди щодо ролі, місця, змісту та логіки формування інноваційної стратегії для вітчизняних підприємств.

Формулювання цілей статті. Враховуючи викладене, метою дослідження є обґрунтування етапів формування та систематизація методів вибору інноваційних стратегій.

Виклад основного матеріалу. Стратегічне управління інноваціями – це діяльність, спрямована на передбачення важливих змін в економічній ситуації, розробку і реалізацію таких інноваційних заходів, що забезпечать підприємству довгострокове існування та розвиток за рахунок виявлення і формування майбутніх чинників успіху. Важливим завданням стратегічного управління інноваціями є визначення місця і ролі нововведень у розробленні та реалізації загальної стратегії розвитку підприємства, а на основі цього – розробці його інноваційної стратегії.

Інноваційну стратегію можна визначити як засіб досягнення цілей організації, що відрізняється від інших своєю новизною, передусім для даної організації та, можливо, для галузі, ринку, споживачів [1, с. 261].

Кожна організація розробляє стратегічний набір, до якого входять такі групи стратегій: загальні для всієї організації в цілому; загальні конкурентні за окремими бізнес-напрямами; продуктово-товарні для кожного з напрямів діяльності організації; функціональні для кожної з функціональних підсистем підприємства; ресурсні для забезпечення досягнення стратегічних орієнтирів.

В стратегічному наборі загальні (базові) стратегії організації спрямовані на налагодження функціонування і розвитку її у довгостроковій перспективі шляхом виконання продуктово-товарних, ресурсних та функціональних стратегій. До базових належать стратегії зростання, стабілізації, реструктуризації, скорочення діяльності та ліквідації [2, с. 250].

Найпривабливішими для підприємства є стратегії зростання або розвитку, які найчастіше можна реалізувати за рахунок стратегій інтенсивного розвитку, стратегій інтеграційного розвитку та стратегій диверсифікаційного розвитку. В кожній з цих груп стратегій можна виокремити інноваційну компоненту (табл. 1), а відтак розробити інноваційну стратегію.

Інноваційну складову можна виокремити в інших загальних стратегіях. Зокрема в загальній стратегії реструктуризації, яку здійснюють за рахунок стратегій: скорочення витрат, переорієнтації на нові напрями діяльності, освоєння нових продуктів та ринків. Скорочення витрат може потребувати використання нових ефективних матеріалів, технологій, методів управління, організаційних структур; переорієнтація на нові напрями діяльності – маркетингової і продуктової або технологічної інновації; а освоєння нових і продуктів і нових ринків – певної комбінації перелічених інновацій.

Класифікують інноваційні стратегії за різними чинниками [1, с. 266]. Одним з перших надав класифікацію інноваційних стратегій К. Фрімен за критерієм “менеджерської поведінки” [4]. До основних інноваційних стратегій залежно від мети ринкової поведінки відносять наступальну, оборонну (захисну), імітаційну, “за нагодою” тощо [1, с. 267; 5, с. 204]. Тип інноваційної стратегії, яку буде використовувати підприємство, залежатиме від визначеної базової стратегії і обраної поведінки на ринку.

При формуванні інноваційної стратегії необхідно розробляти стратегії проведення НДДКР і стратегії впровадження й адаптації нововведень, як своєрідний “стратегічний набір” для її виконання. Стратегії проведення НДДКР визначають характер досліджень і розробок, які буде проводити підприємство, а також шляхи формування ідей, інвестування НДДКР, їх взаємозв’язок з наявними видами продукції і технологічними процесами. До них відносять такі стратегії: ліцензійну, дослідницького лідерства, наслідування життєвому циклу, паралельних розробок та випередження наукомісткості (табл. 1) [3, с.67-71]

Таблиця 1

Інноваційні складові базових (загальних) стратегій зростання

Базова (загальна) стратегія	Тип стратегії	Інноваційна складова
Стратегії інтенсивного зростання	Стратегія більш глибокого проникнення на ринок з відомим продуктом/послугою	Локальні інновації
	Стратегія розвитку ринку (відомий продукт на новий ринок)	Маркетингові інновації
	Стратегія розвитку продукту (новий продукт/послуга на відомий ринок)	Продуктові інновації
Стратегії інтеграційного зростання	Стратегія вертикальної інтеграції вниз з постачальниками	Організаційно-управлінські інновації
	Стратегія вертикальної інтеграції вгору зі збутовими структурами	
	Стратегія горизонтальної інтеграції з розробниками та галузевими структурами	
Стратегії диверсифікаційного зростання	Стратегія центральної диверсифікації	Продуктова інновація
	Стратегія конструкторсько-технологічної диверсифікації	Продуктова і технологічна інновація
	Стратегія конгломератної диверсифікації	Продуктова, технологічна, маркетингова інновація

Стратегії впровадження й адаптації нововведень відносять до системи оновлення виробництва, введення продукції на ринки, використання технологічних переваг. До цієї групи стратегій належать: стратегія підтримки продуктового ряду, стратегія ретрорновведень, стратегія збереження технологічних позицій, стратегія продуктової і процесної імітації, стратегія стадійного подолання, стратегія технологічного трансферу, стратегія слідування за ринком і стратегія радикального випередження [6, с. 271].

Як правило, підприємство застосовує систему взаємопов’язаних стратегій, що доповнюють одна одну. Портфель інноваційних стратегій формують залежно від поставлених соціально-економічних цілей розвитку, інноваційних завдань, які необхідно вирішити для досягнення цих цілей, та тих чинників, що впливають на інноваційний розвиток підприємства.

Процес розроблення і реалізації інноваційних стратегій представлено на рис. 1.

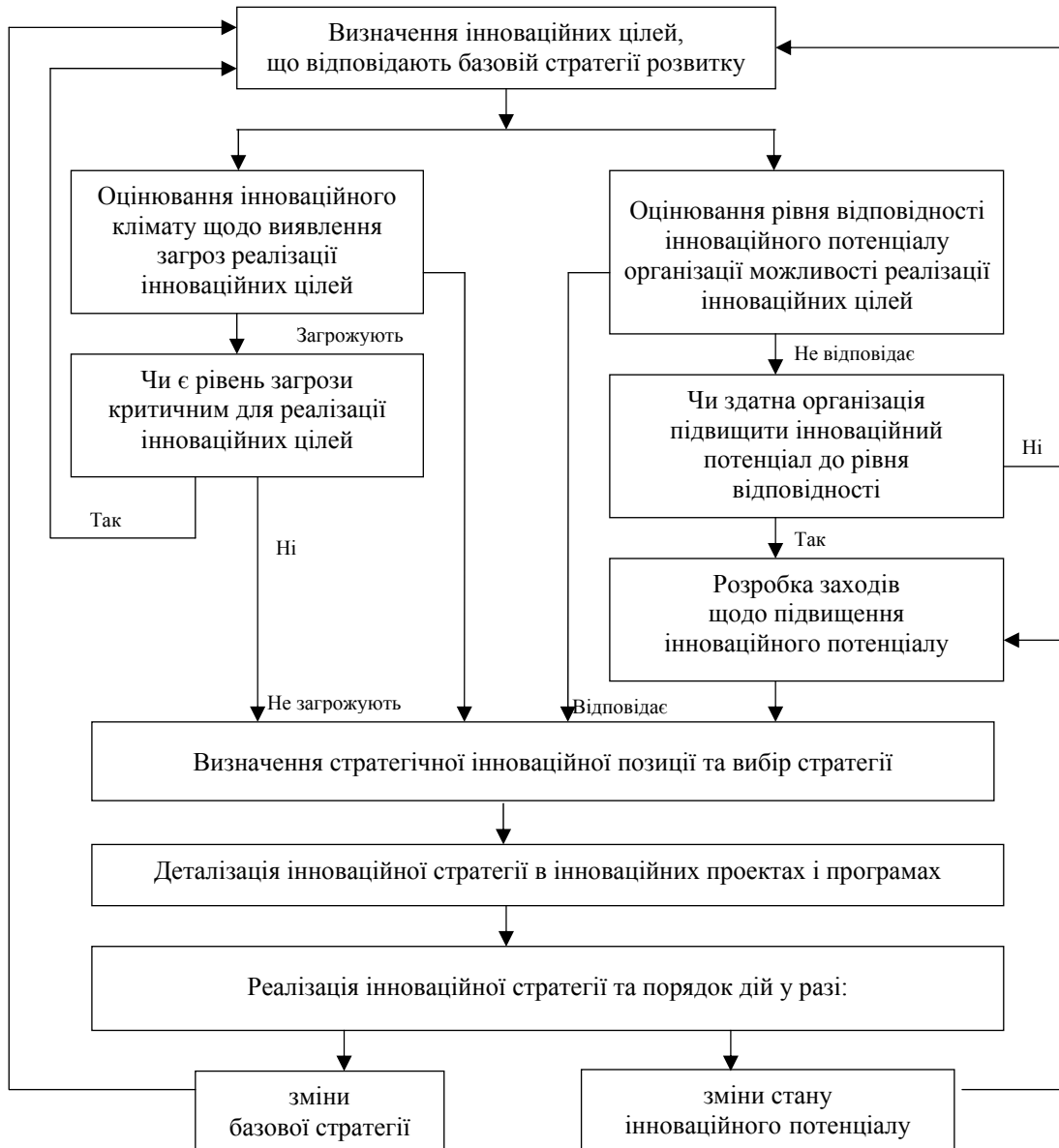


Рис. 1. Основні етапи формування інноваційної стратегії

На першому етапі формують інноваційні цілі та визначають основні завдання з урахуванням загальної стратегії підприємства та перспектив розвитку. Це може бути розроблення і впровадження нового продукту, нових конструкційних матеріалів, нових технологій та техніки, впровадження сировинних, маркетингових, виробничих, організаційно-управлінських інновацій. Великі багатопрофільні організації розробляють “дерево цілей”, в якому для інноваційних цілей передбачено певний ієрархічний рівень [3, с. 110; 7, с.77].

Наступний етап – це аналіз інноваційного клімату та інноваційного потенціалу підприємства. Інноваційний клімат – це стан зовнішнього середовища організації, що сприяє або протидіє досягненню інноваційних цілей. Знаходить прояв через вплив на інноваційний потенціал організації. Для оцінювання інноваційного клімату застосовують метод PEST-аналізу, модель галузевої конкуренції М. Портера та зон стратегічних ресурсів: інвестиційних, науково-технічних, інформаційних, сировинних, трудових тощо. Слід застосовувати аналіз сценаріїв розвитку подій для розроблення альтернативних стратегічних заходів щоб подолати прогнозовані загрози або використати можливості, що надає зовнішнє середовище. Вимірювання та аналіз інноваційного клімату можна проводити експертним шляхом, використовуючи відповідні таблиці [3, с. 121–122].

Аналіз інноваційного потенціалу пов'язаний з оцінюванням здатності і готовності елементів внутрішнього середовища до виконання інноваційних цілей. Для забезпечення інноваційної діяльності використовують різні види ресурсів, які слід аналізувати для оцінювання ІП: кадрові, фінансові, технічні, технологічні, наукові та організаційні. Проте переважна більшість дослідників віддають перевагу структурному підходу – тобто виокремленні певних складових частин внутрішнього середовища, які формують його

інноваційний потенціал. Наприклад, вирізняють виробничо-технологічний, кадровий, науково-технічний, фінансовий та управлінський потенціали або виокремлюють такі блоки як продуктивний (проектний), функціональний, ресурсний, організаційний та управлінський. Аналіз сильних і слабких сторін цих складових інноваційного потенціалу проводять за допомогою розрахунково-аналітичних методів та з використанням експертних методів [3, с. 118–120].

Стратегічна інноваційна позиція підприємства визначається зіставленням стану інноваційного потенціалу підприємства та інноваційного клімату. Для оцінювання використовують метод SWOT-аналізу [3, с. 123; 5, с. 198–199]. Напрямок вибору інноваційної стратегії можна визначити, скориставшись матрицею вибору інноваційної стратегії (співставлено інноваційні можливості підприємства з його ринковою позицією), вигляд якої подано в різних публікаціях [5, с. 207, 8, с. 33].

Отже, інноваційна стратегія формується на основі даних стратегічного аналізу щодо життєвого циклу продукту, ринкової позиції підприємства, стану його інноваційного потенціалу. Вона має відповідати загальній стратегії розвитку, бути прийнятною для підприємства за рівнем ризику, базуватися на даних маркетингових досліджень щодо готовності ринку сприйняти інновацію. На вибір інноваційної стратегії впливає багато чинників, сукупність яких систематизовано в таблиці 2 [9, с. 214].

Таблиця 2

Характеристика чинників впливу на вибір стратегії	
Чинник	Оцінювання впливу чинників
1. Ризик	1.2. Рівень припустимого ризику для нормального функціонування підприємства. 1.2. Передбачений рівень ризику в процесі реалізації стратегії
2. Величина фінансових коштів	2.1. Величина наявних фінансових ресурсів. 2.2. Передбачуваний обсяг фінансових коштів, необхідний для реалізації стратегії
3. Зовнішні чинники	3.1. Найбільш значущі чинники зовнішнього середовища для підприємства. 3.2. Рівень залежності підприємства від зовнішнього середовища
4. Трудові ресурси	4.1. Рівень компетентності й кваліфікації персоналу, його відповідність процесу реалізації стратегії
5. Ставлення персоналу до можливих змін	5.1. Можлива реакція персоналу на майбутні зміни. 5.2. Рівень готовності персоналу до ризику і інновацій
6. Ставлення власників (менеджерів) підприємства до ризику і інновацій	6.1. Рівень готовності до ризику, нововведень, різних змін у діяльності підприємства
7. Чинники часу	7.1. Передбачуваний (прогнозний) період початку і тривалості реалізації стратегії
8. Передбачувані результати діяльності після реалізації стратегії	8.1. Імовірна зміна кількісних та якісних показників економічної діяльності підприємства

Інструментом вибору інноваційної стратегії та стратегій, що її супроводжують може бути матриця альтернативних варіантів за аналогією з матрицею SWOT-аналізу (рис. 2).

		Зовнішні чинники	
		Сприятливі умови	Несприятливі умови
Внутрішнє середовище	Сильний інноваційний потенціал	Загальна стратегія – зростання за рахунок диверсифікації, інтеграції, інтенсифікації. Інноваційна стратегія – наступальна або оборонна. Стратегія НДДКР – дослідницького лідерства, випередження наукомісткості, ліцензійна. Стратегія впровадження і адаптації нововведень – радикального випередження, технологічної пов’язаності, технологічного трансферта	Загальна стратегія інтенсифікації, інтеграції або реструктуризації. Інноваційні стратегії: помірно наступальна, захисна, “за нагодою”. Стратегія НДДКР – стратегія паралельної розробки, наслідування життєвого циклу, ліцензійна. Стратегія впровадження і адаптації нововведень – стадійного подолання, збереження технологічних позицій, слідування за ринком
	Слабкий інноваційний потенціал	Загальна стратегія інтеграції. Інноваційні стратегії – імітаційна, “за нагодою”. Стратегія НДДКР – стратегії ліцензійну, паралельної розробки. Стратегія впровадження і адаптації нововведень – підтримки продуктового ряду, ретроінновацій, продуктової і процесної імітації, вертикального запозичення	Ліквідація неперспективного бізнесу або злиття з іншими фірмами

Рис. 2. Матриця альтернативних варіантів інноваційних стратегій

Сприятливі умови зовнішнього середовища та сильний інноваційний потенціал дають можливість використати наступальну інноваційну стратегію (будь-яка з загальних стратегій зростання може бути застосована). А в стратегічному наборі слід використати такі стратегії НДДКР – дослідницького лідерства, випередження наукомісткості, ліцензійну. Серед стратегій впровадження і адаптації нововведень рекомендовано стратегії радикального випередження, технологічної пов'язаності, технологічного трансферта.

За несприятливих умов зовнішнього оточення і наявності сильного інноваційного потенціалу підприємство з обережністю може застосовувати загальну стратегію зростання за рахунок інтенсифікації (вихід на відомий ринок з новим товаром чи з відомим товаром на новий ринок), інтеграції (утворити спільне підприємство) чи реструктуризації (ввійти в інший бізнес). Для цього краще застосовувати помірно наступальну або захисну інноваційну стратегію. Рекомендовані стратегії НДДКР – паралельної розробки, наслідування життєвого циклу, ліцензійна, а стратегії впровадження і адаптації нововведень – стадійного подолання, збереження технологічних позицій, слідування за ринком.

За сприятливих умов і слабого інноваційного потенціалу рекомендовано використовувати стратегію інтеграційного зростання (спільне підприємство або злиття для поділу ризиків), інноваційні стратегії – імітації, “за нагодою”. Рекомендовані стратегія НДДКР – ліцензійна, паралельної розробки, а стратегії впровадження і адаптації нововведень – підтримки продуктового ряду, ретроінновацій, продуктової і процесної імітації, вертикального запозичення.

За несприятливих умов зовнішнього середовища і слабого інноваційного потенціалу рекомендовано ліквідація неперспективного бізнесу, або, якщо є підстави, то злиття з іншими компаніями.

Неоднозначність у виборі інноваційної стратегії зумовлює необхідність розробки альтернатив, їх ретельного обрахунку, оцінки переваг для прийняття виваженого рішення. Вибір інноваційної стратегії є складним аналітичним процесом прийняття рішень, що передбачає використання таких методів як: порівняння, типових матриць, розрахунково-конструктивних тощо.

Наступним етапом формування інноваційної стратегії є деталізація її в проектах і програмах (рис. 1). Програми і проекти власне є тактичними заходами щодо досягнення конкретних цілей, передбачених в інноваційній стратегії. На цьому етапі важливо також обґрунтувати та обрати варіанти джерел фінансування програм і проектів. Тому, як правило, проводять розробку інноваційної стратегії в комплексі з фінансовою стратегією підприємства, чим буде забезпечено взаємозв'язок із загальною стратегією організації.

Останній етап формування стратегії – це її реалізація. Цей етап не менш важливий за інші, оскільки, як свідчать дані досліджень, в 70 % випадків, коли стратегія не призвела до очікуваних результатів, головна причина полягала не в поганій якості стратегії, а в незадовільній її реалізації. Відповідно суттєвого значення на цьому етапі належить стратегічному контролю інновацій, і як одному з його основних елементів – корекції інноваційної стратегії, яка обґрунтовується на основі комплексного регулярного дослідження інноваційного середовища та завдань, пов'язаних з розробкою рекомендацій щодо плану дій з удосконалення інноваційної діяльності підприємства.

Висновки. Запропоновано алгоритм формування інноваційної стратегії підприємства і визначено сукупність методів, які потрібно використовувати на кожному з етапів. Розроблено рекомендації щодо використання стратегій НДДКР та стратегій впровадження й адаптації нововведень, які відповідають обраній інноваційній стратегії.

Важливими перспективними напрямками подальших досліджень є вивчення особливостей формування ресурсних стратегій для забезпечення реалізації обраної інноваційної стратегії.

Література

1. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент : навч. посібник / Н. В. Краснокутська. – К. : КНЕУ, 2003. – 504 с.
2. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
3. Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров “Управление развитием организации. Модуль 7 / В. Н. Гунин и др. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 328 с.
4. Freeman C. The Economics of industrial innovation / C. Freeman. – The MIT Press, 1982.
5. Стадник В. В. Інноваційний менеджмент : навч. посібник / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – К. : Академвидав, 2006. – 464 с.
6. Медынский В. Г. Инновационный менеджмент : учебник / В. Г. Медынский. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 295 с.
7. Инновационный менеджмент : учеб. пособие / Под ред. Л. Н. Оголевой. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 238 с.
8. Ковтун О. Інноваційні стратегії для вітчизняних підприємств / О. Ковтун // Економіст. – 2012. – № 11. – С. 31–38.
9. Скібіцький О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент : навч. посібник / О. М. Скібіцький. – К. : ЦУЛ, 2009. – 408 с.

References

1. Krasnokutskaya N. V. Innovatsiyni menedzhment : navch. posybnik / N. V. Krasnokutskaya. – K. : KNEU, 2003. – 504 s.
2. Shershnova Z. Ye. Stratehichne upravlinniy / Z. Ye. Shershnova. – 2ge vid., pererob. i dop. – K. : KNEU, 2004. – 699 s.
3. Gunin V. N. i dr. Upravlenie innovatsiyami: 17-modulnaia programma dlia menedzherov “Upravlenie razvitiem organizaczii. Modul 7 / V. N. Gunin I dr. – M. : INFRA-M, 1999. – 328 s.
4. Freeman C. The Economics of industrial innovation / C. Freeman. – The MIT Press, 1982.
5. Stadnik V. V. Innovatsiyni menedzhment : navch. posybnik / V. V. Stadnik, M. A. Yiohna. – K. : Akademydav, 2006. – 464 s.
6. Medy'nskij V. G. Innovaciionny'j menedzhment : Uchebnik / V. G. Medy'nskij. – M. : INFRA-M, 2002. – 295 s.
7. Innovaciionny'j menedzhment : uchebnoe posobie / Pod red. L. N. Ogolevoj. – M. : INFRA-M, 2001. – 238 s.
8. Kovtun O. Innovatsieni stratehii vitchiznyanyh pidpriemstv / O. Kovtun // Ekonomist. – 2012. – № 11. – S. 31–38.
9. Skibitskii O. M. Innovatsiyni ta investytsiyni menedzhment : navch. posybnik / O. M. Skibitskii. – K. : TsUL, 2009. – 408 s.

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.
Надійшла/Received: 30.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Гаманкова

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Проаналізовано стан і динаміку інноваційної активності підприємств України. Визначено залежність основних показників соціально-економічного розвитку країни від її рівня. Побудовано модель, яка характеризує залежність ВВП, як основного макроекономічного показника, від рівня інноваційної активності.

Ключові слова: інновації, інноваційна активність, макроекономічні показники, валовий внутрішній продукт, динаміка, економічний розвиток.

N. V. KATKOVA, S. N. MARUSHCHAK

Admiral Makarov National University of Shipbuilding, Mykolaiv

INFLUENCE OF INNOVATIVE ACTIVITY OF THE ENTERPRISES ON THE MAIN INDICATORS OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE

Abstract – The aim of article is research of dependence of level of efficiency of economy, the main indicators of social and economic development of Ukraine from the level of innovative activity of the enterprises. The state and dynamics of innovative activity of the enterprises of Ukraine are analysed. Dependence of the main indicators of social and economic development of the country on its level is defined; it is revealed that between indicators of development of economy (GDP, volumes of the realized production, financial results of the industrial enterprises, the population occupied in the industry) and indicators of innovative activity of the enterprises, there is a close connection (the coefficient of correlation makes 0,77–0,9). The model characterizing dependence of GDP as main macroeconomic indicator, from the level of innovative activity is constructed. It is revealed that at increase in total amount of expenses on innovative activity of the industries by 1% of GDP increases on average by 1,08 %, i.e. quicker than the total amount of expenses on innovative activity. The received results of research confirm that the main factor determining economic growth are innovations. Growth of innovative activity provides growth of indicators of social and economic development of Ukraine, its competitiveness. Therefore a priority task of the domestic government is the creating favorable conditions for realization of innovative model of economic development of Ukraine by broad purposeful activities for creation, introduction and application of technological and organizational and administrative innovations.

Key words: innovation, innovative activity, macroeconomic indicators, gross domestic product, dynamics, economic development.

Н. В. КАТКОВА, С. Н. МАРУЩАК

Національний університет кораблебудування ім. адм. Макарова, г. Миколаїв

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ УКРАИНЫ

Целью статьи является исследование зависимости уровня эффективности экономики, основных показателей социально-экономического развития Украины от уровня инновационной активности предприятий. Проанализированы состояние и динамика инновационной активности предприятий Украины. Определена зависимость основных показателей социально-экономического развития страны от ее уровня; выявлено, что между показателями развития экономики (ВВП, объемами реализованной продукции, финансовыми результатами промышленных предприятий, занятого в промышленности населения) и индикаторами инновационной активности предприятий, существует тесная связь (коэффициент корреляции составляет 0,77–0,9). Построена модель, характеризующая зависимость ВВП, как основного макроэкономического показателя, от уровня инновационной активности. Выявлено, что при увеличении общей суммы расходов на инновационную активность в промышленности на 1 % ВВП увеличивается в среднем на 1,08 %, т.е. быстрее общей суммы расходов на инновационную деятельность. Полученные результаты исследования подтверждают, что главным фактором, определяющим экономический рост, являются инновации. Рост инновационной активности обеспечивает рост показателей социально-экономического развития Украины, ее конкурентоспособности. Поэтому приоритетной задачей отечественного правительства является создание благоприятных условий для реализации инновационной модели экономического развития Украины путем широкой целенаправленной деятельности по созданию, внедрению и применению технологических и организационно-управленческих инноваций.

Ключевые слова: инновации, инновационная активность, макроэкономические показатели, валовый внутренний продукт, динамика, экономической развитие.

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність національної економіки наразі суттєво визначається здатністю промислового виробництва до нововведень й модернізації. Інноваційний напрям розвитку економіки обрали всі розвинуті країни світу. Зростання впливу науки та нових технологій, які розвиваються протягом останніх років стрімкими темпами, на соціально-економічний розвиток зумовлює вибір на користь інноваційної моделі розвитку. Відтак, за основу розвитку економіки України має бути обрана саме така модель – інноваційно-орієнтована. Враховуючи високий рівень конкуренції на глобальному ринку, існуючі можливості для бізнесу, визначені як результати наукових досліджень, технічних і технологічних розробок, вибір зазначеної моделі є логічним, необхідним і беззаперечним.

Варто зазначити існування взаємозв'язку між інноваційною активністю підприємств і рівнем розвитку економіки – високий рівень інноваційної активності суб'єктів господарювання є одночасно і фактором, і результатом економічного піднесення економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання інновацій та їх впровадження на підприємствах, інноваційної моделі розвитку економіки України досліджуються багатьма вітчизняними вченими. Зокрема, вчені С. С. Арутюнян, Н. В. Данік, Л. І. Федулова, В. О. Касьяненко, І. В. Драган, Д. Ф. Крисанов,

В. Бурлака, О. О. Маслак, А. В. Череп, Л. Ф. Чумак, О. І. Яшкіна, Н. В. Чурей, Р. Р. Гудима, Д. В. Солоха, Ж. А. Говоруха в своїх дослідженнях розглядають роль інновацій у процесах економічного зростання, доводять необхідність вибору інноваційної моделі розвитку української економіки, досліджують чинники, які сприяють розвитку інноваційних процесів в Україні, та тенденції. Багато наукових праць присвячено проблемам інноваційного розвитку, чинникам, які перешкоджають зростанню обсягів інновацій в українській економіці, повноцінній реалізації моделі розвитку, спрямованої на розробку та застосування новітніх технологій, продуктів і ін. Серед них В.А. Гросул, О. М. Стреліна, І. Ганечко, Д. О. Крикуненко, І. Г. Ганечко. В роботах М. О. Густинського, Г. І. П'ятницької, Д. М. Куніна, П. С. Харіва, А. В. Фоменко розглядаються практичні аспекти, які стосуються оцінювання ефективності інноваційної діяльності на підприємствах.

Дослідження публікацій з даної теми не залишає сумнівів в необхідності нарощування інновацій і розкриває цілий ряд проблем в цій сфері, зумовлених не лише об'єктивними чинниками.

Формулювання цілі статті. Метою статті є дослідження залежності рівня ефективності економіки, основних показників соціально-економічного розвитку України від рівня інноваційної активності підприємств.

Виклад основного матеріалу. Згідно з визначенням даним в законі України "Про інноваційну діяльність" [1], інновації – це новостворені і/або вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і/або соціальної сфери; інноваційна діяльність – це діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг. Об'єктами інноваційної діяльності є інноваційні програми і проекти; нові знання та інтелектуальні продукти; виробничі обладнання та процеси і т.д. Звідки слідує, що впровадження на підприємствах інновацій, здійснення інноваційної діяльності має в результаті забезпечувати самим підприємствам і економіці країни загалом підвищення рівня конкурентоздатності та ефективності діяльності. Окрім того, ефект від впровадження інновацій має покращувати стан соціальної сфери і в результаті сприяти підвищенню рівня життя населення. Наведене пояснює той факт, що питання розробки і впровадження інновацій та інноваційного розвитку економіки не втрачають своєї актуальності. Інноваційна модель розвитку наразі – це вже не тільки варіант вибору оптимального шляху розвитку, це – об'єктивна необхідність.

Необхідність вибору інноваційного шляху розвитку економіки України відображена в законодавстві. Метою Закону України "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні" від 8.09.11 р. є забезпечення інноваційної моделі розвитку економіки шляхом концентрації ресурсів держави на пріоритетних напрямках науково-технічного оновлення виробництва, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках [2]. Стратегічними пріоритетами на 2011-2021 рр. є впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння нових технологій високотехнологічного розвитку транспортної системи, суднобудування, освоєння нових технологій виробництва матеріалів, створення індустрії наноматеріалів та нанотехнологій; технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу; широке застосування технологій більш чистого виробництва та охорони навколишнього природного середовища; розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки.

Ступінь розвитку національної економіки визначається низкою макроекономічних індикаторів, найважливішим з яких є валовий внутрішній продукт (ВВП). Одним із ключових факторів, що визначає здатність економіки до зростання, є інноваційна активність підприємств. З метою виявлення зв'язків між показниками розвитку економіки та індикаторами інноваційної активності підприємств за даними Державної служби статистики за період з 2000 по 2014 рр. нами визначені коефіцієнти парної кореляції (табл. 1) та побудовані відповідні паралельні динамічні ряди (рис. 1, 2). В якості показника, що характеризує інноваційну активність підприємств, було обрано загальну суму витрат на інноваційну діяльність у промисловості.

Таблиця 1

Тіснота зв'язку між показниками розвитку економіки країни та інноваційною активністю промислових підприємств

Показник розвитку економіки	Коефіцієнт парної кореляції	Індикатор інноваційної активності підприємств
Валовий внутрішній продукт	0,909583	Загальна сума витрат на інноваційну діяльність у промисловості
Обсяги реалізованої промислової продукції	0,899692	
Фінансові результати промислових підприємств до оподаткування	0,771926	
Зайняте населення у промисловості	-0,81753	

Результати розрахунків свідчать, що між показниками розвитку економіки – ВВП, обсягами реалізованої продукції, фінансовими результатами промислових підприємств до оподаткування та чисельністю населення, зайнятого в промисловості, й індикатором інноваційної активності підприємств існує тісний зв'язок. Згідно зі шкалою Чеддока, якщо $r \in (0,7 - 0,9)$, то кореляція між показниками висока, що характерно для всіх показників, крім ВВП. Коефіцієнт кореляції між ВВП і загальною сумою витрат на інноваційну діяльність перевищує 0,9, що свідчить про надто високий рівень кореляції між ними.

Інновації формують можливості економічного зростання економіки. Ці можливості розподіляються по двом каналам: інвестиційному та технологічному. Перший пов'язаний з отриманням за рахунок впровадження інновації більшого доходу, суттєвих прибутків і, в кінцевому рахунку, більшої величини інвестицій у виробництво. Економія на витратах і отримання більш високої норми прибутку складають глибинний сенс будь-якої інновації. Відповідно, її реалізація створює додаткові фінансові можливості компанії для подальшого розширення своєї діяльності, що і прискорює економічне зростання. Другий канал пов'язаний зі зростанням ефективності виробництва в результаті впровадження технологічних і управлінських інновацій. Зростання ж ефективності, за інших рівних умов, дозволяє при тих же витратах розширювати масштаби виробництва. Отже, інновація створює ще й технологічні умови для розширення діяльності фірми [3].

Разом з тим, слід підкреслити, що залежність між темпами економічного зростання і інноваційною активністю є двосторонньою: високі темпи ініціюють інновації, а інновації ініціюють високі темпи. І навпаки: низькі темпи ведуть до інноваційної пасивності, а інноваційна пасивність провокує низькі темпи.

Спостерігається зворотна залежність кількості зайнятого населення у промисловості і загальної суми витрат на інноваційну діяльність у промисловості, що пов'язано з вивільненням працівників у результаті удосконалення виробничих процесів (технологічне безробіття).

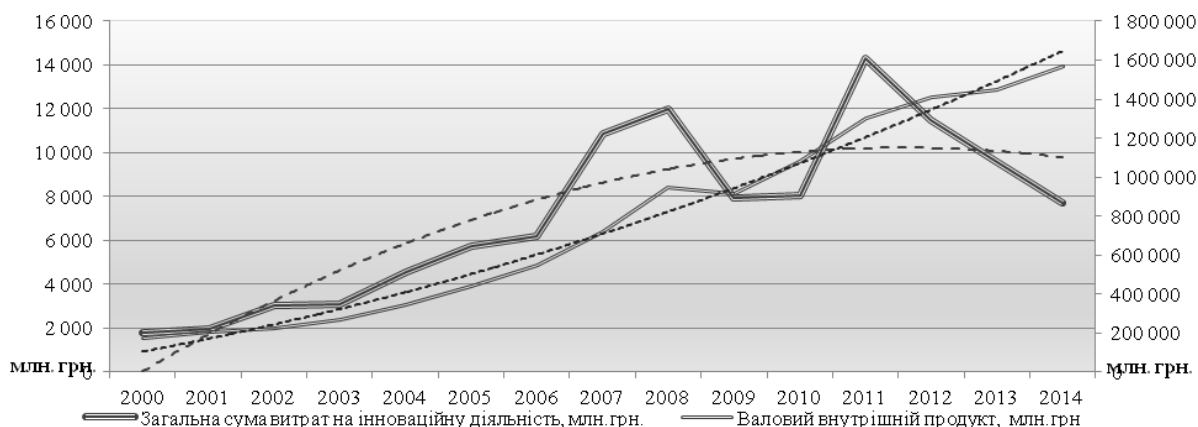


Рис. 1. Динаміка загальної суми витрат на інноваційну діяльність та ВВП (2000–2014 рр.)

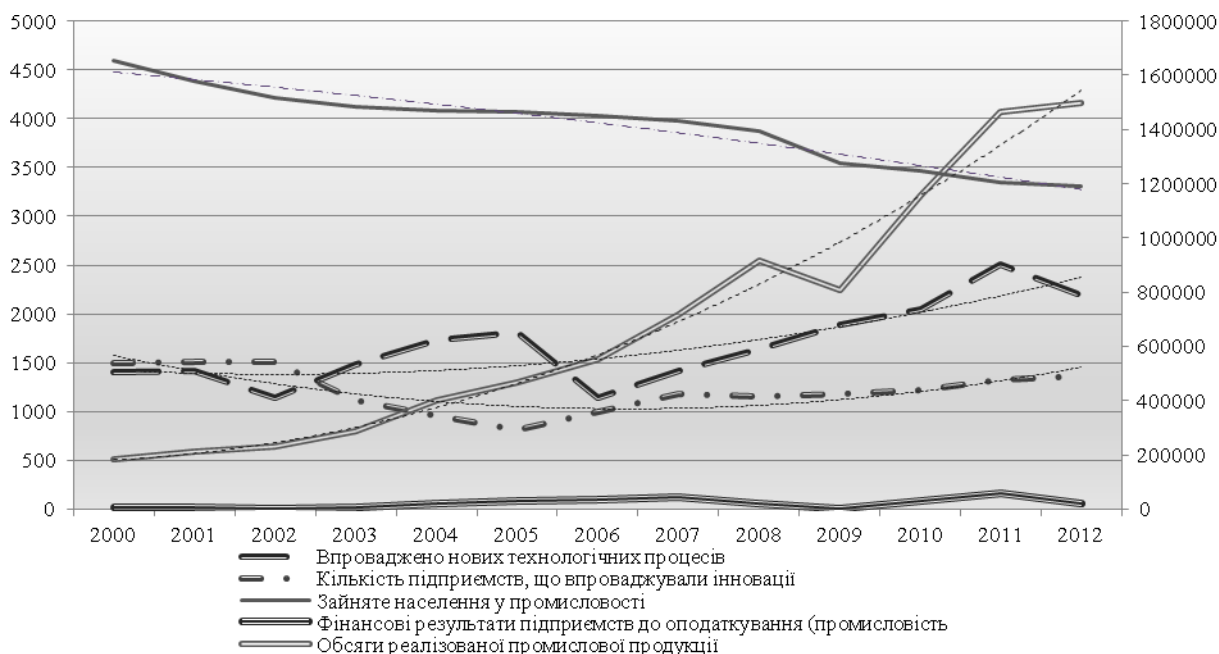


Рис. 2. Динаміка макроекономічних індикаторів та показників інноваційної активності підприємств

Оскільки найтіснішою виявилася залежність між ВВП та витратами на інноваційну діяльність, розглянемо її детальніше. Залежність ВВП від загальної суми витрат на інноваційну діяльність адекватно описує степенева функція: $y = x^{\beta_1} \cdot \beta_0 + u$. Модель залежності, побудована за даними Державної служби ста-

тики за 2000–2013 рр. має вигляд: $\hat{y} = 48,058 \cdot x^{1,0838}$. При збільшенні загальної суми витрат на інноваційну діяльність в промисловості на 1 % ВВП збільшується в середньому на 1,0838 %. ВВП збільшується майже так само, навіть швидше за загальну суму витрат на інноваційну діяльність.

Діаграма динаміки витрат на інноваційну діяльність показує їх зниження в 2009–2010 рр., що відповідає періоду загострення фінансової кризи, яка негативно позначилась і на стані економіки України. Значне збільшення витрат на інновації у 2011 р. (порівняно з 2010 р.) змінилось суттєвим їх зниженням у 2012–2014 рр. Якщо припустити, величину витрат на інноваційну діяльність на рівні 2011 р., тобто 14333,9 млн грн, то прогноз ВВП складе: $\hat{y} = 48,058 \cdot 14333,9^{1,0838} = 1535774,83$ млн грн.

На рис. 3 представлена модель досліджуваної залежності у графічному вигляді.

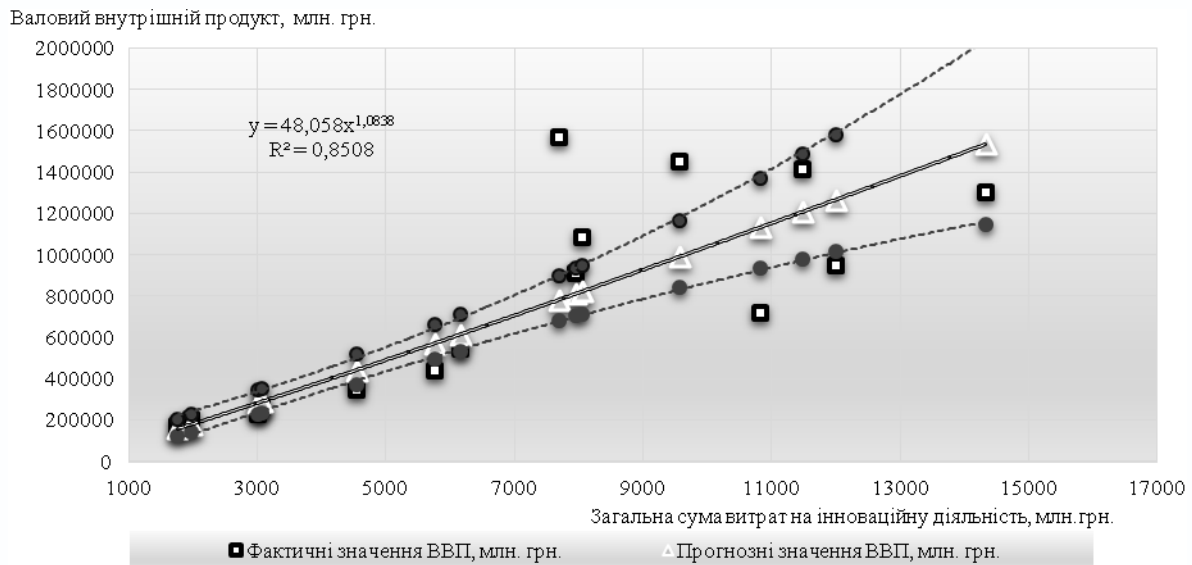


Рис. 3. Модель залежності ВВП від рівня витрат на інноваційну діяльність

Висновки. Отримані результати дослідження підтверджують, що головним чинником, який визначає економічне зростання, є інновації. Зростання інноваційної активності забезпечує ріст показників соціально-економічного розвитку України, її конкурентоспроможності, адаптацію до конкурентних умов, які формуються в світі. Тому пріоритетним завданням вітчизняного уряду є створення сприятливих умов для реалізації інноваційної моделі економічного розвитку України шляхом широкої цілеспрямованої діяльності щодо створення, впровадження та застосування технологічних і організаційно-управлінських інновацій.

Література

1. Про інноваційну діяльність [Електронний ресурс] : закон України від 4 липня 2002 р. № 40–IV]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-iv>.
2. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні [Електронний ресурс] : закон України від 8 вересня 2011 р. № 3715–VI]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>.
3. Балацкий Е. В. Механизм взаимообусловленности инноваций и экономического роста / Е. В. Балацкий // Альманах “Наука. Инновации. Образование”. Вып. 2 “Актуальные вопросы развития науки и сферы инноваций”. – М. : Изд-во “Языки славянской культуры”, 2007. – С. 182–198.
4. Касьяненко В. О. Инновации как один из факторов формирования конкурентоспособности страны / В. О. Касьяненко // Механизм регулирования экономики. – 2011. – № 4. – С. 82–87.
5. Кривенко Л. В. Формування інноваційної моделі розвитку України – запорука економічного зростання / Л. В. Кривенко, В. М. Милашенко // Вісн. Української акад. банківської справи. – 2011. – № 2(31). – С. 16–20.
6. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. збірник. – К. : Держ. служба статистики України, 2014. – 314 с.
7. Федуллова Л. Концептуальна модель інноваційної стратегії України / Л. Федуллова // Економіка і прогнозування. – 2012. – № 1. – С. 87–100.
8. Стреліна О. М. Інноваційний розвиток економіки України: проблеми та перспективи [Електронний ресурс] / О. М. Стреліна // Ефективна економіка. – 2013. – № 7. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2166>.

9. Яшкіна О. І. Інноваційна діяльність підприємств України: тенденції розвитку та чинники впливу / О. І. Яшкіна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 4. – С. 181–189.

10. Кукурудза И. И. Инновационная составляющая экономической безопасности Украины / И. И. Кукурудза // Вісник економічної науки України. – 2008. – № 2. – С. 93–97.

References

1. Pro innovatsijnu diialnist : Zakon Ukrainy : vid 4 lypnia 2002 r. No 40–IV], Verkhovna Rada Ukrainy. <http://zakon2.rada.gov.ua/lavs/shov/40-iv>.

2. Pro priorytetni napriamy innovatsijnoi diialnosti v Ukraini : Zakon Ukrainy [vid 8 veresnia 2011 r. No 3715-VI], Verkhovna Rada Ukrainy. <http://zakon3.rada.gov.ua/lavs/shov/3715-17>.

3. Balatskij E. V. Mexanizhm vzhaimoobuslovlennosti innovaczsj i ekonomicheskogo rosta, Al'manax "Nauka. Innovatsii. Obrazovanie". No. 2 "Aktual'ny'e voprosy' razvitiya nauki i sfery' innovaczij". Moskva, Izd-vo "Yazy'ki slavyanskoj kul'tury", 2007, pp. 182–198.

4. Kasianenko V. O., Innovatsii yak odyn iz faktoriv formuvannia konkurentospromozhnosti krainy, Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky, 2011, No 4, pp. 82-87.

5. Kryvenko L. V., Mylashenko V. M. Formuvannia innovatsijnoi modeli rozvytku Ukrainy – zaporuka ekonomichnoho zrostannia, Visnyk Ukrainiskoi akademii bankivskoi spravy, 2011, No 2(31), pp. 16-20.

6. Naukova ta innovatsijna diialnist v Ukraini: statystychnyj zbirnyk. Kyiv, Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2014, 314 p.

7. Fedulova L. Kontseptualna model innovatsijnoi stratehii Ukrainy, Ekonomika i prohnozuvannia, 2012, No 1, pp. 87–100.

8. Strelina O. M. Innovatsijnyj rozvytok ekonomiky Ukrainy: problemy ta perspektyvy, Efektyvna ekonomika, 2013, No 7 // vvv.etsonomy.nayka.tsom.ua/?op=1&z=2166.

9. Yashkina O. I. Innovatsijna diialnist pidpriemstv Ukrainy: tendentsii rozvytku ta chynnyky vplyvu, Marketynh i menedzhment innovatsij, 2013, No 4, pp. 181–189.

10. Kukurudza I. I. Innovacionnaya sostavlyaiyushhaya ekonomicheskoy bezopasnosti Ukrainy', Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy, 2008, No 2, pp. 93–97.

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.
Надійшла/Received: 30.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

ENTERPRISE RESTRUCTURING: PRINCIPLES OF PLANNING (METHODOLOGICAL ASPECTS)

Abstract – A complex of methodological principles for development of the systems of multi-level hierarchical continued planning of restructuring of the industrial enterprises is substantiated.

The current planning principles, their interrelations are analyzed and a system of primary planning principles servicing the methodological aspects for implementation of the concept of the multi-level hierarchical continued planning of restructuring of the industrial enterprises, complying with the present business environment of the enterprises, allowing them to adapt for permanent changes of external economic environment is substantiated.

Key words: industrial enterprise, planning systems, methodological principles.

M. A. КОЗИР-ЧЕПУРНА

ТОВ "Науково-інженерний центр КК "РейлТрансХолдинг", м. Маріуполь

РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ: ПРИНЦИПИ ПЛАНУВАННЯ (МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ)

Обґрунтовано комплекс принципів розробки систем багаторівневого ієрархічного безперервного планування реструктуризації промислових підприємств. Проаналізовано існуючі принципи планування, взаємозв'язки між ними та обґрунтовано систему базових принципів планування, яка забезпечує методологічні засади реалізації концепції багаторівневого ієрархічного безперервного планування реструктуризації промислових підприємств, що відповідає сучасним умовам функціонування підприємств і дозволяє адаптуватись останнім до постійних змін зовнішнього економічного середовища.

Ключові слова: промислове підприємство, системи планування, методологічні принципи.

M. A. КОЗЫРЬ-ЧЕПУРНАЯ

ООО "Научно-инженерный центр УК "РэйлТрансХолдинг", г. Мариуполь

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ: ПРИНЦИПЫ ПЛАНИРОВАНИЯ (МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ)

Обоснован комплекс принципов разработки систем многоуровневого иерархического непрерывного планирования реструктуризации промышленных предприятий. Проанализированы существующие принципы планирования, взаимосвязи между ними и обоснована система базовых принципов планирования, которая обеспечивает методологические основы реализации концепции многоуровневого иерархического непрерывного планирования реструктуризации промышленных предприятий, соответствующая современным условиям функционирования предприятий и позволяет адаптироваться последним к постоянным изменениям внешней экономической среды. Комплекс методологических принципов разработки систем многоуровневого иерархического непрерывного скользящего планирования.

Ключевые слова: промышленное предприятие, системы планирования, методологические принципы.

Problem statement. Increased degree of variability in the external economic environment of the domestic industrial enterprises under conditions of open economy and macroeconomic instability add significance to planning of enterprise restructuring and enterprise development in general, to improvement of the methodology and methodological tools for development of the systems of planning and plans.

The methodological principles of planning shall combine up-to-date and most common scientific beliefs about the structure of plans and planning systems, fundamental requirements to such systems and products of their functioning i.e. plans, following which will make possible all required pre-conditions for effective implementation of the planned function of management at the enterprises and finally their effective operation both while designing the planning systems for development of the enterprises and while developing the plans. The main function of the planning principles is likely to be fulfilled only if there is an internally consistent integral and complete system of such principles, the definition and content of which is scientifically substantiated, rigorous, unambiguous and constructive, where appropriation of every principle and mechanisms ensuring its practical realization are defined.

Relevance of implementation of effective planning systems in operation of the present-day domestic industrial enterprises, significance and role of the main planning principles in the process of their development provides thematic justification of studies aimed at clarification of economic content of the planning principles well-known in the economic science, analysis of correctness and detailing, as appropriate, the definitions of the said principles, establishing their interrelations and building the internally regulated system of the primary planning principles excluding the redundant, auxiliary, light, just trivial and obvious principles.

Analysis of the latest studies and publications. The methodological issues, in particular the principles of planning at the enterprises, are addressed almost in every comprehensive scientific work and educational guide related to planning. A book by Henri Fayol published back in 1916 and translated into Russian in 1923 is considered by many scientists to be one of the first such works [1, 2].

Yet analysis of numerous literary sources (for example, see [3–11]) demonstrates that after all significance of the methodological principles in development of the scientific theories and practical application of their achievements, the planning principles are not a subject of a certain elaborate scientific analysis so far. In particular

among the principles of planning mentioned and discussed in the economic environment there are the principles with the definitions, which are not quite correct, lack unambiguity, vary with different authors, so their use as a structural tool for development of the planning systems at the enterprises becomes problematic. Thus, for instance, in [12] the principle of continued planning is associated with continuous control over fulfilment of the planned tasks and with their required review in case of changed internal and external conditions. This is inconsistent with the most popular interpretation of the principle in the scientific-and-methodological literature and to the greater extent complies with the flexibility principle [4, 5, 9]. Among the principles of planning attention is often drawn to the general scientific principles, which are obvious with the state-of-the-art development level of the scientific economic ideas, such as the principle of necessity and scientificity [5–7, 9]. Some principles duplicate one another not only in whole but also in certain aspects, not only any other principle but also several principles at the same time as is the case in the principle of end-to-end planning [26], on the one hand, and the principles of systematicity and hierarchy, on the other hand. Some principles differ from substantially similar principles only by designations. Concurrently the designations are not equivalent with regard to their strict meaning (for example, see the principles of adaptability, flexibility and elasticity which are almost equivalent by their content however not by precise terminology).

Elements of eclecticism, unambiguity of definitions of the principles, lack of their mutual ordering and consistency complicate effective use of the principles as the methodological landmarks while designing the systems of planning at the enterprises and substantiate necessity of their systematization based on the scientific analysis and system approach.

Statement of the purposes. The article is aimed at substantiation of the main planning principles of enterprise activities in general and business development including restructuring, particularly discovering the relations among the planning principles with identification of the primary, key planning principles and the principles that may be the methodological basis for design of the planning systems and development of the plan systems to ensure enterprise efficiency.

Description of the main study materials. The planning principles, being the methodological principles to carry out the appropriate activities, shall demonstrate the primary specific features of enterprise activities and external economic environment, planning as a major management function, specific character of organization of planning as a type of management activity. As the most important characteristic of any industrial enterprise as an object of management is its belonging to the economic systems, then it is appropriate to start analysis of all planning principles from the principle of systematicity.

Principle of systematicity (system approach). The all-purpose and common principle among all others referred to in the scientific literature in the context of the problem of planning is the principle of systematicity under which any item (object, phenomenon, etc.) is treated as a system. Then the system approach is defined as an approach implementing the principle of systematicity, i.e. an approach treating any relevant item, object, phenomenon as a system. Within the framework of this study the principle of systematicity is applicable for the object of planning, i.e. an enterprise, for the development process of the planning system, system of planning itself and the whole of plans as an ultimate product (result) of functioning of such system. In this regard the primary properties of the planning object are the system properties which dictate strictly defined requirements to the planning systems and plans developed whereby.

The content of both the principle of systematicity and system approach in itself is well-defined, based on knowledge of the main system attributes and is clear enough from the methodological point of view. At the same time subject to the high level of generality of the principle of systematicity and its basis on the equally similar notions it is rather complicated to comply with this principle in practice, in certain studies and developments. Consideration of adjacent and subordinate planning principles detailing the general principle of systematicity can contribute to it.

Principle of complexity (complex approach). One of the principles claiming to be of the same or, to the opinion of some scientists (see, for example, [5]), even higher degree of generality, is the principle of complexity. Analysis of its origin and modern interpretations demonstrates a number of unsolved issues, debatable matters, which make for not quite correct definitions of this term and lack of consensus with regard to its content which is characteristic of such situation.

The word “complex” (Latin *complexus*) originates from the Latin *complect-*, *complectere* meaning to embrace, encompass, include [13]. It appeared in the Russian language over a century ago to mean: (a) *homogeneous* population considered as a whole; (b) a set of *homogeneous* items or phenomena which form an integral unit; (*psychology*) a set of perceptions combined around any strong feelings [14].

In the modern English language the word “complex” is used in the following general scientific meanings: (1) a concept-based whole consisting of compound and interconnected parts; composite structure; the one consisting of the interconnected parts; the one having lots of various and independent however interconnected and interdependent components or parts coupled by variety of connections; (2) composite, complicated to understand [13, 15].

It is seen that the definitions in meaning 1 are intrinsically very close to the first simple definitions of the term “system” emerged much later with the spring and evolution of the systems theory (see the major work of the pioneer of the systems theory L. von Bertalanffy [16] and review of definitions of the system, for instance, in [17, 18]). Essentially these definitions may be qualified as a prototype of definitions of the term “system”. The mentioned fact allows for the term “complex” to be treated as a synonym of the term “system” and also considered as a more

general term in view of its higher uncertainty, indistinct nature as compared to the term “system” which has more exact definition of the notion depicted. In the latter case the complex is understood as a set of interconnected components, elements which are not necessarily a system. It should be noted that the above said is fully true with regard to the adjectives “complex” and “systematic”.

There is another point attributable to definition of the complexity as complication (with respect to the structure, comprehension) which enables differentiating the terms “complex” and “system, systematic”. With the focus on the feature of complication a simple system (as not every system shall be complicated) is not a complex. In its turn as it was noted above a complex is not necessarily a system, considered as a system.

Taking into account the above description of “system (“systematic”) and “complex” we can reply to the question if it is reasonable to differentiate the specified terms for purpose of the problem of enterprise planning. As the enterprise, being the object of planning, is a complicated system, the term of complexity contributes nothing new to such objects as compared to the term of systematicity and this demonstrates inclusion of the principle of complexity in the system of primary planning principles to be redundant and unreasonable. The said is also true for the planning systems as management systems.

Principle of hierarchy. One of the features of any system is *hierarchy* that enables to treat any system as a hierarchized whole of sub-systems of the lower levels [17–19]. This feature is used as the basis to prove the required application of, particularly, the hierarchy principle in management and planning as one of the main methodological principles for development of the planning systems and system of the development plans for the enterprises including the plans of restructuring.

With regard to the problem of planning of enterprise restructuring the author of the work [11] proves time-frame feature (planning horizon) to be the major feature of structuring the plan system which enables to differentiate strategic, tactical and operational planning; type of enterprise activity (function) (manufacturing of products, material and technical supply, product sales, HR management, production management, etc.) and the decomposition method to be the major tool for making up the plan hierarchy.

It is easy to see that the hierarchy principle of the planning system and system of plans is derived from the principle of systematicity and is subordinate to it.

As the principle of hierarchy is all-purpose, it may be applied to any component and any aspect of the system (plan) including time (see the principle of time definiteness).

Principle of time definiteness of the plans. The principle addresses the need to consider another fundamental feature of the planning object – a feature of *dynamism* of the economic systems and enterprise as a system in particular. This feature refers the enterprises to a class of dynamic systems having all dynamic features inherent with such systems. One of the fundamental notions which characterizes the dynamic systems, is system *behavior* understood as regular variation of the system *state*. In accordance with the time definiteness principle every (planned) state and activity of the enterprise as well as any other components of the plan shall be defined in time, i.e. correlated with the time axis.

As well as the principle of hierarchy the time definiteness principle is referred to the system-wide principles of the same (second after the principle of systematicity) order. At the same time the said principles are closely connected. Thus time definiteness shall be inherent with all plans of the system irrespective of the hierarchy level of the plans and the principle of hierarchy shall also cover time characteristics of the plans. The latter means that all plans of the system shall be hierarchized according to the specified (time) characteristics.

Principle of continued planning. In the modern theory of planning this principle is recognized as one of the fundamental principles. At the same time the issues about the reasons of its required application in planning, its interrelations with other principles and features of the planning objects are not fully discovered.

The requirement to follow this principle in elaboration of the development (restructuring) plans, to our opinion, is preconditioned not by dynamism of the economic systems, their adaptability and capability to develop in the changing environment but a *factor of uncertainty* of the prospective business environment of the enterprises, their operation process (including the development processes) and finally the plans themselves. In the latter case uncertainty is understood as inaccuracy of the plans and the factor of uncertainty – as an objective impossibility to develop accurate plans even for absolutely predictable conditions. Just because of the factor of uncertainty it is required to review plans on a systematic basis and this was reflected in the principle of continued planning.

As with the principles of hierarchy and time definiteness the principle of continued planning is referred to the principles of the second level.

Essentially the whole range of the planning principles duplicate, specify or uncover the implementation mechanisms of the principle of continued planning. The principles of flexibility, adaptability, elasticity of the plans as well as the principle of rolling planning shall be referred to such principles.

Principle of flexibility. This principle originally suggested by Henri Fayol in his book “General and industrial management” back in 1916 [1, 2] assumes possible revision of the plans for any reasons demonstrating appropriateness of such review. As only those changes of the plans may be appropriate, which are the relevant response to changes in state of the factors considered at the time of plan development, the flexibility principle of planning is identical to the **principle of adaptability** where the term “adaptable” is the most representative of the content of this principle and the principle itself is representative of the fundamental feature of the systems i.e. adaptability.

The term “**principle of elasticity**”, which almost coincides with the term “principle of flexibility” and “principle of adaptability” in terms of the content in the economic literature, shall be recognized as failed by itself.

First and foremost elasticity in economics has a quite definite meaning and characterizes a measure of sensitivity of one value to changes in the other value. If one generalizes this term for any interconnected objects, items including plans and factors determining them, even in this case elasticity (as a measure) and subsequently the principle of elasticity as an independent principle of planning are not very informative as long as the exact definition is given to elasticity of the plan.

Secondly if one reads elasticity as a term with general scientific (usually physical) meaning of capability of an object to withstand significant (elastic) deformations under influence of relatively minor force applied *without failure* [20], then in this case the principle of elasticity shall render the relevant requirement to the plans i.e. it shall postulate capability of the plans, *undergoing changes*, to “withstand” certain changes in state of the factors considered at the time of plan development. However under the condition “*undergoing changes*” the content of the principle of elasticity is reduced to that of the principle of adaptability, thus changing the term “principle of elasticity” into a synonym of the term “principle of adaptability”. If one declines this condition and postulates ability of the plans “to withstand” changes of internal and external business environment of the enterprise *in unchanged condition*, then (a) there is no sense to use the term “elasticity”, and (b) in this case there is a standard term, which is widely used, particularly, in the decision theory under the conditions of uncertainty [21–24]. This is the term “*sustainability of plans*” which denotes the relevant notion.

Based on the above said one may conclude that the adaptability principle of planning (plans) discloses *intended function* of continued planning which provides for adaptation of the plans to changed circumstances or assumed changes of circumstances and thus is subordinate to the principle of continued planning. In its turn review of the implementation mechanisms of the adaptability principle of the plan enables to define the principles of the next, lower order of generality. Examples of such principles may be the redundancy principle which provides for the reserves for any unexpected deviations from the plan; the principle of contingency planning which provides for development of not one but several alternative plans the choice whereof is conditioned by the actual situation, etc.

Principle of rolling planning (rolling plans). As opposed to the principle of adaptability this principle illustrates a strictly determined *mechanism of facilitation* of the principle of continued planning. In fact one of such mechanisms is development of the next plan at the time when the (planned) period of the previous plan terminates. Therefore at any time there is a valid plan for the object of planning which covers the present moment of time. And such situation complies fully with the above definition of continued planning.

The principle of rolling planning provides for the other mechanism of plan change. Its content is well illustrated in Figure 1.

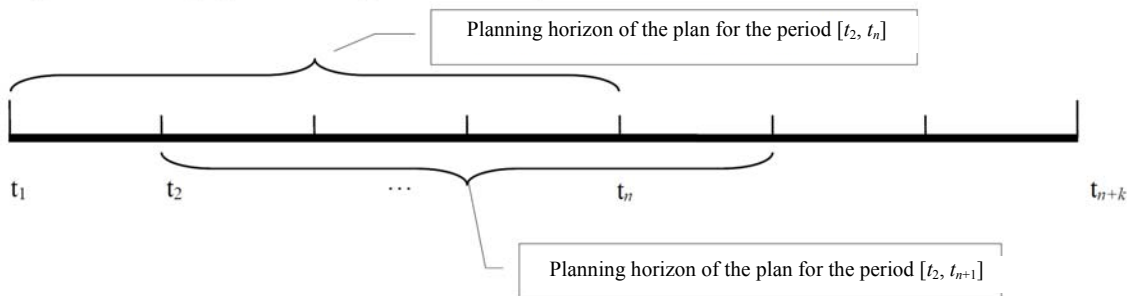


Fig. 1. Time structure of adjacent plans in the system of rolling planning

The scheme well demonstrates that the plan of the first planned period calculated as of the time point t_1 upon expiration of the time, which equals to the planning step $\Delta t = (t_2 - t_1)$, is substituted with the next plan of the planned period of the same duration ($n \cdot \Delta t$) by the time point t_2 .

Thus the shown mechanism of facilitation of continued planning predetermines more delicate implementation of the principle of adaptability of planning and plans as compared to the aforementioned mechanism. Indeed the systems built on the principle of rolling planning enable earlier, before the end of the plan of the previous period and therefore the end of the whole planned period, to detect and address changes arisen (discovered) within the first sub-period of the previous planned period in a new or rather revised plan.

As well as the principle of adaptability the principle of rolling planning is subordinate to the principle of continuity.

Principle of succession of the plans. This principle can fully approve itself within the framework of rolling planning both at the level of methodology and methodological implementation. Moreover efficiency of compliance with this principle results from compliance with the principle of rolling planning. We are going to provide the most essential arguments to the advantage of this statement.

The content of the succession principle is easily illustrated in Figure 1. The scheme demonstrates that the plan calculated at the next time step differs from the previous plan by the fact that a new sub-period, which is the

last one for the planned period, is included into the planned period covered by this plan. In case of any crucial changes the plan shall be re-calculated for all preceding sub-periods, and the plan shall be calculated for the first time for the period in question.

It stands to reason that the “price” for the changes introduced into the re-calculated parts of the plan may be different in the context of planned purposes, planned figures and from the point of view of performers. The terms *parametric and structural adaptation* [25] are used to explain this statement. Say the new plan involves some changes in production output, inputs of any resources, etc. Such changes address changes only in *parameters* of business activities. However the new plan may provide for failure to manufacture some products or vice versa start-up of new, though conventional for the enterprise but not manufactured for some time, products, failure to carry out previously planned activities and inclusion of new activities in the plan. Such changes are of structural nature, require a number of mutually causal changes and therefore are considerably more painful in general than parametric changes.

Instinctively it is also understood that “smoother”, more “gradual” changes in the plan, particularly large scale changes, more remote against the current time may be easier “worked out” by the system (enterprise) in whole (in view of certain time reserve available) and easier perceived by enterprise employees, performers of the plan psychologically. Observed here is complete correspondence with the phenomenon (mechanism) of cash flow discounting which represents influence of time factor on the cash flow value. As with cash flow discounting in the financial mathematics, there are tools to provide for plan succession in the theory of optimal planning, particularly the method of penalty function under which changes in the plan are penalized and the amount of penalties may depend also on the time sub-period of the planned period to which the relevant changes are connected.

The principle of succession of the plans, in this case the plans of adjacent time periods, assumes obligatory consideration of all above mentioned circumstances when developing such plans. In the above meaning this principle is practically similar to the **principle of plan stability** which claims invariability of the main guidelines of the plan. However, to our opinion, the term “stability” discloses the content of the requirements, which this principle involves, with a lesser degree of accuracy than the term “succession”.

With this interpretation it is apparent that the principle of plan succession is subordinate to the principle of rolling planning.

Principle of non-contradiction (consistency) of the plan system. The principle immediately results from the principle of systematicity. However compliance with the principle of non-contradiction, fulfilment of its requirements is relevant if the principles of hierarchy and continuity (particularly the principle of rolling planning) are implemented.

In view of the hierarchy structure of the plan system and system approach to development of the plans on the basis of sequential decomposition of the plans of higher levels into the plans of lower levels, provision of mutual consistency of the plans of all hierarchy levels is a crucial task. Moreover consistency of the plan system is an obligatory requirement of the system approach under which fulfilment of all plans of the lower hierarchy level shall ensure (be equivalent) fulfilment of all plans of the higher intermediate levels and the plan of the highest level in whole. There is no point to build the system of plans if this requirement is not met.

The principle of non-contradiction suggests consistency of the plans of adjacent time periods and different hierarchy levels which results from the continued planning, substitution of the plans of some time periods with the plans of the following time periods.

In view of the above given beliefs about the key (primary) principles of planning and plan systems some principles of planning mentioned in the economic literature appear to be duplicating, specific, not sufficiently informative and trivial or debating. Let us study the best known of them.

Principle of end-to-end planning means creation of the system of interconnected plans which provides for consistent operation of all enterprise units [26]. The requirements of this principle are implemented with compliance with the principles of systematicity, hierarchy and consistency of the plans, which definitions are more specific, rigorous and clear, and this makes it inappropriate to include this principle in the system of primary principles of planning.

Principle of necessity assumes required planning of any activities [8, 9]. Lack of the plans involves unpredictable consequences and does not guarantee efficient operation of the economic system. Given that the required planning of the economic activities was recognized not only by scientists but also practitioners as far back as a century ago and it is not appropriate to bring the required planning to the level of the principle of planning itself because of its apparent nature.

Principle of scientificity (scientific approach). The principle of scientificity means required application of the scientific approach to solution of the tasks set, i.e. application of scientific knowledge and methods to solve the problems, and assumes scientific validation of the plans, etc. [5–7, 9]. Like the principle of necessity, the principle of scientificity is evident in the modern society and, particularly, economy. It carries no specific requirements with regard to the problem of planning and therefore its inclusion in the system of planning principles does not enlarge the whole of fundamental requirements and conditions placed to the planning systems and systems of plans.

The sure thing principle, principle of prescriptivity (of the plans) is also designated as evident. Indeed why developing the system of plans, if their obliged fulfilment is not involved. In this respect it is only appropriate to raise an issue about the mechanisms of plan fulfilment including the stimulating mechanisms for fulfilment and

responsibility for non-fulfilment of planned tasks. However this issue is referred to management and extends beyond the principles of development (building) of the planning systems and system of the plans.

The principle of optimality (efficiency, economic feasibility, rationality, marginality). With regard to the plans this principle postulates required choice of the optimal (rational, efficient) plans. The requirement of optimality is totally inherent in the decision theory, scientific economic environment and it may be pertinent only as a reminder for those who tend to avoid using more complicated approaches to plan development, for instance, the optimization approach, to save costs for development of the planning systems. Being the principle for development and operation of the planning systems, the principle of economic feasibility (efficiency) is also rendered as follows – costs for development and implementation of the planned function shall match the general economic effect of operation of the planning system [3, 9]. However with this interpretation the principle is true for any activities and results of any activities and is quite evident.

Principle of unity and entirety. In its general representation (as a principle involving development of a single plan for the enterprise which summarizes all plans of the business units) this principle (and essentially these are two interconnected principles: principle of unity and principle of entirety of the plans) almost fully duplicate the principles of hierarchy and non-contradiction in some aspects and therefore does not convey any additional meaning as a part of the above primary principles.

Principle of purposefulness (consistency of aim, appropriateness). This planning principle means that a plan shall be aimed at achievement of the goals set [10]. However, some scientists also read this principle as shared purposes and resources [27]. The second interpretation will be considered below with regard to the principle of the resource-balanced plans. Also it should be noted that within the framework of the plan concept, which is elaborated by some scientists (for example, see [11, 28–30]), which the author of this study also holds to [31, 32], and under which a purpose (purposes) is an integral part of the plan which activities are aimed at achievement of the purpose, this principle is not required within the meaning of the term plan itself and the term planning as its direct outcome (as a process of plan development).

Principle of the resource-balanced plans. As in the previous case the resource-balanced requirement of the planned activities results from the definition of the plan and from the principle of systematicity. In other words, a plan not supported by the resources is not the plan; it is non-thing even if called the plan. So there is no need to emphasize this characteristic of the plan as an independent principle of planning.

Principle of specificity. This principle, which is sometimes mentioned as the principle of specificity and measurability of the plans, assumes that all components of the plan (purposes, activities, resources, time limits, performers, etc.) shall be represented clearly and unambiguously, shall not contain too general (abstract), ambiguous, hardly explained provisions and values. Being one of the most common and all-purpose principles this principle truly takes the place at the highest level of hierarchy among the planning principles.

Principle of multi-functionality means that planning shall cover all functions exercised by the object of planning. This principle is fully merged in the principle of systematicity, automatically implemented in the structuring process of the hierarchy of the plans and, to our opinion, does not have an independent meaning in planning.

Principle of coordination (activities of the business units of the same level shall be planned simultaneously and in connection with one another) as well as the principle of multi-functionality may be referred to those principles which are implemented automatically subject to compliance with the principle of systematicity and this also precludes appropriateness of inclusion of this principle in the system of the main planning principles.

Principle of accuracy and detalization provides for the plans to be accurately designed in accordance with the planned efficiency in achievement of the goals set. Essentially this principle duplicates the principle of hierarchy or, in other words, is realized with the principle of hierarchy, under which the higher level of detalization (accuracy) of all components of the plan is stipulated with lowering the hierarchy level of planning and transition from the plans of the strategic level to the tactical and operating plans.

The idea of both mentioned principles (in connection with the principles of continued planning) is vividly expressed in car driving where to drive effectively it is required to have a general idea of the traffic with a large viewing angle and range of vision together with quite exact, detailed picture of the nearest surroundings at the distances allowing for prompt, correct and quick reaction of the drive in the current situation.

Principle of the identified guide link. In the system of the planning principles this principle looks like a rudiment coming from the era of manual planning methods. Even notwithstanding the modern definitions thereof (as a necessity to identify priorities in development of the enterprises), the principle of the identified guide link is automatically realized in using the up-to-date methods of aim setting (for instance, see [28, 33, 34]) and optimal planning.

Principle of participation. This principle, which involves every business unit of the enterprise, every employee in the process of planning to ensure quality and efficiency of planning, is referred to organization and management of planning and does not deal with the fundamental structural features of the plan system. Considering the above and not addressing the relevancy of the principle itself, this principle may be considered as one of the auxiliary general principles of organization and operation of the planning system.

Thus the above analysis provides for arrangement of the most frequently used planning principles and their relations as shown in Fig. 2 and for characterization of the role and position of every principle in the system of the planning principles.

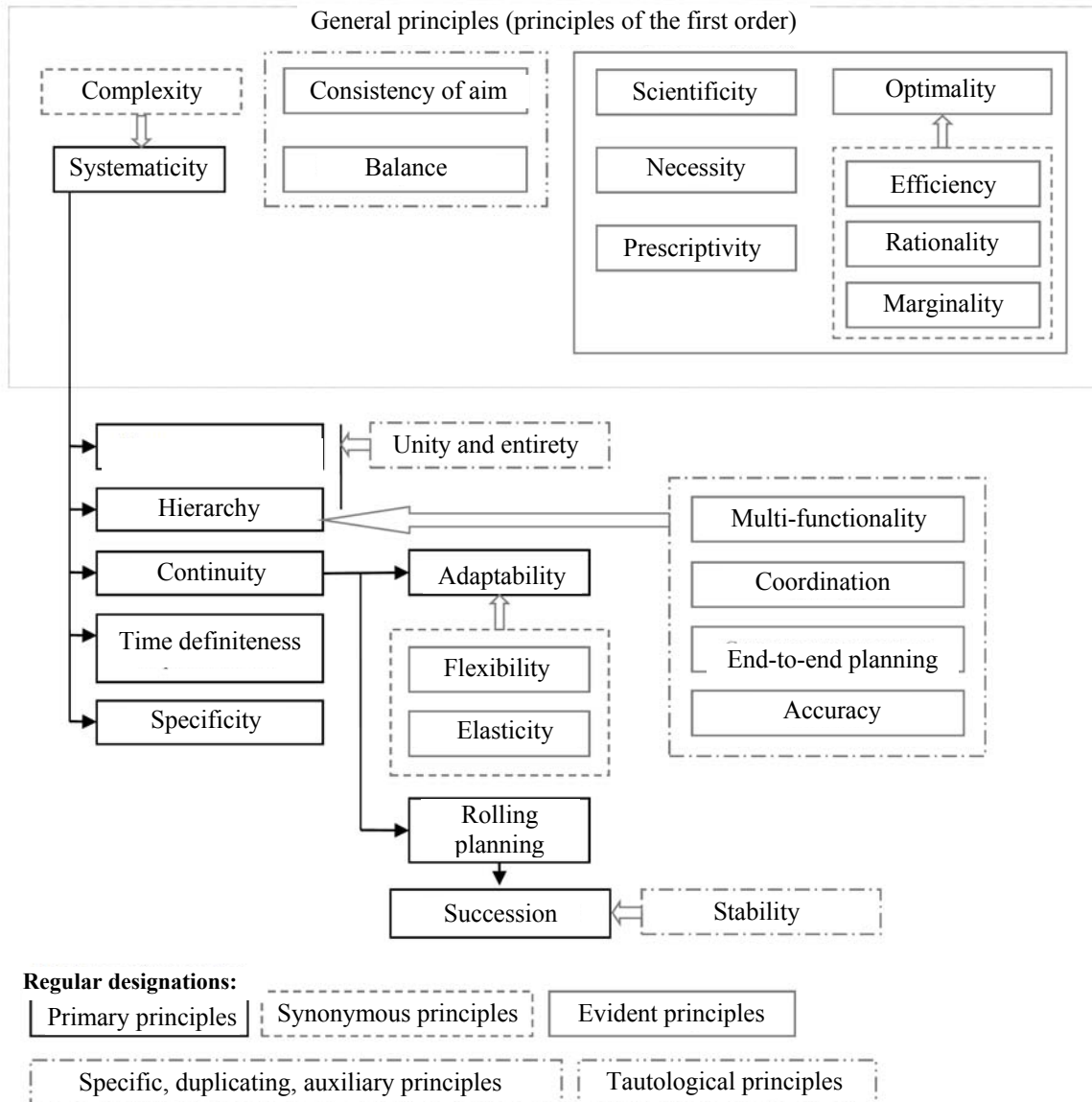


Fig. 2. Main principles of planning and their relations

Conclusions. The planning principles of enterprise activities, which, like other scientific methodological principles, exercise an integrating, synthesizing and organizing function in the relevant scientific field, establish general requirements to the development process, structure of the planning system and composition of the plan complex. This poses certain requirements to the system of the planning principles itself. And the key requirements are accurate and unambiguous definitions, representation of the main regularities of the planning object and planned activities, rules of organizing such activities, internal consistency and entirety of all principles.

Analysis of scientific and educational literature demonstrates a great deal of statements, which are brought by scientists to the level of the principles of planning, usually, however not always, rather informative definitions of these principles and explanations to them. Though at the same time the issues related to establishment of the integral system of such principles, their interrelations, propriety of the need to consider relevant statements as methodological principles to be elements of the single system of the planning principles are practically not studied.

This study, within the framework of the system approach to analysis of the problem of justification of the planning principles, demonstrates that among the principles discussed in scientific and methodological literature there are the principles with debating definitions and even designations; some principles duplicate one another; some principles result from the others, etc. Lack of systematicity in this matter essentially limits possible execution of the methodological, organizing, guiding function of the principles which cannot but have adverse effects at the methodological level of establishment of the planning systems and plan development.

A great deal of the well-known planning principles is systematized; the primary, key principles are distinguished among them; the principles, which inclusion in the system of the planning principles is not appropriate, and the reasons of such decision are identified; hierarchy of the main principles of planning is built.

Follow-up of this study in development of the concept of hierarchical continued planning of restructuring of industrial enterprises is elaboration of certain mechanisms of implementation in accordance with the suggested system of principles.

Література

17. Fayol H. (1916) Administration industrielle et generale. Bulletin de la Societe de 'Industrie Minerale, fifth series, Vol. 10 No. 3, pp. 5–162.
2. Анри Файоль. Общее и промышленное управление [Электронный ресурс] / Анри Файоль ; пер. на рус. яз.: Б. В. Бабина-Кореня // Центр гуманитарных технологий. – М., 1923. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/5783>.
3. Афитов Э. А. Планирование на предприятии : учеб. пособие / Э. А. Афитов. – Мн. : Выс. школа, 2001. – 285 с.
4. Горемыкин В. А. Планирование на предприятии / В. А. Горемыкин. – М. : Филинь, 2004. – 513 с.
5. Ильин А. И. Планирование на предприятии : учебник / А. И. Ильин. – 2-е изд., перераб. – Мн. : Новое знание, 2001. – 635 с.
6. Лушикова А. П. Планирование на предприятии : учеб. пособие / А. П. Лушикова. – Прокопьевск, 2008. – 102 с.
7. Ляско В. И. Стратегическое планирование развития предприятия : учеб. пособие / В. И. Ляско. – М. : Экзамен, 2005. – 288 с.
8. Максименко Н. В. Внутрифирменное планирование : учебник / Н. В. Максименко. – Минск : Вышэйшая школа, 2011. – 459 с.
9. Планирование на предприятии АПК / К. С. Терновых, А. С. Алексеенко, А. С. Анненко и др. ; под ред. К. С. Терновых. – М. : КолосС, 2007. – 333 с.
10. Прогнозирование и планирование экономики : учеб. пособие / В. И. Борисевич, Г. А. Кандаурова, Н. И. Кандауров ; под общ. ред. В. И. Борисевича, Г. А. Кандауровой. – Мн. : Интерпрессервис, Экоперспектива, 2001. – 380 с.
11. Шпак С. А. Концепция непрерывного скользящего иерархического планирования реструктуризации предприятия / С. А. Шпак // Вісн. Хмельницьк. нац. університету. Економічні науки. – 2013. – № 3. – Т. 2. – С. 177–182.
12. Ершова И. В. Планирование на предприятии : учеб. пособие / И. В. Ершова, М. А. Прилуцкая. – Екатеринбург : УГТУ-УПИ, 2008. – 127 с.
13. Complex [Электронный ресурс] // Dictionary.com. – Режим доступа: <http://dictionary.reference.com/browse/complex?s=t>.
14. Комплекс [Электронный ресурс] // Словарь иностранных слов. – Режим доступа: <http://www.megaslov.ru/html/k/kompleks.html>.
15. Complex [Электронный ресурс] // BusinessDictionary.com. – Режим доступа: <http://www.businessdictionary.com/definition/complex.html>.
16. Bertalanffy L. von. General System Theory. Foundations, Development, Applications. N.Y.: Braziller, 1968. – 289 p.
17. Дрогобыцкий И. Н. Системный анализ в экономике : учеб. пособие / И. Н. Дрогобыцкий. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 509 с.
18. Системный анализ в экономике и организации производства ; под общ. ред. С. А. Валуева, В. Н. Волковой. – Л. : Политехника, 1991. – 400 с.
19. Волкова В. Н. Основы теории систем и системного анализа : учебник / В. Н. Волкова, А. А. Денисов. – Изд. 2-е перераб. и доп. – СПб. : Изд-во СПбГТУ, 2001. – 512 с.
20. Эластичность [Электронный ресурс] // TOLKSLOVAR.RU. – Режим доступа: <http://tolslovar.ru/ie863.html>.
21. Алёхин А. Б. Задача интервального линейного программирования. Учет фактора неопределенности в планировании / А. Б. Алёхин, Ю. В. Сухоруков. – К., 1990. (Препр. /АН УССР. Ин-т экономики, 90–19). – 32 с.
22. Алёхин А. Б. Планирование территориально-производственных формирований в условиях неопределенности. Методологические аспекты // А. Б. Алёхин, Ю. В. Сухоруков. – К., 1990. (Препр. /АН УССР. Ин-т экономики, 90–18). – 40 с.
23. Беляев Л. С. Решение сложных оптимизационных задач в условиях неопределенности / Л. С. Беляев. – Новосибирск : Наука, 1978. – 128 с.
24. Орлов А. И. Теория принятия решений : учеб. пособие / А. И. Орлов. – М. : Март, 2004. – 656 с.
25. Брутман А. Б. Конкурентоспособность предприятий: оценка на основе их потенциалов : монография / А. Б. Брутман. – Запорожье : ООО “ЛИПС” ЛТД, 2012. – 220 с.

26. Живулина М. Видеть насковзь / М. Живулина / *Металлоснабжение и сбыт.* – 2008. – № 7–8. – С. 112–118.
27. Принцип – целесообразность [Электронный ресурс] // Большая энциклопедия нефти и газа. – Режим доступа: <http://www.ngpedia.ru/id319644p1.html>.
28. Шпак С. О. Инструментарій формування цілей реструктуризації промислових підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами” / С. О. Шпак. – О., 2014. – 20 с.
29. Коленкова Н. О. Розробка конкурентних стратегій промислових підприємств на міжнародних ринках (на прикладі вагонобудування ВАТ “Азовмаш”) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами” / Н. О. Коленкова. – О., 2011. – 20 с.
30. Коленкова Н. А. Стратегия конкуренции фирмы как научная категория экономической теории конкуренции / Н. А. Коленкова // *Актуальні проблеми економіки* : зб. наук. праць. : статті / Н. А. Коленкова. – 2008. – № 5 (83). – С. 21–29.
31. Козырь-Чепурная М. А. Проблема согласования планов в системе иерархического планирования реструктуризации промышленных предприятий [Электронный ресурс] / Э. А. Рачковский, М. А. Козырь-Чепурная // *Эффективная экономика.* – 2013. – № 11. – Режим доступа: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2532>
32. Козырь-Чепурная М. А. Иерархическое планирование реструктуризации предприятий: основные понятия, компоненты и задачи / М. А. Козырь-Чепурная // *Наука в інформаційному просторі : X міжнар. наук.-прак. конф., 21–22 листоп. 2014 р. – Д., 2014. – Т. 3. – С. 18–24.*
33. Готин С. В. Логико-структурный подход и его применение для анализа и планирования деятельности / С. В. Готин, В. П. Калоша. – М. : ООО “Вариант”, 2007. – 118 с.
34. Райзберг Б. А. Программно-целевое планирование и управление : учебник / Б. А. Райзберг, А. Г. Лобко. – М. : Инфра-М, 2002. – 428 с.

References

- Fayol H. (1916) *Administration industrielle et generale*, Bulletin de la Societe de 'Industrie Minerale, fifth series, Vol. 10 No. 3, pp. 5–162.
- Anri Fayol. *Obschee i promyshlennoe upravlenie* [Elektronnyy resurs] / Anri Fayol ; Perevod na russkiy yazyk: B. V. Babina-Korenya // *Tsentr gumanitarnyih tehnologiy.* – M., 1923. – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/5783>.
- Afitov E. A. *Planirovanie na predpriyatii* : uchebnoe posobie / Afitev E. A. – Mn. : Vyis. shk., 2001. – 285 s.
- Goremyikin V. A. *Planirovanie na predpriyatii* / V. A. Goremyikin. – M. : Filin', 2004. – 513 s.
- Ilin A. I. *Planirovanie na predpriyatii* : uchebnik / A. I. Ilin. – 2-e izd., pererab. – Mn. : Novoe znanie, 2001. – 635 s.
- Lushikova A. P. *Planirovanie na predpriyatii* : uchebnoe posobie / A. P. Lushikova. – Prokopenvsk, 2008. – 102 s.
- Lyasko V. I. *Strategicheskoe planirovanie razvitiya predpriyatiya* : uchebnoe posobie / V. I. Lyasko. – M. : Ekzamen, 2005. – 288 s.
- Maksimenko N. V. *Vnutrifirmennoe planirovanie* : uchebnik / N. V. Maksimenko. – Minsk : Vyisheysheya shkola, 2011. – 459 s.
- Planirovanie na predpriyatii APK* / K. S. Ternoviyh, A.S. Alekseenko, A.S. Annenko i dr.; pod red. K. S. Ternoviyh. – M.: KolosS, 2007. – 333 s.
- Prognozirovanie i planirovanie ekonomiki* : uchebnoe posobie / V. I. Borisevich, G. A. Kandaurova, N. I. Kandaurov ; pod obschey red. V. I. Borisevicha, G. A. Kandaurovoy. – Mn. : Interpresservis, Ekoperspektiva, 2001. – 380 s.
- Shpak S. A. *Kontseptsiya nepreryivnogo skolzyaschego ierarhicheskogo planirovaniya restrukturizatsii predpriyatiya* / S. A. Shpak // *VIsnik Hmel'nitskogo natsionalnogo unIversitetu.* – 2013. – # 3. – Т. 2. *EkonomIchnI nauki.* – S. 177–182.
- Ershova I. V. *Planirovanie na predpriyatii* : ucheb. posobie / I. V. Ershova, M. A. Prilutskaya. – Ekaterinburg: UGTU-UIPI, 2008. – 127 s.
- Complex [Elektronnyy resurs] // *Dictionary.com.* – Rezhim dostupa: <http://dictionary.reference.com/browse/complex?s=t>.
- Kompleks [Elektronnyy resurs] // *Slovar inostrannyiy slov.* – Rezhim dostupa: <http://www.megaslov.ru/html/k/kompleks.html>.
- Complex [Elektronnyy resurs] // *BusinessDictionary.com.* – Rezhim dostupa: <http://www.businessdictionary.com/definition/complex.html>.
- Bertalanffy L. von. *General System Theory. Foundations, Development, Applications.* – N.Y. : Braziller, 1968. – 289 p.

17. Drogobyitskiy I. N. Sistemnyy analiz v ekonomike : uchebnoe posobie / I. N. Drogobyitskiy. – M. : Finansi i statistika, 2007. – 509 s.
18. Sistemnyy analiz v ekonomike i organizatsii proizvodstva ; pod obsch. red. S. A. Valueva, V. N. Volkovoy. – Lvov : Politehnika, 1991. – 400 s.
19. Volkova V. N. Osnovyi teorii sistem i sistemnogo analiza : uchebnik / V. N. Volkova, A. A. Denisov. – Izd. 2-e pererab. i dop. – SPb. : Izd-vo SPbGTU, 2001. – 512 s.
20. Elastichnost [Elektronnyy resurs] // TOLKSLOVAR.RU. – Rezhim dostupa: <http://tolkslovar.ru/ie863.html>.
21. AlYohin A. B. Zadacha intervalnogo lineynogo programmirovaniya. Uchet faktora neopredelennosti v planirovanii / A. B. AlYohin, Yu. V. Suhorukov. – K., 1990. (Prepr. /AN USSR. In-t ekonomiki, 90–19). – 32 s.
22. AlYohin A. B. Planirovanie territorialno-proizvodstvennykh formirovaniy v usloviyakh neopredelennosti. Metodologicheskie aspekty // A. B. AlYohin, Yu. V. Suhorukov. – K., 1990. (Prepr. /AN USSR. In-t ekonomiki, 90–18). – 40 s.
23. Belyaev L. S. Reshenie slozhnykh optimizatsionnykh zadach v usloviyakh neopredelennosti / L. S. Belyaev – Novosibirsk : Nauka, 1978. – 128 s.
24. Orlov A. I. Teoriya prinyatiya resheniy : uchebnoe posobie / A. I. Orlov. – M. : Mart, 2004. – 656 s.
25. Brutman A. B. Konkurentosposobnost predpriyatiy: otsenka na osnove ih potentsialov : monografiya / A. B. Brutman. – Zaporozhe : OOO “LIPS” LTD, 2012. – 220 s.
26. Zhivulina M. Videt naskvoz / M. Zhivulina / Metallosnabzhenie i sbyit. – 2008. – # 7–8. – S. 112–118.
27. Printsip – tselesoobraznost [Elektronnyy resurs] // Bolshaya entsiklopediya nefti i gaza. – Rezhim dostupa: <http://www.ngpedia.ru/id319644p1.html>.
28. Shpak S. O. InstrumentarNy formuvannya tsIley restrukturyzatsIYi promislivih pIdpriEmstv : avtoref. dis. na zdobuttya nauk. stupenya kandidata ekon. nauk: 08.00.04 “EkonomIka ta upravlnnya pIdpriEmstvami” / S. O. Shpak. – O., 2014. – 20 s.
29. Kolenkova N. O. Rozrobka konkurentnih strategIy promislivih pIdpriEmstv na mIzhnarodnih rinkah (na prikladI vagonobuduvannya VAT “Azovmash”) : avtoref. dis. na zdobuttya nauk. stupenya kandidata ekon. nauk : 08.00.04 “EkonomIka ta upravlnnya pIdpriEmstvami” / N. O. Kolenkova. – O., 2011. – 20 s.
30. Kolenkova N. A. Strategiya konkurentsii firmyi kak nauchnaya kategoriya ekonomicheskoy teorii konkurentsii // AktualnI problemi ekonomIki : zb. nauk. prats. : statI / N. A. Kolenkova. – 2008. – # 5 (83). – S. 21–29.
31. Kozyir-Chepurnaya M. A. Problema soglasovaniya planov v sisteme ierarhicheskogo planirovaniya restrukturyzatsii promyshlennykh predpriyatiy [Elektronnyy resurs] / E. A. Rachkovskiy, M. A. Kozyir-Chepurnaya // Efektivna ekonomIka. – 2013. – # 11. – Rezhim dostupa: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2532>
32. Kozyir-Chepurnaya M. A. Ierarhicheskoe planirovanie restrukturyzatsii predpriyatiy: osnovnyie ponyatiya, komponentyi i zadachi / M. A. Kozyir-Chepurnaya // Nauka v InformatsIynomu prostori : H mIzhnar. nauk.-prak. konf., 21–22 listopada 2014 roku. – DnIpropetrovsk, 2014. – T. 3. – S. 18–24.
33. Gotin S. V. Logiko-strukturnyy podhod i ego primenenie dlya analiza i planirovaniya deyatelnosti / S. V. Gotin, V. P. Kalosha. – Moskva : OOO “Variant”, 2007. – 118 s.
34. Rayzberg B. A. Programmno-tselevoe planirovanie i upravlenie : uchebnik / B. A. Rayzberg, A. G. Lobko. – M. : Infra-M, 2002. – 428 s.

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.

Надійшла/Received: 30.07.2015 р.

Рецензент: д.е.н., проф. А. Б. Алехин

ІНСТИТУЦІЙНІ ПОСЕРЕДНИКИ – ЦЕНТРИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Акцентована увага на обмеженості інфраструктури інноваційного розвитку України. Відмічається місце агентств регіонального розвитку в реалізації політики інноваційно-інвестиційного розвитку територіальних утворень країни. Визначаються функціональні компоненти концептуальної моделі діяльності агентств регіонального розвитку в Україні. Окреслюються базові вигоди для територіальних утворень країни, що будуть охоплені полем діяльності інституційного посередника.

Ключові слова: інституційні посередники, інноваційний потенціал, соціально-економічний розвиток, територіальна громада, планування, агентство регіонального розвитку.

N. V. SMENTYNA

Odessa National Economic University

INSTITUTIONAL INTERMEDIARIES AS CENTERS OF INNOVATION POTENTIAL OF LOCAL COMMUNITIES' SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

Abstract – Investigation the infrastructure of innovative development focusing on functional components of regional development agencies activity as one of its elements in implementing innovation potential of local communities' socio-economic development. The author focuses on limitations of infrastructure of innovative development in Ukraine. The article focused on the necessity to determine the future local development through publicity and open dialogue of territorial community-business-government that is implemented in innovative activity of such institutional intermediary as territorial development agency. Place of regional development agencies during the implementation policy of innovation and investment development of territorial units of the country is noted. Author justifies the necessity of creation the regional development agencies network; outlines the basic benefits for the areas covered by the field of their activities. Functional components of conceptual model of regional development agencies activity in Ukraine as conductors of the policy of solving specific problems of local communities are proposed.

Key words: institutional intermediaries, innovation potential, socio-economic development, local communities, partnership, regional development agencies.

Н. В. СМЕНТЫНА

Одесский национальный экономический университет

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПОСРЕДНИКИ – ЦЕНТРЫ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОБЩИН

Исследуется инфраструктура инновационного развития с упором на функциональные компоненты деятельности агентств регионального развития как одного из ее элементов на пути реализации инновационного потенциала социально-экономического развития территориальных общин. Акцентируется внимание на ограниченности инфраструктуры инновационного развития в Украине. Отмечается необходимость создания разветвленной сети агентств регионального развития их место в реализации политики инновационно-инвестиционного развития территориальных общин. Указываются выгоды для территориальных образований страны, которые будут охвачены полем деятельности институционального посредника. Определяются функциональные компоненты концептуальной модели деятельности агентств регионального развития в Украине.

Ключевые слова: институциональные посредники, инновационный потенциал, социально-экономическое развитие, территориальная община, планирование, агентство регионального развития.

Постановка проблеми. Стимулювання зростання на рівні територіальних громад потребує стабільного ресурсного забезпечення. В умовах ринку джерела ресурсів на місцях мають бути диверсифіковані. Поряд з традиційно основними трудовими, матеріальними, фінансовими ресурсами, особливе значення останнім часом набувають інноваційні ресурси. У сучасній економіці інновації позиціонують як основа стрімкого та стабільного соціально-економічного розвитку територіальних громад, адже вони забезпечують високий технологічний та конкурентоспроможний рівень як окремих адміністративно-територіальних одиниць країни, так і країни у цілому, за рахунок впровадження нових ідей, що володіють науковою та ринковою новизною. З огляду на це, рівень соціально-економічного розвитку територіальних систем багато в чому визначається саме характером реалізації інноваційного потенціалу. У процесі наукових трансформацій розуміння сутності категорії “інноваційний потенціал” сформувалося уявлення про нього як про здатність економічної системи в тих соціально-економічних умовах, що склалися, створювати нове шляхом цільової інтеграції наявних ресурсів для забезпечення інноваційного розвитку [1, с. 370]. В контексті даної роботи, йтиметься про здатність організувати та здійснювати саме ті процеси, що спрямовані на досягнення таких результатів, які найбільш повно відповідають змінам зовнішніх умов та, в першу чергу, змінам вимог ринку та головних його гравців.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вагомий внесок у дослідження актуальних проблем інноваційної діяльності на різних рівнях управління здійснили такі вітчизняні фахівці: В. Верба, В. Гець, А. Гриньов, Г. Добров, С. Ілляшенко, І. Новикова, І. Рєпіна, М. Чумаченко, О. Федонін, та ін. Високо оціню-

ючи результати досліджень наведених авторів, слід констатувати, що попри суттєві напрацювання в даному питанні вимагає свого подальшого дослідження інституційна складова інноваційного потенціалу країни.

Мета статті. З урахуванням викладено в роботі досліджуватиметься інфраструктура інноваційного розвитку з акцентом на функціональних компонентах діяльності агентств регіонального розвитку як одного з її елементів на шляху реалізації політики інноваційно-інвестиційного розвитку.

Виклад основного матеріалу. Конкурентні виклики XXI ст., як про це говориться в аналітичній доповіді національного інституту стратегічних досліджень України, ставлять перед країною стратегічне завдання – забезпечити економічне зростання на місцевому рівні на засадах сталого розвитку та визначити майбутнє місцевого економічного розвитку на основі публічності та відкритого діалогу трьох основних суб'єктів національної економіки “територіальної громади – бізнесу – влади”, що об'єднає народ та сформує в Україні громадянське суспільство [2, с. 3].

Практика господарювання як закордонна так і вітчизняна засвідчує, що інститутами взаємодії урядових, бізнес структур та громадськості можуть виступати: приватно-державне партнерство, технологічні платформи, консультативні органи при органах державної влади різного рівня, бізнес-асоціації. Конкретними інститутами та інституціями, що безпосередньо залучаються до процесу розвитку територій є, як відмічає М. Лендвел: асоціації муніципалітетів, національні агентства розвитку, технополіси, бізнесові та інноваційні центри, регіональні фінансові компанії, приватні консультанти та експерти, бізнес-інкубатори, місцеві агентства розвитку, муніципальні фонди розвитку, агентства регіонального розвитку та ін. [3, с. 20]. Діяльність подібних інституційних структур розглядається як складова інноваційного потенціалу з огляду на спроможність подібних інститутів забезпечити поєднання державних, регіональних та місцевих ініціатив з інтересами приватного сектору та потребами територіальних громад в межах окремої адміністративно-територіальної одиниці країни.

Слід відмітити, що в Україні серед проблем, які гальмують розвиток інноваційності, провідне місце посідає саме інституційна складова інноваційного потенціалу, що втілює в собі здатність до розвитку інноваційної інфраструктури. Про це йдеться, не лише в наукових напрацюваннях науковців, але відмічається і на макроекономічному рівні країни: “проблемною ланкою в розвитку інноваційної діяльності в Україні сьогодні є не гроші, та не нормативна база, яка також гальмує справу, а саме наявність структур спроможних перетворювати ідеї в науково-технічні розробки і забезпечувати впровадження останніх у виробництво” [4]. Взагалі інфраструктура інноваційного розвитку України перебуває лише на початковому етапі свого становлення. Проте усвідомлено, що інноваційні посередники є двигуном інноваційного розвитку, адже вони забезпечують горизонтальні і вертикальні зв'язки між суб'єктами інноваційної діяльності, створюють сприятливі умови для ефективної діяльності та розвитку малих інноваційних підприємств, через надання їм у тимчасове користування виробничих площ, матеріально-технічної бази, інформаційних мереж, забезпечення дослідними приладами і устаткуванням та надання консультативної допомоги з широкого кола науково-технологічних, економічних і правових питань.

Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації (нині Державне агентство з питань електронного врядування) оцінювало інфраструктуру інноваційного розвитку країни у 2013 році як таку, що представлена лише окремими типами інноваційних структур, зокрема технопарками, науковими центрами, бізнес-інкубаторами. Так, за офіційними статистичними даними в регіонах країни функціонує 12 технопарків, 22 інноваційні центри, 23 інноваційні бізнес інкубатори, 38 центрів комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності. Для довідки, за період реалізації Державної цільової економічної програми “Створення в Україні інноваційної інфраструктури на 2009–2013 роки”, що була спрямована на комплексну розбудову інноваційної інфраструктури на різних рівнях управління було сформовано лише такі окремі її елементи, що представлені у таблиці 1 [5, с. 56–57].

Таблиця 1

Елементи інноваційної інфраструктури в Україні (станом на 1.01.2014 р.)

Найменування	Кількість	Найменування	Кількість
Центри інновацій та трансферу технологій	24	Центри комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності	38
Наукові, навчальні центри	108	Підприємства (установи, відділи) системи НТІ	17
Навчально-науково-виробничі комплекси	34	Індустріальні парки	1
Інвестиційні (інноваційні) венчурні фонди	1	Національні контактні пункти Сьомої рамкової програми ЄС з досліджень та технологічного розвитку	8
Науково-впроваджувальні підприємства	27	Наукові парки	9
Консультаційні центри з питань інноваційної діяльності	7	Регіональні центри з інвестицій та розвитку	27
Інноваційно-технологічні (інноваційні) кластери	10	Громадські організації (ради) з питань інноваційної діяльності	7
Інноваційні центри	22	Технологічні парки	12
Інноваційні бізнес-інкубатори	23	Інші інноваційні структури	61

Разом з тим, діяльність лише незначної частини зазначених структур відповідає завданням, які мають вирішуватися ними, виходячи із світового досвіду організації різних типів інноваційних структур. До того ж в Україні не тільки обмежена чисельність інноваційних структур, але склалася їх структурна неповнота, а також функціональна невизначеність діяльності.

Важливо відмітити, що політика інноваційного розвитку територіальних громад повинна поєднувати інтереси як держави щодо її адміністративно-територіальних одиниць, так і внутрішньо регіональні інтереси, адже державна регіональна політика і політика органів місцевого самоврядування та виконавчих органів відповідних регіональних утворень не повинні бути суперечливими: в ідеалі вони мають становити цілісність, доповнюючи та збагачуючи одна одну. Сьогодні регіональна політика європейських країн тісно корелюється із державною інноваційною політикою і це створює нові стимули економічного розвитку територій та захоплює регіони ефективно й креативно використовувати наявний потенціал. Врахувати потреби територіальних громад та втілити їх у положення стратегічних планів економічного та соціального розвитку адміністративно-територіальних утворень крани покликані такі інституційні посередники зі стратегічного планування та реалізації політики інноваційно-інвестиційного розвитку.

Певні спроби відносно розбудови в Україні мережі агенцій регіонального розвитку були вжиті ще на початку нового століття. Мережа агенцій мала бути утворена в країні протягом 2001–2003 років з метою розбудови інфраструктури регіонального розвитку. Мотивами обраної політики дій уряду слугував позитивний закордонний досвід інституційної підтримки територіального розвитку через такі інституції. Проте ідея не знайшла свого завершення. Натомість в Україні функціонує значна кількість інститутів, що ідентифікують себе як агентства регіонального розвитку, не маючи при цьому відповідної назви, а за територіальним охопленням здебільшого належать до агенцій місцевого розвитку. Крім того на законодавчому рівні ані правовий режим поняття “агентство регіонального розвитку”, ані питання створення та функціонування інституційних посередників з огляду на коло можливих повноважень не регламентовані. За відсутності нормативно-правового регулювання діяльності тих інститутів, що ідентифікують себе як агенції регіонального розвитку, та створюються завдяки діяльності донорських організацій та місцевим ініціативам, їм властива хаотичність, різновекторність, різноплановість, неузгодженість та нескоординованість. З огляду на ці проблеми, такі інститути не можуть розглядатися як провідники політики розв’язання конкретних проблем територіальних громад, адже у своїй більшості – це незалежні установи, які самостійно визначають пріоритети та напрями своєї діяльності, крім того рівень їх співпраці з місцевими органами державної влади та органами місцевого самоврядування доволі низький: вони майже не залучаються до розробки місцевих і регіональних програм та стратегій розвитку, а також до процесу їх подальшої реалізації.

Для того, щоб інституційні посередники в особі агентств регіонального розвитку, як своєрідні інститути взаємодії інтересів трьох суб’єктів національної економіки, виявилися ефективними провідниками майбутніх змін в економічному та соціальному житті територіальних громад, необхідно виробити алгоритм їх функціонування та в обов’язковому порядку регламентувати на законодавчому рівні питання щодо їх статусу, кількості, обов’язків та джерел фінансування.

Аналізуючи досвід роботи агентств регіонального розвитку закордонних держав, що успішно вирішують завдання місцевого розвитку, можна визначити, що в вітчизняних умовах господарювання на агентство регіонального розвитку мають покладатися такі функції: агентство забезпечує передбачення перспектив соціально-економічного розвитку адміністративно-територіальних утворень на базі аналізу ресурсів та умов місцевого розвитку, розробляє на засадах партнерської співпраці влади, бізнесу та громадськості стратегічні плани, забезпечуючи їх узгодженість з національними та галузевими програмами та планами, забезпечує моніторинг та супровід виконання стратегічних планів, проводить експертизу програм та проєктів, що складають основу реалізації пріоритетних напрямків розвитку адміністративно-територіальних утворень країни, оцінює заяви від юридичних та фізичних осіб на проєкти місцевого розвитку для отримання державної підтримки, сприяє залученню інвестиційних ресурсів через інформування, консультування та позиціонування брендового імені адміністративно-територіального утворення у тому числі завдяки інтегрованим стратегічним планам розвитку.

У більш загальному вигляді роль агентства регіонального розвитку в Україні повинна зводиться до: організації процесу стратегічного планування; сприяння у реалізації стратегій; сприяння залученню інвестицій; представництва та комунікацій (див. рис. 1). Разом з тим слід відмітити, що перелік наведених завдань та визначені функції агентства регіонального розвитку не є вичерпними, а лише можуть в подальшому деталізуватися або навпаки звужуватися залежно від мети та завдань які виникнуть перед засновниками цих посередницьких структур в період їх створення знайдуть своє відображення в законодавстві. Крім того, слід мати на увазі, що агентство регіонального розвитку це в першу чергу – інструмент системного розвитку території, який для роботи над окремими проєктами повинен залучати специфічних партнерів за відповідним профілем проєкту чи заходу, що передбачається реалізувати.

При правильно обраному підході щодо створення мережі агентств регіонального розвитку їх ефективне функціонування втілюватиме в собі низку суттєвих вигод для територій, що будуть охоплені полем їх діяльності, про які йдеться в проєкті ЄС/ПРООН [6, с. 16].

По-перше, це активізація територіальної громади. Агентства виступатимуть модераторами процесів управління територіальними утвореннями країни шляхом широкого обговорення з місцевими жителями

бачення майбутнього територіальної громади, ключових векторів розвитку, актуальних проблем та можливих способів їх вирішення. Вихідним базисом тут виступає принцип, за яким “кращим експертом є громадянин – споживач благ території”.

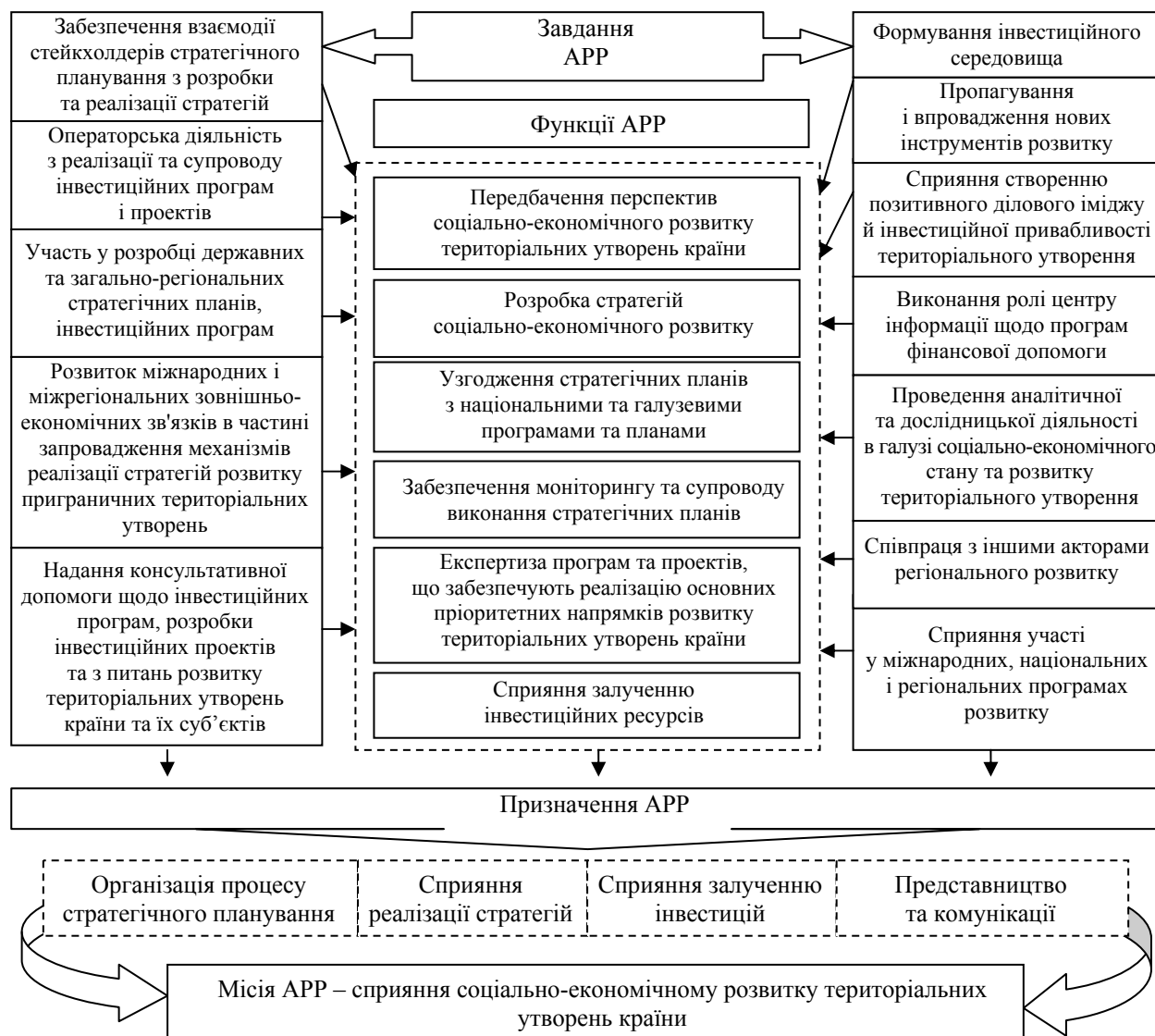


Рис. 1

По-друге, можливість використовувати агентства як інструмент для залучення широкого кола зацікавлених сторін до процесу розвитку територіальних утворень держави, що дозволяє мобілізувати внутрішні ресурси та спільно реалізовувати різні ініціативи.

По-третє, доступ до альтернативних джерел фінансування розвитку територіальної громади. Агентства дозволяють сформувати для проектів соціально-економічного розвитку джерела фінансування, як є альтернативними бюджетним, та володіють більшою свободою свого використання.

До переваг слід віднести також можливість залучення до процесу планування, виявлення проблем та пошуку можливостей мобілізації та розвитку експертного потенціалу території вузькокваліфікованих фахівців та можливість отримання доступу до передового національного і світового досвіду управління, прогнозування та планування розвитку територій.

Висновки. Узагальнюючи результати проведеного дослідження слід констатувати, що агентство регіонального розвитку як структура, що створена на основі партнерства між приватним, державним та суспільним секторами з метою визначення та комплексного вирішення проблем розвитку конкретної території позиціонуватиме себе в країні як невід'ємна складова інноваційного потенціалу. Саме усвідомлена необхідність спільної участі у розвитку території влади, бізнесу та громадськості розглядається як єдина незмінна підстава для створення ефективного та сталого агентства. Інституційний посередник моделюватиме майбутнє територій, виходячи з сьогоднішніх проблем і наявних ресурсів. Разом з тим, його внутрішній постійний творчий пошук формуватиме нові інструменти впливу, підсилюючи або послаблюючи окремі сфери діяльності і відкриваючи їх в новому світлі.

Література

1. Комилов С. Дж. Оценка инновационного потенциала социально-экономического развития региона [Электронный ресурс] / С. Дж. Комилов, М. К. Файзуллоев // Проблемы современной экономики. – 2013. – № 3 (47). – С. 369–373. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>.
2. Стимулювання економічного зростання на місцевому рівні: аналітична доповідь / [С. О. Біла, О. В. Шевченко, М. О. Кушнір, В. І. Жук та ін.] ; під ред. С. О. Білої. – К. : НІСД, 2013. – 54 с.
3. Лендъел М. Нові інституційні механізми регіонального розвитку в Європі / М. Лендъел // Регіональні студії. – 2013.– Вип. 1. – С. 18–28.
4. Методичні матеріали для інформаційно-консультаційної підтримки об'єктів інноваційної інфраструктури та забезпечення їх взаємодії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dknii.gov.ua>.
5. Інформаційно-аналітичний звіт про діяльність Державного агентства з питань науки, інновацій та інформатизації України у 2013 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dknii.gov.ua>.
6. Как создать жизнеспособное агентство местного развития: практическое руководство для украинских городов и районов [проект ЕС /ПРООН “Поддержка регионального развития Крыма”]. – ПРООН, 2013. – 42 с.

References

1. Komilov S. Dzh. Otsenka innovatsionnogo potentsiala sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya regiona [Elektronnyi resurs] / S. Dzh. Komilov, M. K. Fayzulloev // Problemyi sovremennoy ekonomiki. – 2013. – № 3 (47). – S. 369–373. – Rezhym dostupu: <http://cyberleninka.ru>.
2. Stymuliuvannia ekonomichnoho zrostannia na mistsevomu rivni: analitychna dopovid / S. O. Bila, O. V. Shevchenko, M.O. Kushnir, V.I. Zhuk ta in. ; pid red. S. O. Biloi. – K. : NISD, 2013. – 54 s.
3. Lendel M. Novi instytutsiini mekhanizmy rehionalnoho rozvytku v Yevropi / M. Lendel // Rehionalni studii. – 2013.– Vyp. 1. – S. 18–28.
4. Metodychni materialy dlia informatsiino-konsultatsiinoi pidtrymky obiektiv innovatsiinoi infrastruktury ta zabezpechennia yikh vzaiemodii [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://dknii.gov.ua>.
5. Informatsiino-analitchnyi zvit pro diialnist Derzhavnoho ahentstva z pytan nauky, innovatsii ta informatyzatsii Ukrainy u 2013 rotsi [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://dknii.gov.ua>.
6. Kak sozdat zhiznesposobnoe agentstvo mestnogo razvitiya: prakticheskoe rukovodstvo dlya ukrainskih gorodov i rayonov [proekt ES /PROON “Podderzhka regionalnogo razvitiya Kryima”]. – PROON, 2013. – 42 s.

Надіслана/Written: 3.08.2015 р.

Надійшла/Received: 6.08.2015 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Т. В. Уманець

СОВРЕМЕННОЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ: ИНТЕГРАЛЬНЫЕ ПРИЗНАКИ И ФОРМАТ СИСТЕМНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Рассмотрена теоретико-методологическая характеристика современного управленческого исследования с позиций системных ограничений и интегральных признаков. Предложена позиция концептуального содержания специфики управленческого исследования, которая связана с рассмотрением основных ценностных категорий профессиональной системы менеджмента. Введены категории “интегральное качество управленческого исследования” и понятие “системно-интегральных стадий профессионализации менеджмента” в процессе взаимодействия науки, аналитики и практики менеджмента. Предложена модель системного развития процесса взаимодействия науки, аналитики и практики как важнейшего фактора повышения конкурентоспособности системы менеджмента в Украине.

Ключевые слова: управленческое исследование, системный и интегральный подход в профессионализации менеджмента, стадии взаимодействия, органический синтез, интеллектуальность и инновационность управленческой деятельности.

Е. А. КУЗНЕЦОВ

Одесский национальный университет им. И. И. Мечникова, м. Одеса

СУЧАСНЕ УПРАВЛІНСЬКЕ ДОСЛІДЖЕННЯ: ІНТЕГРАЛЬНІ ОЗНАКИ ТА ФОРМАТ СИСТЕМНИХ ОБМЕЖЕНЬ

Розглянута теоретико-методологічна характеристика сучасного управлінського дослідження з позицій системних обмежень та інтегральних ознак. Запропонована позиція концептуального змісту специфіки управлінського дослідження, яка пов'язана з розглядом основних цінних категорій професійної системи менеджменту. Введена категорія “інтегральна якість управлінського дослідження” і поняття “системно-інтегральних стадій професіоналізації менеджменту” в процесі взаємодії науки, аналітики і практики менеджменту. Запропонована модель системного розвитку процесу взаємодії науки, аналітики і практики як найважливішого фактору підвищення конкурентоспроможності системи менеджменту в Україні.

Ключові слова: управлінське дослідження, системний та інтегральний підхід до професіоналізації менеджменту, стадії взаємодії, органічний синтез, інтелектуальність та інноваційність управлінської діяльності.

E. A. KUZNETSOV

Odessa National Metchnikov University

MODERN MANAGERIAL RESEARCH: THE INTEGRAL FEATURES AND THE SIZE OF SYSTEM LIMITATIONS

Abstract – The theoretical and methodological features of modern managerial research are viewed of the system limitations and integral features point of view. The position of the conceptual content of managerial research's specificity related with the main value managerial categories is examined. The “integral quality of managerial research” category and the “system and integral stages of management professionalization” conception in the science, analytics and practice cooperation process is proposed. The science, analytics and practice cooperation process system development model as the main factor of Ukrainian management system's competitiveness is proposed.

Key words: managerial research, system and integral approach of managerial professionalization, cooperation stages, organic synthesis, intellectuality and innovation of managerial activity.

Постановка проблеми. Достижение позитивной социально-экономической трансформации современного украинского общества во многом зависит от эффективности научно-исследовательской и образовательной сфер деятельности. Но определяющим конкурентным фактором в осуществлении всех необходимых реформ выступает профессиональная система менеджмента и наличие образовательных и профессиональных механизмов инновационной подготовки управленческих кадров. Уровень необходимой эффективности управленческого персонала напрямую зависит от интегрального и системного качества его образовательной и профессиональной подготовки. Здесь очень важно определить профессиональную научно-исследовательскую базу управленческих знаний, которая и будет содержательно наполнять программы обучения кадров менеджмента. В научном сообществе сегодня продолжается дискуссия о том, что собой представляет научно-исследовательская база менеджмента, имеет ли она формат системных ограничений, или же является комплексной и собирательной из других сфер научных знаний. Многие годы ведется дискуссия о том, является ли менеджмент собственно наукой, или это только практика, базирующаяся на экономических и инженерных знаниях. В условиях возрастающей дефицитности управленческого ресурса решение этих проблем является первоосновой для достижения эффективности процессов профессионализации управленческой деятельности. Первичное управленческое образование и профессиональная подготовка менеджеров должна иметь конкретное наполнение профессиональных программ обучения, а это наполнение в условиях формирования инновационной экономики все в большей степени приобретает научную основу.

Анализ последних исследований и публикаций. В последние десятилетия происходит пересмотр многих позиций в развитии управленческих знаний и в характере развития управленческой науки. Обра-

щается внимание научного сообщества на исследование базовых ценностных категорий профессиональной системы менеджмента [1, с. 123–125]. Формируется современная концепция профессиональной системы менеджмента и рассматривается инновационная динамика ее развития. Уточняются позиции по определению общей концепции и развитию ключевых процессов профессионализации менеджмента [2]. Многие исследователи менеджмента соглашаются с тем, что “субъектно-объектное” взаимодействие является исключительно взаимодействием людей в системе их какой-либо профессиональной деятельности, и что это является главной ценностной категорией менеджмента [3]. Следующей особенностью менеджмента является его индифферентность к отраслевому делению экономики и приоритетность проявления посредством функций. В этом случае возникает проблема отраслевой специфики менеджмента и инженерно-технологического восприятия всего управленческого процесса [4, с. 75–78]. Достаточно важно также определить влияние системы других научных знаний (экономика, социология, психология, право, инженерное дело, политология, медицина и другие) на формирование и развитие профессиональной системы менеджмента в контексте эффективного управленческого исследования.

Формулирование целей статьи. Целью данной статьи является определение интегральных признаков и системных ограничений современного управленческого исследования. Продвижение к прояснению этих целей приводит к научному пониманию концептуальной основы профессиональной системы менеджмента, восприятию основных ценностных категорий менеджмента, процессов профессионализации менеджмента и интеллектуализации управленческого труда в контексте развития инновационной экономики и экономики знаний. Особой целью выступает проблема актуализации менеджмента в современных условиях социально-экономического развития Украины для достижения им более высокого профессионального имиджа, социальной значимости и результативности.

Изложение основного материала. Во многих случаях формат управленческого исследования, кажется определить достаточно сложно, поскольку многое может быть полезно для характеристики и исследования проблемы и, возможно, для принятия управленческого решения. И поэтому, понять, откуда управленец черпает информацию, принимая управленческое решение, представляется трудной задачей. Наиболее часто встречаемые подмены связаны с научными исследованиями в области экономики, социологии и психологии. В историческом аспекте формирования современной системы менеджмента это известная проблема, поскольку менеджмент сформировался как наука и учебная дисциплина на базе экономики, социологии и психологии при определенной приоритетности именно экономической науки [5, с. 194–200]. Долгое время менеджмент рассматривался как часть экономической системы предприятия, а управленческий труд, как правило, связанный с деятельностью инженерно-технических работников (ИТР), как труд непроезводительный и обслуживающий основное производство. Популярная в середине 20-х годов прошлого столетия школа научной организации труда (НОТ) была создателем концепции управления, где исследовались проблемы “воздействия” человека на вещественные факторы производства. По этому пути пошла почти вся управленческая наука советского и постсоветского периода. Но для менеджмента характерно именно развитие процесса “взаимодействия”, который возможен только в случае взаимодействия исключительно людей (персонала). И такая позиция поддерживалась в рамках другого направления того периода – научной организации управления (НОУ). Именно в рамках школы НОУ сформировались достаточно перспективные направления в развитии менеджмента [6, гл. 1]. Но эта школа была практически разгромлена, а ее некоторые представители даже физически уничтожены как враги марксистско-ленинской идеологии и служители буржуазной управленческой науки. Факт достаточно трагический для становления системы современного менеджмента и думается, что основная проблема была связана с тем, чтобы не допустить к полноценному исследованию профессиональных характеристик человека, как создателя основных ценностей развития любого общества. Активность, индивидуальность, интеллектуальность, профессионализм, инновационность, культура, этос, креативность – это те качества людей, которые мотивационно обеспечивают развитие общества. Наделенный такими качествами управленческий персонал является действительно грозным оружием против идеологически направленной и экономически не эффективной общей системы руководства. И именно эти качества являются сегодня приоритетно важными для развития профессиональной системы менеджмента, что предполагает исследование этих показателей человеческого капитала, а также разработку механизмов их внедрения в систему профессиональной подготовки и практической деятельности управленческого персонала. Социокультурные показатели развития человеческого капитала, которые работают на перспективу, являются сегодня более важными, чем производственные показатели, важные для эпохи индустриального производства.

Существует еще некоторое количество теоретико-методологических вопросов, без решения которых трудно обеспечить интегральное качество управленческих исследований. В нашем случае “интегральное качество” предполагает соотношение и учет всех позиций, которые необходимы для принятия эффективного управленческого решения. Интегральность в менеджменте – это высокое профессиональное качество всех участников управленческого процесса, их культурная и социальная ответственность в системе результативности и социально-экономической значимости принимаемых управленческих решений. По сути дела, формируется интегральная мировоззренческая позиция современных лидеров, их способность к определенному способу мышления и адекватному использованию интегрального подхода. К. Уилбер выдвинул

современную версию “вечной философии”, которая призвана интегрировать почти все области знания. К. Уилбера сегодня считают одним из влиятельнейших представителей *трансперсональной психологии и основоположником интегрального подхода* [7]. В своей основе интегральный подход Кена Уилбера представляет собой метакритику основных направлений современной интеллектуальной мысли. А в своей критической части интегральный подход является противоположностью любых плоских, упрощенных и частных мировоззрений, которые утратили свою перспективу в реальной *мандале человеческого познания*. Эта *мандала*, по Уилберу, состоит из *четырёх секторов (квадрантов)*. Квадранты представляют собой четыре фундаментальных мира, несводимых друг к другу по предмету, методам познания, критериям истины и языку. В терминологии К. Уилбера это: 1) “*мир Я*” мир интроспективный, мир внутренний, связанный с моей жизнью, это мир духа и наш духовный опыт; 2) “*мир Мы*”, который характеризуется миром отношений и коммуникаций, миром понимания и интерпретации; 3) “*мир Они*”, что изучает социология, социальные науки, теория систем; 4) “*мир Оно*” характеризуется объективной наукой, которая изучает природу, условно говоря, неживое, ибо современная наука построена таким образом, что она и живое изучает как неживое. По мнению К. Уилбера эти миры не выдуманы нами, они исторически сложились в ходе развития различных областей человеческого знания, выразив четыре фундаментальных отношения или позиции, общих для всех языков и культур. Последовательное и системное информационное наполнение квадрантов К. Уилбера может быть первым шагом к освоению интегрального подхода в менеджменте, когда необходимо учитывать все разнообразие окружающего мира для обеспечения качества и полноты управленческого исследования, а также для принятия системных управленческих решений. Способность управленческих кадров к интегральному видению современной управленческой деятельности может вырабатываться в процессе профессионализации управленческой деятельности как таковой, а конкретнее, путем развития объективного процесса интеллектуализации управленческого труда. Фундаментальные управленческие исследования призваны обеспечить инновационную динамику процесса профессионализации управленческой деятельности, обеспечивая качественный уровень подготовки, отбора и практической деятельности управленческих кадров.

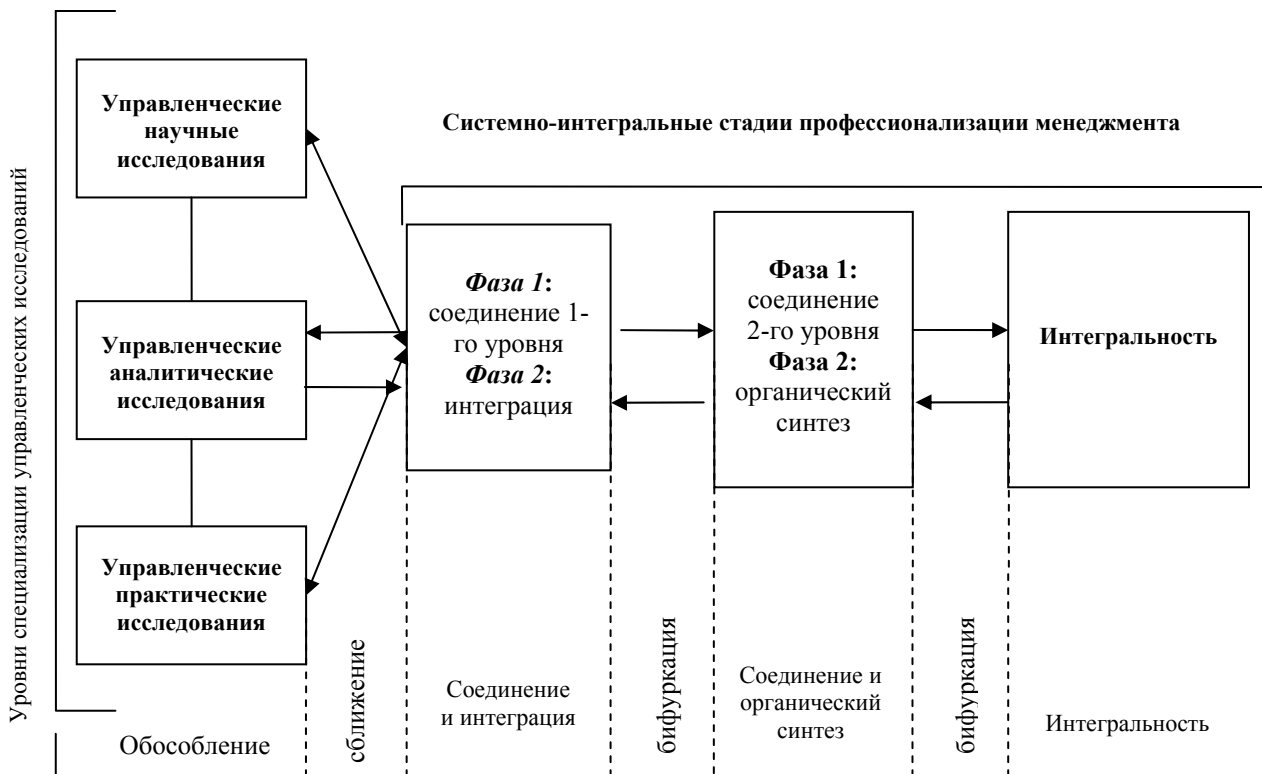


Рис. 1. Процесс взаимодействия науки, аналитики и практики менеджмента

Важнейшей предпосылкой эффективности управленческой деятельности выступает полноценное развитие управленческой науки с определением научно-исследовательской, аналитической и практической баз знаний. Быстрое накопление научных, аналитических и практических знаний в менеджменте происходит на основе специализации самой исследовательской деятельности (см. рис. 1). Нами уже рассматривались ранее вопросы специализации управленческой деятельности и управленческих исследований [8, с. 75–97]. Вместе с тем, проблемы специализации управленческих исследований, к сожалению, не стали еще в полной мере объектом изучения для ученых и экспертов в области менеджмента, что собственно и тормозит процесс актуализации специальных исследований в менеджменте и становится крайне сложно сложить полную кар-

тину системного видення професійної системи менеджмента. Но это очень важно для развития процессов профессионализации менеджмента, особенно в части подготовки управленческих кадров [9, гл. 6]. Профессиональные программы обучения управленческих кадров не могут быть эффективными, если они не построены на основе результатов исследования дифференцированных и специализированных форм процесса управленческой деятельности. Знания определенных специфических форм управленческой деятельности, их структурное и функциональное наполнение, их профессиональная адекватность будущей должностной позиции управленца должны в полной мере определять модульные программы обучения. Объективное продвижение по уровням сложности и функциональной направленности возможно только на базе устойчивых форм предварительной подготовки управленческого персонала и их результативной практической деятельности на предшествующих должностных позициях. При этом надо помнить о предельных уровнях профессиональной компетенции управленческого персонала, о их интеллектуальных возможностях к дальнейшему карьерному росту, умению работать в команде и быстро обучаться новым инновационным технологиям менеджмента.

Выводы. Таким образом, учитывая сказанное, необходимо отметить следующие основные положения. Современное управленческое исследование следует квалифицировать с позиций научно-исследовательской, аналитической и практической баз знаний профессиональной системы менеджмента. Комплексная система межотраслевых управленческих исследований должна восприниматься как научно-информационная составляющая для формирования и развития специфической базы научных знаний менеджмента. Характеристика управленческого исследования предполагает рассмотрение базовых элементов профессиональной системы менеджмента: функциональной специфики, методов и технологий менеджмента, структурных составляющих управленческого процесса, а также связующих системных процессов (коммуникации, механизм принятия управленческих решений, инновационные технологии руководства персоналом). Необходимо также учитывать социально-экономические условия и социокультурные факторы в развитии процесса взаимодействия науки, аналитики и практики профессиональной системы менеджмента.

Существует особая перспектива в совершенствовании процесса управленческих исследований в результате использования интегрального метода и выделения системно-интегральных стадий профессионализации менеджмента. Профессионализация менеджмента является процессом интеллектуализации современной управленческой деятельности и должна базироваться на системе фундаментальных научных знаний.

Литература

1. Уперенко Н. А. Междисциплинарно-инновационные проблемы истории экономики и менеджмента : монография / Н. А. Уперенко, Э. А. Кузнецов. – О. : Наука и техника, 2015. – 180 с.
2. Кузнецов Э. А. Инновационная роль университета в системе развития лидерства и профессионализации управленческой деятельности в Украине / Э. А. Кузнецов. – О. : Пресс-курьер, 2015. – 106 с.
3. Друкер П. Эффективный руководитель / П. Друкер ; пер. с англ. О. Чернявской. – 4-е изд. – М. : Манн, Иванов и Фербер ; Эксмо, 2014. – 240 с. ; Пфеффер Дж. Управленческая мудрость, рожденная из ошибок топ-менеджеров / Джеффри Пфеффер; пер. с англ. – М. : Эксмо, 2009. – 240 с. ; Турецкий О.А. Управленческий труд : монография. – О. : Принт-студия “Абрикос” СПД Бровкин А. В., 2009. – 112 с.
4. Актуальные проблемы экономики и менеджмента : теория, инновации и современная практика : монография ; под ред. Э. А. Кузнецова – Х. : Бурун Книга, 2011. – 512 с.
5. Каммингс С. Реконструкция стратегии / Пер. с англ. – Х. : Гуманитарный Центр, 2010. – 560 с.
6. Актуальные проблемы экономики и менеджмента: теория, инновации и современная практика : монография, книга третья / Под ред. Э. А. Кузнецова. – Х. : Гринь Д. С., 2014. – 584 с.
7. Уилбер К. Интегральная психология: сознание, психология, терапия / К. Уилбер ; пер. с англ. ; под ред. А. К. Исилева. – М. : ООО “Издательство АСТ” и др., 2004. – 412 с.
8. Якокка Л. Карьера менеджера / Л. Якокка (с У. Новаком) ; пер. с англ. С. Э. Борич. – Минск : Попурри, 2014. – 512 с.
9. Уперенко Н. А. Междисциплинарно-инновационные проблемы истории экономики и менеджмента : монография / Н. А. Уперенко, Э. А. Кузнецов. – О. : Наука и техника, 2015. – 180 с.

References

1. Uperenko N. A. Meydisciplinarno-innovacionnie problemi istorii ekonomiki i menedgmenta : monografiia / N. A. Uperenko, E. A. Kuznietsov. – O. : Nauka i tehnika, 2015. – 180 s.
2. Kuznietsov E. A. Innovacioonaia rol universiteta v sisteme razvitiia liderstva I professionalizacii upravlenceskoy deiatel'nosti v Uktaine / E. A. Kuznietsov. – O. : Press-kur'er, 2015. – 106 s.
3. Drucker P. Effektivniy meneger / Peter F. Drucker ; per. s angl. O Cherniavskoy. – 4-e izd. – V. : Mann, Ivaniv i Ferber ; Eksmo, 2014. – 240 s. ; Pfefer J. Upravlenceskaiia mudrost', rogdennaia iz oshibok top-menegerov / J. Pfefer ; per. s. angl. – M. : Eksmo. – 2009. – 240 s. ; Turetskiy O. A. Upravlenceskiy trud : monografiia / O. A. Turetskiy. – Odessa : print-studia “Abrikos” SPD Brovkin A. V., 2009. – 112 s. ;

4. Aktual'nie problemi ekonomiki i menegmenta : teoriia, innovacii i sovremennaia praktika : monografiia / Pod red. Kuznietsov E. A. – Khar'kov : burun kniga, 2011. – 512 s.
5. Kammings S. Rekonstrukciia strategii / Per. s angl. – Kh. : Izd-vo Gumanitarniy Centr, 2010. – 560 s.
6. Aktual'nie problemi ekonomiki i menegmenta : teoriia, innovacii i sovremennaia praktika : monografiia, kniga tretiiia / Pod red. E. A. Kuznietsov. – Kherson : Grin' D. S., 2014. – 584 s.
7. Uilbert K. Integral'naia psihologia : Soznanie, Psihologia, Terapiia / K. Uilbert ; per. s angl. pod red. A. Kisuleva. – M. : ООО “Izdatel'stvo AST” i dr., 2004. – 412 s.
8. Iakokka L. Kar'era meinegera / L. Iakokka (s U. Novakom) ; per. s angl. S. E. Borich. – Minsk : Popurri, 2014. – 512 s.
9. Uperenko N. A. Meydisciplinarno-innovacionnie problemi istorii ekonomiki i menedgmenta : monografiia / N. A. Uperenko, E. A. Kuznietsov. – O. : Nauka i tehnika, 2015. – 180 s.

Надіслана/Written: 3.08.2015 р.

Надійшла/Received: 6.08.2015 р.

Рецензент: д.е.н., проф. В. И. Захарченко

УДК 656.612:32(477)

Т. І. ФРАСИНЮК
Одеська національна морська академія**КЛЮЧОВІ ЗАВДАННЯ В СТАНОВЛЕННІ КОНКУРЕНТНОЇ МОРСЬКОЇ ДЕРЖАВИ**

Розглядаються актуальні питання становлення України як морської держави. Використовуються основні принципи та закономірності нормалізованого розвитку національного флоту, а також підходи до ефективної стратегії в судноплавному комплексі України для розробки і реалізації індивідуальних програм стійкого функціонування.

Ключові слова: нормалізований розвиток, фрахтова незалежність, виробничий потенціал, адміністрування.

Т. І. FRASINYUK
Odessa National Maritime Academy**KEY TASKS IN THE DEVELOPMENT OF COMPETITIVE MARITIME POWER**

Abstract – The purpose of this article is to disclose and explain principles and regularities of the national fleet normalized development, as well as approaches to effective strategy of the navigable complex of Ukraine for the development and implementation of sustainable operation's individual programs. The article considers two groups of conditions of formation of sea transport potential of the country is an objective expediency and organization of management of the process. If you select any of the strategy of development of the Maritime transport industry of the country should focus on three key criteria: compliance with the international rules and standards, achievement of transport independence of the external trade and the provision of normalized work efficiency of shipping companies. Use of the principle of the balanced system of indices provides a choice of versatile instruments for evaluation of the results. The major line of business solutions, administration according to criteria of anti-crisis management within the legal provisions. The article is devoted to promotion development of the national merchant fleet in the system of administration on the principles of standardization in the global market of maritime trade for compliance criteria.

Key words: normalized development, Freight independence, production capacity, administration.

Т. И. ФРАСИНЮК
Одесская национальная морская академия**КЛЮЧЕВЫЕ ЗАДАЧИ В СТАНОВЛЕНИИ КОНКУРЕНТНОЙ МОРСКОЙ ДЕРЖАВЫ**

Целью этой статьи является раскрытие основных принципов и закономерностей нормализованного развития национального флота, а также подходов к эффективной стратегии в судоходном комплексе Украины для разработки и реализации индивидуальных программ устойчивого функционирования. В статье рассматриваются две группы условий формирования морского транспортного потенциала страны – объективная целесообразность и организация управления этим процессом. При выборе любой стратегии развития морской транспортной индустрии страны следует ориентироваться по трем ключевым условиям: соответствие международным правилам и стандартам, достижение транспортной независимости внешней торговли и обеспечение нормализованной эффективности работы судоходных компаний. Использование принципа сбалансированной системы показателей обеспечивает выбор разностороннего инструментария оценки результатов. Главным становится соответствие предпринимательских решений по принципу антикризисного управления в пределах правовых положений и системы международного администрирования по критериям безопасности. Статья посвящена стимулированию развития национального торгового флота на принципах соответствия стандартизации и сбалансированности глобального рынка морской торговли.

Ключевые слова: нормализованное развитие, фрахтовая независимость, производственный потенциал, администрирование.

Постановка проблеми. В поточному часі розвиток світової морської транспортної індустрії зумовлений комерційними завданнями судноплавного комплексу та проведенням багатьма державами активної й цілеспрямованої морської політики. Однак, слід враховувати положення, що параметри розвитку суттєво корегуються впровадженням стандартів Міжнародної морської організації. В цих умовах необхідна розробка окремих стратегій стійкого позиціонування національного торговельного флоту. Україна наражає себе на ризик втратити економічної безпеки в результаті бездіяльності щодо формування нормалізованої провізної спроможності торговельного флоту. Проблема реакції на адміністрування з боку міжнародних морських організацій у розвитку морської транспортної індустрії України залишається актуальною.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. При виборі будь-якої стратегії розвитку моргосподарського комплексу країни слід орієнтуватися за трьома ключовими завданнями: відповідність міжнародним правилам і стандартам, досягнення транспортної незалежності зовнішньої торгівлі та забезпечення нормалізованого розвитку судноплавного комплексу. Використання принципу збалансованої системи показників забезпечує вибір різнобічного інструментарію оцінки результатів. Проблемі ефективного адміністрування в торговельному судноплаванні приділяється увага в ряді робіт, серед яких слід виділити праці: В.М. Гейця, М.Т. Примачова, С.В. Ільченко, О.М. Котлубая [1–4]. Однак, необхідно розкрити принципи нормалізованого розвитку національного судноплавного комплексу.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Україна займає четверте–п'яте місце в глобальному ринку працевлаштування моряків, тому залишається тільки одна проблема – інвестування будівництва флоту національного прапору. За даними Головного Державного реєстру флоту сумарна валова місткість транспортних суден, що ходять під українським прапором, дорівнює 1,0 млн т дедвейту [5].

На жаль, в загальному дедвейті торговельного флоту частка тоннажу, що володіє конкурентною перевагою, не досягає 30 %. Більша частина – субстандартні, через які Україна знаходиться в сірому списку. Посилення глобальних економічних відносин зумовлює інтеграцію в області судноплавства, суднобудування, формування умов оплати праці за системними, а не ізольованими правилами. Значення морської галузі для України визначається не стільки її приморським розташуванням, скільки глобальними тенденціями.

Конкретизуючи інституціональні принципи досягнення відповідності вимогам адміністрування в стратегії позиціонування України в глобальному ринку морської торгівлі, слід звернути увагу на формування активної морської політики, що забезпечить фрахтову незалежність України. На жаль, в особливостях функціональної діяльності судноплавного комплексу України недостатньо зверталось уваги на використання принципів адміністрування на глобальному рівні. Проблема активної реакції на систему зовнішнього адміністрування у розвитку судноплавного комплексу України залишається актуальною.

Формування цілі статті. З урахуванням викладених проблем метою даної статті є розкриття основних принципів і закономірностей нормалізованого розвитку національного флоту, а також підходів до ефективної стратегії в судноплавному комплексі України. Крім того, увага концентрується на принципах формування конкурентної позиції морської держави за техніко-економічними характеристиками флоту і прийняттям управлінських рішень.

Виклад основного матеріалу. У період глобалізації розширюється прагнення держави зайняти позиції в міжнародному поділі праці, що призводить до підвищення ролі морського транспорту, розвиток якого обумовлюється суто комерційною метою судновласників і загальносистемними завданнями, які регулюються міжнародними морськими організаціями.

Економічна свобода в торговельному судноплавстві полягає в необхідності врахування регуляторних функцій міжнародних морських організацій, які і є суб'єктами глобального адміністрування. Тому розвиток національного торговельного флоту неможливе без урахування напрямів глобального адміністрування судноплавства. Тому головною метою перед Україною постає актуалізація діяльності зі створення сучасного торговельного судноплавства, яке відповідатиме найвищим міжнародним стандартам в організаційному і технічному відношенні, буде конкурентоспроможним на світовому транспортному ринку, здатним забезпечити фрахтову незалежність зовнішньої торгівлі України.

При виборі стратегії розвитку національного торговельного флоту крім економічної доцільності необхідно враховувати всю систему емерджентних результатів: невизначеність перспектив розвитку глобального економічного простору і конкурентного позиціонування України в міжнародному поділі праці, а також можливість використання традиційних макроекономічних підходів до підвищення стійкості розвитку національного морегосподарського комплексу. За таких умов у світовій практиці при завантаженні суден національного флоту використовуються гарантії за експортними кредитами, податкові кредити, пайові прямі інвестиції.

Для вибору конкурентних позицій національного флоту слід враховувати стратегії провідних судноплавних компаній, які часто націлюють функціональну діяльність на отримання максимального прибутку без узгодження дій з національними інтересами. Можна згадати ту обставину, що транспортний флот США в платіжному балансі країни має від'ємне сальдо, внаслідок чого частина суден експлуатується під зручними прапорами. Таким чином, регулюється вартісна конкурентоспроможність суден. Транспортна безпека країни досягається на основі особливих регуляторів. Головним стає фактор накопичення коштів для оновлення тоннажу за умовою зменшення податкового тягаря. Достатність інших джерел доходів знижує роль морського транспорту США у формуванні істотного припливу валютних коштів. Водночас торговельний флот Китаю разом зі сполученими господарствами формує 10 % ВВП країни.

Ефективна реакція на параметри адміністрування в судноплавному комплексі України дозволить забезпечити внутрішній ринок необхідною продукцією і послугами, створити додаткові робочі місця, збільшити надходження в державну казну, підвищити добробут населення і повернути авторитет морської держави. Відродження морегосподарського комплексу України обумовлює активізацію міждержавних господарських зв'язків, а також сприяє підвищенню економічної безпеки країни.

Перебуваючи, по суті, в географічному центрі Європи, маючи в своєму розпорядженні глибоководні річки і маючи вихід до двох морів, Україна з 1992 року постійно втрачала свої переваги морської держави як у політичному, так і в економічному плані. Україна з практичного потенціалу цілком повинна знайти гідне місце у світовій морській транспортній індустрії. Перспективою залишається лідерство з низки питань в структурі морських держав Чорномор'я.

В стратегії становлення конкурентної морської держави ключовими завданнями є, по-перше, максимальна ефективність функціонування діяльності морської транспортної індустрії. Цей процес ґрунтується на 3 принципових підходах: адміністративні та інституційні форми управління розвитком у системі прийнятих відносин держави і бізнесу; з іншого боку в даний час в Україні сформувалася абсолютна перевага участі окремих резидентів держави в міжнародному поділі праці; вибір напрямів у межах допустимих витрат конкурентної стратегії реалізації відносних переваг в альтернативі торгівлі Схід–Захід. По-друге, нормалізація параметрів провізної спроможності флоту за критеріями фрахтової незалежності України. В свою чергу “нормалізований розвиток – це розвиток, адекватний сучасним економічним відносинам та інформаційним технологіям, відповідний стандартам і сучасній статистиці” [6, с. 153], тобто необхідно розвивати

флот в межах обсягу національної зовнішньої торгівлі. Основні принципи нормалізованого розвитку національного судноплавного комплексу – досягнення стану фрахтової безпеки, що досягається у відповідності з подальшою системою принципів: відповідність зовнішньому адмініструванню, рівню збалансування ринку транспортних послуг, підприємницьким цілям прибуткового функціонування. Але, як показав досвід, домогтися цього без ефективного управління морською галуззю неможливо. Відчувається гостра необхідність в досвідчених фахівцях у секторі економіки та адміністрування. Найважливішим завданням є створення механізму, що відображає взаємини морських транспортних підприємств з формування прямих, сукупних і інтегральних результатів незалежно від форми власності та принципів прийняття рішень. Тому першорядним слід вважати вдосконалення методів розрахунку економічної ефективності управління розвитком підприємств за кінцевими результатами, з урахуванням виконаних раніше досліджень і особливостей інтеграційних процесів.

Найважливіше значення набуває проблема вибору концепцій і параметру розвитку флоту прапора України, що забезпечує досягнення необхідного ступеню фрахтової незалежності зовнішньої торгівлі. У зв'язку з цим зростає роль інноваційних технологій в системі регулювання розвитку морських транспортних підприємств на основі врахування системи чинників і обмежень зі сторони адміністрування, що відображають умови функціональної діяльності флоту за критеріями ефективності виробничого потенціалу:

$$Pr_{ar} = \mu(1 \mp k_{psc})Dv(1 - k_{ISM})T_e(1 - k_{rw})[(Pc_f(1 \pm k_{ra}) - \sum_{i=1}^n Cs_i(1 \pm k_{rci})) / Q_n] - \frac{Ha}{100}Kp(1 + k_{MLC}), \quad (1)$$

де k_{psc} – коефіцієнт, що враховує ризик втрати часу з невідповідності судна чинним критеріям PSC, 0,07; k_{ISM} – характер впливу на параметр реалізації потенціалу провізної спроможності за стандартами ISM Code, 0,04; k_{rw} – коефіцієнт, що обмежує оптимізацію часу при проходженні акваторій територіальних вод, що регулюються, 0,03; Q_n – провізна спроможність флоту в стандартних умовах, 10 тонно-міль; Cs_i – експлуатаційні витрати за основними статтями без амортизаційних відрахувань, 0,08; Ha – норма амортизації, 4,2 %; T_e – експлуатаційний період флоту, 340 днів; μ – нормалізована продуктивність 1 т дедвейту, 102 тонно-міль/тоннаже-днів; Pc_f – фрахтова ставка спотового стану ринку морської торгівлі, 1,2 центів; k_{ra} – коефіцієнт, що враховує динамічність фрахтової ставки за характером стану ринку морської торгівлі, 1,4 центів; k_{rci} – коефіцієнт, що враховує структурні зрушення в основних видах експлуатаційних витрат, 0,06; Kp – капітальні вкладення, \$1,4 млрд; k_{MLC} – коефіцієнт, що враховує подорожчання будівництва флоту за параметрами адміністрування умов життя і праці, 0,04.

$$Pr_{ar} = 102(1 - 0,07)2 \cdot 10^6(1 - 0,04)340(1 - 0,03)[(0,12(1 - 0,14) - 0,08(1 + 0,06)) - 0,042 \cdot 1,4 \cdot 10^9(1 + 0,04)] = \$1,044 \text{ млрд.}$$

Необхідно врахувати процес суперечливості лібералізації морських перевезень, що значною мірою є результатом реформ на макроекономічному рівні. Загальна тенденція до лібералізації є наслідком несприятливого економічного становища, включаючи скорочення бюджетних надходжень, значним обсягом зовнішньої заборгованості і високих темпів інфляції. Для України, яка позбулася морського торговельного флоту, лібералізація ринку транспортних послуг і, перш за все, відкритість ринку, в умовах неконкурентоспроможності може призвести до остаточного захоплення його іноземними судноплавними компаніями.

У цих умовах повинна проводитись цілеспрямована політика державного регулювання. Для вирішення цього завдання правовий та економічний захист національного судноплавного комплексу слід на початковому етапі передбачити реалізацію принципів положень:

– квотування вантажної бази, що є звичайною національною практикою на етапі проблемного позиціонування;

– введення другого (міжнародного) реєстру.

Міжнародний реєстр [7] – важливий аспект конкурентоспроможності, який заслуговує його використання українськими судовласниками. Незважаючи на певні переваги міжнародних реєстрів видається, що їх просте введення недостатньо для забезпечення майбутнього для національного флоту. Якщо країна не володіє конкурентоспроможністю, що дозволяє їй вибрати стратегію судноплавства, вона нічого не виграє, вдаючись лише до другого реєстру чи іншій формі судноплавної політики. Однак він може зіграти позитивну роль за умовою, що робота суден під національним прапором в другому реєстрі, з оподаткування будуть не жорсткіше, ніж в офшорних зонах, а політичне і економічне положення у країні стануть стабільними.

Висновки. Враховуючи зазначене, можна констатувати, що концепція становлення України як морської держави формується відповідно до принципів міжнародного морського судноплавства і ефективного функціонування та розвитку морського флоту і портів. Параметри розвитку морського транспорту у відповідності з принципом нормалізації повинні формуватися в системі позиціонування економіки країни в міжнародному поділі праці на основі ефективності граничних витрат. При цьому граничні капітальні та поточні витрати повинні відображати не тільки зростання вантажопотоків, але і враховувати відмінність ресурсоемності виробництва в країні і на зовнішніх ринках.

Головним в адмініструванні стає орієнтація не тільки на нормалізацію прибутку функціональної діяльності, але і на збереження позиції в мінливих умовах глобального ринку морської торгівлі. Норма співвідношення адміністрування та розвитку національного торговельного судноплавства формується ітеративно. Національний флот реалізує принцип ефективності. Глобальне адміністрування – принцип доцільності. Межею є маржинальне зростання середніх витрат. В якості прикладу: танкери з подвійним дном, посилення вимог щодо обмеження викидів в атмосферу, мінімальної оплати праці за категоріями плавкладу.

Література

1. Геєц В. М. Общество, государство и экономика: единство и противоречия : монография / В. М. Геєц. – М. : Ин-т экономики РАН, 2012. – 66 с.
2. Примачев Н. Т. Принципы интеграции в торговом судоходстве : монография / Н. Т. Примачев, А. Н. Примачев. – О. : Феникс, 2006. – 360 с.
3. Ильченко С. В. Украина в мировой транспортной системе: перспективы функционирования и развития : монография / С. В. Сльченко ; НАН Украины, Ин-т проблем рынка и экономико-экологических исследований. – О. : ИПРЭЭИ НАН Украины, 2012. – 455 с.
4. Котлубай О. М. Економічні механізми розвитку торговельного мореплавання в Україні / О. М. Котлубай. – О. : ІПРЕЕД, 2004. – 453 с.
5. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>
6. Дамодаран А. Инвестиционная оценка: Инструменты и техника оценки любых активов / А. Дамодаран ; пер. с англ. Д. Липинского и др. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 1342 с.
7. Конвенція про умови реєстрації суден ООН від 07.02.1986 [Електронний ресурс] / Офіційна база законодавства України. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/snow/995_074/

References

1. Geecz V. M. Obshhestvo, gosudarstvo y' ekonomy`ka: edy`nstvo y' proty`vorechy`ya : monografy`ya / V. M. Geecz. – M. : Y`n-t ekonomy`ky` RAN, 2012. – 66 s.
2. Pry`machev N. T. Pry`ncy`py y`ntegracy`y` v tovgovom sudoxodstve : monografy`ya / N. T. Pry`machev, A. N. Pry`machev. – O. : Feny`ks, 2006. – 360 s.
3. Y`l`chenko S. V. Ukray`na v my`rovoj transportnoj sy`steme: perspekty`vy funkcy`ony`rovany`ya y` razvy`ty`ya : monografy`ya / S. V. Yel`chenko ; NAN Ukray`ny, Y`n-t problem rynka y` ekonomy`ko-ekology`chesky`x y`sledovany`j. – O. : Y`PRЭЭY` NAN Ukray`ny, 2012. – 455 s.
4. Kotlubaj O. M. Ekonomichni mexanizmy` rozvy`tku tovgovel`nogo moreplavannya v Ukrayini / O. M. Kotlubaj. – O. : IPREED, 2004. – 453 s.
5. Derzhavna sluzhba staty`sty`ky` Ukrayiny` [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://ukrstat.gov.ua>
6. Damodaran A. Y`nvesty`cy`onnaya ocenka: Y`nstrumenty y` texny`ka ocenky` lyubых akty`vov / A. Damodaran ; per. s angl. D. Ly`py`nskogo y` dr. – M. : Al`py`na By`znes Buks, 2004. – 1342 s.
7. Konvenciya pro umovy` reyestraciyi suden OON vid 07.02.1986 [Elektronny`j resurs] / Oficijna baza zakonodavstva Ukrayiny`. – Rezhy`m dostupu: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/snow/995_074/

Надіслана/Written: 3.08.2015 р.

Надійшла/Received: 6.08.2015 р.

Рецензент: д.е.н., проф. М. Т. Примачов

УДК 338.2

В. Є. АФТАНДІЛЯНЦ

Київський національний університет технологій та дизайну

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Досліджено особливості сучасного ринку консалтингових послуг України.

Обґрунтовано етапи становлення ринку консалтингових послуг в Україні та проаналізовано місткість ринку консалтингових послуг України протягом 2007–2014 рр.

Ключові слова: ринок консалтингових послуг, консалтинг, перспективи розвитку.

V. E. AFTANDILYANTS

Kyiv national University Technology and Design

FEATURES OF THE MARKET CONSULTING SERVICES UKRAINE

Abstract – The features of the market of consulting services in Ukraine. The stages of formation of consulting services market in Ukraine and analyzes the market capacity of consulting services for Ukraine 2007–2014 years.

Key words: market consulting services, consulting, development prospects.

V. E. AFTANDILYANTS

Киевский национальный университет технологий и дизайна

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ УКРАИНЫ

Исследованы особенности современного рынка консалтинговых услуг Украины. Обосновано этапы становления рынка консалтинговых услуг в Украине и проанализированы емкость рынка консалтинговых услуг Украины в течение 2007–2014 гг. Практика показывает, что несмотря на то, что идеология и политика кластеров ведущих стран мира, в том числе и стран ЕС в последнее десятилетие приобретали широкое распространение, разработка и запуск кластерных инициатив остается сложной задачей для Украины через различные типы рынка, отличительную структуру национальной промышленности, политические и культурные барьеры, а также субъективные факторы экономической политики.

Ключевые слова: рынок консалтинговых услуг, консалтинг, перспективы развития.

Постановка проблеми. В умовах інтеграції України у світове економічне суспільство питання, пов'язані з обслуговуванням бізнесу, набули великого значення для підприємств. З'явилися проблеми з переорієнтацією підприємств на новий тип економічної системи. Виникла необхідність підвищення конкурентоспроможності та управління бізнес-процесами з використанням передових технологій. Зазначене, з урахуванням швидкої зміни умов функціонування вітчизняних підприємств, потребувало професійної допомоги керівництву в управлінні діяльністю підприємства.

Започаткування консалтингової галузі в Україні характеризувалося стихійним виникненням консалтингових фірм під впливом діяльності західних компаній. Численні економічні і галузеві науково-дослідницькі інститути розробляли та вдосконалювали методологію управління виробництвом, впроваджували нові принципи організації виробництва, що забезпечувало зростання ефективності використання праці, матеріалів та інших ресурсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Необхідність своєчасної адаптації підприємств України до сучасних економічних умов господарювання зумовила певний дослідницький інтерес до консультування як виду професійної підприємницької діяльності.

Поширення та подальший розвиток консалтингу в Україні пов'язані, перш за все, з потребою швидкого впровадження в господарську практику нових теоретичних досягнень у сфері економіки та управління. Цей факт наочно підтверджується дослідженнями теоретичних засад та прикладних аспектів управлінського консультування вітчизняними і зарубіжними вченими-економістами: В. Верби, О. Довгого, С. Козаченко, М. Кубра, В. Новицького, Т. Решетняк та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Недостатньо дослідженими залишаються окремі підходи до обґрунтування та вибору цілей, критеріїв та способів їхнього досягнення відповідно до результатів моніторингу діяльності підприємства. У більшості наукових робіт вітчизняних та зарубіжних вчених використовується універсальний підхід до розроблення та реалізації конкурентної стратегії підприємства без урахування його галузевої специфіки. Недостатньо широко висвітлені питання становлення ринку консалтингових послуг в Україні та його місткість за останній час.

Мета статті. Метою дослідження є визначення особливостей розвитку та становлення ринку консалтингових послуг в Україні, з'ясування сучасного стану ринку, проблем і перспектив розвитку.

Виклад основного матеріалу. До найважливіших причин стрімкого розвитку консультування та зростання попиту на консалтингові послуги на світовому ринку відносять наступні:

– загальну тенденцію глобалізації бізнесу, яка однаково сприяє попиту на консалтингові послуги і серед транснаціональних корпорацій, що захоплюють нові ринки, і серед щойно створених компаній, які сподіваються позиціонуватися на світовому ринку;

– можливість використання ідей і таланту консультанта в якості конкурентної переваги в ринковій боротьбі;

– необхідність впровадження інформаційних технологій, які дозволяють значною мірою підвищити продуктивність компанії [2].

Можна виділити наступні етапи становлення ринку консультаційних послуг в Україні [1–3; 5]:

1) 1990–1995 рр. етап характеризується появою західних менеджмент-консалтингових (МК) компаній. На ринку України набули розвитку представництва значних МК компаній – “Bein”, “PriceWaterhouse”, “Deloitte & Touche”, “Coopers & Lybrand”, “Ernst & Young Ukraine”, “KPMG”, “Baker McKenzie”, “Barents Group, LLC”, “Arthur Andersen”, “Roland Berger & Partners”, “Dr. Wisselchuber & Partners” та ін. Ці компанії пішли по шляху створення нових повністю підконтрольних філіалів за схемою, яка діяла в розвинутих країнах. Лише незначна кількість малих фірм з метою розширення географії бізнесу ризикнули вийти на ринок України в пошуках нового клієнта;

2) 1995–2000 рр. відзначається появою вітчизняних консалтингових фірм. За результатами роботи та здійсненням проектів технічної допомоги виникають такі компанії як: Київ Менеджмент Консалтинг, Український центр післяприватизаційної підтримки підприємств (ЦППП) у м. Києві, ЦППП у м. Харкові, ЦППП у м. Одесі (“Евроконсалт”), у м. Львові – Західно-Український Менеджмент Консалт, Центр реструктуризації вугільної промисловості – в м. Донецьку. У цей же період активізується розвиток таких українських консалтингових компаній, як: “Spectr, Sach & Company”, “Укрбізнесконсалтинг”, “ProConsult”, “Укрон”, “Project Consulting Group”, “Національне управління ресурсами”, “Рубин-Інвест- Консалтинг” та ін. З’являються малі консалтингові об’єднання “ОКО” (Об’єднані консультанти) – 9 організацій фундаторів, “КМК група” – чотири юридичні особи. У 1998 р. – зареєстрована УАМК – Українська асоціація менеджмент - консультантів за підтримки ФДМУ і Світового Банку. Головними статутними завданнями фахових асоціацій та інститутів консультантів є забезпечення і гарантування високої якості консалтингових послуг шляхом використання високого рівня професіоналізму персоналу. З урахуванням реалізації саме таких принципів діяльності, і була створена Українська асоціація менеджмент-консультантів (УАМК);

3) 2000–2001 рр. Етап характеризується створенням Української асоціації менеджерів-консультантів (УАМК). Оскільки ситуація у сфері менеджмент-консультаційних послуг стала поліпшуватися, УАМК шляхом організації і проведення цільових конференцій, участі у виставках і проектах, роботі з міністерствами і відомствами, публікації статей у фахових виданнях, створення web-сайтів у мережі Інтернет зуміла зробити інформацію про менеджмент-консалтингові компанії і їх послуги більш доступною для потенційних споживачів;

4) 2001–2004 рр. Основними видами послуг консультаційного обслуговування стають постприватизаційна підтримка підприємств, податкове консультування, маркетингові дослідження, організація системи маркетингу на підприємствах, розробка ділових стратегій розвитку, пошук партнерів та інвесторів тощо;

5) 2004–2009 рр. Для етапу характерним є те, що найбільшим попитом користуються консультації з аудиту, оподаткування, управління персоналом, впровадження нових стандартів якості, девелопмент-консалтинг. У 2008–2009 рр. із поглибленням економічної кризи в Україні активність деяких західних фірм або вщухає, або “заморожується” з надією на поліпшення кон’юнктури ринку консультаційних послуг. Використання консультаційних послуг знизилось з 500 млн дол. у 2007 р. до 300 млн дол. у 2010 р. Слід зазначити, що експерти прогнозували відновлення ринку у 2011–2012 р., яке буде відбуватись упродовж чотирьох років. Окрім того, обсяг консалтингового ринку в Україні у 2007–2009 рр. становив 0,3 % ВВП, що перевищує аналогічні показники Польщі (0,1 %) та Італії (0,2 %), але у той час показники у Фінляндії (1,1 %), Німеччині (1 %) та Великобританії (0,9 %) [3];

6) 2009–2014 рр. Етап характеризується тим, що політико-економічна нестабільність в країні призводить до відтоку іноземних інвестицій, зменшення платоспроможності підприємств та надія на поліпшення кон’юнктури ринку консультаційних послуг зводиться нанівець.

Умови розвитку економіки України, що змінилися, процеси роздержавлення і приватизації власності дали консалтингу новий імпульс. Консалтинг стає особливою індустрією, бізнесом, що приносить солідні прибутки. Так, сьогодні основними постачальниками консалтингових послуг в Україні є [5]:

- філіали великих іноземних компаній, що обслуговують державні структури з питань оподаткування, бюджетного регулювання, вдосконалення нормативно-правової бази;
- представництва іноземних консалтингових фірм, які працюють з приватним сектором;
- іноземні консалтингові фірми, що працюють за програмами донорських організацій та надають технічну допомогу з консалтингу в пріоритетних галузях народного господарства;
- вітчизняні консалтингові компанії, які спеціалізуються на приватизації та антикризовому управлінні компаніями;
- інші консалтингові фірми.

Місткість ринку консалтингових послуг України протягом 2007–2014 рр. наведена на рис. 1.

Водночас, достовірно оцінити розмір консалтингового сектору та його частку в економіці України досить складно. Це зумовлено наступними причинами [4]:

– по-перше, відсутністю виділення консалтингу як окремого виду діяльності, регламентованих Державним класифікатором видів економічної діяльності в Україні, що не дає можливості вести статистичну звітність підприємств за цим напрямом діяльності;

– по-друге, складністю визначення структури та напрямів співпраці українських підприємств з консультантами, що зумовлює відсутність потрібних форм регламентації відповідних витрат у фінансовій звітності компаній;

– по-третє, значним рівнем тінізації вітчизняної економіки, що зумовлює значні похибки у статистичних показниках доходів окремих компаній, секторів економіки та країни загалом.



Рис. 1. Місткість ринку консалтингових послуг України протягом 2007–2014 рр.

Експертні оцінки кількісних параметрів ринку управлінського консультування в Україні оприлюднили дослідники Рейтингової агенції “Експерт-Рейтинг”, які визначили його обсяг на рівні 170 млн дол США [5]. Вагомий вплив на розвиток консалтингу в певних регіонах і країнах здійснюють такі чинники, як рівень і темпи економічного зростання країни, структура її економіки та виробництва, особливості державного управління та регуляторної політики, а також специфіка національної та управлінської культури.

Традиційно ринок консалтингу сегментують за такими ознаками: функціональним призначенням консалтингового продукту; галузевою приналежністю клієнтів консалтингових послуг; географічним положенням консалтингових компаній.

Аналізуючи структурну конфігурацію консалтингового ринку за функціональними ознаками, можна констатувати досить низький рівень управлінської та бізнесової культури українських компаній, які переважно концентрують управлінські зусилля на пошуку можливостей оптимізації податкових платежів та правової підтримки своєї діяльності як способів підвищення ефективності функціонування. Про це свідчать такі дані: 30 % вітчизняного консалтингового ринку пов’язано з наданням послуг з податкового та юридичного консалтингу. Прагнення забезпечити прозорість, достовірність інформаційної підтримки прийняття рішень зумовило значний попит на послуги інформаційного консалтингу, які в структурі ринку консалтингових послуг в Україні становлять 21 %. Разом з тим, з боку вітчизняних компаній простежується стійка тенденція зростання зацікавленості продуктами фінансового і стратегічного консультування, на які сьогодні припадає відповідно 17 % та 13 % загального ринку консалтингу. Прагнення підвищити свою продуктивність сприяло залученню вітчизняними підприємствами і компаніями консультантів з питань управління персоналом та операційного менеджменту (відповідно 11 % і 8 % в структурі консалтингових послуг) [6].

Висновки. Аналіз літературних джерел дозволив дійти висновку, що ринок консалтингових послуг являє собою сукупність економічних, управлінських, інституційних і соціально-психологічних відносин, що виникають у процесі створення, обміну та реалізації інтелектуального капіталу (знання, досвід, інформація та інтелектуальна власність), використовуваного консультантами для підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств і збільшення продуктивності праці індивідуума. Ринок консалтингових послуг має ряд специфічних рис, до основних особливостей ринку консалтингових послуг можна віднести: високу динамічність ринкових процесів; територіальну сегментацію, локальний характер, високу швидкість обороту капіталу, високу чутливість до змін ринкової кон’юнктури.

Хронологічний аналіз консалтингової галузі України дозволив дійти висновку, що її започаткування характеризувалося стихійним виникненням консалтингових фірм під впливом діяльності західних компаній. Численні економічні і галузеві науково-дослідницькі інститути розробляли та вдосконалювали методологію управління виробництвом, впроваджували нові принципи організації виробництва, що забезпечувало зростання ефективності використання праці, матеріалів та інших ресурсів.

Література

1. Верба В. А. Організація консалтингової діяльності : навч. посібник / В. А. Верба, Т. І. Решетняк. – К. : КНЕУ, 2000. – 228 с.

2. Дахно Д. І. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності : навч. посібник / І. І. Дахно, В. М. Барановська, Ю. А. Бовтрук та ін. ; за ред. І. І. Дахна. – К. : ЦУЛ, 2009. – 472 с.
3. В Україні сформувався ринок консалтингових послуг – ЄБРР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economics.unian.net/ukr/detail/67949>.
4. Еволюція українського консалтингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://anatol-each-livejournal.com/8931.html>.
5. Що таке консалтинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://korysne.co.ua/scho-take-konsaltnh>.
6. Рынок консультационных услуг в Украине : исследование Инвестиционно-консалтинговой группы “Астарт-Танит” по заказу Программы деловых консультаций Европейского Банка Реконструкции и Развития в Украине. – К. : [б. и.], 2010. – С. 4.

References

1. Verba V. A. Organizaciya konsal'tny`ngovoyi diyal'nosti : navch. posibny`k / V. A. Verba, T. I. Reshetnyak. – K. : KNEU, 2000. – 228 s.
2. Daxno D. I. Regulyuvannya zovnishn'o-ekonomichnoyi diyal'nosti : navch. posib. / I. I. Daxno, V. M. Baranovs`ka, Yu. A. Bovtruk ta in.] ; za red. I. I. Daxna. – K. : Centr uchbovoyi literatury`, 2009. – 472 s.
3. V Ukrayini sformuvavsya ry`nok konsal'tny`ngovy`x poslug – YeBRR [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://economics.unian.net/ukr/detail/67949>.
4. Evolyuciya ukrajins`kogo konsal'tny`ngu [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://anatol-each-livejournal.com/8931.html>.
5. Shho take konsal'tny`ng [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://korysne.co.ua/scho-take-konsaltnh>.
6. Рынок konsul'tacy`onny`x uslug v Ukray`ne [Tekst] : y`ssledovany`e Y`nvesty`cy`onno-konsal'tny`ngovoj grupy “Astarta-Tany`t” po zakazu Programmy delovy`x konsul'tacy`j Evropejskogo Banka Rekonstrukcy`y` Razvy`ty`ya v Ukray`ne. – K. : [b. y`.], 2010. – S. 4.

Надіслана/Written: 3.08.2015 р.
Надійшла/Received: 6.08.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

УДК 334.716:339.137.2.005

Є. А. БЕЛТЮКОВ, Н. О. БЕЗНОЩЕНКО
Одеський національний політехнічний університет**МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

З'ясовано особливості функціонування вітчизняних промислових підприємств. Розглянуто існуючі методи оцінювання конкурентоспроможності. Запропоновано для визначення інтегрального коефіцієнту конкурентоспроможності застосовувати метод багатомірного неметричного шкалювання та визначено його особливості та переваги.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, методи оцінювання конкурентоспроможності, інтегральний коефіцієнт конкурентоспроможності, метод багатомірного неметричного шкалювання.

E. A. BELTYKOV, N. O. BEZNOSHCHENKO
Odessa National Polytechnic University**METHODICAL APPROACHES TO THE ESTIMATION OF INDUSTRIAL ENTERPRISE'S COMPETITIVENESS**

Abstract – The aim of the research – development of the methodical approaches to estimation of a level of industrial enterprise's competitiveness as a precondition to ensure their sustainable development. Domestic industrial enterprises are forced to function in the difficult modern terms of menage, that is why an objective necessity is acquired questions of complex estimation of index of competitiveness, which takes into account all aggregate of factors which influence on an enterprise. There is no generally accepted method of determining and evaluating of enterprise competitiveness but the majority of the existing methods of estimation can be classified by the following criteria: 1) by the degree of coverage of aspects of functioning of enterprise methods of estimation are divided into special and complex methods; 2) by the form of expression outcome of the evaluation distinguished: matrix, graphics and index methods. They, in its turn, include a variety of methods, which have both some advantages and some disadvantages. For specific tasks can be used both separate from the presented methods and their aggregate. Thus each of the subjects are governed by its own estimation criteria, depending on the goals that he pursues. There is a necessity for development of methodological approaches to assessing the competitiveness of Ukrainian enterprises, operating under the difficulty obtaining of accurate information. A major advance forward towards increasing the validity of procedures of competitions' comparisons and decline of level of the use of expert methods at the estimation of competitiveness it is possible to consider application of method of non-metric multidimensional scaling. It allows to move away from the dimensions of initial indexes and consistently compile them into a group and integral index. It will allow to avoid mathematical and expert errors, and also will give possibility enterprises objectively to estimate their competitiveness and identify available reserves for introduction of effective strategies of providing of his competitiveness.

Key words: competitiveness of enterprise, methods of competitiveness estimation, integral index of competitiveness, the method of non-metric multidimensional scaling.

E. A. БЕЛТЮКОВ, Н. А. БЕЗНОЩЕНКО
Одесский национальный политехнический университет**МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Выявлены особенности функционирования отечественных промышленных предприятий. Рассмотрены существующие методы оценки конкурентоспособности. Предложено для определения интегрального коэффициента конкурентоспособности применять метод многомерного неметрического шкалирования и определены его особенности и преимущества. Предложенная методика расчета интегрального коэффициента конкурентоспособности промышленного предприятия с применением метода многомерного неметрического шкалирования позволит избежать математических и экспертных ошибок. Это позволит предприятиям объективно оценить их конкурентоспособность, проранжировать предприятия-конкуренты для выявления лидеров и аутсайдеров, а также выявить имеющиеся резервы повышения уровня конкурентоспособности, что позволит рассчитать свои возможности по управлению конкурентными преимуществами предприятия для внедрения эффективных стратегий обеспечения его конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, методы оценки конкурентоспособности, интегральный коэффициент конкурентоспособности, метод многомерного неметрического шкалирования.

Постановка проблеми. Вітчизняні промислові підприємства змушені функціонувати в складних сучасних умовах господарювання, тому дуже важливим є розробка методів аналізу і виміру конкурентоспроможності підприємства, що у свою чергу дозволить управляти її рівнем та проводити порівняльний аналіз конкурентоспроможності суб'єктів ринку.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства практично неможливо досягти випадковим чином, тому необхідна сукупність методів і прийомів, разом створюючих систему управління конкурентоспроможністю. Реалізація такої системи безпосередньо пов'язана з аналізом і оцінкою всього різноманіття умов і чинників функціонування підприємств. Тому в сучасних умовах господарювання об'єктивної необхідності набувають питання всебічної комплексної оцінки показника конкурентоспроможності, що враховує всю сукупність факторів, що впливають на підприємство. Проте, обов'язковою передумовою застосування таких показників є наявність науково обґрунтованих, надійних методик їх виміру (оцінювання), що забезпечують зіставність отримуваних оцінок.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням оцінювання конкурентоспроможності підприємств присвячені роботи багатьох науковців, а саме: Азоева Г.Л., Альохіна А.Б., Балобанової Л.В., Ба-

рабась Д.О., Вакуленко А.В., Воронова А.А., Гесця В.М., Ілляшенко С.М., Клименко С.М., Кошеленко В.О., Кросбі П., Мільгрома Д.А., Моїсєєвої Н.К., Мошнова В.А., Портера М., Фатхутдінова Р.А., Хрущ Н.А. та ін.

Аналіз останніх наукових робіт свідчить про наявність комплексних досліджень даної проблеми, проте вони зазвичай не враховують системний вплив чинників на конкурентоспроможність, а також ступінь впливу окремих чинників на інтегральний показник. Тому деякі аспекти комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємств вимагають подальшого розвитку як наукових так і методичних підходів до них, що і актуалізує вибір теми дослідження.

Формулювання цілі статті. Метою статті є розвиток методичних підходів до оцінювання рівня конкурентоспроможності промислових підприємств як передумови забезпечення їх стійкого розвитку.

Виклад основного матеріалу. Значною мірою конкурентоспроможність підприємства визначається його здатністю в умовах, що склалися, проектувати, виготовляти та збувати товари, які за цінними та неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж товари їх конкурентів. З іншого боку, конкурентоспроможним, як правило, є те підприємство, що тривалий час може залишатися прибутковим в сучасних умовах господарювання.

Характер та інтенсивність сучасного світового промислового виробництва вносить суттєві якісні зміни в процес економічного відтворення, прискорюючи темпи науково-технічного прогресу, підвищуючи рівень продуктивності праці і, відповідно, ефективність соціально-економічного розвитку країни.

Довгий час в Україні надавалась перевага традиційним галузям (важкому, хімічному, нафтохімічному, енергетичному, транспортному та сільськогосподарському машинобудуванню), інші напрямки практично не розвивалися. Вичерпаність потенціалу екстенсивного розвитку відображено падінням темпів економічного розвитку до 1,5–2,5 % в рік протягом останніх 20 років. Аналіз промисловості України свідчить про зниження обсягів виробництва продукції практично за всіма позиціями. Тому, в умовах кризи ефективна діяльність промислових підприємств полягає передусім у створенні певних умов для подальшого розвитку: збереження науково-технічного і технологічного потенціалу, створення умов для його подальшого розвитку з орієнтацією на виробництво конкурентоспроможних товарів, визначення пріоритетів розвитку, створення сучасної інноваційної інфраструктури.

Поряд із тим, дуже важливим є розробка методів аналізу і виміру конкурентоспроможності підприємства, що у свою чергу дозволить управляти її рівнем і проводити порівняльний аналіз конкурентоспроможності суб'єктів ринку.

Конкурентоспроможність підприємства визначають показники, які характеризують конкурентоспроможність продукції, фінансовий стан підприємства, ефективність збуту та просування товарів, ефективність виробництва, імідж підприємства тощо. Конкретний набір показників залежить від методу оцінки конкурентоспроможності підприємства. [12, с. 340–342].

Зауважимо, що у вітчизняній практиці відсутня загальноприйнята методика визначення та оцінки конкурентоспроможності підприємства, але **більшість існуючих методів оцінки можна класифікувати за такими ознаками:**

- 1) за ступенем охоплення аспектів функціонування підприємства методи оцінки поділяються на:
 - спеціальні методи – методи, що дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємства за окремими аспектами його діяльності – виробничим, інноваційним, маркетинговим, фінансовим тощо;
 - комплексні методи базуються на комплексному підході до оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- 2) за формою вираження результату оцінки виділяють:
 - матричні – методи, що базуються на використанні матриці–таблиці впорядкованих за рядками та стовпцями елементів (матриця “Бостонської консалтингової групи” (БКГ); матриця І. Ансоффа; матриця McKinsey; матриця Shell; матриця конкурентних стратегій М. Портера тощо);
 - графічні – методи, що ґрунтуються на побудові так званої “Радіальної діаграми конкурентоспроможності” або “Багатокутника конкурентоспроможності”;
 - індексні – методи, які передбачають розрахунок індексу конкурентоспроможності підприємства, серед яких: метод, що використовує в якості головного підходу оцінку конкурентоспроможності продукції підприємства; метод, що базується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів; метод, що ґрунтується на основі теорії ефективної конкуренції; інтегральний метод; метод самооцінки (Європейська модель ділової досконалості, англійська методика матриці удосконалення бізнесу (ВІМ)).

Найбільш точним, на нашу думку, є інтегральний метод. Проблеми застосування інтегрального показника конкурентоспроможності пов'язані з методологічними труднощами його кількісного розрахунку, що приводять до дуже широкого застосування експертних оцінок, внаслідок чого адекватність реальності самих результатів розрахунків викликає зрозумілі сумніви. Різні автори обґрунтовують різні групи чинників, які необхідно включати в сукупний (інтегральний, груповий) показник. Крім того, пропонуються різні способи здійснення експертних оцінок, а часто просто вказується, що “вагові коефіцієнти визначаються експертно”. Так, широко поширеними є методики, в яких інтегральний показник конкурентоспроможності розраховується у вигляді суми добуток значень чинників та їх вагових коефіцієнтів, середньозваженої геометричної, на основі норми споживчої вартості [6], на основі розрахунку ринкової частки, з урахуванням вагомості товарів і ринків, на яких вони реалізуються [13], за товарною масою [7] тощо.

Також відомі спрощені методики оцінки конкурентоспроможності досліджуваних підприємств з позиції кількості груп, що враховуються, і чинників [2]. На сучасному етапі розвитку західної наукової думки великої популярності набуває також вартісний підхід до оцінки конкурентоспроможності і ефективності фірм (бізнесу) [3]. При цьому традиційно використовуються такі підходи, як: прибутковий; порівняльний (ринковий); витратний (на основі активів); заснований на оцінці майнових (реальних) опціонів.

Інструментарієм для вирішення стратегічних завдань підвищення конкурентоспроможності може служити комплексний підхід з розробки та побудови моделі конкурентоспроможності промислового підприємства (піраміди конкурентоспроможності), запропонований В.А. Мошновим [8]. Він пропонує для розробки і побудови моделі застосовувати математичне моделювання, що дозволяє виявити особливості функціонування економічного об'єкту, і на основі цього передбачати майбутню поведінку об'єкту при зміні яких-небудь параметрів. У моделі всі взаємозв'язки змінних можуть бути оцінені кількісно, що дозволяє отримати якісніший і надійніший прогноз. Такий методичний підхід дає можливість аналізувати вплив окремих чинників, що забезпечують конкурентне положення підприємства на ринку, а також оцінювати можливі наслідки їх зміни в майбутньому.

Отже, існує велика кількість різноманітних методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства, що мають як певні переваги, так і певні недоліки. Для вирішення конкретних завдань можуть бути застосовані як окремі з представлених методик, так і їх сукупність. Таке різноманіття методів пов'язано не тільки з відсутністю єдиної термінологічної бази, але і з тим, що оцінка конкурентоспроможності, як правило, проводиться по відношенню до різних суб'єктів ринку. При цьому кожен із суб'єктів керується своїми власними критеріями оцінки залежно від цілей, які він переслідує. Існує необхідність у розробці методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності українських підприємств, що функціонують в умовах складності отримання достовірної інформації про конкурентів чи підприємств-лідерів галузі.

Оскільки основне завдання менеджменту підприємства полягає у максимальному задоволенні вимог всіх учасників, особливої актуальності набувають питання всебічної комплексної оцінки показника конкурентоспроможності, що враховує всю сукупність факторів, що впливають на підприємство. Перш ніж перейти до розгляду основних аспектів проблеми, відмітимо, що показники, які характеризують рівень прояву ознак такого роду, виступають, по-перше, як інструмент управління процесами функціонування відповідного економічного об'єкту в задачах аналізу, прогнозування, планування та прийняття управлінських рішень та, по-друге, як інструмент економічних зіставлень однотипних об'єктів в задачах порівняльного аналізу. Тому обов'язковою передумовою застосування таких показників є наявність науково обґрунтованих, надійних методик їх виміру (оцінювання), що забезпечують зіставність отримуваних оцінок однотипних ознак для економічних об'єктів довільної типології.

До основних проблем, з якими зіштовхуються при вимірі узагальненого показника конкурентоспроможності, відносяться наступні:

1. Ступінь вираженості конкурентоспроможності підприємств залежить від великої кількості якісно різних за своєю природою зовнішніх (по відношенню до підприємства) і внутрішніх чинників.

2. Конкурентоспроможність є безпосередньо не спостережуваною і безпосередньо не вимірюваною. Ця особливість обумовлена тим, що вона відображає сукупну дію великого комплексу простіших ознак.

3. Конкурентоспроможність підприємств має латентну природу, характеризує приховані, внутрішньо властиві підприємству, властивості (їх граничні, потенційні можливості), що також обумовлює можливість лише непрямих її вимірів.

Така природа конкурентоспроможності послугувала підставою для розробки і широкого поширення наступної схеми конструювання (оцінювання) її інтегрального показника.

Етап 1. Формування ієрархічно впорядкованої системи ознак, що в сукупності відображають всі основні аспекти конкурентоспроможності підприємства, на основі аналізу яких можлива її оцінка. Така система є класифікацією первинних ознак, що дозволяє даний етап розглядати як декомпозицію загальної проблеми виміру конкурентоспроможності на ряд підпроблем оцінки простіших (по рівню спільності і можливості виміру) ознак. Нижчий рівень ієрархії системи таких ознак утворюють, як правило, безпосередньо спостережувані і легко вимірювані ознаки досліджуваного об'єкту.

Етап 2. Вимір (оцінювання) первинних показників. У економічних дослідженнях цей етап традиційно реалізується за допомогою методів економічного і економіко-статистичного аналізу, а також методів експертного оцінювання за відомими, зазвичай загальноприйнятими, методиками.

Етап 3. Оцінка групових ознак (показників). У припущенні, що оцінки первинних ознак (ознак 0-го рівня ієрархії) відомі, на цьому етапі здійснюється розрахунок значень показників (оцінювання ознак) наступних ієрархічних рівнів в порядку "знизу-вгору" аж до вищого рівня, що відповідає конкурентоспроможності. Показник вищого рівня ієрархії зазвичай називається інтегральним. В рамках даного етапу оцінювання здійснюється процес послідовного узагальнення (агрегації) оцінок вихідних ознак в повній відповідності і в порядку, передбаченому розробленою на етапі 1 класифікацією ознак (показників).

Для агрегації оцінок на цьому етапі застосовуються різні методи згортання часткових показників в групові. Саме ці методи є одним з основних джерел некоректності методів виміру узагальнених ознак в цілому і низької якості отримуваних з їх допомогою оцінок.

Найважливіші причини цього полягають в наступному:

1. Побудова взаємно-однозначного відображення простору вихідних ознак в простір меншої розмірності (у цьому випадку, в простір розмірності 1) в загальному випадку принципово неможлива.

2. Згортанню зазвичай підлягають показники, що характеризують якісно різні за своєю природою ознаки (наприклад, обсяги, ціни, якість і доступність тих або інших матеріальних ресурсів при оцінці конкурентоспроможності підприємства).

3. Вся сукупність первинних показників при оцінці конкурентоспроможності поділяється на інтервальні (кількісні) і порядкові (якісні, що отримують експертним шляхом).

Об'єктивна необхідність обліку великого числа якісно різномірних первинних ознак в завданнях економічних вимірів, перетворення порядкових величин в інтервальні (а, інколи, навпаки і неодноразово), викликаних виключно "технічними" міркуваннями; широке і, часто неминуче, через обрану методологію оцінювання, вживання експертних методів (при визначенні коефіцієнтів значущості узагальнюваних показників) істотно підсилюють негативний вплив відмічених вище чинників на рівень наукової обґрунтованості як методів виміру узагальнених ознак, так і отримуваних з їх допомогою кількісних оцінок.

Не зважаючи на наявність відмічених вище серйозних методологічних і методичних труднощів, найбільш істотним чинником, що свідчить про актуальність розробки нових підходів до виміру узагальнених ознак економічних об'єктів, є невідтворюваність результатів вимірів, обумовлена високою роллю суб'єктивного чинника в багатьох методиках. [1]

З урахуванням викладеного представляють особливий науковий інтерес кардинально нові ідеї і підходи до виміру ознак досліджуваного типа. Істотним просуванням вперед на шляху підвищення обґрунтованості процедур конкурентних зіставлень і зниження рівня використання експертних методів при оцінці конкурентоспроможності можна вважати ідею застосування для цих цілей методів багатовимірного неметричного шкалювання (БНШ) і методичні положення з оцінки конкурентоспроможності підприємств, що засновані на використанні таких методів [4, 5].

Методи БНШ зародилися в психофізиці, активно розвивалися і застосовувалися в соціології і криміналістиці і спочатку були орієнтовані на роботу з суб'єктивною інформацією і даними найрізноманітнішої природи. Загальне завдання БНШ полягає у виявленні прихованих чинників, що характеризують безліч об'єктів, що вивчаються, і описі кожного такого об'єкту в термінах цих чинників. Вихідною інформацією для багатовимірного шкалювання є суб'єктивні або об'єктивні відомості щодо близькостей досліджуваних об'єктів або переваг на їх множині. На основі такої інформації вирішуються завдання виявлення об'єктивної структури суб'єктивних даних і виділення чинників, що впливають на процес прийняття рішення [9, 10, 11, 14].

В рамках порівняльної оцінки конкурентоспроможності підприємств завдання шкалювання спрощується. По-перше, дані про близькість об'єктів оцінки визначаються на основі безлічі їх параметрів (векторів) з використанням різних метрик в просторі вихідних ознак. По-друге, економічний сенс має шкалювання в одновимірному просторі. Саме в цьому випадку досягається повне впорядкування об'єктів оцінки в сенсі обраного інтегрального показника рівня конкурентоспроможності. [1]

Структурно-логічну схему розрахунку інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності промислового підприємства можна представити на рис. 1.



Рис. 1. Структурно-логічна схема оцінки конкурентоспроможності (КСП) промислового підприємства

Вживання методів БНШ як основного інструменту згортання частинних показників в групі аж до інтегрального відповідно до класифікації чинників конкурентоспроможності дозволяє:

- а) істотно знизити роль суб'єктивного чинника;
- б) використовувати науково обґрунтовані формальні методи;

в) отримати оцінки конкурентоспроможності, що володіють глибшим економічним змістом, що зобов'язаний, перш за все, використовуваними методами БНШ механізмів зіставлення об'єктів оцінки;

г) розробляти вертикально-ієрархічну систему внутрішньопогоджених оцінок конкурентоспроможності, що характеризують, з різною мірою деталізації, всі її основні аспекти.

Цей підхід повністю укладається в загальноприйнятну схему конкурентних зіставлень, засновану на аналізі великої сукупності різномірних чинників і індикаторів конкурентоспроможності, послідовному узагальненні вихідних параметрів об'єктів оцінки в групові та інтегральний на основі відповідної класифікації цих чинників і індикаторів, пропонуючи принципово новий, ефективний, науково обґрунтований методичний інструментарій агрегації даних [1].

Таким чином, цей метод дозволяє виявити лідерів та аутсайдерів серед досліджуваних підприємств, що набуває особливої актуальності в сучасних умовах господарювання. Це обумовлюється тим, що існує необхідність в виборі найперспективніших партнерів в економічній діяльності, а також в визначенні оптимальної позиції на ринку товарів та послуг. Також це дозволяє підприємствам виявити становище конкурентів, визначити стратегію та тактику для розвитку у зовнішньому середовищі, орієнтуватися у колі своїх партнерів та адаптуватися до постійних змін умов господарювання.

Оцінку інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності за запропонованою методикою із застосуванням методу багатовимірного неметричного шкалювання доцільно здійснювати на всіх промислових підприємствах, бо саме такий підхід надасть можливість усвідомити свою конкурентну позицію та обрати дієву стратегію забезпечення конкурентоспроможності.

Висновки. Таким чином, запропонована методика розрахунку інтегрального коефіцієнту конкурентоспроможності промислового підприємства із застосуванням методу багатовимірного неметричного шкалювання дозволить уникнути математичних та експертних похибок. Це надасть можливість підприємствам об'єктивно оцінити їх конкурентоспроможність, проранжувати підприємства-конкуренти для виявлення лідерів і аутсайдерів, а також виявити наявні резерви підвищення рівня конкурентоспроможності, що дозволить розрахувати свої можливості щодо управління конкурентними перевагами підприємства для запровадження ефективних стратегій забезпечення його конкурентоспроможності.

Література

1. Алехин А. Б. Обобщенные признаки предприятий, регионов и национальных экономик: проблема измерения и новые подходы / А. Б. Алехин // *Економіст*. – 2011. – № 8. – С. 24–29.
2. Воронов А. А. К оценке уровня конкурентоспособности машиностроительных предприятий / А. А. Воронов // *Машиностроитель*. – 2000. – № 12. – С. 27–29.
3. Кротков А. М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А. М. Кротков, Ю. Я. Еленева // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2001. – № 6. – С. 59–68.
4. Кошеленко В. О. Об одном подходе к совершенствованию методик рейтинговых сопоставлений конкурентоспособности предприятий / В. О. Кошеленко // *Економіст*. – 2010. – № 1. – С. 36–40.
5. Кошеленко В. О. Оценка конкурентоспособности промышленных предприятий с применением методов многомерного шкалирования / В. О. Кошеленко // *Вісн. Хмельниц. університету. Економічні науки*. – 2010. – № 2, т. 4. – С. 148–152.
6. Мильгром Д. А. Оценка конкурентоспособности экономических технологий / Д. А. Мильгром // *Маркетинг*. – 2000. – 1999. – № 2. – С. 45–48.
7. Багиев Г. Л. *Международный маркетинг : учеб. для студ. вузов* / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В. И. Черенков ; под общ. ред. Г. Л. Багиева. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Питер, 2009. – 688 с.
8. Мошнов В. А. Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / В. А. Мошнов. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/strategy/estimate_competitiveness.shtml
9. Терехина А. Ю. Анализ данных методами многомерного шкалирования / А. Ю. Терехина. – М. : Наука, 1986. – 168 с.
10. Терехина А. Ю. Многомерное шкалирование в психологии / А. Ю. Терехина // *Психологический журнал*. – 1983. – № 1, т. 4. – С. 76–88.
11. Толстова Ю. Н. *Измерение в социологии : курс лекций* / Ю. Н. Толстова. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 224 с.
12. *Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посібник* / С. М. Клименко, О.С. Дуброва, Д. О. Барабась та ін. – К. : КНЕУ, 2006. – 527 с.
13. Фатхутдинов Р. А. *Управление конкурентоспособностью организации : учебник* / Р. А. Фатхутдинов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Изд-во Эксмо, 2005. – 544 с.
14. Carroll J. D. Analysis of individual differences in multidimensional scaling via an N-way generalisation of "Eckart-Young" decomposition / J. D. Carroll, J. J. Chang // *Psychometrika*, 1970. – N 3, v. 35. – P. 283–321.

References

1. Alyohin A. B. Obobshchennye priznaki predpriyatij, regionov i nacional'nyh ehkonomik: problema izmereniya i novye podhody / A. B. Alyohin // Ekonomist. – 2011. – № 8. – P. 24–29.
2. Voronov A. A. K ocnke urovnya konkurentosposobnosti mashinostroitel'nyh predpriyatij / A. A. Voronov // Mashinostroitel'. – 2000. – № 12. – P. 27–29.
3. Krotkov A. M. Konkurentosposobnost' predpriyatiya: podhody k obespecheniyu, kriterii, metody ocenki / A. M. Krotkov, Y. A. Eleneva // Marketing v Rossii i za rubezhom. – 2001. – № 6. – P. 59–68.
4. Koshelenko V. O. Ob odnom podhode k sovershenstvovaniyu metodik rejtingovyh sopostavlenij konkurentosposobnosti predpriyatij / V. O. Koshelenko // Ekonomist. – 2010. – № 1. – P. 36–40.
5. Koshelenko V. O. Ocenka konkurentosposobnosti promyshlennyh predpriyatij s primeneniem metodov mnogomernogo shkalirovaniya / V. O. Koshelenko // Visnik Hmel'nic'kogo universitetu. Ekonomichni nauki. – 2010. – № 2, t. 4. – P. 148–152.
6. Mil'grom D. A. Ocenka konkurentosposobnosti ehkonomicheskikh tekhnologij / D. A. Mil'grom // Marketing. – 2000. – 1999. – № 2. – P. 45–48.
7. Bagiev G. L. Mezhdunarodnyj marketing : uchebnik dlya studentov vuzov / G. L. Bagiev, N. K. Moiseeva, V. I. Cherenkov ; pod obshch. red. G. L. Bagieva. – 2-e izd., pererab. i dop. – SPb : Piter, 2009. – 688 p.
8. Moshnov V. A. Kompleksnaya ocenka konkurentosposobnosti predpriyatiya [Elektronnij resurs] / V. A. Moshnov. – Dostupnij z: http://www.cfin.ru/management/strategy/estimate_competitiveness.shtml
9. Terekhina A. Analiz dannyh metodami mnogomernogo shkalirovaniya / A. Terekhina. – M. : Nauka, 1986. – 168 p.
10. Terekhina A. Mnogomernoe shkalirovanie v psihologii / A. Terekhina // Psihologicheskij zhurnal. – 1983. – № 1, t. 4. – P. 76–88.
11. Tolstova YU.N. Izmerenie v sociologii : kurs lekcij / YU. N. Tolstova. – M. : INFRA-M, 1998. – 224 p.
12. Upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstva : navch. posib. / S. M. Klymenko, O. S. Dubrova, D. O. Barabas' ta in. – K. : KNEU, 2006. – 527 p.
13. Fathutdinov R. A. Upravlenie konkurentosposobnost'yu organizacii : uchebnik / R. A. Fathutdinov. – 2-e izd., ispr. i dop. – M. : Izd-vo Eksmo, 2005. – 544 p.
14. Carroll J. D. Analysis of individual differences in multidimensional scaling via an N-way generalisation of "Eckart-Young" decomposition / J. D. Carroll, J. J. Chang // Psychometrika, 1970. – V. 35, N 3. – P. 283–321.

Надіслана/Written: 3.08.2015 р.

Надійшла/Received: 6.08.2015 р.

Рецензент: д.е.н., проф. С. А. Бельтюков

ТЕНДЕНЦИИ ИНТЕНСИФИКАЦИИ В ОСВОЕНИИ РЕГИОНАЛЬНОГО КРУИЗНОГО ПРОСТРАНСТВА

Рассматриваются проблемы интенсификации развития круизного сегмента морской транспортной индустрии в условиях системной глобализации экономических процессов. Отмечается особенность устойчивого развития круизного бизнеса и принципы его особой структуризации. Внимание акцентируется на факторах интенсивного наращивания потенциала провозной способности при одновременном изменении роли отдельных типов судов. Различаются две стороны интенсификации круизного судоходства. Одна отражает приоритеты позиционирования в традиционных региональных сегментах. Другая раскрывает стремление к освоению новых локальных сегментов, отличающихся культурно-историческими и рекреационными характеристиками. В первом случае реализуется в основном принцип ввода в эксплуатацию лайнеров, характеризующихся повышенной провозной способностью и широтой состава и качества круизного продукта. Во втором случае проблема заключается в отсутствии специализированного флота и используются доступные для операторской деятельности суда. Это в определенной степени ограничивает параметры и эффективность освоения новых круизных сегментов мирового океана.

Ключевые слова: круизное судоходство, регион, дифференциация условий, интенсивность круизного судоходства, эффективность позиционирования.

М. О. КОВИЛИНА

Одеська національна морська академія

ТЕНДЕНЦІ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ В ОСВОЄННІ РЕГІОНАЛЬНОГО КРУІЗНОГО ПРОСТОРУ

Розглядаються проблеми інтенсифікації розвитку круїзного сегмента морської транспортної індустрії в умовах системної глобалізації економічних процесів. Відзначається особливість стійкого розвитку круїзного бізнесу і принципи його особливої структуризації. Увага акцентується на факторах інтенсивного нарощування потенціалу провізної спроможності при одночасній зміні ролі окремих типів суден. Відрізняються дві сторони інтенсифікації круїзного судноплавства. Одна відображає пріоритети позиціонування у традиційних регіональних сегментах. Друга розкриває прагнення до освоєння нових локальних сегментів, які вирізняються культурно-історичними і рекреаційними характеристиками. У першому випадку реалізується в основному принцип введення в експлуатацію лайнерів, які характеризуються підвищеною провізною спроможністю і широтою складу і якості круїзного продукту. У другому випадку проблема полягає у відсутності спеціалізованого флоту і використовується доступні для операторської діяльності судна. Це певною мірою обмежує параметри і ефективність освоєння нових круїзних сегментів світового океану.

Ключові слова: круїзне судноплавство, регіон, диференціація умов, інтенсивність круїзного судноплавства, ефективність позиціонування.

M. A. KOVYLINA

Odessa National Maritime Academy

INTENSIFICATION TENDENCIES IN RECLAMATION OF THE REGIONAL CRUISE SPACE

Abstract – The problems of intensification of development of the cruise segment of marine transport industry under the conditions of system globalization of economic processes come under review. A peculiarity of the stable cruise business development and the principles of its special structuring are marked out. Attention is focused on the factors of intense increase of the carrying capacity's potential with simultaneous alteration of the role of particular types of ships. There are distinguished two sides of intensification of the cruise shipping. One reflects the priorities of positioning in the traditional regional segments. The other discloses the pursuit for reclamation of the new local segments, notable for their cultural, historical and recreational characteristics. In the first case, the principle of bringing liners into operation is mainly implemented, as they are characterized by higher carrying capacity and the wideness of the cruise product's contents quality. In the second case, the problem lies in absence of the specialized fleet and the ships available for operating activity are used. To a certain degree, this limits parameters and efficiency of reclamation of the new cruise segments of the world ocean.

Key words: cruise shipping, region, differentiation of conditions, intensity of cruise shipping, efficiency of positioning.

Постановка проблеми. Выделяющаяся динамичность развития круизного судоходства и расширение географии его позиционирования формирует задачи сбалансированного формирования и использования потенциала. Неизбежная дифференциация обусловлена существенным различием интенсивности формирования конечных экономических результатов и эффективности отдачи ресурсов.

В этом аспекте особое значение приобретает наличие условий для формирования пассажиропотоков в украинском сегменте круизных технологий. В структуре последних выделяются, как особенности судоходства, так и эффективность реализации портового потенциала. Так опыт компании MSC, организовавшей несколько рейсов со сменой туристов в Одессе, показал, что до 20 % пассажиров являются русскоязычными. Значительная часть россияне и украинцы, которым этот вариант наиболее приемлем по сравнению с посадкой в любом европейском порту по удобствам прибытия и завершения путешествия.

О высокой роли круизного вида деятельности свидетельствует то обстоятельство, что при фактическом отсутствии специализированного пассажирского флота в Украине, количество круизных пассажиров

постоянно увеличивалось. Однако из-за отсутствия регулярных круизов, основанных на базовом порту, который наиболее близок к Украине и странам Восточной Европы, пассажиропоток возрастает недостаточно высокими темпами относительно реального ожидания.

С экстенсивного становления круизной отрасли сложилась соответствующая дифференциация деятельности [1, с. 84]. Она отражает принцип регионализации и специализации по уровням комфорта и целесообразности. В этом плане выделяются сегменты позиционирования суперлайнеров, расширение нишевых и паромных переправ. Последние характерны для Северного, Балтийского, Средиземного морей, проливов Босфор и Дарданеллы, Черного моря, Индийского океана и Дальнего Востока. Тем не менее, в любом случае важен контроль эффективности, а не просто увеличение объема операций в соответствии с тем, что: "... стратегическая логика говорит нам, что любая деятельность компании должна быть ориентирована на снижение затрат или на повышение цены" [2, с. 164]. К сожалению уровень затрат в круизном судоходстве предопределяется сложной совокупностью внешних факторов.

Ценовые параметры регулируются не только качественными характеристиками, но также реальной конкуренцией со стороны альтернативных технологий. Например, переправа через Ла-Манш относится к самой напряженной в мире. Ее обслуживают суда всех возможных конструкций и типов. Наибольшую популярность завоевала трасса Дувр–Кале. Наряду с ней интенсивно функционируют линии между другими портами Великобритании и Франции. Конкурентными вариантами выступают тоннель и авиамаршруты.

Тем не менее, несмотря на расширение предложения альтернативных морских видов путешествий, все формы круизов устойчиво развиваются. В этом процессе проявляются новые закономерности и тенденции формирования особенностей множества решений, что и требует специальных исследований.

Анализ состояния проблемы. Практика освоения круизного пространства Черного моря достаточно противоречива. Характерна неравномерность освоения пассажирского потенциала. Однако постепенное нарастание провозной способности специализированного флота в полной мере раскрыло социально-экономическую значимость круизного судоходства. И уже в 1986 г. через морской пассажирский комплекс Одессы прошло 730 тыс. пассажиров, из них 56 тыс. иностранных туристов. Основу судопотока формировали отечественные лайнеры. На основном круизном маршруте использовались лайнеры различных типов, обеспечивая удовлетворение спроса всех категорий пассажиров.

К сожалению, из-за приоритета политических решений в новейшей истории Украины, и недостаточного внимания к сохранению экономического разнообразия весь пассажирский флот был потерян. Регион на длительный период вышел из сферы круизного судоходства. В этом аспекте характерным является принцип передачи стоимости пассажирского флота, который проявился на примере турбохода "Федор Шаляпин". В 80-х годах XX в. судно арендовалось компанией "Jahn Reisen GmbH" для круизов с немецкими гражданами. В 1992 г. судно перешло к компании "Odessa Cruise Company", зарегистрированной на Мальте. Собственником судна с регистрацией в Одессе оказалась подставная фирма "Ukrpass Inc Cable Navigation Ltd", которая подняла флаг Антигуа.

С 1995 по 2004 гг. турбоход находился на отстое во избежание ареста в иностранных портах по долгам ЧМП. Долги возникли в силу задержек оплаты снабжения судов продуктами питания и расходными материалами. При этом именно новые частные операторы не возвращали денежные средства за аренду судов пароходству и не оплачивали счета иностранных поставщиков.

Таким образом кризисная ситуация в круизном сегменте ЧМП была обусловлена задачами быстрого обогащения новых операторов за счет передела общественной собственности. Стоит отметить в этот период не отмечалось банкротств в западных круизных компаниях. Состояние круизного судоходства достаточно активно исследуется, о чем свидетельствуют публикации [3, с. 430; 4, с. 84; 5, с. 78]. Однако постоянное наращивание потенциала в отдельных регионах предполагает необходимость уточнения базовых и освещения новых подходов.

Постановка задачи и цели исследования. Устойчивость роста круизного потенциала в системе глобальной морской круизной индустрии предопределяет задачи сбалансированного участия отдельных предпринимательских структур. В этом аспекте важнейшей задачей и **основной целью статьи** является систематизация закономерностей и факторов устойчивого позиционирования известных и новых операторов в локальных морских бассейнах.

Основной материал. Современные морские пассажирские перевозки отличаются функциональным многообразием, уровнем сервисного обеспечения и многопрофильным характером организации. В этом плане выделяются:

- пассажирские суда регулярных линий в пределах прибрежных территориальных вод государства;
- пассажирские регулярные линии на основе специальных лайнеров, включающие заходы в порты различных государств;
- круизные суда (cruises ships), которые по определенной программе совершаются специальные рейсы с заходом в конкретные порты различных государств. Средняя продолжительность плавания 6–15 суток;
- паромы (ferry) совершают грузо-пассажирские рейсы по четкому расписанию между портами морских побережий;
- суда для перевозки специальных категорий пассажиров, в частности, паломников (special trade passenger ship). Они соответствуют специальным требованиям;

- высокоскоростные суда (fast ferry) для пассажирских и комбинированных паромных сообщений – на воздушной подушке, на подводных крыльях;
- парусные суда, в том числе учебные и экскурсионные; яхты;
- круизные суда ограниченной вместимости и моторные лодки всех типов;
- специальные экскурсионные суда (с прозрачным дном, подводные лодки);
- морские плавучие отели.

При обширной разновидности круизных технологий особое место в сегменте круизного судостроения занимают скоростные тримараны, способные принимать на борт легковые машины с туристами. В зону операторской деятельности входят острова, являющиеся оффшорными зонами с особыми экономическими режимами. В перспективе и регион Черного моря может привлечь внимание для такого вида туристических сообщений. В Северном и Балтийском морях сосредоточено более 100 паромных переправ. Среди железнодорожно-пассажирских паромных сообщений выделяет Каспий, Керченский пролив, Черное море. Разнообразные паромы обеспечивают транспортную связь в Мраморном море, между Японскими островами и проливе Босфор [6, с. 5–7].

Среди разнообразия типов морских паромов следует выделить Wave Piercing Catamaran – WPC морской пассажирский паром-катамаран, известный под названием SeaCat. Судно легко идет со скоростью 35 узлов даже при достаточно большой волне. Оно вмещает 450 пассажиров и 84 легковых автомашины. Первоначально предназначалось для эксплуатации в проливе Ла-Манш. SeaCat установило рекорд времени плавания через Атлантику – пересекло океан со средней скоростью 36,6 узлов за 3 суток 7 часов и 48 минут.

Основной проблемой паромных сообщений является ограничение их безопасности. Катастрофы в структуре паромных сообщений происходят ежегодно в различных регионах и сопровождаются людскими жертвами. Сложность организации паромного сообщения связано также с необходимостью устройства специально оборудованных причалов, обеспечивающих быструю погрузку и выгрузку транспортных средств.

В круизных технологиях [7, с. 154] активно участвует компания Star Clippers. Она владеет тремя парусными судами, из которых Royal Clipper дедвейтом 5000 т, 120 м длиной, пять мачт. Пассажироместимость составляет 226 человек. Регион операторской деятельности – Средиземное море, Карибский бассейн, трансокеанские рейсы, плавания в районе Дальнего Востока.

Регион плавания варьируется по погодным условиям. Продолжительностью круизов от 7 до 14 суток. Стоимость круиза определяется не только его продолжительностью, но и характеристикой кают. В среднем цена стандартно находится в пределах 2–5 тыс. дол. Программа круиза формируется на навигационный период. Предусмотрена посадка пассажиров в промежуточных портах, что обеспечивается сотрудничеством с авиакомпанией.

Устойчивость пассажиропотока по критерию длительности и платежеспособности предопределяет необходимость развития судоходства в форме регулярных рейсов между портами в ряде морских бассейнов. В этих регионах наземные пути сообщения неэффективны. К таким регионам относится атлантическое побережье Норвегии. Системе развития наземных сообщений препятствует горный ландшафт.

Порт Барселоны, являясь лидером по приему круизных пассажиров на Средиземном море, входит в пятерку мировых портов по этому показателю. Ежегодно он обслуживает более 2 млн морских туристов. При этом ежегодные темпы роста в предкризисном периоде достигали 20 %. В 2010–2014 гг. пассажирские лайнеры использовали восемь терминалов, способных обслужить современные мегалайнеры. Основное финансирование строительства терминалов осуществляется городским советом. Подсчитано, что пассажиры оставляют в кассах города до 250 евро каждый.

Выводы. Круизная индустрия мира состоит из отдельных региональных составляющих. Основой круизного региона любой специализации считается развитость инфраструктуры морского туризма [8, с. 167]. Это, прежде всего, совокупность круизных портов, яхт-клубов, дайвинг-центров и других подразделений. Одним из развитых регионов считается Каталония, которая сформировала 46 портов-марин, емкостью более 27 тысяч причалов. При этом 15 % стоянок для яхт резервируется под транзитные судозаходы. Отличается достаточная равномерность размещения марин вдоль береговой полосы.

В реальных условиях Греции, Японии, Турции, Британии, Индонезии и в некоторых других регионах сообщения между основной части страны и островами при нерациональности использования воздушного сообщения, пассажирские перевозки осуществляются специальным флотом. Это же характерно и для ряда региона Балтийского моря.

В этих условиях используется пассажирский флот. В качестве принципа организации целевых тематических круизов достаточно привести реализацию морских путешествий для историков и археологов фирмой “Фартенинг”. В качестве руководителя круиза выступал профессор Э. Бухнер. Многообразие условий развития морских пассажирских сообщений в Черном море может быть реализовано на основе взаимодействия и сотрудничества приморских стран. Главным становится обобщение и систематизация опыта развития локальных круизных зон.

Литература

1. Schulz A. Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus / J. Auer. – Munchen : Oldenbourg, 2010. – 397 p.

2. Харилло К. Х. Стратегическая логика: Логическая основа решения стратегических проблем бизнеса / К. Х. Харилло ; пер. с англ. – Д. : Баланс Бизнес Букс, 2005. – 304 с.
3. Холловей Дж. К. Туристический бизнес / Дж. К. Холловей ; пер. с 7-го англ. изд. / Н. Тейлор. – К. : Знання, 2007. – 798 с.
4. Голубкова И. А. Экономический механизм развития круизного судоходства Украины : монография / И. А. Голубкова. – О. : ИПРиЭЭИ НАНУ, 2011. – 320 с.
5. Селиванов В. В. Агентирование круизных судов и яхт : монография / В. В. Селиванов. – О. : Феникс, 2010. – 239 с.
6. Курлянд А. Развитие морского транспорта Украины. Проблемы и возможности / А. Курлянд // Судоходство. – 1997. – № 2. – С. 5–7.
7. Douglas N. The Cruise Ship Experiences / B. Douglas. – L. : Pearson, 2004. – 246 p.
8. Peisley T. Global Changes in the Cruise Industry 2003–2010 / T. Peisley. – L. : Seatrade Communication, 2003. – 342 p.

References

1. Schulz A. Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus / J. Auer. – Munchen : Oldenbourg, 2010. – 397 p.
2. Xary`llo K. X. Strategy`cheskaya logy`ka: Logy`cheskaya osnova resheny`ya strategy`cheskyy`x problem by`znesa / K. X. Xary`llo ; per. s angl. – D. : Balans By`znes Buks, 2005. – 304 s.
3. Xolovvej Dzh. K. Tury`sty`cheskyy`j by`znes / Dzh. K. Xolovvej ; per. s 7-go angl. y`zd. / N. Tejlor. – K. : Znany`ya, 2007. – 798 s.
4. Golubkova Y`. A. Ekonomy`chesky`j mexany`zm razvy`ty`ya kruy`znogo sudoxodstva Ukray`ny : monografy`ya / Y`. A. Golubkova. – O. : Y`PRy`ЭЭY` NANU, 2011. – 320 s.
5. Sely`vanov V. V. Agenty`rovany`e kruy`znych sudov y` yaxt : monografy`ya / V. V. Sely`vanov. – O. : Feny`ks, 2010. – 239 s.
6. Kurlyand A. Razvy`ty`e morskogo transporta Ukray`ny. Problemy y` vozmozhnosty` / A. Kurlyand // Sudoxodstvo. – 1997. – # 2. – С. 5–7.
7. Douglas N. The Cruise Ship Experiences / B. Douglas. – L. : Pearson, 2004. – 246 p.
8. Peisley T. Global Changes in the Cruise Industry 2003–2010 / T. Peisley. – L. : Seatrade Communication, 2003. – 342 p.

Надіслана/Written: 3.08.2015 р.
Надійшла/Received: 6.08.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

УДК 338.1

І. В. ПЕТЕНКО, А. В. ПЕТЕНКО

Донецький державний університет управління, м. Маріуполь

УКРАЇНА В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНИХ УГОД ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ І СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Систематизовано міжнародні угоди природокористування і соціальної безпеки. Проаналізовано механізми їх дії. Запропоновано структурну схему формування міжнародної економіко-екологічної політики. Визначено місце екології в системі чинників соціальної безпеки в контексті міжнародних угод.

Ключові слова: глобалізована економіка, сталий розвиток, соціальна безпека, екологічна політика, міжнародне співтовариство.

I. V. PETENKO, A. V. PETENKO

Donetsk State University of Management, Mariupol

UKRAINE IN CONTEXT OF INTERNATIONAL AGREEMENTS PRIRODKORISTUVANNYA AND SOCIAL SAFETY

Abstract – Purpose of the article is a location ecological policy of Ukraine in the system of social safety in the context of international agreements. The international agreements of prirodokoristuvannya and social safety are systematized. The mechanisms of their action are analysed. The flow diagram of forming of international ekonomiko- of ekologichnoy policy is offered. Certainly a place of ecology is in the system of factors of social safety in the context of international agreements. In terms of market relations, deep social stratification of people of world association, exhaustions of natural resources (in the first turn in countries, that before than other became on the way of intensive industrialization of national economy) of question of prirodokoristuvannya and social safety are examined and decide above all things taking into account national and corporate interests.

Key words: globalizing economy, steady development, social safety, ecological policy, international concord.

И. В. ПЕТЕНКО, А. В. ПЕТЕНКО

Донецкий государственный университет управления, г. Мариуполь

УКРАИНА В КОНТЕКСТ МЕЖДУНАРОДНОГО СОГЛАШЕНИЯ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ И СОЦИАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Систематизированы международные соглашения природопользования и социальной безопасности. Проанализированы механизмы их действия. Предложена структурная схема формирования международной экономико-экологической политики. Определено место экологии в системе факторов социальной безопасности в контексте международных соглашений. В условиях рыночных отношений, глубокого социального расслоения народов мирового сообщества и истощения природных ресурсов (в первую очередь в странах, которые ранее других стали на путь интенсивной индустриализации народного хозяйства) вопросы природопользования и социальной безопасности рассматриваются и решаются в первую очередь с учетом национальных и корпоративных интересов.

Ключевые слова: глобализованная экономика, устойчивое развитие, социальная безопасность, экологическая политика, международное сообщество.

Постановка проблеми. Формування глобалізованої економіки в основному пов'язано з господарською діяльністю з використання природних ресурсів, що являє собою найважливіший антропогенний негативний фактор впливу на навколишнє природне середовище. Усвідомлюючи вичерпність природних ресурсів та реальну небезпеку екологічної катастрофи, міжнародні організації Римський клуб (доповіді: Дж. Форестер та Дж. Медоуз “Світова динаміка”, 1971 р.; Дж. Медоуз “Межі зростання”, 1972 р.), ООН (Декларація конференції ООН з питань оточуючого людину середовища, Стокгольм, 1977р.; “Всесвітня стратегія збереження природи”, 1980 р.; створення всесвітньої комісії ООН з навколишнього середовища і розвитку, Ріо-де-Жанейро, 1992 р.; Міжнародна конференція з глобальних змін клімату, Кіото, 1997 р.; Програма “Порядок денний на ХХІ століття”, Йоганнесбург, 2002 р.) запропонували і втілюють нову концепцію самопідтримуваного гармонійного розвитку – концепцію сталого розвитку, при якому суспільство задовольняє свої поточні потреби і водночас не створює загрози для наступних поколінь, даючи їм можливість також задовольняти свої потреби. Політична діяльність України спрямована на приєднання країни до міжнародного співтовариства розвинених держав (Європейське співтовариство, Світова організація торгівлі, Міжнародний валютний фонд).

Наприкінці ХХ ст. людство більш глибоко усвідомило важливість вирішення екологічних проблем. Учені і практики запропонували ряд нових екологічних концепцій, до основних з них треба віднести концепцію взаємозв'язку соціальної безпеки і екології.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні та методичні підходи до вирішення еколого-економічних проблем і соціальної безпеки глобального характеру одержали достатній розвиток в наукових працях О. Амоші, І. Андрієвського, В. Геєця, О. Садченко, Е. Хлобистова, С. Харічкова.

Різні аспекти формування екополітики у контексті міжнародних угод, еколого-економічної безпеки досліджували вчені: О.І. Амоша, Н.М. Андрєєва, Б.В. Буркінський, О.В. Половян, В.М. Степанов, С.К. Харічков.

Формулювання цілі статті – визначити місце екології України в системі чинників соціальної безпеки в контексті міжнародних угод.

Викладення основного матеріалу дослідження. Найвидатнішою подією в розвитку цієї концепції був форум Міжнародної конференції ООН в Ріо-де-Жанейро (Бразилія, 1992р.) “Навколишнє середовище і розвиток”, в якому взяли участь 180 країн. Світова спільнота прийняла Конвенцію про зміну клімату і констатувала екологічну кризу та її масштаби: “...Людство переживає вирішальний момент в історії. Суперечності між характером розвитку і природою досягли межі. Подальший рух у цьому напрямі призведе до глобальної екологічної катастрофи...”.

Конференція прийняла дуже важливий документ “Порядок денний на ХХІ сторіччя”, в якому намічені контури розвитку всесвітньої програми дій щодо пом'якшення екологічної кризи. Конференція запропонувала нову модель розвитку цивілізації, яка була позначена як сталий розвиток.

Міжнародні угоди і механізми регулювання навколишнього середовища представлені на рис. 1.

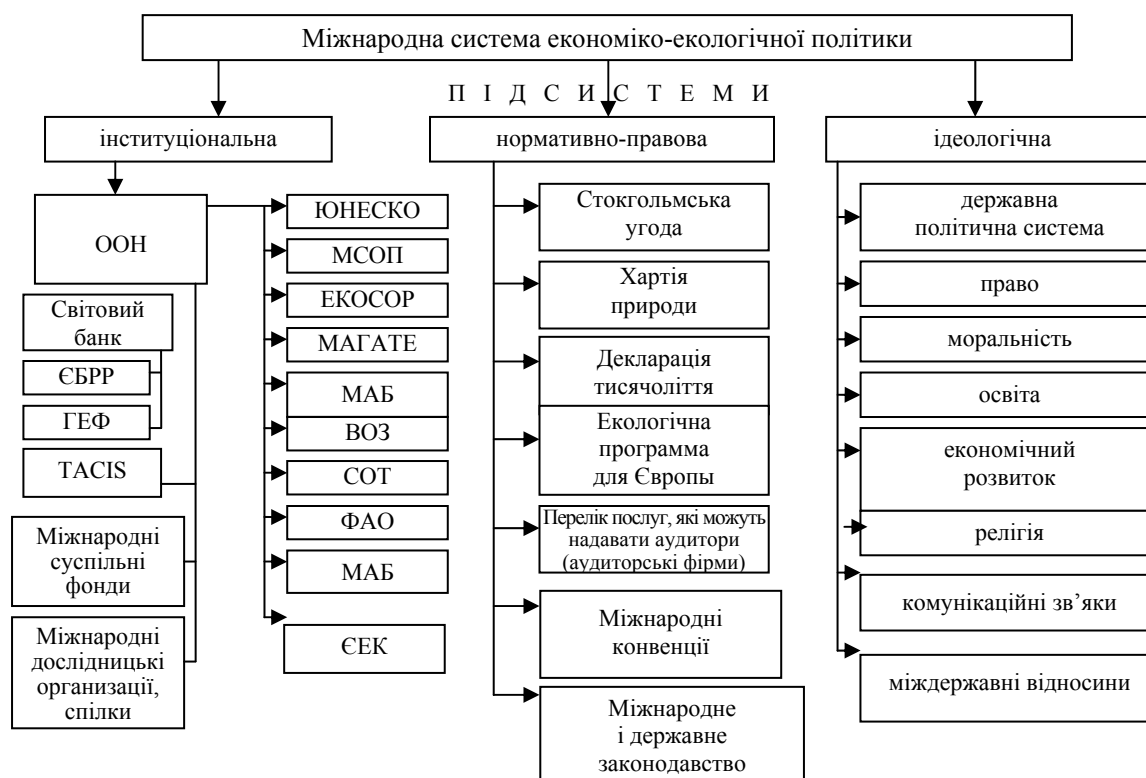


Рис. 1. Структурна схема формування міжнародної економіко- екологічної політики

Стокгольмська конференція ООН по навколишньому середовищу, яка була проведена в 1972 р., стала поворотним пунктом в екологічній політиці держав і міжнародного співтовариства. Прийнята на конференції Декларація включає 26 принципів, що виражають ставлення світової спільноти до проблеми навколишнього середовища сьогодні і на перспективу. Серед цих принципів слід відзначити головні:

- право людини на сприятливі умови життя в навколишньому середовищі, якість якого дозволяє вести гідне і процвітаюче життя;
- збереження природних ресурсів на благо нинішніх і майбутніх поколінь;
- економічний і соціальний розвиток, що має вирішальне значення для поліпшення навколишнього середовища (на відміну від теорії обмеження зростання, що вимагає зупинити подальший розвиток для збереження якості середовища);
- суверенність прав держав на розробку власних природних ресурсів і відповідальність держав за шкоду, заподіяну навколишньому середовищу;
- потреба вирішувати міжнародні проблеми навколишнього середовища у дусі співпраці;
- позбавлення людини і оточуючого його середовища від наслідків застосування ядерного та інших видів зброї масового знищення.

План заходів містить 109 пунктів. У них вирішуються організаційні, економічні, політичні питання охорони навколишнього середовища і взаємовідносин держав та міжнародних організацій.

За рішенням конференції був організований постійно діючий орган ООН з охорони довкілля – ЮНЕП (Програма ООН по навколишньому середовищу), утворений Фонд навколишнього середовища і проголошений Всесвітній день навколишнього середовища (5 червня).

Нарада з питань безпеки і співпраці в Європі, що відбулася в м. Хельсінкі в серпні 1975 р. за участю всіх європейських країн, США і Канади (за винятком Албанії), прийняла Заключний акт, в якому разом з політичними питаннями забезпечення безпеки були розглянуті і питання екологічної безпеки. Навколишньому середовищу присвячений п'ятий розділ Заключного акту. В ньому визначаються мета, області, форми і методи екологічної співпраці держав. Зокрема, міжнародна екологічна співпраця має такі області співпраці, як боротьба з забрудненням атмосфери, охорона вод від забруднення, охорона морського середовища, охорона ґрунту, заповідників, міського природного середовища, намічені фундаментальні дослідження по екології. У числі форм і методів такої співпраці пропонувалися: обмін інформацією, організація конференцій, обмін науковцями, спільні розробки щодо проблем охорони навколишнього середовища.

У плані реалізації рішень Хельсінкі країнами-учасниками згодом було прийнято декілька документів щодо запобігання забрудненню навколишнього середовища, зокрема, Женевська Конвенція про трансграничне забруднення атмосферного повітря (1979 р.) і Конвенція про трансграничний вплив промислових аварій (1992 р.).

Віденська зустріч представників держав-учасниць ОБСЄ (листопад 1986 р.) Разом з політичними питаннями виконання Заключного акту ОБСЄ на цій зустрічі була приділена увага стану навколишнього середовища і виконанню домовленостей Хельсінкі щодо його охорони. У Підсумковому документі Віденської зустрічі по розділу навколишнього середовища містяться такі рекомендації:

- скорочення викидів сірки до 2015 р.;
- розробка відповідних методів альтернативних захороненню небезпечних відходів у морі;
- обмін інформацією щодо потенційно небезпечних хімічних речовин, включаючи оцінку ризику для здоров'я і навколишнього середовища;
- зміцнення і розвиток спільної програми спостереження і оцінки поширення забруднювачів на великі відстані в Європі (ЕМЕП);
- заохочення заходів щодо скорочення виробництва озоноруйнуючих речовин;
- дослідження явищ глобального потеплення клімату і ролі при цьому викидів двоокису вуглецю і газів.

Конференція ООН з питань навколишнього середовища і розвитку (3–14 червня 1992 р., Ріо-де-Жанейро) підвела підсумки двадцятирічної діяльності по охороні навколишнього середовища, позначеної принципами, затвердженими Стокгольмською конференцією (1972 р.). Конференція зібрала близько 15 тис. делегатів із 178 країн світу. Основні її рішення відображені в документах: “Декларація”, де сформульовані принципи політики охорони навколишнього середовища і розвитку; “Порядок денний – “XXI сторіччя”, що представляє собою обширну програму дій на століття; “Заява про принципи охорони і раціонального використання лісів усіх кліматичних зон”; “Конвенція по клімату”; “Конвенція про охорону біологічної різноманітності”.

На конференції було прийнято рішення утворити Комісію ООН з питань навколишнього середовища і розвитку для розробки проекту ще однієї “Конвенції – по пустелях і посушливих зонах”.

Міжнародні природоохоронні організації. Охороною навколишнього середовища займаються всі відомі міжнародні організації – спеціалізовані установи і органи ООН, міжурядові організації, міжнародні неурядові організації універсального типу, регіональні і субрегіональні органи.

За змістом охоплених екологічних проблем всі міжнародні організації можна поділити на три групи: природоохоронного напрямку (ЮНЕП, МСОП); комплексного природоохоронного профілю (ФАО, ВОЗ, ВМО); спеціального природоохоронного профілю (охорона перелітних птахів, рибних запасів, міжнародних річок і т.п.).

Провідна роль у міжнародній екологічній співпраці належить Організації Об'єднаних Націй, її спеціалізованим установам. Захист оточуючого людину середовища безпосередньо витікає із Статуту ООН. Її мета і завдання полягають у наданні сприяння вирішенню міжнародних проблем в області економічного, соціального життя, охорони здоров'я, підвищення рівня життя населення, дотримання прав людини. Генеральна Асамблея ООН визначає основні напрями екологічної політики міжнародного співтовариства, розробляє принципи взаємостосунків держав щодо охорони довкілля, ухвалює рішення про проведення міжнародних конференцій ООН щодо найважливіших проблем навколишнього середовища. Вона розробляє проекти міжнародних конвенцій, рекомендації щодо охорони довкілля, створює нові природоохоронні органи, сприяє розвитку всебічної і двосторонньої співпраці держав з метою захисту навколишнього середовища. Природоохоронна діяльність ООН здійснюється безпосередньо або через її головні і допоміжні органи, або через систему спеціалізованих установ. Одним з головних органів ООН є Економічна і соціальна Рада (ЕКОСОП), у межах якої діють функціональні і регіональні комісії і комітети. Всі ці органи разом з іншими політичними, економічними і соціальними питаннями займаються екологічними проблемами. Разом з тим система ООН має спеціальний центральний орган, який займається виключно охороною навколишнього середовища.

Програма ООН по навколишньому середовищу (ЮНЕП) створена резолюцією Генеральної Асамблеї ООН 15 грудня 1972 р. відповідно до рекомендацій Стокгольмської конференції ООН по навколишньому середовищу (1972 р.). ЮНЕП має Раду керівників, куди входять представники держав, Рада з координації охорони навколишнього середовища, Фонд навколишнього середовища. Основні напрямки діяльності ЮНЕП визначаються на Раді керівників. Як першочергові на найближчу перспективу визначені сім напрямів: населені пункти, здоров'я людини, санітарія навколишнього середовища; охорона земель, вод, запобігання появі нових пустель; океани; охорона природи, диких тваринних, генетичних ресурсів; енергія; освіта, професійна підготовка; торгівля, економіка, технологія.

З розвитком діяльності організації число пріоритетних напрямів може зростати. Зокрема, до числа таких уже висуваються проблеми кодифікації й уніфікації міжнародного і внутрішнього екологічного законодавства. У вирішенні цих проблем ЮНЕП виступає, як правило, разом з іншими міжнародними природоохоронними організаціями. Наприклад, при підготовці і проведенні двох міжнародних конференцій по освіті в області навколишнього середовища в Тбілісі в 1977 і 1987 рр. ЮНЕП активно співробітничав з ЮНЕСКО – організацією, яка найбільш близька за тематикою.

Організація Об'єднаних Націй з питань культури, науки, освіти (ЮНЕСКО) створена в 1948 р. зі штаб-квартирою в Парижі. Природоохоронну діяльність вона здійснює за декількома напрямками:

– керівництво екологічними програмами, в яких зайнято понад сто держав. Серед програм – довгострокова, міжурядова і міждисциплінарна “Людина і біосфера” (МАБ), Міжнародна програма з освіти в області навколишнього середовища, Міжнародна гідрологічна програма і інш.;

– облік і організація охорони природних об'єктів, віднесених до всесвітньої спадщини;

– надання допомоги країнам, що розвиваються, й іншим у розвитку екологічної освіти і підготовці фахівців-екологів.

Міжнародний союз охорони природи і природних ресурсів (МСОП) заснований у 1948 р. Це неурядова міжнародна організація, вона представляє понад 100 країн, неурядових організацій і міжнародних урядових організацій (усього понад 500 членів). Основне завдання – розвиток міжнародної співпраці держав, національних і міжнародних організацій, окремих громадян у рішенні таких питань: збереження природних екосистем, рослинного і тваринного світу; збереження рідкісних і зникаючих видів рослин і тварин, пам'яток природи; організація заповідників, рекреаційних зон, національних природних парків; екологічна освіта.

За сприяння МСОП проводяться міжнародні конференції з питань охорони природи, розробляються проекти міжнародних конвенцій по охороні пам'яток природи, окремих природних об'єктів і комплексів. За ініціативою МСОП ведеться Червона книга рідкісних і зникаючих видів рослин і тварин, розроблена програма “Всесвітня стратегія охорони природи”.

Всесвітня організація охорони здоров'я (ВОЗ) утворена в 1946 р. Вона займається питаннями охорони здоров'я людини в аспекті її взаємодії з навколишнім середовищем. ВОЗ здійснює санітарно-епідеміологічний моніторинг навколишнього середовища, узагальнює дані про захворюваність людей у зв'язку зі станом навколишнього середовища, проводить санітарно-гігієнічну експертизу навколишнього середовища і дає оцінку його якості. У зв'язку з цим ВООЗ вивчає проблеми оздоровлення міст, організації відпочинку і санаторно-курортного лікування громадян, бере участь у міжнародних програмах щодо поліпшення санітарно-гігієнічних умов життя людини. У своїй діяльності вона консолідується з ЮНЕП, МАГАТЕ, ВМО та ін.

Міжнародне агентство по атомній енергії (МАГАТЕ) утворено в 1957 р. для виконання програми забезпечення ядерної безпеки і охорони навколишнього середовища від радіоактивного забруднення. МАГАТЕ розробляє Правила будівництва і експлуатації атомних електростанцій, проводить експертизу проєктованих і діючих АЕС, дає оцінку впливу атомних матеріалів на оточуюче середовище, встановлює норми радіаційної безпеки, перевіряє їх виконання. Непідкорення окремих держав цим вимогам, як показує світовий досвід, може викликати застосування, за рішенням Ради Безпеки ООН, економічних санкцій з боку світової спільноти.

Сільськогосподарська і продовольча Організація Об'єднаних Націй (ФАО) утворена в 1945 р. Сфера її діяльності – сільське господарство і світові продовольчі ресурси. У зв'язку з цим вона займається екологічними проблемами в сільському господарстві: охороною і використанням земель, водних ресурсів, лісів, тваринного світу, біологічних ресурсів Світового океану.

ФАО підготувала ґрунтову карту світу. Завдяки ініціативі ФАО прийнята Всесвітня ґрунтова хартія, проведені міжнародні конференції з питань народонаселення, продовольства, боротьби з запустінням земель, охорони водних ресурсів. ФАО бере участь у розробці багатьох екологічних програм, активно співробітничав з ЮНЕП, ЮНЕСКО, МСОП.

Міжнародна морська організація (ММО) створена в 1948 р. Вона діє в області морського судноплавства і охорони моря від забруднення; бере участь у розробці міжнародних конвенцій по боротьбі з забрудненням моря нафтою та іншими шкідливими речовинами. До складу ММО входить Комітет по захисту морського середовища. Сьогодні ММО є однією з представницьких міжнародних організацій, у рамках якої розробляються і узгоджуються основні принципи міжнародної політики по захисту морського середовища.

Всесвітня метеорологічна організація ООН (ВМО) створена в 1947 р. Її завдання: вивчення і узагальнення ступеня впливу людини на погоду і клімат планети в цілому і по окремих регіонах. Вона діє в рамках глобальної системи моніторингу навколишнього середовища (ГСМОС). Роботу системи координує ЮНЕП. Разом з ВМО в ГСМОС входять ВООЗ, ФАО, ЮНЕСКО.

Система ГСМОС має п'ять діючих програм: моніторингу стану атмосфери; перенесення забруднюючих речовин на великі відстані; здоров'я людини; Світового океану; відновлюваних ресурсів суші.

Крім названих провідних міжнародних організацій природоохоронного профілю у світовому співтоваристві функціонують численні міжнародні структури, що займаються однією або декількома спеціальними екологічними проблемами. Наприклад, *Міжнародний реєстр потенційно токсичних хімічних речовин (МРПТХР)* створений як частина ЮНЕП. Його завдання – вивчення і розповсюдження інформації про токсичні хімічні речовини, включаючи інсектициди і гербіциди, і їх дію на людину та навколишнє середовище. У базі даних МРПТХР міститься інформація про більш ніж 600 хімічних речовин, поширених у всьому світі. Це число продовжує зростати.

Бюро ООН по наданню допомоги на випадки стихійного лиха (ЮНДРО) покликане мобілізувати і координувати допомогу, надану різними державами і організаціями, країнам, які спіткало стихійне лихо. Бюро збирає і обробляє інформацію про стихійні лиха, розробляє заходи щодо запобігання можливим збиткам.

У числі регіональних комісій *ЕКОСОС заслуговує на увагу*, передусім, робота Європейської економічної комісії (ЄЕК). В її складі спеціальний орган по навколишньому середовищу із старших радників країн ЄЕК. Цей орган координує екологічну діяльність комітетів ЄЕК, заздалегідь розглядає питання охорони навколишнього середовища на своїх засіданнях і розробляє рекомендації сесії ЄЕК. Пріоритетними екологічними проблемами ЄЕК є впровадження маловідходних і безвідходних технологій, оцінка впливу на оточуюче середовище, охорона екосистем, тваринного світу суші, боротьба з трансграничним забрудненням і т.д.

Сьогодні ООН є багатопільовою універсальною міжнародною організацією. Наведена на рис. 1.1 схема формування міжнародної економіко-екологічної політики – це лише вершина своєрідного айсберга, підводна частина якого становить собою безліч різних дирекцій, управлінь, фондів і т.д. Уся ця величезна система виявилася значною мірою бюрократичною і нездатною подолати екологічну кризу, що насувається. Виникає питання про корисність і дієвість світової системи вирішення транснаціональних, планетарних і міждержавних питань.

Як уже наголошувалося вище, навіть діяльність різних суспільних фондів несе на собі відбиток корпоративності і власних економічних і політичних інтересів. Про це побічно свідчить діяльність “ТАСІС”. Кошти, що виділяються з цього фонду, на розвиток і реконструкцію економіки в переважній своїй частині залишаються в руках зарубіжних фірм і організацій, як правило, тих, що виграють оголошений тендер. Далеко не завжди проекти, що фінансувались з цього фонду доводилися до кінця.

Проте, вся система захисних механізмів, їх базис і надбудова, що формується під егідою ООН, понад шістьдесят років, залишається поки що єдиною реальною силою, здатною якщо не повністю контролювати і управляти всіма процесами життєдіяльності і безпеки на планеті, то хоча б визначати джерела загрози, що виникають неминуче як у процесі різних комунікаційних міжнародних процесів, так і в результаті антропогенної діяльності людства. У світі налічується близько 200 держав, з яких 185 є членами Організації Об'єднаних Націй. Їх прийнято групувати за географічним положенням, за рівнем і характером соціально-економічного розвитку: західні і східні (євразійські), північні (розвинуті) і південні (такі, що розвиваються). Зрозуміло, така класифікація досить умовна, але вона використовується в політичному житті, у визначенні загальних інтересів і пріоритетів груп країн, а також в організації міжнародної співпраці.

З часу Стокгольмської конференції ООН з питань оточуючого людину середовища (1972г.) спостерігається стрімке збільшення числа національних законів і підзаконних нормативних актів, присвячених охороні навколишнього середовища і регулюванню природокористування, а також збереженню особливо цінних екологічних систем і природних об'єктів. Більше 100 держав-членів ООН прийняли загальні комплексні закони про охорону навколишнього середовища, регламентуючі політику і принципові юридичні положення в екологічній сфері. У деяких країнах – Колумбія, Сенегал, Філіппіни – з'явилися навіть кодекси про охорону навколишнього середовища – екологічні кодекси (в Росії такий кодекс прийняла Республіка Башкортостан). Більше 100 держав утворили і розвивають адміністративні системи екологічного керування, очолювані міністерствами або аналогічними державними органами по навколишньому середовищу і регулюванню природокористування. Розвивається взаємодія між центральними і місцевими державними органами з питань охорони навколишнього середовища і регулювання природокористування.

Важливим чинником, стимулювання раціонального використання є створення ринкових відносин в екологічній сфері що передбачає, зокрема, ринок для одиниць забруднення, дозволяючи країнам або окремим фірмам купувати або продавати права на забруднення навколишнього середовища. Яскравим зразком ринкового підходу (на рівні окремих країн) до забруднення навколишнього середовища є ситуація з виконанням Кіотського протоколу. Як відомо, конференція в Кіото (Японія), що відбулася в 1997г., – це пряме продовження Конференції ООН по навколишньому середовищу і розвитку в Ріо-де-Жанейро. Мета конвенції – “добитися стабілізації концентрації парникових газів в атмосфері на такому рівні, який не допустить би небезпечної антропогенної дії на кліматичну систему”. Конвенція Ріо-де-Жанейро набула чинності в березні 1994 р., але вже в 1995 р. на першій конференції в Берліні країни-учасниці відзначили, що записані в ній зобов'язання по обмеженню викиду парникових газів недостатні. Тому було ухвалено рішення про перегляд їх і підготовку нового проекту протоколу, який був підписаний в Кіото.

Одним з механізмів виконання зобов'язань по скороченню емісії парникових газів може стати запропонована США міжнародна система торгівлі квотами. Ті підприємства і компанії, які не мають техно-

логічної можливості зменшити викиди, могли б купувати свого роду дозволи або ліцензії у країн, що “перевиконали свої зобов'язання”. Йдеться про створення принципово нового сегменту світового ринку квот на викиди парникових газів (КВПГ), на якому Україна може виявитися абсолютним лідером. Причому Україна, що фактично вже виконала Кіотські зобов'язання, у перспективі стає головним постачальником квот, а США – головним покупцем (60–80 % усього об'єму ринку, решта – Японія, Канада, Австралія, Європа). За прогнозами фахівців ціна за умовну тонну емісії парникових газів знаходитиметься в межах 10–50 поділ., а попит може досягти 10–15 млрд дол.

У середині окремої країни створення ринкових відносин в екологічній сфері може ґрунтуватися на “принципі пузиря”. Цей принцип трактує всі викиди (для окремого регіону або заводів однієї фірми) як єдину регульовану систему всередині замкнутого простору (“пузиря”). Іншими словами, об'єм викидів встановлюється в цілому для регіону, а підприємства-забруднювачі домовляються між собою про те, як вони найбільш вигідним для себе способом забезпечать виконання цього об'єму. Наприклад, дрібні підприємства-забруднювачі, що не мають через об'єктивні причини можливості істотно понизити об'єми власних викидів, фінансують установку додаткового очисного устаткування на великому підприємстві з тим, щоб спільними зусиллями не перевищити встановлений об'єм забруднення в регіоні. На цьому шляху може бути досягнуто істотне поліпшення екологічної обстановки при оптимальному витрачанні коштів. Механізм реалізації “принципу пузиря” передбачає, що дозволи на викиди розподіляються між окремими підприємствами-забруднювачами. Від підприємства потрібне виконання встановлених лімітів або через інвестиції в очисні технології, або, придбаваючи дозволи у тих підприємств, які змогли істотно понизити об'єми своїх викидів після первинного розподілу дозволів. Державний механізм природокористування спирається на фінансування екологічних заходів за залишковим принципом (0,2–0,3 % ВВП). Для порівняння в Австрії, Нідерландах, Японії – 1,3 %, Великобританії – 1,4 %, Швеції, Швейцарії – 1,5 %, Німеччини – 1,7 %, Данія – 1,9 %. Державні інвестиції на охорону навколишнього середовища і раціональне використання природних ресурсів знизилися на 81 %. Інвестиції в будівництво установок по переробці і утилізації відходів виробництва становлять лише 0,01 % від загальної суми коштів, що інвестуються в основний капітал.

Висновки. Таким чином, на даний час усередині України ринковий підхід до вирішення екологічних проблем знаходиться ще в стадії формування. В умовах ринкових відносин, глибокого соціального розшарування народів світової спільноти і виснаження природних ресурсів (у першу чергу в країнах, що раніше за інші стали на шлях інтенсивної індустріалізації народного господарства) питання природокористування і соціальної безпеки розглядаються і вирішуються в першу чергу з урахуванням національних і корпоративних інтересів.

Література

1. Геер В. Социогуманитарные составляющие перспектив перехода к социально ориентированной экономике в Украине / В. Геер // Экономика Украины. – 2000. – № 1. – С. 4–19; № 2 – С. 4–12.
2. Половян А. В. Механизм обеспечения экономико-экологической безопасности хозяйствующих систем. – Донецк, 2005. – 199 с.
3. Устойчивое природопользование: постановка проблемы и региональный опыт / Под ред. В. И. Захарова. – М. : Ин-т устойчивого развития, 2010.

References

1. Geyer V. Socy`ogumany`tarnye sostavlyayushhy`e perspekty`v perexoda k socy`al`no ory`enty`rovanno-j` ekonomy`ke v Ukray`ne / V. Geyer // Ekonomy`ka Ukray`ny. – 2000. – # 1. – S. 4–19; # 2. – S. 4–12.
2. Polovyan A. V. Mexany`zm obespecheny`ya ekonomy`ko-ekology`cheskoj bezopasnosty` hozyajstvuyushhy`x sy`stem. – Doneczk, 2005. – 199 s.
3. Ustojchy`voe pry`rodopol`zovany`e: postanovka problemy` y` regy`onal`nyj opyt / Pod red. V. Y`. Zaharova. – M. : Y`n-t ustojchy`vogo razvy`ty`ya, 2010.

Надіслана/Written: 3.08.2015 р.
Надійшла/Received: 6.08.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

УДК 005.7

Н. В. СМОЛІНСЬКА, І. І. ГРИБИК
Національний університет "Львівська політехніка", м. Львів

ВПЛИВ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПРОВЕДЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ

Розглянуто сутність організаційної культури, етапи формування та процес її зміни. Проведено аналіз параметрів організаційної культури, чинники, які найбільше перешкоджають проведенню організаційним змінам. З'ясовано ролі організаційної культури в проведенні організаційних змін, використання її як фактора подолання опору з боку персоналу при реалізації змін і здійсненні соціально-психологічного забезпечення процесів управління. Досліджено етапи оцінювання і відповідна діагностика зміни організаційної культури.

Ключові слова: організаційна культура, розвиток, управління змінами, діагностика зміни організаційної культури.

N. V. SMOLINSKA, I. I. HRYBYK
National University "Lviv Polytechnic", Lviv

IMPACT ON THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF ORGANIZATIONAL CHANGES AT THE ENTERPRISE

Abstract – The essence of organizational culture, and stages of the process of change. The analysis of parameters organizational culture factors that most hinder organizational changes. It is shown the role of organizational culture in organizational changes, using it as a factor to overcome resistance from staff in implementing changes and implementation of social and psychological support management processes. Studied the stages of assessment and appropriate diagnosis of organizational culture.

Key words: organizational culture, development, change management, diagnostics of organizational culture.

Н. В. СМОЛИНСКАЯ, И. И. ГРИБЫК
Национальный университет "Львовская политехника", г. Львов

ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРОВЕДЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Рассмотрены сущность организационной культуры, этапы формирования и процесс ее изменения. Проведен анализ параметров организационной культуры, факторы, которые больше всего препятствуют проведению организационных изменений. Определена роль организационной культуры в проведении организационных изменений, особенности использования ее как фактора преодоления сопротивления со стороны персонала при реализации изменений и осуществлении социально-психологического обеспечения процессов управления. Исследованы этапы оценки и соответствующая диагностика изменения организационной культуры.

Ключевые слова: организационная культура, развитие, управление изменениями, диагностика изменений организационной культуры.

Постановка проблеми. Постійні зміни зовнішнього середовища спонукають до змін внутрішнього середовища підприємства, що веде за собою зміни і в організаційній культурі. Кожні зміни на підприємстві викликають опір з боку персоналу, втрати відчуття ними захищеності та стабільності. Рушійною силою реалізації змін виступає організаційна культура, яка об'єднує підприємство і персонал єдиною філософією, що відрізняє її від інших. Формування високого рівня організаційної культури підприємства, орієнтацією якої є динамічні зміни, дасть змогу працювати підприємству на випередження конкурентам та мінливого зовнішнього середовища. Використання організаційної культури як ключового фактора реалізації організаційних змін дає можливість підвищити адаптивність підприємства, реалізувати концепцію постійного його вдосконалення, що забезпечить високу прибутковність діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Істотний внесок у вивчення та розкриття сутності організаційної культури Т. Діла, Д. Мартіна, У. Оучи, Д. Отта, С. Роббінза, Дж. Сайласа, Ю. Семенова, В. Співака, Т. Соломанидіної, О. Тихомирової, Е. Шейна. Вплив організаційної культури на ефективність діяльності підприємства, у працях А. Асаула та П. Ерофеева, Д. Денісона, Р. Гоффі та Д. Джонса, К. Камерона та Р. Куінна, Д. Коттера, Д. Колінза. Дослідження питання організаційної культури підприємства в останні роки знаходить відображення в працях вітчизняних науковців: Н. Авакена, Т. Василькова, А. Воронкової, Н. Жовніра, Г. Захарчин, А. Колота, О. Кузьміна Т. Соколенка, В. Усачової, Г. Хаєта, О. Харчишина, Ф. Хміля, Н. Царенко, В. Ячменьової. Ними розглянуто сутність, функції та механізми моніторингу організаційної культури. Однак, не зважаючи на численні публікації, деякі питання із розвитку та зміни організаційної культури залишаються не достатньо дослідженими.

Формулювання цілі статті. Метою статті є з'ясування ролі та особливостей формування нового профілю організаційної культури при проведенні організаційних змін на підприємстві, визначення параметрів при оцінці сумісності організаційної культури та характеру запланованих змін.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах, коли з ростом глобалізації світової економіки, злиття капіталів та інтерналізації багатьох компаній світу, найбільше значення для забезпечення конкурентоспроможності підприємства має саме чинники його внутрішнього середовища, зокрема організаційна культура. Саме вона є ідентифікатором серед безлічі конкурентів, дає можливість підприємству ство-

рити імідж (репутацію), який допоможе отримати суттєві переваги у перспективі. Питання організаційної культури стає усе більш актуальним в останні роки, оскільки саме ідентифікація – одна із умов розвитку як суспільства загалом, так і підприємства зокрема.

Особливої актуальності поняття організаційної культури підприємства на вітчизняних підприємствах набуло у зв'язку з переходом до ринкової економіки. Вона отримала статус одного з ефективних інструментів управління підприємством. Організаційна культура є інструментом впливу на процес адаптації, тому при формуванні її концепції необхідно враховувати та передбачати аспекти стосовно адаптації (толерантність, взаємодопомога, контрольні функції, наставництво, залучення до проектів, висока моральна мотивація).

Діапазон і характер вказаних ролей, виконуваних організаційною культурою, спричиняє те, що на думку дослідників культури вона може бути вирішальною конкурентною перевагою підприємства. Коли підприємство володіє високим рівнем організаційної культури з добре інтегрованим і ефективним комплексом цінностей, норм та вірувань, це демонструється високим рівнем організаційних досягнень. В літературі достатньо часто можна знайти приклади, де частина норм і цінностей, які входять до складу організаційної культури підприємства, не тільки ускладнюють здійснення деяких з прийнятих на підприємстві положень, але і проводять зміни в стратегічному напрямку цілого підприємства, які з погляду на здійснювані перетворення господарського оточення виявляються необхідними. Такі приклади разом з згаданими міркуваннями дають певні передумови для того, щоб – як твердять К.С. Камерон і Р.Е. Куїнн [1] – організаційну культуру підприємства сприймати у категорії чинника, який зумовлює можливість покращення діяльності підприємства, так і вирішального для можливості встановлення її тривалого успіху, в тому числі і у фінансовому вимірі.

В. Фрайзел трактує організаційну культуру, як “множину принципів і цінностей, діючих в даному організаційному суспільстві, які в природний спосіб описують позиції, міжлюдські стосунки, а також стиль функціонування підприємства, що встановлюються протягом еволюції підприємства та його пристосування до оточення, а також мають риси як внутрішньої змінної, яка через штучну модифікацію в процесах управління легітимізує існування підприємства, а також може зумовлювати зайняття нею конкурентної переваги, яка є середовищем процесів управління”.

Організаційна культура може формуватися по-різному. Більшість дослідників вважають, що створення організаційної культури настає в результаті: індивідуальних сил особистостей лідерів підприємства; суспільних процесів, що виникають з взаємних впливів осіб, зайнятих в організації (в результаті чого формуються цінності, а також очікування); будь-яких критичних подій, які мали місце на підприємстві; стабільності або динаміки оточення підприємства.

До основних етапів формування організаційної культури відносимо: визначення місії, цілей та стратегії підприємства; формування цінностей, норм та правил бажаної поведінки; формування системи внутрішніх комунікацій; розроблення програми адаптації та навчання працівників підприємства; реалізація програми впровадження організаційної культури та здійснення її моніторингу, щодо усунення недоліків та формування нових компетенцій. Не всі складові організаційної культури є статичні, і назавжди організаційна культура є уставленою формою організаційних відносин, від її гнучкості залежить ефективність професійно-трудового адаптування персоналу підприємства [3].

Цікавим при цьому залишається факт, що в більшості випадків організаційна культура підприємства, яка виникла і розвивалася в межах певної національної культури, містить поруч із характерним для себе вмістом своєрідні риси, які черпаються з національної культури як вищої відносно себе.

Сформовану організаційну культуру характеризує значний ступінь жорсткості наповнення, яка не піддається легкому формуванню. Але це не означає що неможливим є здійснення свідомого і керованого процесу коригування культури підприємства. На думку К.С. Камерона і Р.Е. Куїнна [1] ефективне оцінювання і відповідна діагностика зміни організаційної культури вимагає проведення таких заходів: оцінювання поточного профілю культури; визначення профілю бажаної культури; встановлення спільного бачення вироблення нової культури; описання ключових цінностей бажаної культури; розроблення стратегії дій; визначення плану впровадження змін.

Узагальнюючи підходи низки авторів щодо формування, розвитку та зміни організаційної культури, запропоновано процес трансформації організаційної культури підприємства (див. рис. 1).

У силу змін зовнішнього середовища, підприємство також повинно реагувати на них, і як наслідок змінювати свою організаційну культуру, для підвищення її діяльності і утримання своїх позицій на ринку.

Розглядаючи концептуальні основи організаційних змін, можна виділити фактор організаційної культури як один із фундаментальних. Однією з перших вважається трьох ступенева модель організаційних змін, розроблена американським соціопсихологом Куртом Левінім [5]. Сферою його інтересів був людський аспект змін, вирішення конфліктів, мотивація, лідерство. Зацікавленість до груп працівників привів до досліджень, сфокусованих на факторах, що впливають на людей при змінах. Результатом стало виявлення ключових елементів організаційної культури в реалізації кожного етапу організаційних змін і відповідного етапу змін самої культури.

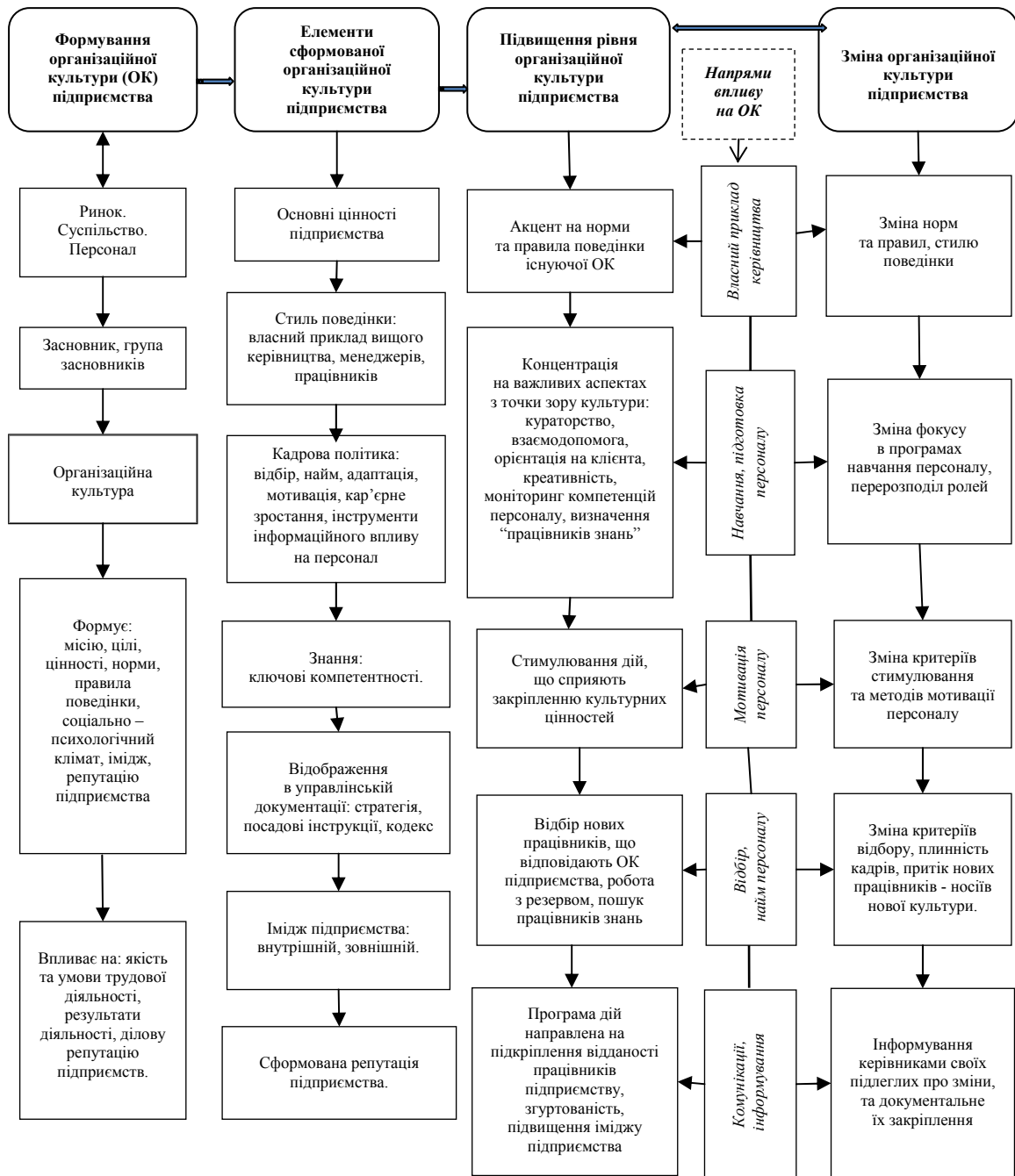


Рис. 1. Процес трансформації організаційної культури (ОК) підприємства

Вплив організаційної культури на опір персоналу до проведення організаційних змін на підприємстві має прямий зв'язок. Відмінні особливості керівництва і організаційної культури підприємства – це складні питання, які вимагають найсерйознішого розгляду при здійсненні проекту, пов'язаного із змінами. Все, що пов'язане з цими особливостями, залишається без уваги, тому що їх важко осмислити і змінити, ними нелегко управляти, та зате їх нескладно ігнорувати. Зазвичай підприємства обминають подібні проблеми стороною або не розглядають їх як ключові змінні, коли проводять великі зміни на підприємстві. Найкращий досвід успішних підприємств полягає в протилежному підході. Вище керівництво повинне реально усвідомити, наскільки стратегічно важливими для змін особливості підприємства та його культура. Організаційна культура є основним переконанням, стандартом для норм та правил поведінки, які розділяються співробітниками організації упродовж тривалого часу. Відрізняючи особливості управління підприємством відображають стиль роботи існуючої команди керівників. Якщо проект поліпшення або пропозиція провести зміни відповідають загальному духу переконань і стандартам поведінки на підприємстві, то її особливості і організаційна культура лише сприятимуть проведенню змін. Якщо ж проект змін заперечує її характеру і культурі, це значно ускладнить проведення змін. Коли існують протиріччя між тими змінами, які відбу-

ваються в організаційній культурі, і тим, що існують в даний час, завжди перемагає останнє. Таким чином, щоб використовувати кращий досвід, потрібно навчитися визначати, якими будуть взаємини організаційної культури і прийдешніх змін. Якщо вони виявляться перешкодою на шляху покращень становища підприємства, ми повинні виявити і зрозуміти суть проблеми або внести зміни до запропонованих змін, або змінити управління організацією, або зробити і те і інше для успішного вирішення поставлених завдань. Можливими шляхами вирішення перешкод до проведення успішних змін, є: внести зміни до запропонованих змін, щоб зробити їх більш сумісними із стилем управління та організаційною культурою; здійснити зміни або змінити управління підприємством, щоб зробити його більш сумісним з досягненням запланованих цілей змін; проігнорувати два перші шляхи і запланувати триваліший період для здійснення змін і значніші фінансові витрати в порівнянні з початку запланованим бюджетом.

В ході запланованих змін на підприємстві необхідно провести аналіз сумісності організаційної культури підприємства, оскільки встановлені цінності на підприємстві можуть дуже перешкоджати проведенню змін, а інколи і призвести до втрати уже існуючих позицій і стану підприємства.

Дж. Харінгтон вважає що при оцінці організаційної культури повинні розглядатись наступні параметри: лідерство, командний стиль роботи, структура, комунікації, потік знань, процеси управління, мотивація, прийняття рішень, оцінка результатів праці, етика, впровадження змін. Найбільш серйозними перешкодами для проведення змін визнали існуючу структуру підприємства і невідповідність між існуючими системами стимулювання і очікуваними результатами (тобто суперечність між організаційною структурою і системою винагороди); методи прийняття рішень, процеси управління. Також був виявлений тільки один чинник що сприяє змінам – командний стиль роботи, який за умови нехтування зформованої організаційної культури на підприємстві та її цінностей також може бути перешкодою у проведенні змін [4].

Адаптуючись до можливих змін, організаційна культура повинна постійно орієнтуватись на знання, створювати відповідне внутрішнє середовище на підприємстві, що сприятиме процесу систематичного накопичення, широкого розповсюдження та постійному обміну знань між співробітниками [2; 3]. Щоб уможливити зміну поточного профілю організаційної культури підприємства, потрібно чітко виділити, в яких сферах і якого типу дії слід здійснювати. З цією метою члени колективу повинні вирішити який з аспектів організаційної культури доцільно залишити без змін, виділити (зробити акцент), змінити або виключити.

Це вимагає від колективу врахування специфіки підприємства, стилю керівництва і управління, який в її межах є домінуючий, а також рівня організаційної згуртованості, реалізованих в її рамках цінності та прийнятих критеріїв успіху. Наступними повинні бути створені носії нової бажаної організаційної культури, які покращать процес поширення її бачення в підприємства.

Проведені зміни повинні завершитись формуванням нового корпоративного кодексу, тому дуже важливо не тільки ліквідувати супротив персоналу до змін, але і досягнути щоб зміни були не формально окреслені, але і підтримувались працівниками підприємства реально.

Роботу колективу повинно завершити встановлення графіку впровадження змін, в тому числі дій, скерованих на підготовку працівників до змін. Підкреслити при цьому належить, що процес моделювання (зміни) організаційної культури є тривалим і має потребу певної підтримки відповідною організаційною структурою. В процесі перетворення організаційної культури залучення працівників слід визнати необхідною, хоча і недостатньою умовою.

Висновки. Отже, враховуючи вище зазначене, можна констатувати, що елементи організаційної культури представляють собою інструмент у сфері управління, який дозволяє керувати персоналом, підвищити конкурентоздатність організації, ефективно здійснювати зміни. Розгляд концепцій організаційних змін показав важливість ролі корпоративної культури для вдалого впровадження змін на підприємств. Підприємства з високим рівнем організаційної культури можуть ефективно здійснювати організаційні зміни, не боячись опору з боку персоналу.

Література

1. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн ; пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. – СПб. : Питер, 2001. – 320 с.
2. Захарчин Г. М. Механізм формування організаційної культури машинобудівного підприємства : монографія / Г. М. Захарчин. – Л. : Вид-во НУ “Львівська політехніка”, 2009. – 276 с.
3. Захарчин Г. М. Оцінка ефективності організаційної культури підприємства / Г. М. Захарчин, Н. В. Смолінська // Вісн. Львів. держ. ін-ту новітніх технологій та управління ім. В. Чорновола “Проблеми економіки та управління”. – 2007. – 275–285 с.
4. Бауліна Т. В. Управління процесом організаційних змін підприємства в умовах перехідної економіки : автореф. дис.... канд. екон. наук : 08.06.01 / Т. В. Бауліна. – К., 2004. – 20 с.
5. Воронков Д. К. Управління змінами на підприємстві: теорія та прикладні аспекти : монографія / Д. К. Воронков. – Х. : ВД “ІНЖЕК”, 2010. – 365 с.

References

1. Kameron K. Dy`agnosty`ka y` y`zmeneny`e organy`zacy`onnoj kul`tury / K. Kameron, R. Kuy`nn ; per. s angl. pod red. Y`. V. Andreevoj. – SPb. : Py`ter, 2001. – 320 s.
2. Zaxarchy`n G. M. Mexanizm formuvannya organizacijnoyi kul`tury` mashy`nobudivnogo pidpry`yemstva : monografiya / G. M. Zaxarchy`n. – L. : Vy`d-vo NU “L`vivs`ka politexnika”, 2009. – 276 s.
3. Zaxarchy`n G. M. Ocinka efekty`vnosti organizacijnoyi kul`tury` pidpry`yemstva / G. M. Zaxarchy`n, N. V. Smolins`ka // Visn. L`viv. derzh. in-tu novitnix tehnologij ta upravlinnya im. V. Chornovola “Problemy` ekonomiky` ta upravlinnya”. – 2007. – 275–285 s.
4. Baulina T. V. Upravlinnya procesom organizacijny`x zmin pidpry`yemstva v umovax perexidnoyi ekonomiky` : avtoref. dy`s.... kand. ekon. nauk : 08.06.01 / T. V. Baulina. – K., 2004. – 20 s.
5. Voronkov D. K. Upravlinnya zminamy` na pidpry`yemstvi: teoriya ta pry`kladni aspekty` : monografiya / D. K. Voronkov. – X. : VD “INZhYeK”, 2010. – 365 s.

Надіслана/Written: 3.08.2015 р.
Надійшла/Received: 6.08.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. Н. І. Чухрай

УДК [332.012.32+334.012.332].008.8:34(477)

М. О. СОЛОДАРЕНКО

Одеський національний економічний університет

ЗАКОНОДАВЧЕ ПІДГРУНТЯ РЕГУЛЮВАННЯ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН ДЕРЖАВНОГО ТА ПРИВАТНОГО СЕКТОРІВ В УКРАЇНІ

У статті досліджено основні нормативно-правові акти, які регулюють механізм діяльності державно-приватного партнерства в Україні. Визначено головні недоліки основних законодавчих актів, що регулюють партнерські відносини двох секторів економіки, виявлені суперечливі моменти між нормативно-правовими актами та запропоновані шляхи розв'язання визначених проблем.

Ключові слова: державно-приватне партнерство, співробітництво, нормативно-правова база, регулювання, відносини, приватний партнер, держава.

М. О. SOLODARENKO

Odessa National Economic University

LEGISLATIVE BASIS OF REGULATION PARTNERSHIPS OF PUBLIC AND PRIVATE SECTORS IN UKRAINE

Abstract – In the article the author examines the basic normative legal acts governing the mechanism of functioning public-private partnership in Ukraine. The main disadvantages of legislative regulating the partnerships of two sectors of the economy are identified as well as contentious issues between legislative acts are revealed. The purpose of this article is to study the legislative framework regarding partnerships in Ukraine, to identify their weaknesses and development of proposals for improving the activity of public-private partnerships. The author made a conclusion about the need for changes the legislation regulating public-private partnership and proposed the ways solutions to specific problems.

Key words: public-private partnership, cooperation, legal framework, regulation, relationships, private partner, government.

М. А. СОЛОДАРЕНКО

Одесский национальный экономический университет

ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ ГОСУДАРСТВЕННОГО И ЧАСТНОГО СЕКТОРОВ В УКРАИНЕ

В статье исследованы основные нормативно-правовые акты, регулирующие механизм деятельности государственно-частного партнерства в Украине. Определены главные недостатки основных законодательных актов, регулирующих партнерские отношения двух секторов экономики, выявлены спорные моменты между нормативно-правовыми актами. Целью данной статьи является исследование законодательных основ регулирования партнерских отношений в Украине, выявление их недостатков и разработка предложений по совершенствованию деятельности государственно-частного партнерства. Сделан вывод о необходимости внесения изменений в законодательство, регулирующее государственно-частное партнерство, и предложены пути решения определенных проблем.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, сотрудничество, нормативно-правовая база, регулирование, отношения, частный партнер, государство.

Постановка проблеми. Відповідно до пріоритетності розвитку інноваційної та інвестиційної діяльності України держава повинна забезпечувати ефективне функціонування важливих інфраструктурних об'єктів, відповідно, здійснення суспільно значущих проєктів є головним завданням уряду. Однією з умов виконання подібних проєктів є можливість їх бюджетного фінансування. Але в умовах дефіциту державного та місцевих бюджетів, фінансування цих проєктів вбачається неможливим виключно за рахунок бюджетних коштів. Оскільки держава не спроможна самостійно вирішити цю проблему, вона потребує залучення альтернативних джерел фінансування. Найбільш привабливим джерелом залучення інвестиційних ресурсів у проєкти може стати приватний бізнес та впровадження механізму державно-приватного партнерства (далі – ДПП). Незважаючи на те, що приватний сектор, стикається зі значними ризиками вкладення своїх фінансових коштів, останнім часом з'явилися різні моделі фінансування публічно значущих проєктів, які націлені на забезпечення участі приватного сектора в цих проєктах. Поява публічно значущих проєктів спонукає до створення законодавчої основи, яка повинна забезпечувати взаємовигідне і рівноправне співробітництво між державним і приватним секторами, а також збалансування та реалізацію інтересів суб'єктів державно-приватного партнерства. У зв'язку з цим успішність функціонування державно-приватного партнерства потребує створення єдиної, збалансованої і чіткої нормативно-правової бази.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В останні роки збільшилась кількість досліджень, присвячених питанням нормативно-правового регулювання ДПП, зокрема аналізу нормативно-правової бази, формуванню правових засад, недосконалості національного законодавства та перспективам впровадження ДПП. Так, наприклад, особливості правового регулювання механізму державно-приватного партнерства розглянуті у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як: В.Г. Варнавський, І.А. Губанов, Ю.С. Ємельянов, А.А. Зверева, О. Д. Сиротюк, О.М. Вінник, Г.Л. Знаменський, Н.О. Ігнатюк, А.В. Беліцька, В.А. Кабашкіна, К.О. Настечко, В.С. Сазонова, А.А. Родіна, В.С. Терешенко, О.А. Медведева, В.Д. Шликова та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Правові засади розвитку державно-приватного партнерства в Україні визначено Законом України “Про державно-приватне партнерство” (далі – Закон), затвердження якого є позитивним кроком для розвитку держави. Однак, даний закон та інші нор-

мативно-законодавчі акти щодо співпраці державного та приватного секторів не сформували єдиного системного бачення такого співробітництва та не відбудували модель його організації. Закон України “Про державно-приватне партнерство” недостатньо мірою з’ясував механізм діяльності та існування державно-приватного партнерства, а лише призвів до виникнення додаткових питань, зауважень та плутанини. Отже, існуюча нормативно-правова база є недосконалою, не визначає чітко шляхи розвитку державно-приватного партнерства, стримує реалізацію інфраструктурних проектів та потребує всебічного аналізу, що і зумовило вибір мети даного наукового дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження законодавчих підвалин регулювання партнерських відносин державного та приватного секторів в Україні, виявлення їх недоліків та розробка пропозицій щодо удосконалення механізму функціонування державно-приватного партнерства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Протягом тривалого часу в Україні формуються правові засади для розвитку державно-приватного партнерств. Підвалини до створення єдиного нормативно-правового акту, який би визначав засади державно-приватного партнерства та механізм його реалізації були закладені в 1996 році в Конституції України. Згідно зі ст. 38 Конституції України, громадяни мають право брати участь в управлінні державними справами [1]. Проте, тривалий час окремі аспекти державно-приватного партнерства закріплювалися лише на рівні окремих законів, які не визначали основні принципи та ознаки державно-приватного партнерства, його правову форму, та не вирішували питання взаємовідносин між суб’єктами ДПП. І лише прийняття Закону України “Про державно-приватне партнерство” від 1.07.2010 № 2404-VI [2] призвело до створення законодавчого підґрунтя для розвитку партнерських відносин між державним та приватним секторами з метою підвищення конкурентоспроможності та залучення інвестиційного капіталу в економіку України.

Слід зазначити, що до 2010 року з метою розвитку ДПП урядом була зроблена низка спроб до прийняття відповідного законопроекту. Так, у 2007 р. було розроблено перший проект Закону України “Про державно-приватне партнерство”, який уміщував 27 умов договору про ДПП, але документ не був поданий до Верховної Ради України.

Наступним кроком до прийняття законопроекту був поданий Кабінетом Міністрів України у 2008 р. другий законопроект № 3447 “Про загальні засади розвитку державно-приватного партнерства в Україні”, який також не отримав належної підтримки.

У червні 2009 р. був розглянутий проект Закону України № 3447-Д “Про загальні засади державно-приватного партнерства” та прийнятий у цілому. Метою прийняття цього закону було визначення правових засад державно-приватного партнерства та основних принципів співробітництва держави з приватним сектором на договірній основі. Проте вже в жовтні 2009 року депутати проголосували за скасування рішення Верховної Ради України про прийняття даного Закону.

Система державно-приватного партнерства, поширена у країнах з розвинутою та перехідною економікою, знайшла відображення і в законодавстві України. Відповідно до постанови Верховної Ради України від 4 листопада 2009 р. № 1697-VI був взятий за основу проект Закону України “Про основні засади взаємодії держави з приватними партнерами” [3; 4].

Однак, незважаючи на тривалу роботу з підготовки законопроекту, документ так і не отримав позитивну оцінку науковців. Проект Закону не містив низки важливих положень, спрямованих на цільове ефективне використання приватним партнером об’єктів, що надаються відповідно до договорів, які укладаються в рамках державно-приватного партнерства, належне виконання договірних зобов’язань та мав значну кількість інших зауважень, потребував істотного доопрацювання [5, с. 5–8; 6, с. 7–9].

І лише поданий у 2010 році законопроект № 2404-VI врахував всі попередні недоліки та отримав визнання. Даний Закон визначив організаційно-правові засади взаємодії державних партнерів із приватними партнерами та основні принципи державно-приватного партнерства на договірній основі [2].

Окрім прийнятого Закону України “Про державно-приватне партнерство”, законодавчу базу розвитку ДПП становлять: Конституція України, Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, законодавчі акти України, серед яких [7]:

- Закон України “Про оренду державного та комунального майна” від 10.04.1992 року № 2269-XII;
- Закон України “Про Фінансовий лізинг” від 16.12.1997 року № 723/97-ВР;
- Закон України “Про оренду землі” від 06.10.1998 року № 161-XIV;
- Закон України “Про концесії” від 16.07.1999 року № 997-XIV;
- Закон України “Про угоди про розподіл продукції” від 14.09.1999 року № 1039-XIV;
- Закон України “Про концесії на будівництво та експлуатацію автомобільних доріг” від 14.12.1999 р. № 1286-XIV;
- Закон України “Про управління об’єктами державної власності” (ст. 5) від 21.09.2006 р. № 185-V;
- Закон України “Про особливості передачі в оренду чи концесію об’єктів централізованого водо-, тепlopостачання і водовідведення, що перебувають у комунальній власності” від 21.10.2010 р. № 2624-VI;
- Закон України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо здійснення спільної діяльності” від 8.07.2011, № 3686-VI;
- Закон України “Про особливості передачі в оренду чи концесію об’єктів паливно-енергетичного комплексу, що перебувають у державній власності” від 8.07.2011 р. № 3687-VI;

– концепція розвитку державно-приватного партнерства в Україні на 2013–2018 р. від 14.08.2013 р. № 739-р.

Також розвиток ДПП визначено одним із основних напрямів реалізації Концепції Державної цільової економічної програми розвитку інвестиційної діяльності на 2011–2015 рр. [8]. та Програми розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні [9].

Крім перерахованих законодавчих актів, окремі питання розвитку ДПП регулюються постановами та розпорядженнями Кабінету Міністрів України, положеннями та наказами центральних органів виконавчої влади, рішеннями місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування. На загальнодержавному рівні прийнято кілька десятків нормативно-правових актів, що регулюють питання ДПП, а також, прийнята низка нормативних документів щодо методик і процедур, пов'язаних із реалізацією ДПП [7].

Таким чином, нормативно-правова база щодо регулювання розвитку ДПП в Україні сформована, але вона є дуже складною, багаторівневою та надто забюрократизованою, що створює ризики ефективного використання цього механізму задля активізації інвестиційної діяльності.

Незважаючи на те, що Закон України “Про державно-приватне партнерство” є основним законодавчим актом, що регулює відносини у сфері ДПП, його основні положення та інші нормативно-правові акти, що регулюють окремі аспекти взаємодії держави та бізнесових структур є недосконалими та потребують подальших доопрацювань.

На підставі узагальнення поглядів науковців [10; 11; 12, с. 144] та власних досліджень виявлено головні недоліки вітчизняного законодавства в даному питанні, до яких можна віднести таке:

1) у ст. 1 надано визначення терміна “державно-приватне партнерство”, яке розкриває сутність відносин між органами державної влади та приватними партнерами, але без урахування інтересів громадянського суспільства;

2) відсутність мети державно-приватного партнерства та мети участі приватного партнера у державно-приватному партнерстві. Закон не розкриває мету даних відносин з позиції інтересів інвестора. Якщо приватного партнера як суб'єкта господарювання цікавить отримання прибутку, прав власності на майно, додаткових інвестиційних можливостей, то досягнення цих цілей за допомогою ДПП є досить проблематичним. Оскільки, відповідно до ст. 8 Господарського кодексу, органи державної влади та місцевого самоврядування не можуть бути суб'єктами господарювання. Таким чином, враховуючи відсутність у державного партнера статусу суб'єкта господарювання, метою ДПП не можна вважати отримання прибутку.

Набування прав на майно у процесі ДПП також виключається, адже ДПП не є способом роздержавлення. У ст. 7 закону про ДПП виключається придбання приватним партнером прав власності на об'єкти, добудовані чи реконструйовані в рамках ДПП. Такі об'єкти підлягають поверненню державному партнеру.

Розширення інвестиційних можливостей також має різноманітні варіанти тлумачення. З одного боку, державно-приватне партнерство гарантує певні поступки приватному партнерові у вигляді неаукціонного отримання прав на земельну ділянку, відповідно до ст. 134 Земельного кодексу, з іншого – виникає низка проблем: орендна плата, неможливість будувати на орендованій землі об'єкти приватної власності; відшкодування витрат державного партнера на розробку документації з землеустрою та експертизу, тобто, чи можливе розширення інвестиційних можливостей за таких умов, є питанням;

3) ДПП не може бути різновидом інвестиційної діяльності. Враховуючи відсутність зв'язку між законами про інвестиційну діяльність і про ДПП, а також відсутність у приватного партнера мети отримання прибутку, ДПП та інвестиційна діяльність не мають нічого спільного. Більше того, постановою уряду від 17 квітня 2009 року № 530 визначила можливість співробітництва державних підприємств і приватних інвесторів при реалізації інвестиційних проектів. Це свідчить про наявність альтернативних ДПП механізмів співпраці державних і приватних суб'єктів;

4) законодавство передбачає реалізацію ДПП лише у формі договору, що не допускає використання різних фінансових інструментів, інститутів, а також організаційно-правових об'єднань. Наявність фінансових інструментів дозволило б залучити додаткові інвестиції не зловживаючи використанням гарантій;

5) відсутні вимоги до статусу приватного партнера. Таким чином, приватним партнером може бути новостворене підприємство, яке заявило найбільш оптимальне фінансування проекту. На роль приватного партнера може претендувати навіть спільна діяльність без створення юридичної особи;

6) існує протиріччя між Законом України “Про державно-приватне партнерство” та законами, що регулюють порядок укладання окремих договорів в рамках ДПП. Явним прикладом є протиріччя у визначенні строків відносин держави та бізнесу. В Законі України “Про державно-приватне партнерство”, зазначено, що тривалість відносин між приватним та державним партнером має становити від 5 до 50 років. Однак, такий термін суперечить Закону України “Про концесії”, згідно з яким концесійний договір укладається на строк, який має бути не менше 10 років та не більше 50 років. Відповідно до того, що концесії є формою здійснення ДПП (ст. 5 Закону України “Про державно-приватне партнерство”), створюються додаткові складнощі у розумінні та впровадженні Закону. Отже, ці норми неповною мірою відповідають одна одній та потребують врегулювання;

7) відсутність конкретних джерел фінансування проектів на умовах державно-приватного партнерства;

8) відсутність закріплених гарантій прав приватних партнерів від змін цивільного та господарського законодавства, яке регулює майнові відносини. Для залучення інвесторів та створення сприятливого інвес-

тиційного клімату дана норма може сприйматися як заохочення до співробітництва, однак вона має враховувати й необхідність захисту інтересів держави проти можливих збитків від виконання такого договору. Крім того, механізм надання державою гарантій приватним партнерам у межах ДПП ще до кінця не сформувався і вимагає уточнення та відповідного правового закріплення;

9) нечітко визначено органи державної влади, що уповноважені проводити аналіз ефективності здійснення ДПП та укладати договори в рамках ДПП.

10) не встановлено мінімальну частку участі у проекті приватного партнера (зокрема, у розвинених країнах мінімальна частка приватного фінансування складає 25 %). У зв'язку з цим навіть мінімальна частка приватного фінансування у спільному проекті дозволяє відносити його до категорії ДПП, перекладаючи більшу частину відповідальності на державу.

11) відсутні чітко визначені механізми практичної реалізації (визначення етапів реалізації проектів ДПП, створення мотивації для іноземних інвесторів тощо).

Виходячи з виявлених у процесі дослідження недоліків, про які йшлося вище, та про що неодноразово говориться в наукових роботах [11; 12, с. 144], а також керуючись власними міркуваннями, вбачається необхідним внести певні зміни до чинного вітчизняного законодавства з питань ДПП. Зокрема пропонується таке:

1) конкретизувати термін “державно-приватне партнерство” та трактувати його як співробітництво між державою, територіальними громадами в особі відповідних державних органів та органів місцевого самоврядування (державними партнерами), з одного боку, та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, або фізичними особами – підприємцями (приватними партнерами), з іншого, із залученням громадськості, яке здійснюється на основі використання різних фінансових інструментів, інститутів, а також організаційно-правових об'єднань, визначених законодавством;

2) чітко визначити статус приватного партнера;

3) прописати мету державно-приватного партнерства та мету участі приватного партнера в ньому. Мета державно-приватного партнерства, на наш погляд, повинна полягати у вирішенні проблем соціально-економічного розвитку країни, залученні інвестицій у пріоритетні галузі економіки, підвищенні конкурентоспроможності країни та розвитку інноваційної та інвестиційної діяльності. У свою чергу приватний партнер має керуватися метою отримання пільгових кредитів, залучення бюджетних коштів у проекти, розширення ринкової ніші та зв'язків з органами влади;

4) визначити можливі переваги, які отримає приватний партнер від участі у державно-приватному партнерстві, задля підвищення інвестиційної привабливості проекту. Серед переваг можуть бути: підвищення статусу проекту через участь державного партнера, отримання гарантій повернення інвестицій, довгострокове управління і надання сервісних послуг по реалізованим проектам, залучення боргового фінансування під майбутні доходи; захист інтересів інвесторів з боку держави, можливість отримання додаткового фінансування або кредиту за пільговою процентною ставкою від державних корпорацій або державних комерційних організацій тощо;

5) розширити форми впровадження державно-приватного партнерства, наприклад використовувати об'єднання підприємств різної форми власності на основі спільних інтересів – у цьому випадку держава матиме можливість залучити додатковий капітал та не зловживати гарантіями за допомогою випуску фінансових інструментів.

6) у якості конкретного джерела фінансування проектів використовувати механізм проектного фінансування за участі банківської системи.

7) підвищити гарантії захисту інтересів державних та приватних партнерів ДПП у процесі розроблення, затвердження та реалізації проектів;

8) забезпечити приватному партнеру можливість розпочати діяльність у рамках ДПП на підставі договору, укладеного в рамках ДПП, без проходження додаткових бюрократичних процедур, зокрема, пов'язаних із отриманням земельної ділянки;

9) встановити додаткові гарантії для приватних партнерів щодо відшкодування збитків, спричинених державними партнерами, щодо врегулювання відносин на випадок затвердження тарифів на його товари та послуги не на економічно обґрунтованому рівні;

10) визначити органи, уповноважені від імені держави проводити аналіз ефективності здійснення ДПП та укладати договори у рамках ДПП щодо державного майна;

11) усунути протиріччя зазначені вище у п. 6 щодо порядку укладання договорів в рамках ДПП в різних сферах економіки;

12) ввести ефективні механізми та форми державної підтримки реалізації проекту ДПП, зокрема чітко визначити термін прийняття рішення про надання державної підтримки, внести корективи до бюджету, пов'язані з виділенням коштів на надання державної підтримки.

13) ввести чітке розмежування між проектами, які реалізуються в рамках ДПП, та проектами, які реалізуються в інших формах.

Висновки. В результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що в Україні створено правове поле для розвитку ДПП. На сучасному етапі відносини ДПП регулюються достатньо розгалуженою

законодавчою та нормативно-правовою базою. Основним законом, що регулює механізм діяльності ДПП є Закон України "Про державно-приватне партнерство". При цьому, слід зазначити, що в Законі України закріплено базові положення щодо запровадження партнерських відносин між державою та приватним сектором. Окремі аспекти цих взаємовідносин закріплюються на рівні інших законів та підзаконних актів. Дослідження законодавчих підвалин регулювання партнерських відносин в Україні показало, що законодавча та нормативно-правова база має низку недоліків та потребує подальшого вдосконалення, її розгалуженість та протиріччя ускладнюють відносини органів державної влади та приватного сектору, перешкоджають поширенню використання цього інституту, що потенційно спроможний забезпечити більш активне залучення інвестиційного капіталу та вирішити проблеми соціально-економічного розвитку України. Для подолання недоліків були запропоновані рекомендації щодо доповнення та внесення поправок у чинне законодавче поле. Врахування рекомендацій та подальше реформування нормативно-правової бази стане поштовхом до розвитку ДПП, модернізації економіки, залучення вітчизняних та іноземних партнерів.

Література

1. Конституція України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
2. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01 липня 2010 р. № 2404-VI [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>.
3. Про прийняття за основу проекту Закону України про основні засади взаємодії держави з приватними партнерами [Електронний ресурс] : постанова Верховної Ради України від 4 листоп. 2009 р. № 1697-VI // Відомості Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>.
4. Про загальні засади державно-приватного партнерства [Електронний ресурс] : проект Закону України № 3447-д від 14 квіт. 2009 р. – Режим доступу: <http://search.ligazakon.ua>.
5. Вінник О. М. Державно-приватне партнерство: деякі проблеми правового забезпечення / О. М. Вінник // Юрид. вісн. України. – 2010. – № 34. – С. 5–8.
6. Знаменський Г. Л. Державно-приватне партнерство: український варіант / Г. Л. Знаменський // Юрид. вісн. України. – 2009. – № 39. – С. 7–9.
7. Щодо розвитку державно-приватного партнерства як механізму активізації інвестиційної діяльності в Україні: аналітична записка [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua>.
8. Про схвалення Концепції Державної цільової економічної програми розвитку інвестиційної діяльності на 2011–2015 роки [Електронний ресурс] : розпорядження КМУ від 29 верес. 2010 р. № 1900-р // Відом. Верхов. Ради України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>.
9. Про затвердження Програми розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні: Постанова Кабінету Міністрів України від 2 лютого 2011 р. № 389 [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>.
10. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо державно-приватного партнерства : пояснювальна записка до проекту Закону України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://w1.c1.rada.gov.ua>.
11. Особливості застосування державно-приватного партнерства як механізму реалізації нової регіональної політики Аналітична записка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua>.
12. Башкірова І. О. Правове регулювання державно-приватного партнерства в Україні / І. О. Башкірова // Управління розвитком. – 2012. – № 6. – С. 143–145.

References

1. Konstytutsiia Ukrainy vid 28 chervnia 1996 r. # 254k/96-VR [Elektronnyi resurs] // Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. – Rezhym dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
2. Pro derzhavno-pryvatne partnerstvo: Zakon Ukrainy vid 01 lypnia 2010 r. # 2404-VI [Elektronnyi resurs] // Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. – Rezhym dostupu: <http://zakon4.rada.gov.ua>.
3. Pro pryiniattia za osnovu proektu Zakonu Ukrainy pro osnovni zasady vzaiemodii derzhavy z pryvatnymy partneramy: Postanova Verkhovnoi Rady Ukrainy vid 04 lystopada 2009 r. # 1697-VI [Elektronnyi resurs] // Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. – Rezhym dostupu: <http://zakon3.rada.gov.ua>.
4. Pro zahalni zasady derzhavno-pryvatnoho partnerstva: Proekt Zakonu Ukrainy # 3447-d vid 14 kvitnia 2009 r. [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu do resursu: <http://search.ligazakon.ua>.
5. Vinnyk O. M. Derzhavno-pryvatne partnerstvo: deiaki problemy pravovoho zabezpechennia / O. M. Vinnyk // Yuryd. visn. Ukrainy. – 2010. – # 34. – S. 5–8.
6. Znamenskyi H. L. Derzhavno-pryvatne partnerstvo: ukraïnskyi variant / H. L. Znamenskyi // Yuryd. visn. Ukrainy. – 2009. – # 39. – S. 7–9.
7. Shchodo rozvytku derzhavno-pryvatnoho partnerstva yak mekhanizmu aktyvizatsii investytsiinoi diialnosti v Ukraini: Analitychna zapyska [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu do resursu: <http://www.niss.gov.ua>.

8. Pro skhvalennia Kontseptsii Derzhavnoi tsilovoi ekonomichnoi prohramy rozvytku investytsiinoi diialnosti na 2011-2015 roky: Rosporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 29 veresnia 2010 r. # 1900-r [Elektronnyi resurs] // Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. – Rezhym dostupu: <http://zakon4.rada.gov.ua>.

9. Pro zatverdzhennia Prohramy rozvytku investytsiinoi ta innovatsiinoi diialnosti v Ukraini: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 2 liutoho 2011 r. # 389 [Elektronnyi resurs] // Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. – Rezhym dostupu: <http://zakon4.rada.gov.ua>.

10. Pro vnesennia zmin do deiakyykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy (shchodo derzhavno-privatnoho partnerstva: Poiasniuvalna zapyska do proektu Zakonu Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://w1.c1.rada.gov.ua>.

11. Osoblyvosti zastosuvannia derzhavno-privatnoho partnerstva yak mekhanizmu realizatsii novoi rehionalnoi polityky Analitychna zapysk [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.niss.gov.ua>.

12. Bashkirova I. O. Pravove rehuliuвання derzhavno-privatnoho partnerstva v Ukraini / I. O. Bashkirova // Upravlinnia rozvytkom. – 2012. – #6. – S. 143–145.

Надіслана/Written: 3.08.2015 р.
Надійшла/Received: 6.08.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. М. Д. Балджи

УДК 330.322.01

Г. О. ШВИДАНЕНКО, М. О. БУДЯЄВ

ДВНЗ “Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”

СТАНОВЛЕННЯ НАУКОВОГО ПОНЯТТЯ “ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА”

У статті проаналізовані підходи до визначення сутності поняття “інвестиційна привабливість підприємств” та її родової категорії “інвестиції”, проведено їх класифікацію, на основі якої надано уточнене визначення поняття.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна привабливість підприємства, генезис поняття, підходи до визначення інвестиційної привабливості.

G. O. SVIDANENKO, M. O. BUDIAIEV

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

THE FORMATION OF SCIENCE-BASED CONCEPT “INVESTMENT APPEAL OF ENTERPRISE”

Abstract – The aim of the research – substantiation of the further development of the term “investment appeal of enterprise”, based on the results of the study and classification of scientific approaches to the essence of this definition. In the article different authors definitions of the economic category “investments” and term “investment appeal of enterprise” were analyzed and classified into four groups, according to its unique characteristics. As a result, were granted the specified determination of “investment appeal”.

Key words: investment appeal, definition approaches, concept genesis.

Г. А. ШВИДАНЕНКО, М. А. БУДЯЄВ

ГВУЗ “Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана”

СТАНОВЛЕНИЕ НАУЧНОГО ПОНЯТИЯ “ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ”

Основной целью статьи является обоснование дальнейшего развития понятия “инвестиционная привлекательность предприятия”, основываясь на результатах исследования и классификации научных подходов к определению сущности этой дефиниции. В статье был проведен анализ подходов к понятию “инвестиционная привлекательность предприятия” и её родовой категории “инвестиции”. Также было разработано их классификацию, на основе которой дано уточнённое определение понятия “инвестиционная привлекательность предприятия”.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная привлекательность предприятия, генезис понятия.

Постановка проблеми. В наш час велика кількість наукових праць присвячена вивченню теорії “Хвильового розвитку”: від циклів Кондратьєва до життєвого циклу підприємства, товару, проекту. Проте, незважаючи на актуальність і глибину дослідження характеристик кожного етапу циклів, підприємства в умовах кризи чи занепаду спіткаються з проблемами обсягів чистого доходу, фінансового важеля, а отже з необхідністю пошуку додаткових джерел фінансування та/або зниження витрат на продукцію (послуги). В той самий час характерною є тенденція скорочення джерел, а також обсягів фінансування інвестицій, що можуть бути залучені. Як наслідок, стандартна для економіки проблема обмеженої пропозиції та необмеженого попиту призводить до суттєвого підвищення ролі забезпечення інвестиційної привабливості підприємства, як ключового фактора при визначенні об’єктів (проектів) для інвестування. В сучасній науковій літературі не існує повністю завершеного підходу до визначення поняття “інвестиційна привабливість підприємства”, його складових, факторів впливу та оцінювання. Саме тому це поняття потребує глибшого вивчення та систематизації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням інвестиційної привабливості підприємств займалися іноземні та вітчизняні науковці, зокрема, Алексеєнко Л.М., Бабушкін В.А., Бланк І.О., Брюховецька Н.Ю., Епштайн Д., Донцов С.С., Мейер К., Козаченко Г.В., Макарий Н.П., Машкін В.А., Пахомов В.А., Супрун С.Д., Шарп У., Федоренко В.Г., Хобта В.М., Цьома О.С., Чоботар О.С., Щиборщ К.В. Ястремська О.М.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування подальшого розвитку поняття “інвестиційна привабливість підприємства”, базуючись на результатах дослідження та класифікації наукових підходів до визначення сутності цієї дефініції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перш, ніж розглядати становлення наукового поняття “інвестиційна привабливість” доцільно почати з розгляду родової категорії “інвестиції” як визначальної. Проблема економічного зростання пов’язана з наявністю ресурсів для розвитку економіки, вдосконаленням структури. Найважливішим джерелом економічного зростання є інвестиції. Слово “інвестиції” походить від латинського слова “investio”, що означає укладати або одягати, проте достеменно не відомо точного періоду

виникнення. Деякі науковці визначають, що вперше поняття “інвестиції” були згадані в Кодексі Хаммурапі (близько 1700 до н.е.). У епоху феодалізму «інвеститурою» називалася постановка феодалом свого васала в управління феодалом (володіння). Інвеститура давала можливість інвеститору (чи, кажучи сучасною мовою, інвесторові) залучати до себе нові території і брати участь в управлінні ними [15]. Проте, як термін “інвестиції” утвердився в Європі у XV ст. завдяки напрацюванням науковців зі школи меркантилістів. Дж. Кейнс трактував інвестиції як “поточний приріст цінностей капітального майна внаслідок виробничої діяльності даного періоду” [4]. В свою чергу, П. Самуельсон визначав інвестиції як приріст запасу капіталу країни (будівель, машин та обладнання, товарно-матеріальних запасів) протягом одного року. В той самий час науковець не наводив жодних принципових відмінностей між капіталовкладенням та інвестиціями.

Французький економіст П. Массе вважав найбільш загальним таке визначення категорії “інвестиції”, згідно якого “інвестування – це акт обміну задоволення сьогодишньої потреби на очікуване задоволення їх у майбутньому за допомогою інвестиційних благ” [13].

Науковці країн СНД намагалися дати більш точне визначення. Наприклад, економіст Меркулов Я.С. визначав, що інвестування, з фінансової та економічної точки зору, є довгостроковим вкладенням економічних ресурсів з метою створення та отримання чистого прибутку в майбутньому, більшого за початкову величину інвестицій.[20]

Професор У. Шарп займається вивченням терміну інвестиції та зазначає що: “У найширшому розумінні термін “інвестувати” означає розлучитися з грошми сьогодні з тим, щоб отримати їх більшу суму в майбутньому” [19].

Автори “Економікс” К. Макконелл та С. Брю, наводять такі визначення інвестицій: “інвестиції – витрати на виробництво та нагромадження засобів виробництва і збільшення матеріальних запасів; інвестиції – витрати на будівництво нових заводів, на устаткування з тривалим терміном служби та ін.; інвестиції у людський капітал – будь-який захід, спрямований на зростання продуктивності праці робітників (шляхом підвищення їх кваліфікації та розвитку навичок), а також витрати на покращення освіти, здоров’я робітників чи на підвищення мобільності робочої сили”.

Схоже визначення дали американські професори з економіки Л. Гітман і М. Джонк, трактуючи категорію “інвестиції” як спосіб розміщення капіталу, який має забезпечити збереження або зростання суми капіталу.[7]

На протипагу зарубіжним вченим, вітчизняні науковці Шевчук В.Я. та Рогожин П.С. стверджують про неможливість чіткого визначення сутності і зазначають, що це поняття має дві характеристики: економічне та фінансове значення. За фінансовим визначенням “інвестиції” – це всі види активів, що вкладаються в господарську діяльність із метою отримання доходу. За економічним визначенням “інвестиції” це видатки на створення, розширення, реконструкцію та технічне переозброєння основного капіталу, а також не пов’язані з цим зміни оборотного капіталу [20].

Узагальнено основні підходи до визначення економічної категорії “інвестиції” наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Концептуальні групи визначень категорії “інвестиції”

Група	Автори	Розуміння інвестицій
Витрати	Рогожин П.С., Шевчук В.Я., Иванов Г.И., Сергеев І.В., Веретенникова І.І.	Витрати на створення, збільшення, реконструкцію, технічне переоснащення основного та оборотного капіталу
	Р. Дорнбуш, С. Фішер, Маковецький М.Ю.	Витрати, які збільшують загальну величину капіталу в економічній системі
Ресурси	Шеремет В.В., Бочаров В.В.	Ресурси, які вкладаються в об’єкти підприємницької діяльності з певною метою
Активи	К. Макконелл, С. Брю	Ресурси, створенні в результаті минулих подій, використання яких, очікувано, призведе до отримання економічних вигод у майбутньому
Ресурси/результат	Дж.М. Кейнс, Крупка Я.Д., П. Самуельсон	Збільшення, приріст вартості капітального майна (накопичення капіталу)
Процес	Бланк І.О., Садеков А.А., Лисова Н.А., Дж. Доунс, Дж.Э. Гудман	Вкладення капіталу в різні об’єкти господарської діяльності
	Бромвич М., Жимиров В.М., П. Массе	Відмова від поточного споживання заради його збільшення у майбутньому
	Шарп У., Бейлі Дж., Л. Гітман, М. Джонк, Александер Г. З. Боди, А. Кейн, А. Дж. Маркус	Відмова від визначеної теперішньої вартості заради невизначеної вартості у майбутньому

Таким чином “інвестиції” являють собою будь-які вкладення, зумовлені стратегічними цілями економічної політики і спрямованими на розвиток окремих галузей, виробництв, регіональних господарських систем з метою примноження матеріального та соціально значимого багатства у майбутньому.

Аналіз підходів до визначення категорії “інвестиції” дає можливість перейти до аналізу генезису наукового поняття “інвестиційна привабливість”. Так як інвестиції є специфічним товаром, вони підпадають під аналогічні закони попиту, пропозиції та корисності (в даному випадку ефективності). Саме тому важливим є визначення сутності понятійно-категоріального апарату, зокрема поняття “інвестиційна привабливість”. Ця дефініція, як складова понятійно-категоріального апарату, є порівняно “молодим” поняттям, тому потребує більш чіткого та повного визначення.

Різні вчені розглядають поняття “інвестиційна привабливість”, виділяючи окремі характеристики та ознаки. Незважаючи на різницю в поглядах науковців, вважаємо за доцільне, умовно, розділити на чотири групи підходи, щодо визначення поняття “інвестиційна привабливість підприємства” залежно від сутності характеристик, які переважають при його формуванні: описовий, функціональний, оціночний та комплексний. Визначення вченими сутності поняття “інвестиційна привабливість”, що віднесено до групи “описового підходу”, характеризуються аналізом універсальних рис інвестиційної привабливості, без акцентування уваги на специфічних ознаках (табл. 2.)

Таблиця 2

Група авторів “описового підходу”	
Автор	Ключові моменти у визначенні
Гайдуцький А.П., 2004 р.	Сукупність характеристик, що дозволяє потенційному інвестору оцінити об’єкт інвестицій порівняно з іншими об’єктами для визначення більш привабливого для вкладення наявних коштів
Нападовська І.В., 2011 р.	Системна сукупність потенційних можливостей вкладення коштів з метою отримання економічних вигід у майбутньому від потенційного об’єкта інвестування, що суб’єктивно оцінюється інвестором
Макарій Н.П., 2010 р.	Справедлива кількісна та якісна характеристика зовнішнього та внутрішнього середовища об’єкта інвестування
Рудніченко Є.М. 2008 р.	Сукупність об’єктивних ознак, властивостей, засобів, що зумовлюють потенційний платоспроможний попит на інвестиції
Козаченко Г.В., 2007 р.	Економічна категорія, що характеризується сукупністю об’єктивних і суб’єктивних умов, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування
Євтушенко С.О., 2001 р.	Сукупність характеристик виробничої, комерційної, фінансової і управлінської діяльності з урахуванням особливостей інвестиційного клімату, що свідчать про доцільність здійснення інвестицій
Бабушкін В.О., 2009 р.	Стан підприємства, при якому у потенційного власника капіталу виникає бажання забезпечити приток інвестицій за відповідного рівня ризикованості
Ткаченко Е.Л., 2010 р.	Система ефективності інвестицій, їх безпечності і наявності довгострокових економічних перспектив, наприклад, зростання споживчого ринку або стале економічне зростання

Таким чином, наукові здобутки вчених першої групи дають загальне уявлення про поняття “інвестиційна привабливість підприємств”, окреслюють коло питань для подальших досліджень, а також визначають позицію поняття в понятійно-категоріальному апараті.

Визначення, віднесені до другої групи є функціональними і характеризуються фокусуванням на певних функціях чи рисах інвестиційної привабливості підприємства.(табл. 3).

Таблиця 3

Група авторів “функціонального підходу”	
Автор	Ключові моменти у визначенні
У. Шарп, 2009 р.	Підвищення добробуту акціонерів, який виражається у зростанні ціни акції. Фінансовий менеджмент як система фінансового управління компанією має вирішувати проблеми зростання її інвестиційної привабливості
Бочаров В.В., 2000 р.	Економічний дохід від вкладення грошей у цінні папери за мінімального рівня ризику
Щиборщ В.І., 2000р.	Для банку поняття інвестиційної привабливості підприємства характеризується його платоспроможністю. Для акціонера – ефективністю господарської діяльності (рентабельністю сукупних активів)
Бланка І.О., 2003 р.	Інтегральна характеристика окремих фірм, об’єктів можливого інвестування, з позицій перспективності розвитку, обсягів і збуту продукції, ефективності використання активів, їх ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості
Довбня С.Б., 2009 р.	Сукупність характеристик фінансової стійкості та економічної ефективності підприємства
Коюди В.О., 2008 р.	Сукупність характеристик його діяльності (фінансово-господарської, управлінської), перспектив розвитку та можливостей залучення інвестиційних ресурсів

Такий підхід характерний для іноземних вчених країн з розвиненими фондовими ринками, де основним виміром інвестиційної привабливості виступає ціна акції; або для країн, де процес оцінювання підприємства може бути проведений за допомогою визначених міжнародних норм аудиту і не потребує уточнення чи врахування якісних показників діяльності підприємства.

Таблиця 4

Група авторів “оціночного підходу”	
Автор	Ключові моменти у визначенні
Руснак Н.О., Руснак В.А., 2003 р.	Евристичні методи, пов'язані з ранжуванням досліджуваних об'єктів на підставі оцінки спеціалістів. Інвестиційна привабливість стосується порівняння кількох об'єктів з метою визначення їх позиції в рейтингу
Алексєнко Л.М., 2009 р.	Узагальнення переваг і недоліків окремих об'єктів інвестування з позиції конкретного інвестора згідно зі сформованими ним критеріями; використовується для оцінювання при розробці інвестиційної стратегії підприємства і галузевої диверсифікації його інвестиційного портфеля
Покропивний С.Ф., 2001 р.	Інтегрована фінансово-економічна оцінка потенційного об'єкта інвестування. Використовується інституційними та індивідуальними інвесторами для визначення доцільності та ефективності вкладення капіталу
Сморжанюк Т.П., Шрам Т.В., 2007 р.	Система економіко-психологічних показників діяльності підприємства, що вказують інвестору на можливість одержання максимального прибутку при мінімальному ризику вкладення коштів

Доробок вчених другого підходу полягає у детальній діагностиці окремих аспектів і характеристик поняття “інвестиційна привабливість” та визначенні можливих результатів для суб'єктів інвестування.

Вчені третього підходу розглядають інвестиційну привабливість як результат порівняльного оцінювання двох та більше підприємств, основним завданням якого є визначення напрямків інвестування, співвідношення чистий прибуток/ризик та відповідність цілям інвестора (табл. 4).

Таблиця 5

Група авторів “комплексного підходу”	
Автор	Ключові моменти у визначенні
Супрун С.Д., 2009 р.	Фінансово-майновий стан підприємства, ефективність використання його ресурсів, а також якісні характеристики: професійні здібності керівництва, галузева належність та регіональне розміщення, стадія життєвого циклу, добросовісність підприємства
Задорожної Я.Є., 2007 р.	Комплекс різноманітних факторів, перелік і вагомість яких залежить від: цілей інвесторів, виробничо-технічних особливостей, економічного розвитку підприємства
Чорна Л.О., 2008 р.	Сукупність економіко-психологічних характеристик фінансово-господарської діяльності підприємства, що відповідають вимогам інвестора та забезпечують досягнення ефекту від вкладень при відповідному рівні ризику
Мойсеєнко І.П., 2006 р.	Рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог інвестора щодо конкретного підприємства, що оцінюється значеннями відповідних показників
Антіпов О.М., Ляшенко О.М., Дібніс Г.В., 2004 р.	Інтегральна характеристика об'єкта майнового інвестування з позиції перспектив розвитку (динаміки обсягів продажу, конкурентоспроможності продукції), ефективності використання ресурсів і активів, їх ліквідності, стану платоспроможності і фінансової стійкості, а також значення низки неформалізованих показників
Брюховецька Н.Ю., 2009 р.	Збалансована система інтегральних і комплексних показників доцільності вкладання капіталу інвестором в об'єкт інвестування, яка відображає сукупність об'єктивних і суб'єктивних умов, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування

Заслужують на увагу наукові доробки вчених, які віднесені до комплексного підходу (табл. 5). Основною характеристикою наукових здобутків цих вчених є спроба узгодити якісні риси та кількісні показники, які формують таке комплексне поняття як “інвестиційна привабливість підприємств”. Такий підхід є найбільш точним і відповідає потребам вітчизняного ринку інвестування.

Після проведеного дослідження генезису та сутності поняття “інвестиційна привабливість підприємств” важливим є уточнення окремих аспектів. Найбільш точним, на думку авторів, буде комплексний підхід до визначення складного та багатогранного поняття, за допомогою якого можливо повністю описати цю дефініцію, визначаючи основні елементи та характеристики з урахуванням інтересів всіх зацікавлених осіб. За нашою думкою, “інвестиційна привабливість” це багатогранне економічне поняття сутність якого розкривається через інтегральну якісну та кількісну характеристику спроможності потенційних об'єктів інвестування забезпечувати досягнення фінансових, виробничих, організаційних, соціальних та інших критеріїв сформованих інвесторами, з урахуванням специфіки зовнішнього та внутрішнього середовища, а також стадії життєвого циклу бізнесу.

Висновки. В роботі було проаналізовано підходи до визначення сутності економічної категорії “інвестиції” та поняття “інвестиційна привабливість підприємств”. Після проведеного дослідження підходи авторів було розподілено на чотири групи (описовий, функціональний, оціночний та комплексний підходи), що дозволило уточнити поняття “інвестиційна привабливість підприємств”.

Література

1. Алексєєнко Л. М. Фінансові аспекти оцінки інвестиційної привабливості підприємства / Л. М. Алексєєнко // Економічний форум. – 2009. – № 3. – С. 94–102.
2. Бабушкін В. О. Організація і методика аналізу інвестиційної привабливості господарського суб'єкта : автореф. дис. . канд. екон. наук / В. О. Бабушкін. – Воронеж, 2009. – 24 с.
3. Бланк І. О. Управління інвестиціями підприємства / І. О. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2003. – 480 с.
4. Бочаров В. В. Інвестиційний менеджмент / В. В. Бочаров. – СПб. : Пітер, 2000. – 160 с.
5. Брюховецька Н. Ю. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства: визначення недоліків деяких існуючих методик / Н. Ю. Брюховецька, О. В. Хасанові // Економіка промисловості. – 2009. – № 1 (44). – С. 110–117.
6. Гайдуцький А. П. Методологічні аспекти інвестиційної привабливості економіки / А. П. Гайдуцький // Регіональна економіка. – 2004. – № 4. – С. 81–86.
7. Гітман Л. Дж. Основи інвестування / Л. Дж. Гітман, М. Д. Джонк ; пер. с англ. – М. : Дело, 1999. – 1008 с.
8. Євтушенко С. О. Організаційно-економічні фактори підвищення інвестиційної привабливості промислових підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.06.02 “Підприємництво, менеджмент і маркетинг” / С. О. Євтушенко. – Х., 2001. – 20 с.
9. Задорожна Я. Є. Підвищення інвестиційної привабливості підприємництва як напрямок залучення інвестиційних ресурсів / Я. Є. Задорожна, Л. П. Дядечко // Інвестиції: практика та досвід. – 2007. – № 2. – С. 32–35.
10. Козаченко Г. В. Управління інвестиціями на підприємстві : [монографія] / Г. В. Козаченко, О. М. Антіпов, О. М. Ляшенко, Г. І. Дібніс. – К. : Лібра, 2007. – 368 с.
11. Коюда В. О. Основи інвестиційного менеджменту : навч. посібник / В. О. Коюда, Т. І. Лепейко, О. П. Коюда. – К. : Кондор, 2008. – 340 с.
12. Макарій Н. П. Оцінка інвестиційної привабливості українських підприємств / Н. П. Макарій // Економіст. – 2010. – № 10. – С. 52–60.
13. Массе П. Критерії та методи оптимального визначення капіталовкладень / П. Массе. – М., 1971. – 242 с.
14. Нападівська І. В. Аналіз концептуальних підходів до визначення сутності інвестицій / І. В. Нападівська // Счетоводство – наука, практика, незалежність : юбилейна междунар. науч.-практ. конференція. – 2011. – С. 368–372.
15. Речка К. М. Концепції інвестицій в історії економічної думки / К. М. Речка // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – № 1 (25).
16. Руснак Н. О. Конкурентна свідомість / Н. О. Руснак, В. А. Руснак // Конкуренція. – 2003. – № 1. – С. 56–57.
17. Супрун С. Д. Оцінка ефективності інвестиційних проєктів підприємств / С. Д. Супрун, С. В. Юхимчук // Фінанси України. – 2009. – № 4. – С. 82–87.
18. Чорна Л. О. результативна стратегія досягнення інвестиційної привабливості підприємства / Л. О. Чорна // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. – № 24. – С. 4–6.
19. Шарп У. Інвестиції / У. Шарп, Г. Александер, Дж. Бэйли ; пер. с англ. – М. : Инфра-М, 2009. – 1028 с.
20. Яременко О. В. Економічна сутність інвестицій та основні поняття інвестиційної діяльності / О. В. Яременко, А. В. Яременко // Економіка промисловості. – 2012. – Т. 57–58. – № 1–2. – С. 79–85.

References

1. Aleksyeyenko L. M. Finansovi aspekty otsinky investytsiynoyi pryvablyvosti pidpryyemstva / L. M. Aleksyeyenko // Ekonomichnyy forum. – 2009. – #3. – S. 94–102.
2. Babushkin V. O. Orhanizatsiya i metodyka analizu investytsiynoyi pryvablyvosti hospodars'koho sub"yekta : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk. Voronezh, 2009. – 24 s.
3. Blank I. O. Upravlinnya investytsiyamy pidpryyemstva / I. O. Blank. – K. : Nyka-Tsentr, 2003. – 480 s.
4. Bocharov V. V. Investytsiynyy menedzhment / V. V. Bocharov. – SPb. : Piter, 2000. – 160 s.
5. Bryukhovets'ka N. Yu. Otsinka investytsiynoyi pryvablyvosti pidpryyemstva: vyznachennya nedolikov deyakykh isnuuyuchykh metodyk / N. Yu. Bryukhovets'ka, O. V. Khasanova // Ekonomika promyslovosti. – 2009. – # 1 (44). – S. 110–117.

6. Hayduts'kyy A. P. Metodolohichni aspekty investytsiynoyi pryvablyvosti ekonomiky / A. P. Hayduts'kyy // Rehional'na ekonomika. – 2004. – # 4. – S. 81–86.
7. Hitman L. Dzh. Osnovy investuvannya / L. Dzh. Hitman, M. D. Dzhonk ; per. s anhl. – M. : Delo, 1999. – 1008 s.
8. Yevtushenko S. O. Orhanizatsiyno-ekonomichni faktory pidvyshchennya investytsiynoyi pryvablyvosti promyslovykh pidpryyemstv : avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ekon. nauk za spetsial'nisty 08.06.02 "Pidpryyemnytstvo, menedzhment i marketynh" / S. O. Yevtushenko. – Kharkiv, 2001. – 20 s.
9. Zadorozhna Ya. Ye. Pidvyshchennya investytsiynoyi pryvablyvosti yak napryamok zaluchennya investytsiynykh resursiv / Ya. Ye. Zadorozhna, L. P. Dyadchko // Investytsiyi: praktyka ta dosvid. – 2007. – # 2. – S. 32–35.
10. Kozachenko H. V. Upravlinnya investytsiyamy na pidpryyemstvi : [monohrafiya] / H. V. Kozachenko, O. M. Antipov, O. M. Lyashenko, H. I. Dibnis. – K. : Libra, 2007. – 368 s.
11. Koyuda V. O. Osnovy investytsiynoho menedzhmentu : navch. posibnyk / V. O. Koyuda, T. I. Lepeyko, O. P. Koyuda. – K. : Kondor, 2008. – 340 s.
12. Makariy N. P. Otsinka investytsiynoyi pryvablyvosti ukrayins'kykh pidpryyemstv / N. P. Makariy // Ekonomist. – 2010. – # 10. – S. 52–60.
13. Masse P. Kryteriyi ta metody optymal'noho vyznachennya kapitalovkladen' / P. Masse. – M., 1971. – 242 s.
14. Napadovs'ka I. V. Analiz kontseptual'nykh pidkhodiv do vyznachennya sutnosti investytsiy / I. V. Napadovs'ka // Schetovodstvo – nauka, praktyka, nezavysymost: yubyleyna mezhdunarodna nauchno-praktycheska konferentsiya. – 2011. – S. 368–372.
15. Rechka K. M. Kontseptsiyi investytsiy v istoriyi ekonomichnoyi dumky / K. M. Rechka // Zbirnyk naukovykh prats' Tavriys'koho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky). – 2014. – # 1 (25).
16. Rusnak N. O. Konkurentna svidomist' / N. O. Rusnak, V. A. Rusnak // Konkurentsya. – 2003. – # 1. – S. 56–57.
17. Suprun S. D. Otsinka efektyvnosti investytsiynykh proektiv pidpryyemstv / S. D. Suprun, S. V. Yuhymchuk // Finansy Ukrainy. – 2009. – # 4. – S. 82–87.
18. Chorna L. O. rezul'tatyvna stratehiya dosyahnennya investytsiynoyi pryvablyvosti pidpryyemstva / L. O. Chorna. – Investytsiyi : praktyka ta dosvid. – 2008. – # 24. – S. 4–6.
19. Sharp U. Investytsiyi / U. Sharp, H. Aleksander, Dzh. Bølyly ; per. s anhl. – M. : Ynfra-M, 2009. – 1028 s.
20. Yaremenko O. V. Ekonomichna sutnist' investytsiy ta osnovni ponyattya investytsiynoyi diyal'nosti / O. V. Yaremenko, A. V. Yaremenko // Ekonomika promyslovosti. – 2012. – T. 57–58. – # 1–2. – S. 79–85.

Надіслана/Written: 3.08.2015 р.
Надійшла/Received: 6.08.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ БРЕНДИНГУ

Досліджено процес формування та розвитку бренду як стратегічно важливого для компанії активу в концепції соціально-орієнтованого маркетингу. Визначені відмінності традиційної та соціально-орієнтованої моделі конкуренції в умовах соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова: бренд, маркетинг, концепція, брендинг, соціально відповідальний бізнес, конкурентоспроможність компанії, репутація, імідж.

M. I. BELEVTSSEV, A. M. ZAITSEVA
Donetsk National University, Vinnitsa

SOCIALLY-ORIENTED MARKETING AS A TOOL OF BRANDING

Abstract – Investigates the process of formation and development of the brand as a strategically important company asset in the concept of socially oriented marketing. Identified differences between traditional and socially-oriented model of competition in terms of social responsibility of business. Therefore, it is concluded that socially-oriented marketing has obvious benefits for all market participants. The consumer, as a member of society, satisfying their interest in improving the general standard of living and in addressing the most pressing social issues. The company, in turn, rewarded not only favorable for the work of public opinion, but also the growth of recognition and customer loyalty to their brands and, consequently, improve financial performance.

Key words: brand, marketing, concept, branding, socially responsible business, competitiveness, reputation, image.

М. И. БЕЛЯВЦЕВА, А. М. ЗАЙЦЕВА
Донецкий национальный университет, г. Винница

СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ БРЕНДИНГУ

Исследован процесс формирования и развития бренда как стратегически важного для компании актива в концепции социально-ориентированного маркетинга. Определены различия традиционной и социально-ориентированной модели конкуренции в условиях социальной ответственности бизнеса. Таким образом сделан вывод, что социально-ориентированный маркетинг несет очевидные выгоды для всех участников рынка. Потребитель, как член общества, удовлетворяет свою заинтересованность в повышении общего уровня жизни и в решении наиболее острых социальных вопросов. Компания в свою очередь вознаграждается не только благоприятной для ее работы общественным мнением, но и ростом признания и лояльности клиентов к своим брендам, а следовательно, улучшением финансовых показателей.

Ключевые слова: бренд, маркетинг, концепция, брендинг, социально ответственный бизнес, конкурентоспособность компании, репутация, имидж.

Постановка проблеми. У сучасних умовах жорстокої конкуренції бренд стає ядром діяльності кожного учасника ринку, завдяки йому встановлюються відносини зі споживачами і потенційними клієнтами. Бренд втілює цінність товару або послуги для споживача, саме він є рушійною силою ринку ХХІ століття.

У зв'язку з цим дуже важливо правильно позиціонувати товар, акцентуючи увагу покупців на тих його властивості, які вигідно відрізняють його від продуктів конкурентів. За допомогою інструментів брендингу товар впроваджується у свідомість споживача шляхом персоніфікованого образу, який допомагає споживачеві виділити необхідний товар серед аналогів.

Останні декілька років перед керівниками українських підприємств все частіше постає питання впровадження концепції соціально-орієнтованого маркетингу до стратегії розвитку свого підприємства, адже в умовах інтеграції до світової спільноти соціальна відповідальність бізнесу є необхідною складовою та стрижнем конкурентоспроможності компанії.

Головним принципом соціально-орієнтованого маркетингу є досягнення балансу інтересів бізнесу, громадян і суспільства в цілому. Саме тому впровадження даної концепції в економіку повинно відбуватися системно і комплексно.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Еволюцію теорії соціального маркетингу розглядають у своїх наукових працях багато вчених, зокрема: С. Андреева, Р. Багоці, А. Баляєв, М.Бейкер, Б.В. Братаніч, С.В. Борзенков, Л. Будьонна, М. Вдовін, Р. Кіт, Ф. Котлер, В. Матросов, С. Мельник, Ж-Ж. Ламбен, А.М. Романов, Ю. Рубченко, Д.Скітаєв, А. Тимошенко та інші. Питаннями брендингу займалися такі вітчизняні та іноземні науковці: Т. Амблер, К. Веркман, Є. Головлева, В. Домнін, С.Девіс, Я. Елвуд, О. Зозульов, Л. Мороз, П. Темпорал, Г. Чамерсон, М. Яненко, С. Ілляшенко. Поняття соціальної відповідальності бізнесу розглядається та використовується досить широко, зокрема у працях Арльт І., Котлера Ф., Короткової Т., Раманова А., Акімова І.М., Зеленко О.О., Садекова А., Косової Т., Скринник З. та ін.

Метою статті є дослідження управління брендом як стратегічно важливим для компанії активом за допомогою соціально-орієнтованого маркетингу, а також впливу соціальної відповідальності бізнесу на відношення до бренду як чинника стійкості компанії.

Виклад основного матеріалу. З погляду маркетингу, брендинг являє собою один з типів маркетингових технологій, спрямований на створення бренду й управління ним. Використання брендингу ство-

рює конкурентну перевагу компанії перед її конкурентами, оскільки забезпечує її визнання в усьому світі, сприятливі умови для просування нових товарів, які ще до моменту їх отримання споживачем позитивно сприймаються з огляду на авторитет товарів фірми. Він здійснюється за допомогою певних прийомів, методів і способів, які дозволяють довести розроблений бренд до покупця і не тільки сформувати в його свідомості імідж торгової марки, а й надати допомогу у сприйнятті покупцем функціональних та емоційних елементів товару.

Створення бренду вимагає комплексного підходу, тому для досягнення бажаного результату варто це робити одночасно на чотирьох рівнях:

- 1) функціональному (забезпечення виконання брендом свого призначення);
- 2) індивідуальному (відповідність значущим уявленням споживача, за якими він ідентифікує себе як особистість);
- 3) соціальному (здатність бренду відповідати значущим уявленням соціальної групи, до якої належить або хоче належати споживач);
- 4) комунікативному (здатність марки послуг підтримувати зі споживачем стосунки, підтверджуючи при цьому функціональну, індивідуальну, соціальну якості бренду).

Маркетингова діяльність підприємства з метою досягнення бажаного рівня збуту на різних ринках повинна досягатися в межах вибраної однієї концепції. Така концепція будується на визначенні потреб, реальних оцінок покупців асортименту і якості товарів, а також визнання необхідності пристосування виробництва і збуту до цих потреб і оцінок, при чому ефективніше ніж конкуренти.

За останні роки концепція соціально-орієнтованого маркетингу стає однією з важливих складових як вітчизняного так і зарубіжного бізнесу, його теорії та практики. Вона посіла одне з головних місць у сучасній економіці. Такий інтерес можна пояснити наступними причинами:

- 1) глобалізація конкуренції, прискорені зміни у виробництві та реалізації продукції, нові інформаційні технології зумовлюють необхідність перегляду підходів щодо організації та функціонування бізнесу;
- 2) маркетинг виступає у сучасному суспільстві, як фундаментальна концепція управління соціальними процесами і змінами в умовах сучасного ринкового суспільства;
- 3) соціальний соціально-орієнтованого маркетинг одночасно виступає як соціально-маркетингова ефективна управлінська технологія, що формує основні принципи та підходи до побудови сучасного соціального управління на основі теорії соціального, некомерційного обміну послугами, ідеями, цінностями;
- 4) соціально-орієнтований маркетинг формує цілі, технології, маркетингові механізми, що притаманні різним сферам суспільного життя, формуючи конкретні і загальні механізми функціонування, регулювання, управління ними [7].

Соціальна відповідальність бізнесу не виникла раптом, вона повільно еволюціонувала в часі та стала частиною щоденного словника лише в останнє десятиріччя. Деякі дослідники стверджують, що ідея соціальної відповідальності бізнесу набула популярності у 1950-ті роки та з роками поширювалася в міру того, як корпорації ставали масштабнішими й потужнішими [3].

Соціальна відповідальність бізнесу – це концепція залучення соціальних і екологічних аспектів у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між різними зацікавленими сторонами. Вона характеризується:

1. СВБ покриває як соціальні, так і екологічні аспекти – це внесок бізнесу у досягнення цілей сталого розвитку, який передбачає збалансованість економічних, соціальних та екологічних цілей суспільства, інтеграцію їх у взаємовигідні підходи;
2. СВБ не є і не повинна бути відділена від бізнес-стратегії компанії – це не надбудова чи додаток до бізнесу, а спосіб покращити ефективність роботи компанії як у коротко-, так і в довготривалому періодах;
3. Соціальна відповідальність є добровільною;
4. Для реалізації СВБ важливо як саме компанії взаємодіють з внутрішніми та зовнішніми групами впливу (працівниками, клієнтами, громадами, громадськими організаціями, державними структурами тощо).

Соціальна роль маркетингу як філософії ринку полягає в пізнанні та реалізації соціально-етичних принципів функціонування бізнесу. Виходячи з визначення концепції соціально-відповідального маркетингу та розглянутих вище характеристик СВБ, можна провести паралель та окреслити прямий зв'язок між даними поняттями (див. рис. 1).

Для реалізації завдань соціально-орієнтованого маркетингу соціальна відповідальність суб'єктів бізнесу пропонує:

- розуміння ними своїх функцій у системі наявних суспільних відносин;
- усвідомлення необхідності дотримання норм, що склалися стихійно чи встановлені суспільством;
- оцінки своїх дій з точки зору наслідків для себе і громадськості;
- готовність змінити свою стратегію у разі виявлення відхилень і порушень, які викликають негативні наслідки для індивідів, суспільства, регіону чи в глобальних масштабах [5].

Виділяють внутрішню та зовнішню соціальну відповідальність бізнесу. Ці два різновиди передбачають певний набір характерних напрямів діяльності у цій сфері (табл. 1).

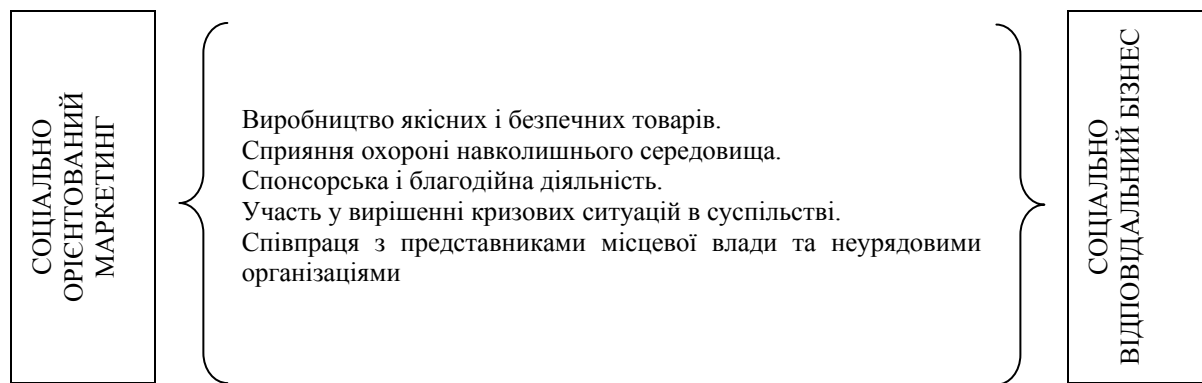


Рис. 1. Взаємодія між соціально орієнтованим маркетингом і соціально відповідальним бізнесом

Таблиця 1

Напрями діяльності відповідно до видів СВБ

Внутрішні	Зовнішні
1. Безпека праці. 2. Стабільність заробітної плати. 3. Підтримання соціально значимої заробітної плати. 4. Додаткове медичне та соціальне страхування співробітників. 5. Розвиток людських ресурсів через навчальні програми та програми підготовки та підвищення кваліфікації. 6. Надання допомоги працівникам у критичних ситуаціях	1. Спонсорство та корпоративна благодійність. 2. Сприяння охороні навколишнього середовища. 3. Взаємодія з місцевим співтовариством і місцевою владою. 4. Готовність брати участь в кризових ситуаціях 5. Відповідальність перед споживачами товарів і послуг (випуск якісних товарів)

Різноманіття товарів, великі можливості вибору на ринку створюють умови, за яких на вибір споживачів будь-яких товарів або брендів впливають не тільки ціна, якість, але й багато інших чинників. Одним з чинників впливу, як показують численні дослідження, є репутація компанії як соціально відповідальної, популярність і визнання її соціальної діяльності (рис. 2).

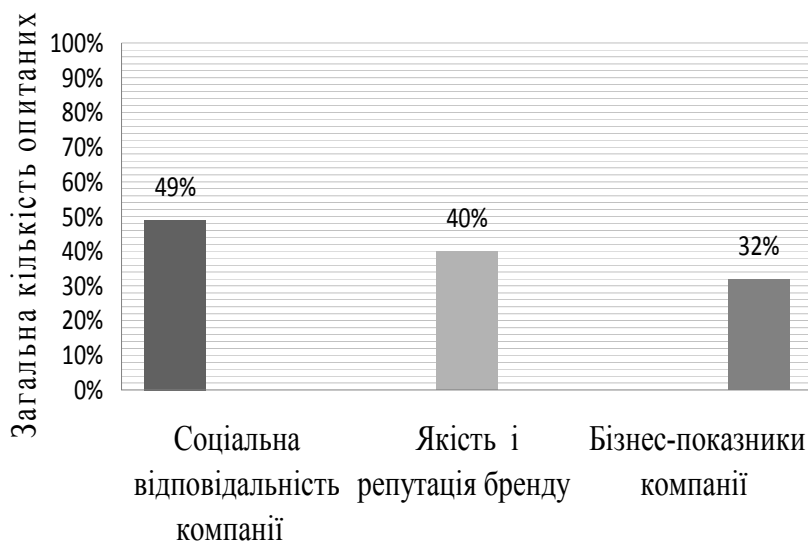


Рис. 2. Чинники впливу на громадську думку про компанію [6]

З рис. 2 видно, що соціальна відповідальність компанії вийшла на перше місце як чинник, що формує думку споживачів за результатами опитування споживачів Millenium Poll.

Ведення бізнесу на засадах соціальної відповідальності передбачає покращення репутаційного менеджменту за рахунок публічного визнання, зміцнення позицій власного бренду та й загалом іміджу компанії.

Підвищений інтерес із боку бізнесу виник до бренду, як поняттю, що об'єднує у собі репутацію, імідж і гудвіл. Причина проста: це, здавалося б, невлікове поняття перетворилося у фінансове і стало одним з найважливіших нематеріальних активів фірми, оцінюваних у річному бухгалтерському балансі. Відношення до бренду формується на основі абсолютно всіх її відкритих публіці рішень і дій, включаючи со-

ціальні ініціативи. І чим більш цілісним є представлення бренду, тим легше компанії спілкуватися зі споживачами і партнерами – коли в компанії є ряд чітких відмінних характеристик, що стосуються принципів її діяльності, а не лише продукції [4].

Експерти сходяться в думці, що гарний образ бренду, який склався у цільових груп, робить компанію більше привабливою для інвесторів, підвищує її капіталізацію, дозволяє збільшити дохід, підсилює позиції при виході на нові ринки й забезпечує підтримку широких верств населення [1]. Світова тенденція полягає в безперервному збільшенні частки нематеріальних активів у вартості компаній. За деякими даними в ринковій вартості західних компаній вартість бренду становить у середньому 20–25 %, іноді досягаючи 80-процентного рівню (наприклад, компанії, що працюють в сфері інформаційних технологій).

Отже, репутація та імідж допомагають компаніям успішно підтримувати свій статус на ринку та досягати більшої лояльності до своїх брендів, а тому виникає потреба у створенні та розвиненні відповідного методологічного інструментарію для управління брендом як стратегічно важливим для компанії активом.

Відношенням до бренду складно маніпулювати, воно формується під впливом цілого комплексу параметрів: ефективність менеджменту, етика ведення бізнесу, успішність бізнес-розвитку, якість послуг, операційні і фінансові показники, інформаційна активність, кадровий потенціал, соціальна відповідальність (рис. 3). Але створювати передумови для позитивного сприйняття бренду та виховання лояльності – завдання компаній, що претендують на лідерство.



Рис. 3. Основні критерії, що формують відношення до бренду

Глобальне дослідження компаній Interbrand і журналу Business Week показало, що вартість “нематеріальних цінностей” – бренду компанії, торговельної марки і т.д. може складати до 70 % її ринкової капіталізації. Іншими словами, розмір ринкової вартості і капіталізації компанії істотно залежить від сили її бренду, рівня довіри до компанії та її менеджменту з боку основних стейкхолдерів (покупців, акціонерів, інвесторів тощо) і від їхніх очікувань. Отже, питання формування сприятливого відношення до бренду як чинника стійкості компанії виходять на перший план. Особливо це актуально для великих акціонерних компаній з диверсифікованим бізнесом, для якого стає необхідним наявність внутрішньофірмових стандартів управління репутацією та її регулярної оцінки.

Важливість управління та оцінки брендів також пояснюється посиленням процесів глобалізації, в тому числі глобальною конкуренцією, зростаючою роллю репутації, іміджу у формуванні конкурентоспроможності компаній [2].

Імідж, репутацію і бренд можна розглядати як елементи, що супроводжують стадії життєвого циклу компанії (рис. 4). У період появи компанії на ринку вона активно формує свій імідж (зовнішній образ), використовуючи арсенал ЗМІ та інші засоби PR. На стадії росту паралельно з іміджем розвивається репутація, оскільки стейкхолдери компанії в процесі взаємодії з нею формують колективну думку про неї. В подальшому (на стадії зрілості) імідж і репутація компанії переростають в корпоративний бренд, що відображає стійкі асоціації про різні сфери діяльності компанії та її характеристики.

Світове опитування “Досягнення стабільного зростання бізнесу через соціальну відповідальність бізнесу”, проведений IBM в 2012 р. в рамках дослідницького проекту IBM Global CEO Study, охоплювало керівників вищої ланки і директорів 250 компаній зі сфер банківських послуг, комунального обслуговування та роздрібною торгівлі, енергетичної галузі, хімічної, нафтової, автомобільної та електронної промисловості [10]. Серед компаній-респондентів 30 % були в Північній Америці, 30 % – в Азіатсько-тихоокеанському регіоні,

20 % у Західній Європі, 10 % у Східній Європі, 6 % у Латинській Америці і 4 % на Близькому Сході та в Африці. Ці компанії описали СВБ як можливість зростання бізнесу, а не просто як благодійну акцію або обов'язок дотримання вимог законодавчих норм і галузевих інструкцій: 68 % респондентів прагнуть отримувати доходи від своїх СВБ ініціатив. Більш того, 54 % опитаних компаній впевнені, що ці СВБ ініціативи дають їм додаткові конкурентні переваги, підвищують лояльність до брендів і ТМ, збільшують мотивацію цільових аудиторій обирати саме їх, бо завдяки СВБ їхні клієнти стали набагато більш обізнаними, зацікавленими та сприйнятливими до широкого спектру питань і проблем компанії. Відома позиція компанії за темами від зміни клімату та безпеки продуктів до умов трудової діяльності працівників і фінансової підзвітності корпорацій, відомо, яку частину своїх доходів корпорації повертають суспільству.

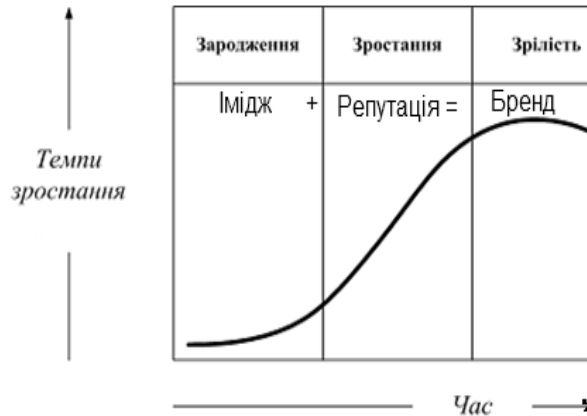


Рис. 4. Формування образу компанії на різних стадіях життєвого циклу

Для компаній важливо не тільки відповідати збільшеним вимогам усіх зацікавлених кіл, але також зробити корпоративну соціальну відповідальність основою своєї бізнес-стратегії. При такому підході СВБ не розглядається як одна зі статей дискреційних витрат, а вважається вигідним капіталовкладенням з реальною фінансовою віддачею. Оскільки “купівельна поведінка” споживачів в результаті конструктивної політики корпоративної соціальної відповідальності змінюється на краще, то значення СВБ з точки зору фінансових перспектив важко переоцінити.

Корпоративна соціальна відповідальність, яка має реальну користь для суспільства та вирішує суспільно важливі соціальні проблеми, формує позитивне відношення цільових аудиторій не лише до себе, як компанії, а й до своїх брендів, торгових марок та продукції [8].

В умовах жорсткої конкуренції підприємствам стає все важче протистояти одне одному. Запропонований шлях розвитку СВБ в Україні передбачає перехід від традиційної моделі конкурентоспроможності до соціально-орієнтованої, яка заснована на екології, менеджменті якості, інноваціях, підвищенні репутації в очах цільових груп, яка в якості інструментів використовує соціальний капітал, суспільну довіру та гудвіл (рис. 5).

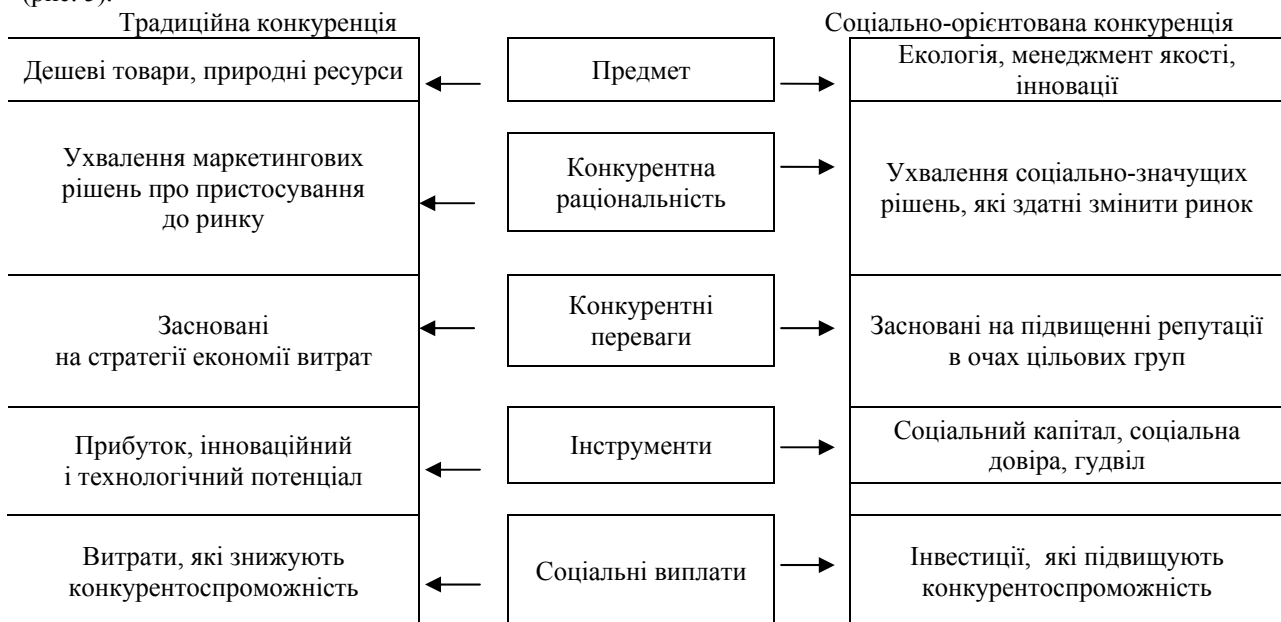


Рис. 5. Відмінності традиційної та соціально-орієнтованої моделі конкуренції

Отже, усі зазначені дослідження підтверджують той факт, що соціальна відповідальність бізнесу має неабиякий вплив на відношення цільових аудиторій до певних компаній та брендів. Соціальна спрямованість діяльності суб'єктів господарювання працює не лише на суспільство, а й на компанію, що її впроваджує. Усе викладене дозволяє зробити такі **висновки**:

1. Соціально-орієнтований маркетинг несе очевидні вигоди для усіх учасників ринку. Споживач, як член суспільства, задовольняє свою зацікавленість у підвищенні загального рівня життя та у вирішенні найбільш гострих соціальних питань. Компанія у свою чергу винагороджується не тільки сприятливою для її роботи суспільною думкою, але й зростанням визнання та лояльності клієнтів до своїх брендів, а отже, покращенням фінансових показників.

2. Успішність підприємства за сучасних умов господарювання багато у чому залежить не тільки від наявності відповідних ресурсів та механізму їх раціонального використання, а від уміння формувати програму дій по створенню та зміцненню конкурентної позиції брендів на ринку. Завдання брендингу – укоренити імідж у свідомості цільової аудиторії, створити довкола товару лояльну групу споживачів. Досліджено, що гарний образ бренду, що склався у цільових груп, робить компанію більше привабливою для інвесторів, підвищує її капіталізацію, дозволяє збільшити дохід, підсилює позиції при виході на нові ринки й забезпечує підтримку широких верств населення.

3. Соціальна відповідальність бізнесу – це “концепція переваг” для всіх суб'єктів бізнесу, де з одного боку стоїть компанія, а з іншого – соціальні групи, оскільки СВБ несе такі переваги: збільшення обсягів продажу та частки ринку; зміцнення та посилення позицій бренду; покращення іміджу та посилення впливу; ширші можливості залучати, мотивувати та винагороджувати працівників; зменшення оперативних витрат; надання переваги соціально орієнтованим компаніям з боку інвесторів та фінансових аналітиків.

4. У світовій практиці діяльність в області СВБ сприймається як прагматичний напрям бізнесу і є одним з інструментів, що дозволяють підвищувати ділову репутацію бізнесу, лояльність до певних брендів, капіталізацію компанії, встановлювати ефективні і збалансовані відносини з усіма групами впливу компанії, а також ефективно управляти невиробничими ризиками, що виникають в процесі взаємодії з акціонерами.

Література

1. Акімова І. Бути чи не бути бізнесмену відповідальним перед суспільством? / І. Акімова // Дзеркало тижня. – 2006. – № 9 (588). – С. 2–4.
2. Бутивщенко Е. Код бренда – тайное знание или модная фраза? / Е. Бутивщенко // Маркетинг и реклама. – 2009. – № 3 (151). – С. 54–57.
3. Гирик О. Корпоративна соціальна відповідальність : підручник / О. Гирик, О. Денис, Т. С. Смовженко. – К. : УБС НБУ, 2012. – 327 с.
4. Кузнецова Ю. Брендинг как эффективный метод продвижения товаров на потребительском рынке / Ю. Кузнецова // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – № 8. – С. 73–78.
5. Мороз О. В. Теорія сучасного брендингу : монографія / О. В. Мороз, О. В. Пашенко. – Вінниця : УНІВЕРСУМ, 2003. – 104 с.
6. Каптерев А. Смысл и выгоды социальной ответственности [Электронный ресурс] / А. Каптерев. – Режим доступа: <http://www.prompolit.ru/159-672>.
7. Нельсон Т. Конкурентный брендинг / Т. Нельсон. – СПб. : Питер, 2003. – 207 с.
8. Рицина Л. А. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством : автореф. дис. ... канд. екон. наук / Л. А. Рицина. – Хмельницький : ХНУ, 2009. – 20 с.
9. Тульчинский Г. Л. Public Relations: Репутация, влияние, связи с прессой и общественностью, спонсорство / Г. Л. Тульчинский. – СПб. : СПб Гос. Академия культуры: Ин-т культурных программ Комитета по культуре, 2004. – 80 с.
10. Інформаційно-аналітичний ресурс з питань корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку [Електронний ресурс] : офіц. сайт. – Режим доступу: www.csrjournal.com

References

1. Akimova I. To be or not to be the businessman responsible to society? / I. Akimova // Mirror of the week. – 2006. – № 9 (588). – S. 2–4.
2. Buciumeni E. Code of the brand – the secret knowledge or buzzword? / E. Buciumeni // Marketing and advertising. – 2009. – № 3 (151). – P. 54–57.
3. Girik A. Corporate social responsibility / A. Girik, A. Dennis, T. S. Smovzhenko. – K. : UB NBU, 2012. – 327 p.
4. Kuznetsov Y. Branding as an effective method of promoting products on the consumer market / Y. Kuznetsov // problems of theory and practice of management. – 2011. – No. 8. – P. 73–78.
5. Moroz V. V. History of the modern Theory of branding : monograph / V. V. Moroz. – Vinnitsa : UNIVERSE, 2003. – 104 s.

6. Kapterev A. the Meaning and benefits of social responsibility / A. Kapterev. – Access mode: <http://www.prompolit.ru/159-672>.
7. Nelson T. Competitive branding / T. Nelson. – St. Petersburg : Piter, 2003. – 207.
8. The castor-oil plant L. A. Mechanism of formation of corporate social responsibility in management: author. Dis. Cand. Econ. Sciences. – Khmel'nitsky, 2009. – 20 с.
9. Tulchinsky G. L. Public Relations: Reputation, influence, communication with press and public relations, sponsorship. – SPb. : Saint Petersburg State. Academy of culture, Institute for cultural programs of the Committee on culture, 2004. – 80.
10. Official website of Information and analytical resource on corporate social responsibility and sustainable development – www.csrjournal.com

Надіслана/Written: 3.08.2015 р.
Надійшла/Received: 6.08.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

УДК 657.6

О. Е. ЛУБЕНЧЕНКО

Державний економіко-технологічний університет транспорту, м. Київ

АУДИТОРСЬКА ПЕРЕВІРКА ОПЕРАЦІЙ ІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ВИКОНАННЯ ЗАВДАННЯ З УЗГОДЖЕНИХ ПРОЦЕДУР

Розглянуто сутність аудиту операцій із зовнішньоекономічної діяльності та визначено, що така аудиторська перевірка є виконанням завдання з погоджених процедур. Така перевірка має проводитися у відповідності до МССП 4400 “Завдання з виконання узгоджених процедур стосовно фінансової інформації”. Уточнено об’єкт та предмет перевірки.

Ключові слова: супутні послуги, аудит, перевірка, узгоджені процедури, об’єкт, предмет.

О. Е. LUBENCHENKO

The state economic and technological University of transport, Kyiv

AUDITING OF OPERATION IN FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY IS THE IMPLEMENTATION OF TASKS ON AGREED PROCEDURES

Abstract – The aims of an article is to clarify the position of the operation audit in the field of foreign trade, in the list of audit services, the definition of the object and the subject of verification. There was determined The essence of auditing of operations in foreign economic activity, and there was also specified that such an auditing is an assignment on the agreed procedures.. Such auditing should be conducted in accordance with International Accounting Standard Related Services (ISRS) 4400 “Engagements to Perform Agreed-Upon Procedures Regarding Financial Information”. There were clarified the object and the subject of verification. The subject of external audit is an inspection of business transactions in foreign economic activity – the task realization on the agreed procedures. Clarification of the object and subject of audit services in this case will have a positive influence the quality planning and inspection fulfillment.

Key words: related services, auditing, verification, agreed procedures, object, object.

О. Э. ЛУБЕНЧЕНКО

Государственный экономико-технологический университет транспорта, г. Киев

АУДИТОРСКАЯ ПРОВЕРКА ОПЕРАЦИЙ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ ПО СОГЛАСОВАННЫМ ПРОЦЕДУРАМ

Рассмотрена сущность аудита операций во внешнеэкономической деятельности и определено, что такая аудиторская проверка является выполнением задания по согласованным процедурам. Такая проверка должна проводиться в соответствии с Международным стандартом сопутствующих услуг 4400 “Задания по выполнению согласованных процедур в отношении финансовой информации”. Уточнен объект и предмет проверки.

Ключевые слова: сопутствующие услуги, аудит, проверка, согласованные процедуры, объект, предмет.

Постановка проблеми. Аудиторська діяльність – підприємницька діяльність, яка включає в себе організаційне і методичне забезпечення аудиту, практичне виконання аудиторських перевірок (аудит) та надання інших аудиторських послуг [1]. На сьогодні вона є затребуваною, про що свідчать статистичні дані Аудиторської Палати України (АПУ) [2]. Зокрема суб’єкти господарювання звертаються до аудиторських фірм і приватно практикуючих аудиторів з питань організації, обліку, аналізу, оподаткування, т.д. операцій у зовнішньоекономічній діяльності (ЗЕД). Це спричинено частими змінами законодавства, значними фінансовими санкціями з боку контролюючих органів, складністю облікового процесу. Аудиторські фірми мають забезпечити якісне надання послуг користувачам, що неможливо без урахувань специфіки діяльності останніх.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми теорії і практики аудиту висвітлювали в своїх працях такі вітчизняні вчені, як М. Т. Білуха, Ф. Ф. Бутинець, М. Д. Корінько, Н. М. Малюга, Л. В. Нападовська, В. П. Пантелеєв, О. А. Петрик, І. І. Пилипенко, О. Ю. Редько, В. С. Рудницький, Л. О. Сухарева та інші. Але ж практичні завдання, що постають перед аудитором потребують подальшого дослідження. Зокрема, вихід на європейські ринки вітчизняних підприємств потребують інформації про зміни в законодавстві щодо зовнішньоекономічної діяльності, потребують перевірки операцій у сфері ЗЕД.

Формування цілей статті. Метою статті є з’ясування місця аудиту операцій у сфері ЗЕД у переліку аудиторських послуг, об’єкту та предмету перевірки.

Викладення основного матеріалу дослідження. За Законом України “Про аудиторську діяльність”, аудит – це перевірка даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності суб’єкта господарювання з метою висловлення незалежної думки аудитора про її достовірність в усіх суттєвих аспектах та відповідність вимогам законів України, положень (стандартів) бухгалтерського обліку або інших правил (внутрішніх положень суб’єктів господарювання) згідно із вимогами користувачів. Аудитори (аудиторські фірми) можуть надавати інші аудиторські послуги, пов’язані з їх професійною діяльністю, зокрема, по веденню та відновленню бухгалтерського обліку, у формі консультацій з питань бухгалтерського обліку та фінансової звітності, експертизи і оцінки стану фінансово-господарської діяльності та інших видів економіко-правового забезпечення господарської діяльності суб’єктів господарювання [1]. До супутніх послуг з аудиту відно-

сяться послуги, що відповідають Міжнародним стандартам аудиту (МСА) і конкретизовані в рішенні АПУ від 22.12.2011 р., № 244/14 та представлені на рис. 1.

Інформація про ЗЕД відображається у фінансовій звітності підприємств і її перевірки аудитор може проводити у складі такої звітності, або аудитор може спілкуватися з замовником – у вигляді консультацій з питань ЗЕД. Перевірка операцій із ЗЕД суб'єктів господарювання у відповідності до Міжнародних стандартів аудиту є завданням з виконання узгоджених процедур, тому що в цьому випадку аудитор перевіряє не фінансову звітність в цілому, а лише її компонент, і відповідно, не надає впевненості користувачу про те, що така фінансова звітність надає достовірну та справедливу інформацію про стан активів, зобов'язань, капіталу, доходів, витрат, рух грошових коштів, тощо.

Таблиця 1

Визначення об'єктів аудиту

Автор	Джерело	Визначення об'єкту аудиту
Азарская М.А.	Азарская М.А. Теоретические основы аудита: предмет и метод // Бухгалтерский учет, статистика, экономические науки. – 2009. – № 7 (56). – С. 297–301 [3]	Объект – финансовая отчетность аудируемого лица
Бардаш С.	Бардаш С. Предмет і об'єкт контролю як галузі наукових знань і практичної діяльності: міжкатегоріальні співвідношення й відмінності / С. Бардаш // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – № 6. – С. 55–61 [4]	Об'єктом контролю є об'єкт матеріального світу, який одночасно є об'єктом управління, адже контролювати об'єкт неможливо без прав щодо його управління
Безуглова Т.Г.	Безуглова Т.Г. Організація і методика аудиту : навч. посібник / Т. Г. Безуглова, Н. С. Усик. – К. : університет “Україна”, 2007. – 371 с. [5]	Під об'єктами аудиторської діяльності розуміють окремі або взаємопов'язані економічні, організаційні, інформаційні або інші сторони функціонування системи, що вивчають, стан яких може бути оцінений кількістю і якістю.
Білуха М.Т.	Білуха М. Т. Курс аудиту : підручник / М. Т. Білуха. – К. : Вища шк. – знання, 1998. – 574 с. [6]	Об'єктами аудиту є здійснювані господарські процеси, які в сукупності складають господарську діяльність суб'єкта, що перевіряється
Гончарук Я.А., Рудницький В.С.	Гончарук Я. А. Аудит : навч. посіб. / Я. А. Гончарук, В. С. Рудницький. – К. : Знання, 2007. – 443 с. [7]	Об'єкт аудиту – інформація про окремі факти господарської діяльності суб'єкта господарського контролю, що відображена в системі бухгалтерського обліку та інших джерелах інформаційної структури і підлягає кількісній та вартісній оцінці
Дорош Н.	Дорош Н. Визначення предмета та об'єктів видів аудиту / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/articles/2011/130/4.pdf . [8]	Об'єкт аудиту – це система обліку і внутрішнього контролю, інформаційні системи
Калюга Є.В.	Калюга Є.В. Фінансово-господарський контроль у системі управління : монографія / Є. В. Калюга. – К. : Ельга, Ніка-центр, 2002. – 360 с. [9]	Об'єкти контролю в кожній галузі діяльності мають особливості, і визначає наступний їх перелік у промисловій сфері: необоротні активи, їх рух, джерела утворення та доцільність використання. Відповідно об'єктом господарського контролю виступатиме господарська система на мікро- та макрорівнях
Немченко В.В., Редько О.Ю.	Аудит (Основи державного, незалежного професійного та внутрішнього аудиту) : підручник / За ред. проф. Немченко В. В., Редько О. Ю. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 540 с. [10]	Об'єктами аудиту вважає здійснювані господарські процеси, які в сукупності складають господарську діяльність суб'єкта, що перевіряється
Сухарева Л.О., Сасенко А.О.	Сухарева Л. О. Вибіркові дослідження в загальній системі аудиту : метод. аспект / Л. О. Сухарева, А. О. Сасенко // Бухгалтерський облік, аналіз та контроль. – 2013. – № 3 (59). – С. 147–155 [11]	Об'єкт аудиту – це інформація, що міститься в фінансовій звітності
Ткач А.А.	Ткач А.А. Хозяйственные сделки как объекты учета, анализа и контроля // Журнал Аудит. – 2015. – № 2 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cfn.ru/ias/manacc/contract_audit.shtml [12]	Объектом исследования аудита, как и для других учетных дисциплин, является хозяйственная деятельность, а, следовательно, и хозяйственные сделки.

Розглянемо, що являє собою об'єкт аудиту при виконанні завдання з узгоджених процедур – перевірки операцій у сфері ЗЕД суб'єктами господарювання, тобто, що саме перевіряє у цьому випадку зовніш-

ній аудитор. Існують різноманітні думки з цього приводу, що представлені в таблиці 1, але автор пропонує уточнити і визначити в якості об'єкту аудиту ЗЕД (виконання завдання з узгоджених процедур) процес перевірки відображення господарських операцій у сфері ЗЕД в бухгалтерському обліку суб'єктів господарювання та встановлення їх відповідності діючому законодавству.

Предмет аудиту операцій у сфері ЗЕД (тобто в рамках об'єкта), на думку автора, представляє собою теоретичні, методичні та практичні аспекти організації і методики процесу перевірки.

При запропонованому визначенні об'єкту і предмета перевірки керівник-аудитор більш чітко уявлятиме задачі з планування і безпосереднього виконання роботи персоналом, що буде задіяний при реалізації завдання з погоджених процедур.

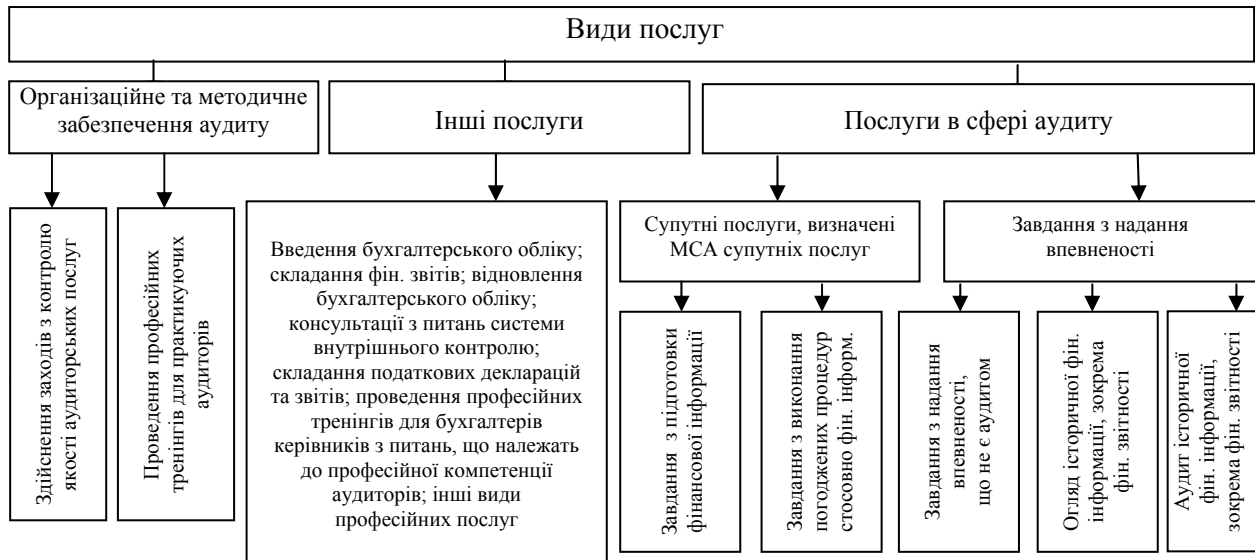


Рис. 1. Перелік послуг, які можуть надавати аудитори (аудиторські фірми)

Висновки. Вихід вітчизняних підприємств на зовнішні ринки сприятимуть сталому розвитку держави в цілому і розвитку окремих суб'єктів господарювання. Цьому сприятиме інтеграція України до ЄС. Перевірки господарських операцій у сфері ЗЕД є об'єктом зовнішнього аудиту і відносяться не до “класичного” аудиту, а до виконання завдання з узгоджених процедур. Такі послуги є достатньо затребуваними з боку суб'єктів господарювання. Об'єкт аудиторських послуг з виконання завдання з узгоджених процедур потребує уточнення, тому що більшість фахівців з аудиту зосереджують свою увагу на об'єкті аудиту – перевірці фінансової звітності. Більш конкретизований об'єкт завдання з узгоджених процедур дозволить аудитору ретельніше провести планування та виконання перевірки.

Література

1. Закон України “ Про аудиторську діяльність” від 22.04.1993 р. № 3125–XII (у редакції Закону України від 14.09.2006 р. № 140–V), зі змінами і доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/zakon%20україни%20про%20аудиторську%20діяльність>
2. Аудиторська палата України: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apu.com.ua/informatsiya-pro-stan-auditorskoi-diyalnosti-v-ukrajini>
3. Азарская М. А. Теоретические основы аудита: предмет и метод / М. А. Азарская // Бухгалтерский учет, статистика, экономические науки. – 2009. – № 7 (56). – С. 297–301.
4. Бардаш С. Предмет і об'єкт контролю як галузі наукових знань та практичної діяльності: міжкатегоріальні співвідношення й відмінності / С. Бардаш // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – № 6. – С. 55–61.
5. Безуглова Т. Г. Організація і методика аудиту : навч. посібник / Т. Г. Безуглова, Н. С. Усик. – К. : Університет “Україна”, 2007. – 371 с.
6. Білуха М. Т. Курс аудиту : підручник / М. Т. Білуха. – К. : Вища шк., 1998. – 574 с.
7. Гончарук Я. А. Аудит : навч. посібник / Я. А. Гончарук, В. С. Рудницький. – К. : Знання, 2007. – 443 с.
8. Дорош Н. Визначення предмета та об'єктів видів аудиту / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/articles/2011/130/4.pdf>. – загол. з екрану.
9. Калюга Є. В. Фінансово-господарський контроль у системі управління : монографія / Є. В. Калюга. – К. : Ельга, Ніка-центр, 2002. – 360 с.
10. Аудит (основи державного, незалежного професійного та внутрішнього аудиту) : підручник / За ред. В. В. Немченко, О. Ю. Редько. – К. : ЦУЛ, 2012. – 540 с.

11. Сухарева Л. О. Вибіркові дослідження в загальній системі аудиту: методичний аспект / Л. О. Сухарева, А. О. Саєнко // Бухгалтерський облік, аналіз та контроль. – 2013. – № 3 (59). – С. 147–155.

12. Ткач А. А. Хозяйственные сделки как объекты учета, анализа и контроля [Электронный ресурс] / А. А. Ткач // Журнал Аудит. – 2015. – № 2. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/ias/manacc/contract_audit.shtml

References

1. Zakon Ukrainy "Pro audytorsku diyalnist" vid 22 kvitnya 1993 r. 3125-XII (u redakciyi Zakonu Ukrainy vid 14 veresnya 2006 r. N 140-V), zi zminamy i dopovnennyamy [Elektronnyj resurs]. – The law of Ukraine "On auditing activities" dated April 22, 1993 № 3125-XII (as amended by the Law of Ukraine dated September 14, 2006 140 N-V), with amendments and supplements. Available at: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/zakon%20ukraini%20pro%20auditorsku%20diyalnist>

2. Audytorska palata Ukrainy: oficijnyj sajt / [Elektronnyj resurs] [Audit chamber of Ukraine: official website. Available at: <http://www.apu.com.ua/informatsiya-pro-stan-auditorskoji-diyalnosti-v-ukrajini>

3. Azarskaya M. A. Teoretycheskiye osnovy audyta: predmet y metod / M. A. Azarskaya // Bukhgalterskyj uchet, statystyka, ekonomycheskiye nauky [Ozarska M. A. Theoretical foundations of auditing: the subject and method // Accounting, statistics, Economics. – no. 7 (56)], 2009. – 297–301 p.

4. Bardash S. Predmet i obyekt kontrolyu yak galuzi naukovykh znan ta praktychnoyi diyalnosti: mizh kategorialni spivvidnoshennya j vidminnosti / S. Bardash // Bukhgalterskyj oblik i audyt. – 2008. – 55–61 p.

5. Bezuglova T. G. Organizaciya i metodyka audytu : navch. posib. / T. G. Bezuglova, N. S. Usyk [Bezuglova T. G. Organization and methods of audit : proc. p. / T. G. Bezuglova N. S. Usyk. – no. 6]. – Kyiv, University "Ukraine" Publ, 2008. – 371 p.

6. Bilukha M. T. Kurs audytu: pidruchnyk / Bilukha M. T. [N. T. Belukha Audit course: textbook / N. T. Belukha]. – K., High school – knowledge Publ, 1998. – 574 p.

7. Goncharuk Ya. A. Audyt : navch. posib. / Ya. A. Goncharuk, V. S. Rudnyczkyj. [Goncharuk A. Audit : [proc.] / J. A. Goncharuk, V. S. Rudnitskyj]. – Kyiv, Knowledge Publ, 2007. – 443 p.

8. Dorosh N. Vyznachennya predmeta ta obyektiv vydiv audytu [Elektronnyj resurs][Dorosh N. The definition of the subject and object types of audit [Electronic resource]. Available at: <http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/articles/2011/130/4.pdf>.

9. Kalyuga Ye. V. Finansovo-gospodarskyj kontrol u systemi upravlinnya : monografiya / Ye. V. Kalyuga Dorosh N. The definition of the subject and object types of audit [Electronic resource]. – Kyiv, Elga, Nika-Centre Publ, 2002. – 360 p.

10. Audyt (Osnovy derzhavnogo, nezalezhnogo profesijnogo ta vnutrishnogo audytu) : pidruchnyk / Za red. prof. Nemchenko V. V., Redko O. Yu. [Audit (foundations of public, professional and independent internal audit) : the textbook / under the editorship of Professor Nemchenko V. V., Redko, A. Yu.]. – Kyiv, The centre of educational literature Publ, 2012. – 540 p.

11. Sukharyeva L. O., Sayenko A. O. Vybirkovyi doslidzhennya v zagalnij systemi audytu: metodychnyj aspekt // Bukhgalterskyj oblik, analiz ta kontrol [L. A. Sukhareva, A. Saenko selected studies in the General system audit: methodological aspect // Accounting, analysis and control – no. 3 (59)], 2013. – 147–155 p.

12. Tkach A. A. Khozyajstvennyye sdelky kak obyekt y ucheta, analiza y kontrolya // Zhurnal Audyt [A. Tkach Economic transactions as objects of accounting, analysis and control // Journal of Auditing no. 2 / [Electronic resource], 2015. – Available at: http://www.cfin.ru/ias/manacc/contract_audit.shtml.

Надіслана/Written: 22.07.2015 р.

Надійшла/Received: 24.07.2015 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Є. М. Рудниченко

ПРОГНОЗУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

У статті обґрунтовано вагомість прогнозування як інструменту стратегічного планування соціально-економічного розвитку територій, означено сутність термінів “прогноз” та “прогнозування”, наведено їх класифікацію за різними ознаками. Визначено учасників державного прогнозування соціально-економічного розвитку території та їх повноваження. Окреслено принципи, на яких повинно базуватись державне прогнозування, склад прогнозних документів, що розробляються в сучасних умовах.

Ключові слова: прогноз, прогнозування, державне прогнозування, соціально-економічний розвиток території, стратегічне планування.

T. W. UMANETS, Y. G. SORGOVYTSKA
SHEE “Odessa National Economic University”

FORECASTING AS A TOOL FOR STRATEGIC PLANNING OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF TERRITORIAL-ECONOMIC SYSTEMS

Abstract - The article proves the importance of forecasting as a tool of the strategic forecasting of socio-economic development of territorial-economic systems, maked essence the terms “forecast” and “forecasting”, their classification is resulted on different signs. Identified participants of the state forecasting of socio-economic development of the territory and their powers. Outlined the principles on which should be based state forecasting, the composition of the forecast documents developed under modern terms, and given them a description. Identified the need to improve the methodical basis of forecasting as a priority component of the system of socio-economic development of the territory, the clarification of the content and improve the effectiveness of forecasting process through the justification of the conceptual, methodical and practical suggestions for the orientation of its development for effective management of socio-economic development of territorial-economic systems.

Key words: forecast, forecasting, state forecasting and socio-economic development of the territory, strategic planning.

T. В. УМАНЕЦЬ, Я. Г. СОРГОВИЦЬКА
ГВУЗ “Одеський національний економічний університет”

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

В статье обосновано значимость прогнозирования как инструмента стратегического планирования социально-экономического развития территорий, отмечено сущность терминов “прогноз” и “прогнозирование”, приведена их классификация по различным признакам. Определены участники государственного прогнозирования социально-экономического развития территории и их полномочия. Определены принципы, на которых должно базироваться государственном прогнозировании, состав прогнозных документов, разрабатываемых в современных условиях. Определена необходимость совершенствования методических основ прогнозирования как приоритетной составляющей системы управления социально-экономическим развитием территории, уточнение содержания и повышение результативности процесса прогнозирования через обоснование концептуальных, методических и практических предложений по ориентированию его развития на эффективное обеспечение управления развитием территориально-экономических систем.

Ключевые слова: прогноз, прогнозирование, государственное прогнозирование социально-экономическое развитие территории, стратегическое планирование.

Вступ України до Європейського союзу підвищує вимоги щодо ефективності українського бізнесу, де економічні інтереси користувачів інформації впливатимуть не тільки на побудову державно-приватних взаємовідносин між органами влади, бізнесом та населенням, але й на прийняття рішень щодо інвестування української економіки як іноземних, так і вітчизняних інвесторів. Без урахування динаміки економічних процесів існуюча система інформаційного забезпечення не має змоги забезпечувати управління соціально-економічним розвитком території інформацією високої якості. Ефективність функціонування цієї системи залежатиме від інформаційної бази, дані якої мають стати основою для покращення мікро- та макро-економічного управління. Це обумовлює необхідність удосконалення інформаційних процесів, посилення вагомості прогнозування в системі стратегічного планування соціально-економічним розвитком територіально-економічних систем.

У дослідження прогнозування та його значення в управлінні соціально- економічним розвитком територіально-економічних систем значний внесок зробили багато вітчизняних та іноземних учених і практиків. Серед вітчизняних дослідників виділяються наукові здобутки Б. Буркинського, В. Василенко, В. Гейця, Б. Грабовецького, Т. Клебанової, Е. Лібанової, С. Максименка, В. Нудельмана, А. Осітнянко, Ю. Палехи, М. Пашути, І. Санжаровського, А. Степаненка, О. Топчієва, О. Черняк тощо.

Враховуючи результати напрацювань учених, слід зазначити, що ряд проблем, які потребують ґрунтовного дослідження, залишилися частково або повністю поза їх увагою. Зокрема, питання соціально-економічного прогнозування розвитку територій розглядаються відокремлено та ізольовано за видами прогно-

зування (демографічне, економічне, бюджетне та ін.), що ускладнює їх комплексне застосування у процесі розробки планів і програм розвитку конкретних територій. Крім того, прогнозні показники макро- та мезо-показників розвитку територій посилено використовуються в менеджменті та маркетингу соціально-економічного розвитку соціо-економічних систем. Зазначене засвідчує новий етап розвитку прогнозування та посилення його вагомості в управлінні.

Метою статті є аналіз теоретичної бази щодо прогнозування як інструменту стратегічного планування соціально-економічним розвитком територіально-економічних систем на засадах бенчмаркінгу.

Державне регулювання наприкінці ХХ ст. стає невід'ємною частиною ринкового господарства, а різні форми прогнозування та програмування – широкою практикою, тому що розвиток держави не можливо здійснювати без передбачення його майбутнього та без прогнозування перспектив розвитку. Економічні прогнози необхідні для визначення шляхів розвитку суспільства та економічних ресурсів, які б забезпечували його досягнення, а також найбільш вірогідних і економічно ефективних варіантів довго-, середньострокових та поточних планів, обґрунтування основних напрямків економічної та інвестиційно-інноваційної політики, передбачення наслідків прийнятих рішень, здійснення запланованих заходів. Сьогодні прогнозування стає одним з головних наукових факторів формування стратегії та тактики суспільного розвитку.

Отже, сучасні умови господарювання потребують максимального розширення фронту прогнозування, подальшого удосконалення методології та методики розробки прогнозів. Чим більш високий рівень прогнозування соціально-економічних процесів території, тим більш ефективним буде стратегічне планування та управління цими процесами в суспільстві.

Таблиця 1

Класифікація прогнозів

Класифікаційна ознака	Вид прогнозу
За спрямованістю прогнозування	<ul style="list-style-type: none"> – пошуковий: визначення можливого стану економічного явища у майбутньому або ґрунтований на умовному продовженні в майбутнє тенденцій розвитку об'єкта, що вивчається в минулому й сучасному, абстрагуючись від можливих рішень, здатних радикально змінити ці тенденції (планів, програм тощо). Його завдання – з'ясувати, як розвиватиметься досліджуваний об'єкт за умов збереження наявних тенденцій. – нормативний: визначення шляхів і термінів досягнення можливого стану явища, що прийнято за мету; розробляють на базі заздалегідь визначених цілей. Його завдання – визначити шляхи й терміни досягнення можливих станів об'єкта прогнозування в майбутньому, які визнано за мету. На відміну від пошукового прогнозу, який у визначенні майбутнього стану об'єкта відштовхується від минулого та нинішнього, то нормативний прогноз здійснюється у зворотному порядку: від заданого стану в майбутньому до наявних тенденцій та зміни їх задля поставленої мети; – цільовий: відповідає на питання що саме треба і чому; – програмний: що необхідно зробити, щоб досягти бажаного
За терміном реалізації	<ul style="list-style-type: none"> – оперативний: від місяця до одного року; – середньостроковий: від 1 до 5 років; – довготермінові: від п'яти до п'ятнадцяти–двадцяти років; – далекоглядні: триваліші за зазначені періоди
За масштабом прогнозування	<ul style="list-style-type: none"> – макроекономічний: охоплює прогноз макроекономічних показників національної економіки в цілому; – регіональний: розробляється для окремих адміністративно-територіальних одиниць України; – галузевий: складається для окремих галузей певних видів економічної діяльності національної економіки з метою забезпечення взаємозв'язку при розробці макроструктурних прогнозів; – мікропрогноз: розробляється для окремих суб'єктів підприємницької діяльності; – суперпрогноз: охоплює прогноз світової економіки в цілому
За характером досліджуваних процесів, що пов'язані із різними аспектами процесу відтворення	<ul style="list-style-type: none"> – розвитку виробничих відносин; – соціально-економічних передумов і наслідків науково-технічного прогресу; – динаміки національного господарства: його темпів, чинників та структури; – відтворення трудових ресурсів, зайнятості й підготовки кадрів; – економічного використання природних ресурсів; – відтворення основних фондів і капітальних вкладень; – рівня життя населення; – фінансових відносин, доходів і цін; – зовнішніх економічних зв'язків

Розгляд теоретичних основ прогнозування як інструменту стратегічного планування соціально-економічного розвитку територіально-економічних систем необхідно починати з правильного розуміння термінології в контексті даної проблеми, тобто необхідно чітко зазначити, що ми розуміємо під такими термінами, як: прогноз, прогнозування, його об'єкти, види, функції.

Існує декілька трактовок категорії “прогноз” [1, с. 4; 2, с. 7] – це:

- науково обґрунтоване, вірогідне уявлення про можливий стан об'єкту у майбутньому, об альтернативних шляхах і термінах його здійснення;
- пошук реалістичного та економічно виправданого рішення;
- засіб обґрунтування вибору тієї чи іншої стратегії та прийняття конкретних рішень органами законодавчої та виконавчої влади, місцевого самоврядування відносно регулювання соціально-економічних процесів.

Класифікацію прогнозів за певними ознаками представлено у таблиці 1 [1–7].

Що стосується терміна “прогнозування”, то, перш за все, необхідно зазначити, що це процес розробки прогнозів. Крім того, це складова частина державного регулювання економіки, яка повинна виявити найбільш вагомі проблеми та визначити шляхи розвитку території. Деякі вчені зазначають, що прогнозування – це передбачення тенденцій майбутнього розвитку, наслідків вірогідних зрушень в економіці на мікро-, мезо- та макрорівнях і реалізація рішень, що приймаються [5, с. 4]. Відповідно до Закону України “Про державне прогнозування та розробку програм економічного та соціального розвитку України” державне прогнозування розглядається як науково обґрунтоване передбачення напрямків економічного та соціального розвитку держави, окремих видів економічної діяльності (галузей) або окремих адміністративно-територіальних одиниць, а також можливого стану економіки або соціальної сфери в майбутньому та альтернативних шляхів і термінів досягнення прогнозних параметрів [1, с. 4].

Завданням соціально-економічного прогнозування, з одного боку, є з'ясування перспективи найближчого або віддаленішого майбутнього, вважаючи на реальні процеси сьогодення, а з іншого — сприяння розробленню оптимальних програм і планів економічного та соціального розвитку об'єкта, що має ґрунтуватися на пропонуваному прогнозі й враховувати оцінку прийнятого рішення з позицій його наслідків у прогнозованому періоді.

Загальнотеоретичним підґрунтям прогнозування є спеціальна галузь – прогностика, що вивчає закономірності розроблення прогнозів [8, с. 189; 9, с. 22]. Прогностика визначає також:

- методи прогнозування: сукупність заходів і способів мислення, що вможливує на основі аналізу ретроспективних даних, екзогенних та ендегенних зв'язків об'єкта прогнозування, а також вимірювань їх у межах явища або процесу, що розглядається, ймовірний висновок стосовно майбутнього розвитку об'єкта;
- способи прогнозування: отримання й оброблення інформації про майбутнє на підставі однорідних методів розроблення прогнозу;
- системи прогнозування: впорядкована сукупність методичних і технічних засобів, що призначена для прогнозування складних явищ або процесів. Вона означає певну єдність методології, організації й розроблення прогнозів, що забезпечує узгодженість, послідовність і неперервність їх.

Найтісніше прогнозування пов'язане із плануванням. План і прогноз – це взаємодоповнювальні стадії планування за вирішальної ролі плану як провідної ланки управління суспільним виробництвом. При цьому прогноз виступає чинником, який орієнтує наявну практику на можливості розвитку в майбутньому, а прогнозування є інструментом розроблення планів. Прогнозування й планування відрізняються й тим, що характеризують різні стадії пізнання досліджуваного об'єкта, різні, хоча й взаємопов'язані, форми передбачення його майбутнього стану.

Основними вимогами та пов'язаними із ними проблемами під час розроблення технологій прогнозування соціально-економічного розвитку є:

- виконання прийнятих у прогностиці принципів системності, узгодженості, варіантності, безперервності, верифікаційності (тобто ймовірності, точності, обґрунтованості) та рентабельності прогнозів;
- орієнтація на домінуючий вибір нормативного виду прогнозів, за яких прогнозовані показники визначають залежно від співвідношення фактичних і нормативних (ретроспективних і перспективних) значень внутрішніх і зовнішніх чинників;
- використання абсолютних і відносних показників, що відбивають динаміку зміни значень параметрів прогнозованих об'єктів;
- встановлення оптимальної довжини бази й упередження прогнозу.

Розрізняють три основні джерела прогнозної інформації:

- набутий досвід, ґрунтований на знанні закономірностей проходження й розвитку досліджуваних явищ, процесів, подій;
- екстраполяція наявних тенденцій, закони розвитку яких у минулому й сучасному відомі;
- побудова моделей об'єктів прогнозування стосовно очікуваних або накреслених умов.

Цим джерелам інформації відповідають три способи прогнозування, що взаємно доповнюють одне одного:

- експертний: оснований на мобілізації професійного досвіду й інтуїції висококваліфікованих експертів для одержання прогнозів, що не мають кількісних характеристик. Застосовується, коли немає або не

досить статистичних даних, не існує надійних методів оцінювання подій минулого, якщо в розвитку прогнозованих процесів передбачаються різкі зміни, про характеристики яких майже нічого невідомо;

– екстраполяція: вивчення минулого та сучасного розвитку об'єкта і перенесення закономірностей цього розвитку на майбутнє;

– моделювання: дослідження пошукових і нормативних моделей прогнозованого об'єкта у світлі очікуваних або окреслених змін його стану. Моделі соціально-економічних процесів прийнято розрізняти за методами, які використовують у математиці для їх побудови. Формалізоване відображення вхідних положень має загальну назву – “економіко-математичні моделі”. Вони можуть бути статичними або динамічними, статистичними або детермінованими, лінійними або нелінійними, зі стаціонарною або змінною структурою відображення досліджуваного процесу тощо.

Учасниками державного прогнозування соціально-економічного розвитку України є [5, с. 4–7]:

– Верховна Рада України: відповідно до Конституції України затверджує Державну програму економічного та соціального розвитку України на відповідний рік;

– Кабінет Міністрів України: організовує підготовку прогнозів економічного та соціального розвитку України на середньо- та короткостроковий періоди та затверджує їх, розробляє та здійснює Державну програму економічного та соціального розвитку України на майбутній рік, організовує підготовку прогнозів розвитку окремих галузей та видів економічної діяльності на середньостроковий період і їх затвердження; визначає структуру прогнозних і програмних документів економічного та соціального розвитку, терміни та процедуру їх розробки, делегування повноважень при їх здійсненні; затверджує проект державної програми економічного та соціального розвитку України на майбутній рік і представляє його на розгляд Верховній Раді України; забезпечує та контролює виконання Державної програми економічного та соціального розвитку України і програм розвитку окремих галузей економіки та видів економічної діяльності.

– уповноважений центральний орган виконавчої влади по питанням економічної політики (Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства як головний виконавець і координатор робіт по прогнозуванню економічного і соціального розвитку і підготовки програм економічного і соціального розвитку. Цей орган сумісно з НБУ, Фондом державного майна України, Анти-монопольним комітетом України та іншими центральними та місцевими органами виконавчої влади розробляє та узгоджує прогнози економічного та соціального розвитку України на середньостроковий та короткостроковий періоди і Державну програму економічного та соціального розвитку України на майбутній рік, здійснює щоквартальний моніторинг її виконання; розробляє структуру прогнозних і програмних документів економічного та соціального розвитку, методичні рекомендації щодо їх підготовки, відповідає за впровадження в практику сучасних технологій прогнозування соціально-економічних процесів; здійснює організаційно-методичне керівництво та координує підготовку прогнозів економічного та соціального розвитку областей, районів та міст на короткостроковий період.

– інші центральні органи виконавчої влади: беруть участь у розробці проектів прогнозів економічного та соціального розвитку України на середньо- та короткостроковий періоди і Державної програми економічного та соціального розвитку України на майбутній рік, забезпечують виконання задач у відповідних галузях економіки та сферах діяльності, що визначені програмою; відповідно до визначених КМУ переліком розробляють прогнози та програми розвитку окремих видів економічної діяльності та галузей.

– місцеві державні адміністрації та органи місцевого самоврядування: розробляють та забезпечують контроль за виконанням прогнозів економічного та соціального розвитку областей, районів, міст на середньостроковий період, програми економічного та соціального розвитку на короткостроковий період.

– обласні, Київська міська державна адміністрація: приймають участь у розробці проектів прогнозів економічного та соціального розвитку України на середньо- та короткостроковий періоди та Державної програми економічного та соціального розвитку України на майбутній рік, забезпечують виконання визначених цією програмою задач на відповідній території.

Державне прогнозування повинно базуватись на таких принципах, як [5, с. 21–25]:

– принцип науковості: забезпечується розробкою різного роду програмних документів щодо забезпечення економічної самодостатності регіону на науковій основі з постійним удосконаленням методології та широким використанням світового досвіду;

– принцип постійного аналізу та контролю за виконанням програм розвитку регіону: передбачає своєчасне усунення помилок в економічній діяльності регіону та здійснення необхідних заходів щодо виконання планових показників. Постійний контроль дозволяє своєчасно виявляти відхилення, упущення, диспропорції та оперативно використовувати резерви з метою прискорення темпів виробництва в галузях або видах економічної діяльності регіону;

– принцип об'єктивності: прогнозні та програмні документи економічного і соціального розвитку регіону розробляються на основі перевірених даних державного комітету статистики України та Головного управління статистики у регіоні, уповноваженого центрального органу виконавчої влади по питанням економічної політики, інших центральних і місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, а також звітних офіційних даних НБУ;

– принцип цілісності: забезпечується розробкою узгоджених прогнозних і програмних документів економічного та соціального розвитку регіону в цілому, окремих видів економічної діяльності, адміністративно-територіальних одиниць обласного підпорядкування на коротко- та середньострокові періоди;

– принцип орієнтування програм розвитку регіону на максимізацію добробуту населення: необхідно узгоджувати ресурси та потреби в засобах виробництва, які є необхідними для виробничого процесу, його розширення, створення матеріальних резервів і страхових запасів, продукції споживання для населення; в засобах виробництва та предметах споживання з метою функціонування бюджетної сфери;

– самостійності: місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування у рамках своїх повноважень відповідають за розробку, затвердження та виконання прогнозних і програмних документів економічного та соціального розвитку відповідних адміністративно-територіальних одиниць;

– взаємозв'язку прогнозування, перспективного та поточного планування: передбачає зв'язок, генерального спрямування соціально-економічного, науково-технічного та інноваційного розвитку суспільства з поточними короткостроковими прогнозами та планами;

– принцип визначення правильних пріоритетів у розвитку регіону: передбачає у планах правильне визначення пріоритетів у розвитку видів економічної діяльності регіону з метою забезпечення прогресивних зрушень в економічних пропорціях, підвищення ефективності інвестицій та суспільного виробництва в цілому, розв'язання соціальних і екологічних проблем, ресурсозбережень, підвищення конкурентоспроможності ринків в умовах глобалізації;

– принцип комплексної оцінки сучасного рівня розвитку економіки регіону: проявляється у тому, що розробка планів повинна базуватись на результатах комплексного аналізу ретроспективного періоду. При цьому прийнятий для діагностування попередній період повинен за розміром тривалості бути таким, як і перспективний або перевищувати його.

– принцип збалансованості: передбачає узгодження показників виробництва з суспільним попитом на продукцію, грошовими доходами населення, підприємств, організацій, установ, з їх витратами; наявності ресурсів з їх суспільною потребою, а також інших показників, що забезпечують різні пропорції розвитку економіки регіону;

– гласності: прогнозні та програмні документи економічного та соціального розвитку повинні бути доступними для громадськості, наукових співробітників і усіх зацікавлених суб'єктів економічної діяльності;

– принцип реальності: передбачає забезпечення планів природними, матеріальними, трудовими та фінансовими ресурсами, ефективне їх використання. Він забезпечує відповідність поточних і перспективних планів розвитку та постійний їх взаємозв'язок;

– принцип узгодження суспільних, колективних і особистих інтересів: в планах необхідно використовувати комплексну систему інтересів як рушійну силу розвитку виробничих інтересів, розвитку економіки, підвищення її ефективності. Особиста та колективна зацікавленість відображається не тільки у високих задачах виробництва, але й в мотивації ЕАН до продуктивної праці, а регіону – до економічної самодостатності за рахунок впровадження нової техніки, підвищення кваліфікації працівників і якості продукції;

Прогнозування виконує три основних функції в державному регулюванні національної економіки: передбачення вірогідних тенденцій та циклічних коливань соціально-економічного розвитку держави або регіону в контексті загальносвітової динаміки та напрямків трансформації суспільства; - варіантів і вірогідних наслідків стратегічних і тактичних рішень, що приймаються, в галузі соціально-економічного, науково-технічного, екологічного, територіального, зовнішньоекономічного розвитку; своєчасне внесення коректив або відміна рішення, якщо цього потребують умови навколишнього середовища, що змінилися, або нова кон'юнктура внутрішнього та зовнішнього ринків. Процес розробки прогнозу нараховує три стадії:

– ретроспективних досліджень: передбачає дослідження історії розвитку об'єкту прогнозування: визначення інформаційної бази прогнозу; спостереження; зведення, групування та обробка матеріалів спостереження відповідно обраним методам.

– діагностики: визначає реальний стан об'єкту прогнозування та на його основі розробляється модель і метод прогнозування.

– проспекції: передбачає розробку самого прогнозу.

До складу прогнозних документів, що розробляються в сучасних умовах, слід віднести:

1) приватні прогнози: відображають зміни окремих сфер соціально-економічного життя, таких як: демографічна ситуація у державі або регіоні; стан природного середовища, стан науково-технічних досягнень та їх впровадження у виробництво; розмір та динаміка попиту населення на товари та послуги; прогнози основних факторів виробництва (капіталу, праці, інвестицій); прогнози розвитку певних видів економічної діяльності національної економіки держави або регіону.

2) комплексний економічний прогноз: відображає майбутній розвиток національної економіки держави або її певного регіону.

Незважаючи на те, що в управлінні соціально-економічним розвитком території особлива увага приділяється саме комплексному економічному прогнозу, приватні прогнози також дозволяють органам управління приймати обґрунтовані та виважені рішення щодо певних проблем. Наприклад, розглянемо демографічні прогнози. Вони дозволяють не лише обмежитися визначенням майбутніх характеристик населення

(загальна чисельність, статево-вікова структура, народжуваність, смертність, міграція), але й адекватно реформувати сфери охорони здоров'я і освіти, культури, фізичної культури і спорту, здійснювати продовольче, житлове, транспортне, пенсійне забезпечення населення, його соціальний захист тощо. Одночасно це впливає на характер міграційної політики, зокрема, регулювання трудової еміграції.

В Україні дослідження проблем демографічного розвитку здійснює Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України. Він проводить фундаментальні та прикладні дослідження, моделює новітні тенденції, розробляє комплексні демографічні прогнози та концептуальні засади державної соціально-демографічної політики. Так, за висновками дослідження динаміки базових складових людського розвитку в регіонах України, міжрегіональна диференціація демографічної ситуації зумовлена комплексним впливом різноманітних природно-географічних, історичних, економічних, політичних та соціальних чинників. Причому здійснювані впродовж останніх років соціально-економічні реформи, зокрема, тенденція перенесення їх акценту саме на регіональний рівень, суттєво позначаються на міжрегіональній диференціації, а в багатьох випадках спричиняють її поглиблення [10]. Це обумовлює нагальну потребу розробки не лише державної політики, спрямованої на невідкладне вирішення гострих соціально-демографічних проблем в Україні, а й регіональних програм, включення завдань подолання негативних тенденцій демографічних процесів у регіональні стратегії розвитку як пріоритетних напрямків. Отже, демографічні прогнози є важливим елементом в управлінні розвитком території, оскільки дозволяють на основі знання перспектив цілеспрямовано впливати на розвиток соціально-економічних явищ, місцевого значення, своєчасно виявляти негативні тенденції та адекватно реагувати на них.

Розглядаючи теоретико-методичні підходи щодо удосконалення прогнозування соціально-економічного розвитку території, слід зазначити таке:

– економічний та соціальний розвиток – це багатоаспектний, багатофакторний та суперечливий процес, тому прогнози повинні бути багатогарні. Це дає змогу оцінити можливі зміни. У сучасних умовах господарювання необхідно використовувати синергетичний підхід до вивчення даної проблеми, тому що в умовах кризових етапів в розвитку економічної системи вона стає нестійкою та некерованою і достатньо збігу випадкових обставин, щоб траєкторія динаміки системи різко змінилась.

Для розробки прогнозних документів економічного та соціального розвитку використовують комплексний аналіз за такими напрямками: демографічна ситуація; стану використання природного, виробничого, трудового, науково-технічного та інноваційного потенціалів; рівень конкурентоспроможності вітчизняної економіки; оцінка досягнутого рівня розвитку економіки та соціальної сфери з урахуванням впливу зовнішніх, політичних, економічних і інших факторів; тенденції розвитку вищезазначених факторів на майбутній період.

Отже, існуюча практика територіального прогнозування та планування обмежується визначенням пріоритетів економічного та соціального розвитку територій і розробкою комплексних або цільових програм, але при цьому реально не використовуються повною мірою всі існуючі методи прогнозування, які дають можливість передбачення майбутнього розвитку не лише на основі аналізу статистичних даних, а й визначення внутрішніх і зовнішніх факторів впливу, врахування кількісних і якісних змін, що відбуваються в адміністративно-територіальних одиницях (регіонах, районах, містах, селах, селищах). В результаті існує неузгодженість реальних потреб ресурсного забезпечення бюджетних цільових програм, які повинні працювати на перспективу та їх співвідношення зі щорічними бюджетними можливостями відповідних територій. На основі розроблених прогнозів має формуватись економічно обґрунтована модель розвитку території, яка повинна передбачати не менш ніж три сценарії розвитку: песимістичний, оптимістичний, реалістичний, які визначаються через призму оцінки майбутніх векторів впливу зовнішніх факторів та траєкторії змін внутрішнього середовища. Економічно обґрунтована модель розвитку має стати поштовхом для розробки регіональної стратегії розвитку на основі методології стратегічного планування, наряду зі SWOT-аналізом території і TOWS-аналізом стратегічного вибору. Ключовими позиціями регіональної стратегії розвитку, як відомо, є визначення бачення майбутнього і пріоритетів з наступною розробкою плану конкретних дій за кожним з них. Доцільно розробити також сценарії майбутніх змін і стратегії подолання ризиків, які виникатимуть у процесі реалізації планів розвитку території. Реалізація розробленої регіональної стратегії має привести до кількісних і якісних змін у соціальній, економічній, екологічній, гуманітарній та інших сферах життєдіяльності регіону, якості людського потенціалу, що підтвердить його перехід до іншого стану, тобто власне буде спостерігатись процес соціально-економічного розвитку території, індикаторами якого слугуватимуть індекс людського розвитку, індекс конкурентоспроможності території.

Висновки. Будь-яке господарське, а тим більш стратегічне рішення не може бути прийнято та виконано без передбачення можливих ризиків, вибору стратегічних пріоритетів, цілеспрямованих дій щодо їх реалізації. Для цього використовують такі інструменти, як: прогнозування, стратегічне та індикативне планування, програмування соціально-економічного розвитку держави та її регіонів. Таким чином, держава виконує не тільки функцію загального регулювання економічного життя, але й свою стратегічно-інноваційну функцію, яка визначає напрямок структурних зрушень і інноваційного розвитку з урахуванням перспектив розвитку держави та її місця у світовому господарстві. Проблеми існуючої теорії, методології та організації прогнозування соціально-економічного розвитку територій потребують вирішення з урахуванням практичних запитів сучасного управління. У свою чергу, це забезпечує можливість розширення функ-

ціональності прогнозування для прийняття обґрунтованих рішень, орієнтованих на досягнення ефективності використання економічного потенціалу територіально-економічної системи та максимізацію вартості бізнесу, що сприяє посиленню вагомості прогнозування в управлінні. Розгляд теоретичних основ прогнозування як інструменту стратегічного планування соціально-економічного розвитку територіально-економічних систем визначив необхідність удосконалення методичних засад прогнозування як пріоритетної складової системи управління соціально-економічним розвитком території, уточнення змісту та підвищення результативності процесу прогнозування через обґрунтування концептуальних, методичних і практичних пропозицій щодо орієнтування його розвитку на ефективне забезпечення управління соціально-економічним розвитком територіально-економічних систем.

Література

1. Закон України “Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України” [Електронний ресурс] // ВВР України. – 2000. – № 25. – Ст. 195. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1602-14>
2. Про розроблення прогнозних і програмних документів економічного і соціального розвитку та складання проекту державного бюджету : постанова КМУ від 26.04.2003 р., № 621.
3. Грабовецький Б. Є. Економічне прогнозування і планування : навч. посібник / Б. Є. Грабовецький. – Вінниця : ВФТАНГ, 2000. – 209 с.
4. Шелобаев С. И. Теоретико-методологические основы экономического прогнозирования [Електронний ресурс] / С. И. Шелобаев, И. С. Шелобаева, В. Д. Бушуев // Фундаментальные исследования. – 2008. – № 1. – С. 125–128. – Режим доступу: www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article_id=7778964
5. Пашута Н. Т. Основы прогнозирования и программирования макроэкономики : учеб. пособие / Н. Т. Пашута. – К. : МАУП, 2005. – 96 с.
6. Економічна енциклопедія : у 3 т. / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Академія, 2000. – Т. 1. – 864 с.
7. Большая экономическая энциклопедия. – М. : Эксмо, 2008. – 980 с.
8. Сухоруков А. И. Моделирование та прогнозування соціально-економічного розвитку регіонів України : монографія / А. И. Сухоруков, Ю. М. Харзішвілі. – К. : НІСД, 2012. – 368 с.
9. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування : підручник / В. М. Геєць, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк та ін. – Х. : ІНЖЕК, 2005. – 180 с.
10. Людський розвиток регіонів України: аналіз та прогноз : монографія / За ред. Е. М. Лібанової. – К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, 2007. – 367 с.

References

1. Zakon Ukrainy` “Pro derzhavne prognozuvannya ta rozroblennya program ekonomichnogo i social`nogo rozvy`tku Ukrainy`” [Elektronny`j resurs] // VVR Ukrainy`. – 2000. – # 25. – St. 195. – Rezhym`m dostupu: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1602-14>
2. Pro rozroblennya prognozny`x i programny`x dokumentiv ekonomichnogo i social`nogo rozvy`tku ta skladannya proektu derzhavnogo byudzhetu : postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy` vid 26 kvit. 2003 r. # 621.
3. Grabovecz`ky`j B. Ye. Ekonomichne prgnozuvannya i planuvannya : Navch. posibn. / B. Ye. Grabovecz`ky`j. – Vinny`cya : VFTANG, 2000. – 209 s.
4. Shelobaev S. Y`. Teorety`ko-metodology`chesky`e osnovy` ekonomy`cheskogo prognozy`rovany`ya [Elektronny`j resurs] / S. Y`. Shelobaev, Y`. S. Shelobaeva, V. D. Bushuev // Fundamental`nye y`ssledovany`ya. – 2008. – # 1. – S. 125–128. – Rezhym`m dostupu: www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article_id=7778964
5. Pashuta N. T. Osnovy` prognozy`rovany`ya y` programmy`rovany`ya makroekonomy`ky` : Uch. posob. / N. T. Pashuta. – K. : MAUP, 2005. – 96 s.
6. Ekonomichna ency`klopediya : 3 t. / Redkol.: S. V. Mocherny`j (vidp. red.) ta in. – K. : Akademiya, 2000. – T. 1. – 864 s.
7. Bol`shaya ekonomy`cheskaya ency`klopedy`ya. – M. : Eksmo, 2008. – 980 s.
8. Suxorukov A. I. Modelyuvannya ta prognozuvannya social`no-ekonomichnogo rozvy`tku regioniv Ukrainy` : monografiya / A. I. Suxorukov, Yu. M. Xarzishvili. – K. : NISD, 2012. – 368 s.
9. Modeli i metody` social`no-ekonomichnogo prognozuvannya: Pidruchny`k / V. M. Geycz`, T. S. Klebanova, O. I. Chernyak ta in. – X. : INZhEK, 2005. – 180 s.
10. Lyuds`ky`j rozvy`tok regioniv Ukrainy` : analiz ta prognoz (kolekty`vna monografiya) / Za red. E. M. Libanovoyi. – K. : In-t demografiyi ta social`ny`x doslidzhen` NAN Ukrainy`, 2007. – 367 s.

Надіслана/Written: 22.07.2015 р.
Надійшла/Received: 24.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов

За зміст повідомлень редакція відповідальності не несе

Повні вимоги до оформлення рукопису
<http://journals.khnu.km.ua/vestnik/rules/>

Рекомендовано до друку рішенням вченої ради ХНУ, протокол № 6 від 23.01.2013

Підп. до друку 11.08.2015. Ум. друк. арк. – 30,57. Обл.-вид. арк. – 29,86.
Формат 30×42/4, папір офсетний. Друк ізографією.
Наклад 100, зам. № 201/15

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.