

ЕКОНОМІКА РОЗВИТКУ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ

ВИДАЄТЬСЯ ЩОКВАРТАЛЬНО

№ 1 (45)

Харків. Вид. ХНЕУ, 2008

ЕКОНОМІКА РОЗВИТКУ

Засновник і видавець

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

березень 2008 р. №1 (45)

Науковий журнал "Економіка розвитку" видається з березня 2002 року, перереєстрований у зв'язку зі зміною сфери розповсюдження і назви журналу "Вісник" з 1997 р.

Реєстраційний номер свідоцтва КВ № 5947 від 19.03.2002 р.

Затверджено на засіданні вченої ради університету.

Протокол №7 від 29.02.2008 р.

Редакційна колегія

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Зав. редакцією **Сєдова Л. М.**

Відповідальний редактор **Сєдова Л. М.**

Редактори: **Ляшенко Т. О.**
Нешеретна О. М.
Замазій О. Є.
Гергеша А. В.
Дуднік О. М.
Голінська О. Г.
Новицька О. С.
Новицька Л. М.
Гнатченко Г. О.

Комп'ютерна верстка **Копитько Н. О.**

Адреса видавця: 61001

Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а

Телефони:

(057)702-03-04 — гол. редактор

(057)758-77-05 — зав. редакцією

(057)758-77-04 (дод. 2-57) — редакція

E-mail: vydav@ksue.edu.ua

- Статті для публікації в науковому журналі відбираються на умовах конкурсу.
- Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, які наводяться, несуть автори статей.
- Редакція може публікувати статті в порядку обговорення, не поділяючи точки зору авторів.
- При передрукуванні матеріалів посилання на «Економіку розвитку» обов'язкове.

Підписано до друку 20.03.2008 р.

Формат 60×90 1/8. Папір MultiCopy.

Ум.-друк. арк. 14,5. Обл.-вид. арк. 18,85.

Тираж 500 прим. Зам. № 180.

Ціна договірна.

Надруковано з оригінал-макета на Riso-6300

Видавництво ХНЕУ

- © Харківський національний економічний університет, 2008
- © Економіка розвитку, 2008
- © Видавництво ХНЕУ, 2008
дизайн, оформлення обкладинки

Зміст

Механізм регулювання економіки

Ястремська О. М., Боркова Н. В. Методичні рекомендації до оцінювання результатів діяльності менеджерів.....	5
Кавун С. В. Организация противодействия инсайдерам в предпринимательской деятельности.....	9
Худокормова Ю. В. Моделювання рейтингових систем на регіональному рівні	12
Зінченко О. А. Якість прибутку: сутність і основи оцінки	13
Холодний Г. О., Маврідю В. Ю. Моделі брэнда: теоретичні основи та напрями розвитку.....	15
Тижненко Л. О., Тижненко О. Г. Особливості застосування генетичного алгоритму в економічних дослідженнях.....	19
Васильєва Т. А. Основні індикатори ринку інноваційного інвестування	22
Косяк А. П. Концептуальні принципи організаційно-економічного забезпечення відновлення міського житлового фонду	26
Колесніченко В. Ф. Якість освіти в контексті кредитно-модульної системи організації навчального процесу	28
Павлів О. Б. Формування бюджетів за програмно-цільовим методом як основа ефективного використання місцевих ресурсів	29
Архипенко С. В. Аналіз соціальних диспропорцій розвитку регіонів.....	33
Аблязова О. Н. Количественная оценка качества товарного предложения	37
Височина О. В. Механізм оновлення кадрового потенціалу державної служби шляхом ротатії	41
Дёмин С. С. Использование метода анализа конкретных ситуаций в преподавании специальных дисциплин по внешнеэкономической деятельности в высших учебных заведениях.....	44
Струк С. І. Механізм трудової міграції населення (соціально-економічний підхід)....	47
Пушкарь А. И., Курдицкая О. С. Многоаспектный подход к построению систем развития персонала	49
Котелевська Ю. В. Особливості формування прихильності до банківського брэнда...51	
Мощенок В. В. Расчет динамической устойчивости проектов с применением Microsoft Excel 2007	54
Малярець Л. М. Базис описових моделей складних ознак у сучасному аналізі соціально-економічних систем макрорівня.....	57

Економіка підприємства та управління виробництвом

Дікань Л. В., Вороніна О. О. Складові та основні функції управління фінансовим результатом підприємства	64
Руденко Г. Р. Методика оцінки ефективності логістичної діяльності на промисловому підприємстві	66
Каляка С. В. Обґрунтування управлінських рішень щодо забезпечення стійкого функціонування підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності	69
Птащенко О. В. Інтернет-маркетинг як складова маркетингової комунікаційної політики підприємства	73
Медведєва І. Б., Погосова М. Ю. Діагностування як складова системи управління фінансовою безпекою підприємства	75
Писаревська Г. І. Управління кадровим потенціалом підприємства на основі його кадрової політики	78
Гриньова М. А. Теоретико-методичні підходи щодо обґрунтування оцінки інноваційного потенціалу підприємств	79
Капченко Р. Л. Парадигма управління потенціалом за вартісними критеріями (на прикладі агропромислових підприємств АР Крим)	82
Печерська О. М. Відтворення трудового потенціалу та його місце в забезпеченні інноваційного розвитку підприємства	84
Іпполітова І. Я. Формування узагальнюючого показника оцінки ефективності використання ресурсів підприємства	87
Турлакова С. С. Объектная модель выявления проблемных ситуаций в системе управления развитием предприятий	90
Овсянкіна А. Ю., Бабіч І. В. Аналіз існуючих підходів до оцінки складської діяльності підприємства	92
Красников В. Н., Фильштинский В. А. Аналитическое решение одной задачи парирования риска торговым предприятием	95
Пушкар О. І., Сібілєв К. С. Аналіз поняття інформаційних ресурсів та формування методичного підходу до управління ними на підприємстві	97
Колодізєв О. М., Броннікова А. І. Інновації: узагальнення сутності та визначення їх характерних ознак	101
Лаптев В. І. Модель мотивації праці членів органів управління акціонерного товариства	103
Міцкевич Н. А. Дослідження факторів, що впливають на мотивацію до праці робітників промислових підприємств	106
Пономаренко Н. М. Етапи реалізації науково-практичної методики управління процесом росту власного капіталу на підприємстві	109
Косенко А. В., Долина І. В. Економіко-математична модель визначення ціни об'єктів інтелектуальної власності методом інтервальних значень	110

*Когда наука достигает какой-либо вершины,
с нее открывается обширная перспектива
дальнейшего пути.*

С. И. Вавилов

Механізм регулювання економіки

УДК 331.101.262

**Ястремська О. М.
Боркова Н. В.**

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРІВ

The basic results of managers activity are grouped into three directions: personal achievements, capabilities of management and job results of functional subdivisions. The algorithm of its complex estimation is offered.

Управління доцільно розуміти як цілеспрямований вплив керівника на особу підлеглого або на колектив співробітників для розробки й реалізації оптимального рішення в кожній конкретній ситуації. Отже, керівна роль у здійсненні управління, формуванні цілей діяльності організації, способів і прийомів вирішення завдань належить менеджеру. Він також є провідною та організаційною ланкою в соціальних і виробничих системах. Оскільки ефективна праця менеджерів впливає на кінцеві фінансові та економічні результати підприємства, то здійснення виваженого, науково обґрунтованого об'єктивного оцінювання результатів їх діяльності дозволить сформулювати об'єктивну думку щодо доцільності використання їх здібностей у відповідному напрямку роботи.

Проблемами оцінки особистості менеджерів та результатів їх діяльності займалися В. Гриньова, О. Борисова, С. Макаров, М. Мірчев, С. Платонов, В. Третьяк, К. Скрипник, В. Черкасов, М. Виноградський, Є. Молг та ін.

Метою даної статті є висвітлення результатів дослідження щодо кількісного оцінювання результатів діяльності менеджерів та апробація методичного підходу до стратегічного управління діяльністю менеджерів середньої ланки.

Наявні методичні підходи до оцінювання результатів праці менеджерів усіх рівнів управління [1 – 9] передбачають аналіз досягнення фактичних результатів діяльності як підприємства в цілому, так і окремо за основними напрямками функціонування (темів зростання прибутку та доходу, зниження витрат і витрат ресурсів, матеріалоємності та трудомісткості продукції, збільшення частки ринку). Оскільки основним завданням менеджерів є ефективне управління персоналом підприємства для досягнення поставлених цілей, а наведені показники характеризують кінцевий результат його діяльності, тому саме їх більшість економістів пропонує використовувати в якості головних оцінних показників праці керівників.

Найбільшого поширення набули кількісні методи оцінки результатів менеджменту [1; 4 – 7; 10 – 15], особливою — бальний, коефіцієнтний і комбінований бально-коефіцієнтний. Їх перевагами порівняно з іншими методами є менша суб'єктивність, менша залежність оцінки від особистого ставлення експертів до оцінюваного менеджера, можливість формалізації результатів та порівняння оцінок для різних менеджерів, можливість систематизації результатів і використання математичних та статистичних методів їх обробки. Найперспективнішим є підхід, коли оцінка ефективності менеджменту проводиться на трьох різних рівнях — окремого менеджера, на рівні функціонального органу управління, на рівні системи управління компанією як єдиним цілим.

Коефіцієнтний метод оцінки [1; 4 – 7; 10 – 15] передбачає визначення комплексного показника, що характеризує результати праці менеджера, на основі групування часткових показників, які об'єднуються за допомогою вагових коефіцієнтів. Останні відображають ступінь впливу часткових результатів на кінцевий результат і визначаються експертним методом. Базове значення часткових показників відповідає плану (нормативу), а їхнє порівняння з фактичними значеннями характеризує міру досягнення запланованих результатів, яка й визначає результативність управлінської діяльності керівників.

Переваги даного методу обумовлені можливістю виявлення недоліків характерних для підприємства стилю й методів управління та спрямованістю на поліпшення результативності роботи персоналу з метою отримання кінцевих результатів, які б відповідали запланованим. Недоліком методу є відсутність комплексного підходу, оскільки показники, що можна використовувати, не відображають усієї сутності та цілей управлінської діяльності, а саме психологічних і соціальних її аспектів.

Для вдосконалення управління необхідні мати показники, адекватні змісту процесів управління, вимірювані або обчислювані через інші показники, доступні безпосередньому вимірюванню. Формування показників якості управління залежить від глибини розуміння як керованих процесів, так і самого процесу управління, а також інструментарію та технологій, доступних менеджерам у процесі підготовки й реалізації управлінських рішень.

Бальний метод [2; 4 – 7; 10; 12 – 17], за допомогою якого можна здійснити оцінювання ефективності роботи менеджерів, ураховує не тільки економічні, а й соціальні результати їх діяльності. Його застосування передбачає аналіз тенденцій соціально-економічного розвитку підприємства відповідно до поставлених цілей. Ефективність роботи підприємства за конкретний період визначається числовим значенням комплексного показника ефективності, що характеризує величину досягнутого результату щодо поставлених цілей діяльності в балах. Використання бальної оцінки дозволяє в систему показників, на базі яких формується комплексна оцінка, включити якісні часткові показники, що забезпечує отримання комплексного результату. Застосування наведеного методу дасть можливість оцінити ефективність роботи підприємства й організації, а також їхніх структурних підрозділів за певний календарний період.

Підводячи підсумок короткому аналізу бального методу, можна сказати, що його оцінка цілком успішно виконує контрольну функцію, але слабо стимулює творчу активність менеджерів, не відповідає завданню націлювання працівника на високі кінцеві результати його праці. Вдосконалення бального методу привело до спроб урахування результатів управлінської праці на інформаційній основі з використанням оцінних листів, карток оцінки праці фахівців і трудових паспортів.

Додатковим методом оцінки діяльності фахівців і менеджерів є використання спеціальних тестів [3; 6; 8; 9; 18; 19]. У цих тестах оцінюється не тільки наявний рівень кваліфікації, а й здатність фахівця до навчання. При цьому оцінка знань, умінь і навичок розділяється на оцінку: розуміння (сприйняття значення термінів і понять); осмислення (розуміння суті предмету або явища, а також взаємозв'язки окремих його частин); здатності до відтворення (здатності до самостійного відтворення послідовності дій за зразком у процесі вирішення типових завдань); творчого підходу (продуктивних дій, у яких шляхом використання знань, умінь і навичок випробовуваний отримує нові знання для виконання необхідних дій у процесі вирішення нетипових завдань).

Аналіз проведених досліджень дозволяє зробити висновок про достатню кількість методичних підходів, які застосовуються під час оцінювання результатів діяльності менеджерів. Для них характерні відмінності в складі часткових показників, способах їхнього розрахунку і формулах інтегрального показника. Особа — це складна система різноманітних властивостей, тому використання одного методу, навіть такого, як метод тестів, не може дати правильного прогнозу щодо придатності людини до виконання керівних функцій. Застосування лише однієї з досліджених методик не дозволяє здійснити достовірного аналізу результативності діяльності менеджерів, а отже, їх комплексне використання дасть можливість урахувати всі можливі фактори, які впливають на управлінську діяльність. Наявні методи оцінювання результатів діяльності менеджера доцільно застосовувати в комплексі, основними серед них є: моніторинг та аналіз конкретної діяльності працівника; опитування (анкетування) для виявлення самооцінки складності завдань; експертне оцінювання фахівців з управління; психологічне тестування з використанням інтелектуальних особистісних і професійних тестів; соціометрія з метою визначення ставлення підлеглих до керівника; біографічний метод; економіко-статистичні методи (бальний, коефіцієнтний).

Достовірність отриманих результатів щодо оцінювання якісних та професійних характеристик і досягнень менеджера обумовлена комплексним використанням комбінації методів, що підвищує об'єктивність оцінки придатності людини до керівних функцій.

У більшості випадків оцінкою менеджера займається його керівник, але в ряді випадків ця робота доручається комісії з декількох осіб. Останній підхід має ту перевагу, що дозволяє знизити рівень суб'єктивізму в процесі оцінювання працівника. Іноді під час оцінювання керівника враховуються оцінки з боку його підлеглих.

У ряді європейських країн набули поширення так звані центри оцінки менеджерів [3]. Діяльність цих центрів полягає у виявленні потенційних можливостей менеджерів, здійснюваному підготовленими експертами за допомогою спеціальних тестів і вправ.

Дослідження основних функцій управлінської діяльності [3; 13; 17; 20], необхідних навичок, якими повинен володіти менеджер, дозволили сформувати сукупність показників, за якими доцільно здійснювати оцінку результатів його діяльності. Запропоновані показники необхідно об'єднати за трьома напрямками, визначення яких обумовлене особливостями та цілями управління (табл. 1).

Показники, що характеризують результати діяльності менеджерів

Напрямок 1	Показники оцінки 2
Особисті результати	Підвищення кваліфікації. Наявність заохочень чи зауважень. Питома вага безпосередньо виконаних робіт за функціонально спрямованістю
Управління підрозділом	Стабільність кадрів. Темп роботи. Рівень ініціативності. Професійна гнучкість. Професійна перспективність. Результативність діяльності. Використання працівників за рівнем кваліфікації. Ритмічність роботи. Задоволеність колективу
Функціональні досягнення підрозділу. Виробництво	Обсяги товарної продукції в абсолютному вимірі. Виробництво товарної продукції у встановлених завданнях номенклатурі. Темпи зростання, приросту товарної продукції. Рівень ритмічності виробничого процесу. Рівень механізації виробничих процесів. Рівень автоматизації виробничих процесів. Конкурентоспроможність продукції. Рівень сертифікації продукції
Збут	Загальні обсяги реалізації продукції в абсолютному вимірі. Рівень виконання планів з постачання за обсягами та номенклатурою. Темпи зростання, приросту обсягів реалізованої продукції. Коефіцієнт трансакційних витрат. Залишки готової продукції на складі. Рентабельність продукції через посередників
Матеріально-технічне забезпечення	Рівень прогресивності основних виробничих фондів. Рівень завантаження основних виробничих фондів. Рівень використання основних виробничих фондів за часом. Фондовіддача. Автоматизація виробничих процесів. Своєчасне забезпечення якісними сировинними, матеріальними та енергетичними ресурсами
Використання робочого часу та кадрового потенціалу	Забезпеченість підприємства висококваліфікованими кадрами працівників відповідних професій. Виконання завдань з підготовки та підвищення кваліфікації працівників. Укомплектованість підприємства працівниками. Рівень використання робочого часу та зайнятості працівників. Використання ефективних форм стимулювання праці. Рациональне використання коштів на оплату праці. Темпи зростання, приросту продуктивності праці. Дотримання нормативної собівартості. Витрати на 1 грн. реалізованої продукції. Зниження собівартості на 1 грн. реалізованої продукції. Збільшення доходу за результатами виробничої діяльності. Дохід на 1 грн. реалізованої продукції. Темпи зростання доходів від виробничої та господарської діяльності

Закінчення табл. 1

1	2
Фінансове забезпечення	Ліквідність підприємства. Фінансова стійкість підприємства. Рентабельність власного капіталу. Рентабельність залученого капіталу. Оборотність обігових коштів
Інвестиційні процеси	Період окупності інвестицій. Чистий дисконтований дохід інвестиційного проекту. Індекс прибутковості інвестицій. Внутрішня норма прибутковості інвестицій за інвестиційним проектом. Рівень ризику
Інновації	Обсяг інноваційної продукції. Обсяг продукції, що зазнала технологічних змін. Питома вага інноваційних технологій у загальному обсязі технологій, що використовуються. Витрати на придбання інноваційних технологій

Перший напрямок передбачає визначення особистих досягнень менеджера-керівника, які характеризують його власний професійний рівень та прагнення до самовдосконалення.

Другий напрямок показників характеризує здібності менеджера стосовно управління колективом підлеглих. Запропоновані показники характеризують діяльність відділу, результати якої безпосередньо обумовлені якістю управлінського процесу.

Третій напрямок показників відображає результати професійної діяльності підрозділу, які характеризують досяжність поставлених цілей підприємством відповідно до функціональної спрямованості відділів.

У процесі оцінювання результатів діяльності менеджерів на першому етапі доцільно визначити інтегральні показники, що характеризують їх результати відповідно до запропонованих напрямків. Такий підхід дозволяє комплексно врахувати часткові показники, які характеризують результати діяльності менеджера на основі кількісної їх оцінки.

Розрахунок інтегрального показника результатів діяльності менеджерів, що забезпечує комплексну оцінку управління, здійснюється за формулою (1):

$$I_k = \alpha_1 I_1 + \alpha_2 I_2 + \alpha_3 I_3, \quad (1)$$

де $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ – вагові коефіцієнти, які визначають вплив конкретного напрямку оцінки на загальний результат;

I_1, I_2, I_3 – значення інтегральних показників результатів діяльності за відповідними напрямками оцінки.

Визначення власне інтегральних показників за запропонованими напрямками доцільно здійснювати за формулою (2):

$$I_j = \sum_{i=1}^n b_{ij} \frac{X_{ij}}{X_{eij}}, \quad (2)$$

де j – інтегральний показник результатів діяльності за j -м напрямком;

b_{ij} – коефіцієнт вагомості i -го часткового показника в рамках j -го напрямку оцінки;

X_{ij} – фактичне значення i -го часткового показника;

X_{eij} – еталонне (бажане, очікуване та практично досяжне значення) i -го часткового показника.

Результати діяльності менеджерів необхідно визначати за допомогою експертних і статистичних методів. Показники, що свідчать про особисті досягнення та вміння керувати колективом, а саме: підвищення кваліфікації, наявність заохочень чи зауважень, професійна компетентність, стабільність кадрів, темп роботи, рівень ініціативності, професійна гнучкість, професійна перспективність, результативність діяльності, використання працівників за рівнем кваліфікації, ритмічність роботи, задоволеність колективу – були визначені за допомогою експертів. Вагомість кожного показника в рамках певного напрямку була визначена методом опитування провідних фахівців у галузі управління (табл. 2). Під час визначення результатів діяльності

менеджерів за першим та другим напрямками в якості еталонного значення показників доцільно використовувати максимальне значення (максимально можливу оцінку експертів).

Експертами з оцінки результатів діяльності виступили менеджери вищої ланки, в тому числі й безпосередні керівники. Їх кількість (15 осіб) є достатньою з позиції використання експертних методів. У ході формування групи експертів основними вимогами, що висувалися до учасників, були: високий рівень загальної ерудиції, глибокі знання в галузі стратегічного управління, здатність до адекватного відображення тенденції розвитку підприємства, наявність виробничого й дослідницького досвіду.

Таблиця 2

Значущість складових оцінки результатів діяльності за першим та другим напрямками

№ з/п	Показник	Значущість складових показників	Рейтинг складової
1.1	підвищення кваліфікації	0,22	2
1.2	наявність заохочень чи зауважень	0,11	3
1.3	професійна компетентність	0,67	1
2.1	стабільність кадрів	0,064	8
2.2	темп роботи	0,085	6
2.3	рівень ініціативності	0,089	4
2.4	професійна гнучкість	0,17	2
2.5	професійна перспективність	0,095	3
2.6	результативність діяльності	0,27	1
2.7	використання працівників за рівнем кваліфікації	0,064	8
2.8	ритмічність роботи	0,075	7
2.9	задоволеність колективу	0,088	5

Результати опитування експертів щодо особистих досягнень та вміння керувати колективом менеджерів на машинобудівному підприємстві Харківської області наведені в табл. 3.

Таблиця 3

Результати оцінки експертів особистих досягнень та управлінських здібностей менеджерів

П.І.Б. працівника	Номер складової за даними табл. 2											
	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	2.9
Менеджер 1	0,76	0,81	0,62	0,71	0,86	0,85	0,71	0,76	0,52	0,52	0,67	0,62
Менеджер 2	0,76	0,81	0,62	0,71	0,86	0,86	0,81	0,90	0,52	0,67	0,76	0,71
Менеджер 3	0,81	0,71	0,52	0,71	0,90	0,76	0,76	0,57	0,71	0,62	0,90	0,67
Менеджер 4	0,76	0,57	0,71	0,62	0,90	0,67	0,76	0,57	0,81	0,62	0,71	0,67
Менеджер 5	0,76	0,76	0,67	0,67	0,90	0,76	0,67	0,52	0,86	0,76	0,90	0,81

Результати розрахунку інтегрального показника результатів діяльності менеджерів за першим та другим напрямками наведені в табл. 4.

Таблиця 4

Інтегральні показники результатів діяльності менеджерів за особистими досягненнями та вмінням керувати колективом

П.І.Б. працівника	Інтегральні показники за напрямками	
	особисті досягнення	керування колективом
Менеджер 1	0,6717	0,6742
Менеджер 2	0,6717	0,7304
Менеджер 3	0,6047	0,7394
Менеджер 4	0,7056	0,7377
Менеджер 5	0,6997	0,7782

Фактичні значення цільових показників порівнюються із запланованими, нормативними чи середньостатистичними по підприємству. Вагові значення показників, що досліджуються, є рівнозначними в межах кожної з груп. Отримані результати розрахунку відповідного інтегрального показника (I_3) подані в табл. 5.

Таблиця 5

Розрахунок інтегрального показника результатів діяльності менеджера за функціональними досягненнями підрозділу

П.І.Б. працівника	№ цільового показника						I_3
	1	2	3	4	5	6	
Менеджер 1	0,67	0,57	0,65	0,78	0,89	0,96	0,75
Менеджер 2	0,95	0,8892	0,85	0,93	0,9	—	0,90
Менеджер 3	0,64	0,51	0,55	0,73	0,80	0,96	0,70
Менеджер 4	0,83	0,66	0,72	0,94	1,0	—	0,83
Менеджер 5	0,51	0,33	0,40	0,68	—	—	0,48

Розрахунок загального інтегрального показника результатів діяльності менеджерів наведений у табл. 6.

Таблиця 6

Значення інтегрального показника результатів діяльності менеджерів

П.І.Б. працівника	I_1	Значущість	I_2	Значущість	I_3	Значущість	I_k
Менеджер 1	0,67	0,13	0,67	0,15	0,75	0,72	0,73
Менеджер 2	0,67	0,13	0,73	0,15	0,90	0,72	0,84
Менеджер 3	0,60	0,13	0,74	0,15	0,70	0,72	0,69
Менеджер 4	0,70	0,13	0,74	0,15	0,83	0,72	0,80
Менеджер 5	0,69	0,13	0,77	0,15	0,48	0,72	0,45

Отримані результати розрахунків інтегральних показників лояльності та результати діяльності менеджерів дозволяють визначити координати позиціонування кожного з працівників у запропонованій матриці [16], що подана в табл. 7.

Таблиця 7

Позиціонування працівників у матриці стратегічного управління діяльністю менеджерів

П.І.Б. працівника	Інтегральні показники		Квадрант
	лояльності	результатів діяльності	
Менеджер 1	0,74	0,73	4
Менеджер 2	0,69	0,84	4
Менеджер 3	0,43	0,69	3
Менеджер 4	0,62	0,80	4
Менеджер 5	0,48	0,45	1

Проведений аналіз утримуваних працівниками позицій підприємства свідчить про переважне позиціонування менеджерів (60%), а саме: менеджера 1, менеджера 2 та менеджера 4 – у четвертому квадранті, характерними рисами якого є високий рівень їх лояльності до підприємства та результати діяльності. Елементами стратегії управління їх діяльністю виступають наступні. Високий професійний та управлінський потенціал працівників обумовлюють необхідність продовження взаємовідносин із ними. Якщо результати діяльності свідчать про досягнення поставлених цілей, винагороду доцільно надавати переважно у формі участі у власності. У випадку, коли результати діяльності є високими, але не повністю відповідають плановим значенням, потрібно виділити основні причини, які перешкоджають отриманню кращого результату, що, у свою чергу, становить об'єкт

управління менеджером з боку керівництва. Можливості кар'єрного зростання й індивідуального розвитку базуються на відвідуванні семінарів, тренінгів, участі в розробці стратегічних рішень щодо розвитку підприємства.

У третьому квадранті позиції займає менеджер 5, ставлення якого до підприємства характеризується низьким рівнем лояльності й високими результатами діяльності. Об'єктом уваги з боку керівництва щодо даного менеджера є складові, котрі формують його лояльність з метою можливості коригування його ставлення. Необхідність формування високого рівня лояльності обумовлена високою компетенцією співробітника, діяльність якого впливає на високі фінансово-економічні результати підприємства. Строк взаємовідносин підприємства та менеджера обумовлений тенденцією зміни його ставлення й відданості, оскільки нелояльний співробітник є загрозою для економічної безпеки як джерела комерційної таємниці. Зрада інтересів фірми можлива в разі пропонування більш прийнятних умов праці та розміру її оплати.

Позиції першого квадранта займає менеджер 3, результати діяльності якого є невисокими, а лояльність до підприємства – низькою. Дослідження факторів, що спричинили таку ситуацію, спрямовані на визначення можливості продовження співпраці з даним менеджером. Якщо умови праці та матеріальна винагорода за неї відповідають середньостатистичному рівню на підприємстві, доцільності використання здібностей і вмінь працівника нема. Для таких працівників, за умов неефективної роботи, їх самовдосконалення й розвиток здійснюється за власний рахунок, у вільний від роботи час. Результати дослідження щодо підвищення професійних, управлінських здібностей, формування лояльного ставлення обумовлюють необхідність продовження взаємовідносин із працівником.

Таким чином, оцінку результатів діяльності менеджерів доцільно здійснювати за допомогою експертних та економіко-статистичних методів, що дасть можливість отримати об'єктивну інформацію щодо професійної придатності менеджерів. Показники, які необхідно використовувати для оцінки, повинні враховувати особисті досягнення менеджера, його здатність керувати колективом та результати роботи функціональних підрозділів, що дозволить повністю врахувати сутність управлінської діяльності. Застосування кількісних значень критеріїв лояльності та результатів діяльності менеджерів дасть можливість позиціонувати особу менеджера в певний квадрант матриці стратегічного управління, для якого характерні відповідні варіанти організаційних дій.

Література: 1. Активизация человеческого фактора и эффективность труда – К.: Наукова думка, 1990. – 284 с. 2. Борисова Е. А. Управление персоналом для современных руководителей. – СПб.: Питер, 2003. – 444 с. 3. Виноградський М. Д. Організація праці менеджера: Навч. посібник для студентів економічних вузів / М. Д. Виноградський, А. М. Виноградська, О. М. Шканова – К.: Кондор, 2002. – 520 с. 4. Гриньова В. М. Адміністративне управління трудовим потенціалом. Навч. посібник / В. М. Гриньова, М. М. Новікова, М. М. Салун, О. М. Красновосова. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2004. – 428 с. 5. Платонов С. В. Искусство управленческой деятельности / С. В. Платонов, В. И. Третьяк, В. В. Черкасов. – К.: ООО "Изд. "Либра", 1996. – 416 с. 6. Попов Г. Х. Эффективное управление. – М.: Экономика, 1985. – 336 с. 7. Скрипник К. Д. Управленческая деятельность: структура, функции, навыки персонала / К. Д. Скрипник, А. Э. Гергелев, Т. Л. Кутасова, Ю. Е. Миланов, А. Ю. Рожкова. – М.: Изд. "Приор", 2000. – 192 с. 8. Черкасов В. В. Управленческая деятельность менеджера. Основы менеджмента / В. В. Черкасов, С. В. Платонов. – К.: Вахлер, Атлант, 1998. – 472 с. 9. Шипунов В. Г. Основы управленческой деятельности: управление персоналом, управленческая психология, управление на предприятии / В. Г. Шипунов, Е. А. Кикшкель. – М.: Высшая школа, 2000. – 304 с. 10. Іванісов О. В. Управління трудовим потенціалом. Конспект лекцій для студентів спеціальності 7.050109 усіх

форм навчання / О. В. Іванісов, О. А. Єрмоленко, С. О. Садчиков. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – 236 с. 11. Мирчев М. К. Улучшение результативности труда менеджеров с целью повышения конкурентности организаций / М. К. Мирчев, Г. В. Шереметов // Персонал. – 2006. – №11. – С. 69 – 74. 12. Оценка деятельности функциональных подразделений промышленных предприятий в условиях коллективного подряда. – М.: Экономика, 1990. – 32 с. 13. Радчук А. Работа руководителя в структурных подразделениях / А. Радчук, Е. Беловодская, А. Кихтенко // Справочник кадровика. – 2005. – №6. – С. 79 – 83. 14. Харченко М. Комплексна система оцінки результатів праці та особистих якостей працівників малих підприємств // Справочник кадровика. – 2003. – №12. – С. 79 – 82. 15. Харченко М. Показники оцінки результатів діяльності працівників підприємств та деякі підходи до організації матеріального стимулювання їх праці / М. Харченко, С. Шкорінов // Україна: аспекти праці. – 2003. – №4. – С. 34 – 40. 16. Боркова Н. В. Методичні засади стратегічного управління діяльністю менеджерів // Вісник Хмельницького національного університету. – 2007. – №5. – Т. 1. – С. 93 – 97. 17. Макаров С. В. Менеджер за работой. – М.: Молодая гвардия, 1989. – 240 с. 18. Молл Е. Г. Управление карьерой менеджера. – СПб.: Питер, 2003. – 352 с. 19. Справочник менеджера / Под ред. проф. И. А. Уткина. – М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем", изд. "ЭКМОС", 1998. – 448 с. 20. Лидер и команда. Практическое руководство лидера эффективной команды. – Днепропетровск: Balances bussiness books, 2005. – 296 с. 21. Ермошенко Н. Н. Управление производством и руководитель (организационно-экономический аспект). – К., Донецк: Вища школа, 1983. – 172 с. 22. Журавльова І. В. Управління людським капіталом. Наукове видання / І. В. Журавльова, А. В. Кудлай. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2004. – 284 с.

Стаття надійшла до редакції
26.12.2007 р.

УДК 004.05:338.3

Кавун С. В.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ИНСАЙДЕРАМ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Different schemes of realization of insiders actions for the managers of different ranks are offered. The planned measures of elimination the channels of information leak are built.

Сегодня в современном мире, в эпоху стремительного развития ИТ-технологий и их внедрения в экономику предприятия, особенно актуальным становится вопрос обеспечения экономической безопасности (ЭБ) предпринимательской деятельности при нежелательных (незаконных) действиях своих сотрудников. Одной из таковых категорий являются **инсайдеры**, которые представляют собой обычных сотрудников предприятия, владеющих категоризированной информацией и предоставляющих ее (по каким-либо условиям: за деньги, шантаж, личное

недовольство руководством и др.) посторонним предприятиям. Согласно экономическому словарю, инсайдер (англ. insider, от inside – буквально внутри) – лицо, имеющее в силу своего служебного или семейного положения доступ к конфиденциальной информации предприятия; это должностные лица, директора, основные акционеры предприятия с широким владением акций и их ближайшие родственники. В эту группу включаются также лица, добывающие конфиденциальную информацию о деятельности предприятия и использующие ее в целях личного обогащения. Подобные предприятия чаще всего являются конкурентами на рынке. Именно таким образом и организуется один из каналов утечки категоризированной информации. Здесь следует оговорить, что данная категория сотрудников действует целенаправленно по отношению к "сливу" информации конкурентам.

Целью статьи является показ возможных схем реализации действий инсайдеров для руководителей различных рангов и построение плановых мероприятий по устранению каналов утечки категоризированной информации на предприятии.

Объект исследования – система ЭБ предпринимательской деятельности, построенная на базе различных моделей управления, например, представленной в работе [1].

Проведенный сравнительный анализ источников статистической информации (Computer Security Institute, CSI, [2]) показал устойчивую тенденцию роста потерь различных ресурсов предприятия от деятельности инсайдеров. Свидетельством тому является показатель превышения в 2007 году уровня инцидентов на предприятиях, связанных с инсайдерами, по сравнению с вирусными заражениями (рис. 1).

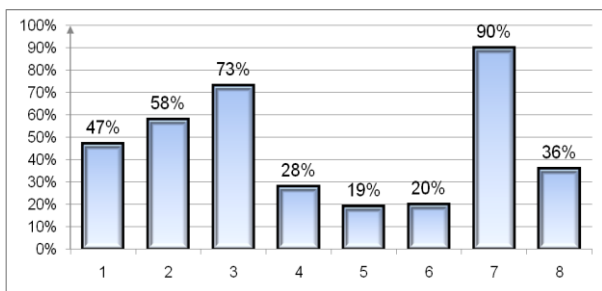


Рис. 1. Динамика изменения численности вирусных заражений и действий инсайдеров в процентах

Кроме того, по данным компании IDC, в 2007 году емкость рынка управления безопасностью и обеспечения защиты данных составила колоссальную сумму в 2,27 млрд. долларов с приростом в 20% за год. На сегодня это превышает суммарные затраты на программное обеспечение в целом с его ростом в 6 – 7% за год.

Все это свидетельствует о возникающих потребностях в профессиональных сотрудниках в сфере экономической безопасности и защиты информации. В ближайшие три года, при соблюдении темпов развития ИТ-инфраструктуры, предприятия просто должны будут львиную долю расходов выделять на реализацию мероприятий и приобретение соответствующих средств обеспечения ЭБ предпринимательской деятельности и защищенности информации, объем которой образует информационный взрыв [3].

Однако еще достаточно большое количество малых предприятий думает, что проблема киберпреступлений – это проблема большого бизнеса. 47% из них, по исследованиям европейских компаний, считают себя достаточно малыми целями для подобных преступлений. Анализ состояния безопасности и защиты данных на предприятиях показан на рис. 2.



Условные обозначения:

- 1 – считают, что являются малыми целями;
- 2 – не волнует состояние ЭБ;
- 3 – считают доступность ресурсов критической для бизнеса;
- 4 – тратят 1 час в неделю на превентивную безопасность;
- 5 – считают, что кибератаки лишат их бизнеса вообще;
- 6 – подтверждают проведение атак на их ресурсы;
- 7 – считают, что они хорошо защищены;
- 8 – приняли настройки безопасности по умолчанию.

Рис. 2. Статистика состояния безопасности предприятий

По данным ООН, уже сегодня ущерб, наносимый компьютерными преступлениями и деятельностью инсайдеров, сопоставим с доходами от незаконного оборота наркотиков и оружия. Только в США ежегодный экономический ущерб от такого рода преступлений составляет около 100 млрд. долл. Причем многие потери не обнаруживаются или о них не сообщают.

В своей деятельности инсайдеры используют либо известные каналы утечки информации (например, электронная почта, копирование на внешние носители, получение бумажных копий документов, сканирование), либо создают собственные (например, "зомбирование" собственного ПК для возможности удаленного доступа, предоставление аутентификационных данных посторонним лицам, использование заведомо слабых паролей, некачественное уничтожение бумажных носителей).

Перечень используемых программных и аппаратных средств сегодня настолько велик и многообразен, что его перечисление займет достаточно много места. Одно лишь стоит оговорить обязательно – трудностей в нахождении и приобретении подобных средств сегодня не существует никаких.

Каковы же механизмы работы инсайдеров, их методики и используемые организационные методы? Для начала все множество инсайдеров необходимо классифицировать по некоторым признакам. Поскольку основным объектом, на который направлена деятельность инсайдеров, является информация (причем категоризованная: коммерческая, банковская, персональная, служебная, аутентификационная, финансовая), то одним из признаков классификации выступает уровень доступности данных для инсайдеров (рис. 3).

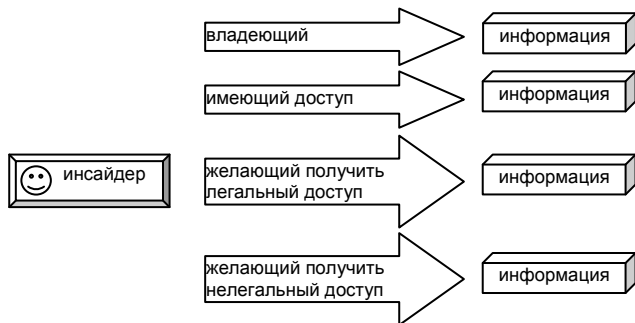


Рис. 3. Классификация инсайдеров по уровню доступности данных

Автор умышленно использовал понятие "информация", а не "данные", поскольку первое понятие намного шире, а данные могут быть частным случаем формализованного представления

информации, пригодном для использования в любом бизнес-процессе.

Приведем несколько примеров для детального описания введенных различий в табличной форме (таблица).

Таблица

Примеры вариантов использования понятий

Бизнес-процесс	Данные	Информация
Набор специалистов	Рекламные объявления	Предоставление новой услуги
Подготовка к выпуску новой продукции	Спецификации, рецепты, формуляры, дистрибутив, исходные коды	Уровень готовности продукта, технические характеристики, сроки выхода
Предоставление новой услуги (банковской, юридической, коммерческой, промышленной)	План реализации, техническое описание, модель	Расширение сферы влияния на рынке, выход на более высокий конкурентный уровень, привлечение большего числа клиентов

Исходя из приведенной классификации (рис. 3), можно с достаточной степенью уверенности выделить категории сотрудников предприятия, которые могут быть потенциальными инсайдерами:

1. Менеджеры.
2. Руководители младших рангов (у старших руководителей есть стимулы, заинтересованности, предлоги).
3. Соучредители, владеющие меньшей частью капитала.
4. Рядовые сотрудники, имеющие по роду своей деятельности доступ к категоризируемой информации и недовольные объемами предоставляемых ресурсов (должность, денежные вознаграждения, премии, временные вознаграждения: отгулы, отпуска).

Кстати, действиями инсайдеров могут быть не только "слив" информации, но и, например, преднамеренная порча, изменение или уничтожение информации (данных), что является умышленной угрозой. И за всем этим также стоят (хотя и меньшие) ресурсопотери: денежные, временные, финансовые, статистические, банковские и др.

Имея предоставленные выше данные, получаем множество возможных вариантов деятельности инсайдера (рис. 4).

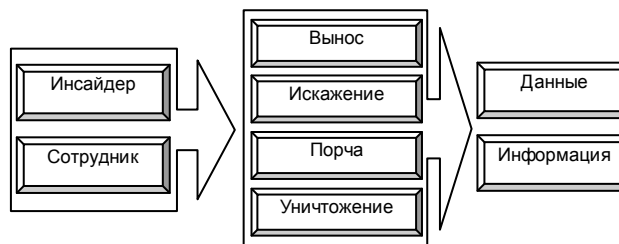


Рис. 4. Варианты деятельности инсайдера

При обычном расчете общее количество всех вариантов составит 16 с учетом всех комбинаций.

Дальнейшие организационные меры по выявлению (предотвращению деятельности) и ликвидации последствий являются базовыми и могут быть представлены как методика следующим образом:

1. Усиление правил использования и составления паролей.
2. Внедрение и тщательное соблюдение известных (мировых) стандартов, внутренних инструкций, законодательных актов, норм, правил, законов.
3. Четкое разграничение прав доступа и внимательный выбор объекта для делегирования текущих прав другим сотрудникам.

4. Введение на предприятии собственной службы информационной и экономической безопасности, а также группы улаживания инцидентов по компьютерной (информационной и экономической) безопасности – ГУИКБ [4].

5. Плановое (еженедельное, квартальное, полугодовое, годовое, внеплановое) обследование предприятия на предмет выявления известных (и не известных) каналов утечки информации.

6. Использование системы масштабного "логирования" (записи в файл всех операций, действий, транзакций) для наиболее уязвимых мест системы и критичных ресурсов предприятия.

Данный перечень можно бесконечно долго продолжать и вводить новые рекомендации, тем более при современном уровне развития ИТ-технологий в современном мире. Однако увеличение их количества может дать обратный эффект, когда в гонке за количеством реализаций защитных функций будет существенным образом теряться качество. Кроме того, при этом возрастает сложность, что также скажется на качестве их реализации в предпринимательской деятельности. Поэтому представленное количество автор считает "золотой серединой" и оптимальным множеством для начального внедрения на предприятии.

Применение методики повышения стойкости паролей и улучшения их запоминаемости позволит в значительной степени улучшить качество запоминания вводимых паролей, не снижая при этом их длины. Основные действия (приемы):

1. Использование транслитерации – прием ввода данных (символов пароля), при котором символы вводятся в одной раскладке, например, английской, а само слово (или часть его) вводится, глядя на другую раскладку. Например, слово на русском языке "крепость" реально будет выглядеть как "rhtgjcnm". Этот прием позволит в некоторой степени осложнить использование визуального канала съема информации или обычного подсматривания при вводе пароля.

2. Внедрение в начале/в середине/в конце пароля символа (более одного приводит к усложнению запоминания) с изменяемым регистром, то есть если пароль вводится строчными символами, то использование в указанных местах прописного символа (это дополнительное нажатие клавиши Shift во время ввода, что можно сделать незаметно с помощью мизинца) увеличивает его криптостойкость, не снижая способность к запоминанию. Данный прием основан на психологическом факторе человека, при котором довольно легко можно запомнить символ и его местоположение, отличный от всех вводимых остальных. Таким образом, введенный пароль может выглядеть так: "КРЕПОСТЬ" или "каВун".

3. Использование в тех же местах (см. п. 2) цифр, но не более двух, так как большее количество уже будет заметно при вводе. Этот прием также усложняет процесс подсматривания во время ввода пароля. Таким образом, введенный пароль может выглядеть так: "2Крепость" или "кавун78".

4. При вводе осмысленных литературных слов (это не рационально с точки зрения криптостойкости и возможности атаки по словарю) рекомендуется подбирать слова, состоящие из рядом находящихся букв на клавиатуре (подразумевается установленная раскладка клавиатуры – QWERTY). Это позволит, не владея достаточной скоростью набора, ввести пароль с необходимой скоростью, что также уменьшит вероятность подсматривания во время ввода пароля. Таким образом, введенный пароль может выглядеть так: "крепость" или "кавун".

5. Использование обратного порядка ввода осмысленных слов – для овладения этим приемом необходимы соответствующие навыки, что может не каждый пользователь. Кроме того, не стоит забывать о подобных возможностях в программах аудита (взлома) парольной защиты, например, SAMInside или L0phtCrack 5. Таким образом, введенный пароль может выглядеть так: "ьтсоперк" или "нувак".

6. Использование ASCII-кодов второй половины таблицы (вводимый код является трехзначной цифрой). Данный прием

эффективен, если вводимый пароль представляет собой цифровой код достаточной длины, например, номер сотового телефона с кодом оператора. Тогда вводимая последовательность будет неразрывной при вводе и, следовательно, незаметной. Методика ввода: правой рукой на цифровой панели вводится цифровая последовательность, а левой рукой незаметно нажимаются соответствующие клавиши (Shift+Alt) при вводе альтернативного кода. Таким образом, введенный пароль может выглядеть так "34657156457683210456", где жирным цветом показаны альтернативные коды – 156 и 210. Кроме того, этим способом можно получить достаточную длину пароля.

7. Использование свойства "обыденности" фразы, что приводит к значительному увеличению длины пароля, то есть в качестве пароля используется известная, обыденная фраза, словосочетание, предложение, афоризм, пословица, стихи, строки песни.

8. Использование свойства "необычности или неординарности", что является противодействием методу социальной инженерии: взломщик, следя за владельцем пароля, составляет индивидуальный словарь пользователя (его привычки, слова-паразиты, жаргон, сленг, клички животных, даты, сокращения, аббревиатуры), который потом будет использоваться для атаки по словарю. Тогда, применяя данное правило, пользователь использует в качестве пароля совершенно необычное для него слово, фразу, словосочетание.

Следует также уделить должное внимание возможности защиты от программ, называемых KeyLogger-ами, которые записывают скан-коды всех нажимаемых клавиш на клавиатуре, что вообще лишает смысла использование каких-либо приемов и правил повышения криптостойкости парольной защиты, так как символы считываются еще до момента их использования в пароле. Некоторые подобные программы можно еще и хорошо спрятать от возможности визуального обнаружения. Эти же функции перехвата скан-кодов могут быть реализованы и аппаратно в виде небольшого устройства, которое подключается в разрыве клавиатурного кабеля. Если функции перехвата реализовываются программным способом, то подобные программы должны быть предварительно внедрены в систему и прописаны в одном из следующих источников автозапуска:

1. Пуск → Программы → Автозагрузка.
2. Ветвь реестра → Local Machine Run.
3. Ветвь реестра → Local Machine Run once.
4. Ветвь реестра → Current User Run.
5. Ветвь реестра → Current User Run once.

Для выявления подобных источников можно пользоваться так называемыми программами твикерами (от англ. *Tweak*) – редакторами скрытых настроек ОС или редакторами реестра. Кстати, используя эти же источники, работают некоторые вирусы.

Таким образом, на основе предложенных методик можно получить первичную информацию, необходимую для дальнейшего построения экономической модели работы инсайдеров в предпринимательской деятельности.

Продолжение статьи планируется в следующем номере журнала.

Литература: 1. Кавун С. В. Концептуальная модель системы экономической безопасности предприятия // *Економіка розвитку*. – 2007. – №3(43). – С. 97 – 101. 2. FBI: Computer Crime Survey // www.fbi.gov/publications. 3. Кавун С. В. Информационная безопасность в бизнесе. Научное издание. – Харьков: Изд. ХНЭУ, 2007. – 408 с. 4. Кавун С. В. Методика построения политики безопасности организации / С. В. Кавун, Г. В. Шубина // *Бизнес Информ.* – 2005. – №1 – 2. – С. 96 – 102.

МОДЕЛЮВАННЯ РЕЙТИНГОВИХ СИСТЕМ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Trends of development small enterprise of Kharkov region's districts for 1999 – 2006 on the basis of the designed models of the forecasting object rating are considered in the article.

Наявність ієрархічних і внутрішніх зв'язків між економічними об'єктами та їх однорідність надають можливість застосування певного інструментарію визначення позицій об'єктів як елементів регіональних економічних систем. Усе більшої актуальності в сучасних умовах набуває застосування рейтингів.

Під рейтингом розуміється порівняльна комплексна оцінка та ранжування однотипних суб'єктів у порядку зміни їх кількісних і якісних характеристик [1]. Рейтингування — процес визначення рейтингів економічних об'єктів [1].

Процес рейтингів вживає понад 40 років вивчається вітчизняними та зарубіжними вченими [2 – 5 та ін.].

За допомогою рейтингів, з одного боку, відбувається виконання функцій управління, тобто рейтинги призначені для прийняття управлінських рішень, а з іншого — здійснюється перетворення вихідних впливів (стимулів) у результатні величини (реакції). Як зазначають М. Месарович та І. Такахара, ці ознаки є описом системи [6] з точки зору цілеспрямованого (прийняття рішень) і причинно-наслідкового (феноменологічного або термінального) підходів. Рейтинг характеризує сукупність взаємопов'язаних елементів, а отже, правомірним є використання поняття "рейтингові системи".

Метою статті є розроблення методичного та інформаційного забезпечення процесу моделювання рейтингів систем.

Основний недолік, що характерний для рейтингів систем, — недостатність економічної інтерпретації отриманих рейтингів чисел — пропонується нівелювати за рахунок застосування при рейтингів методів економіко-математичного та статистичного аналізу [2; 4]. Елементи економічних систем мають певну структуру взаємопов'язаних властивостей та внутрішніх зв'язків, на яку має спиратися рейтингів. Такий підхід дає можливість ідентифікувати закономірності розвитку елементів економічних систем, але він не отримав достатньої розвиненості, що об'ґрунтовує актуальність подальшого дослідження моделей рейтингів.

При моделюванні рейтингів автором було визначено три етапи: побудова рейтингів, розподіл об'єктів і оцінка якості моделі та інтерпретація результатів.

Схему загального алгоритму рейтингів наведено на рисунку.



Рис. Схему загального алгоритму рейтингів

На етапі побудови рейтингів (див. рисунок, блоки 1 – 10) визначаються місця елементів економічних систем у рейтингів та розраховуються їх рейтингів оцінки. Етап розподілу об'єктів і оцінки якості моделі (див. рисунок, блоки 11 – 13) передбачає розподіл об'єктів, що аналізуються, на споріднені групи, які мають певні відмінності в розвитку. Також на цьому етапі виконується виявлення й коригування випадків помилкової класифікації об'єктів. Етап інтерпретації результатів (див. рисунок, блок 14) є аналітичним і не потребує використання математичних методів. На цьому етапі виконується аналіз виявлених особливостей елементів економічних систем та їх угруповань, відбувається розроблення науково об'ґрунтованих рекомендацій щодо прийняття управлінського рішення.

Кожний з етапів рейтингів має свої особливості щодо використання певного економіко-математичного інструментарію.

Більшість наукових робіт з рейтингів присвячено першому з визначених етапів. У працях [3; 4] для побудови рейтингів пропонується використання методів суми місць, геометричної середньої, відстаней та ін., що дозволяє розрахувати рейтингів оцінки, ранжувати об'єкти та виявити положення елементів систем відносно інших. Порівняння результатів застосування наведених методів на практиці виявило незначні розбіжності, що свідчить про можливість використання будь-якого з них.

Однак проведення ранжування не дозволяє визначити якісне наповнення отриманих рейтингів оцінок та виконати подальшу інтерпретацію результатів. Для ідентифікації схованих закономірностей, виявлення статистичних зв'язків між ознаками на етапі побудови рейтингів може бути використано факторний аналіз. Отримані в результаті аналізу значення факторів можна розглядати як індекси, що характеризують рівень розвитку елементів економічних систем. Факторний аналіз дозволяє ідентифікувати не тільки внутрішні та зовнішні впливи, а й сховані закономірності економічних систем.

Таким чином, результатом етапу побудови є рейтингів оцінки економічних об'єктів та їхні місця в рейтингів, а також фактори, що можуть використовуватися для групування при розподілі об'єктів.

На етапі розподілу об'єктів і оцінки якості автором розроблено моделі ендогенного та екзогенного рейтингів. При ендогенному рейтингів за допомогою кластерного аналізу відбувається групування сукупності елементів економічних систем за схожими характеристиками. Для такого групування доцільно використовувати метод k-Means (k-середніх), який є неієрархічним методом кластерного аналізу, оскільки процедуру ієрархічного кластерного аналізу призначено для малої кількості об'єктів, і вона не підходить для значного обсягу даних через трудомісткість агрегативного алгоритму.

Слід зауважити, що в залежності від мети моделювання може бути використано не тільки ендогенне, а й екзогенне рейтингів, методичним підґрунтям якого є метод інтервальної оцінки, або стратифікації, що є широко відомим у практиці рейтингів. Особливість цього методу полягає в тому, що він дозволяє відстежити загальні тенденції економічної системи через можливість існування пустих інтервалів: якщо, наприклад, до інтервалу лідерів не потрапило жодного об'єкта, це характеризує економічну систему як слабо розвинену.

Оскільки статистичні методи групування й класифікації, зокрема методи кластерного аналізу та інтервальної оцінки, мають певну ймовірність помилкової класифікації [7], для перевірки точності результатів кластеризації їх доцільно використовувати як навчальну вибірку для побудови дискримінантних функцій. Ці функції мають описувати залежність категоріальної ознаки (групи, інтервалу або кластера) від початкових даних.

Прогнозування стану, тенденцій розвитку економічних систем та їх елементів, а також отримання економічної інтерпретації прогнозів є окремим заданням рейтингів.

Для кожного з елементів економічних систем та для системи в цілому обираються тестові методи прогнозування, оцінюється якість та адекватність отриманих моделей. Для оцінки

якості прогнозованої моделі використовується коефіцієнт детермінованості R^2 . За шкалою Чеддока, якщо $R^2 > 0,49$, тренд описує зміни в стані об'єктів з достатньою достовірністю; якщо $R^2 > 0,81$ — тренд відображає зміни в стані об'єктів зі значною точністю [8]. Адекватність моделі оцінюється за допомогою критерію Акайке (AIC) [9]. Якщо модель визначається як неадекватна, процедура підбору методів повторюється.

Наведене відповідає алгоритму прогнозування, що запропонований Дж. Боксом і Г. Дженкінсом [10]: вибір загально-го класу гіпотетичних моделей; структурна ідентифікація конкретних підкласів обраних типів моделей з використанням статистичних характеристик часових рядів; оцінка параметрів ідентифікованих моделей; діагностична перевірка адекватності конкретної моделі.

Швидкість та характер розвитку економічних систем і їх елементів може бути виявлено через обчислення трендів (функцій розвитку) рейтингових чисел за деякий період часу. Швидкість розвитку економічного суб'єкта є першою похідною від його функції розвитку, тобто $U = f'(x)$, де $f(x)$ — функція його розвитку. Зміна знака на екстремумі першої похідної з від'ємного на позитивний указує на зміну характеру розвитку системи або її елемента з регресивного на прогресивний.

Друга похідна від функції розвитку є прискоренням розвитку системи та її елементів. Позитивна величина прискорення свідчить про зростання швидкості темпів розвитку економічної системи.

Тенденція елементів економічних систем до зближення, тобто зменшення дисперсії, вказує на сталий та рівномірний розвиток і свідчить про ефективні дії представників управлінської системи.

На практиці розроблену методику апробовано при моделюванні рейтингових систем районів Харківського регіону за станом малого підприємництва в 1999 – 2006 рр.

За аналізований період економічна система розвивалася нерівномірно, двічі змінила характер розвитку з регресивного на прогресивний, система мала значні коливання в розвитку, а отже, дії керівництва можна визначити як мало-ефективні. За дискримінантним аналізом групування районів у зоні середнього впливу у 2006 р. указує на менший вплив зовнішнього середовища на розвиток малого підприємництва, ніж у попередньому році, та незначне поліпшення ситуації. При підтриманні існуючих темпів розвитку прогнозні тенденції малого підприємництва районів Харківського регіону поступово занепадать.

Таким чином, для організацій, що виробляють управлінські рішення щодо розвитку малого підприємництва, рейтингування дозволить визначити проблемні райони та спланувати заходи щодо виправлення ситуації.

Подальше дослідження рейтингових систем передбачає створення інформаційно-методичного забезпечення пошуку прихованих нетривіальних даних у статистичній звітності, що надасть можливість знаходити нові зв'язки між властивостями об'єктів, передбачати стан економічних систем у майбутньому, більш якісно інтерпретувати результати аналізу та використовувати отримані результати в процесі прийняття управлінських рішень.

Література: 1. Худокормова Ю. В. Теоретико-методичні підходи до рейтингових систем управління розвитком // Економіка розвитку. – 2002. – №4. – С. 13 – 15. 2. Єріна А. М. Статистичні аспекти визначення рейтингів / А. М. Єріна, С. С. Ващаєв // Статистика України. – 2000. – №4. – С. 74 – 80. 3. Шеремет А. Д. Методика фінансового аналізу / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулін. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 176 с. 4. Бутник А. Б. Экономико-математические методы в анализе хозяйственной деятельности предприятий и объединений / А. Б. Бутник, Р. С. Сайфулин, Я. Р. Рейльян. – М.: Финансы и статистика, 1982. – 200 с. 5. ВНС Rating System // Federal Reserv Press Release. – 1979. – February 7. – P. 5 – 18. 6. Месарович Д. Общая теория систем: Пер. с англ. / Д. Меса-

рович, И. Такахаха. – М.: Мир, 1978. – 312 с. 7. Айвазян С. А. Прикладная статистика: Классификация и снижение размерности. Справ. изд. / С. А. Айвазян, В. М. Бухштабер, И. С. Енюков, Л. Д. Мешалкин; [Под ред. С. А. Айвазяна. – М.: Финансы и статистика, 1989. – 608 с. 8. Электронный учебник StatSoft. – StatSoft, Inc., 1984 – 2001 // <http://www.statsoft.ru/home/textbook/default.htm>. 9. Критерий Акайке: Обмен опытом // <http://www.statsoft.ru/home/portal/exchange/akaike.htm>. 10. Розенберг Г. С. Экологическое прогнозирование (Функциональные предикторы временных рядов) / Г. С. Розенберг, В. К. Шитиков, П. М. Брусиловский. – Тольятти: ИЭВБ РАН, 1994. – 182 с.

Стаття надійшла до редакції
18.02.2008 р.

УДК 658: 622. 0112

Зінченко О. А.

ЯКІСТЬ ПРИБУТКУ: СУТНІСТЬ І ОСНОВИ ОЦІНКИ

Determination of "quality of income" is resulted in the article, the questions of the methodical providing of estimation of "quality of income" are considered, the criteria of differentiating the terms "income distributing" and "income usage" are offered.

Провідне значення прибутку підприємств у ринковій економіці не викликає сумніву. Загальновідомо, що в умовах ринку прибуток відіграє для будь-якого підприємства значну роль – його максимізація виступає основним спонукальним мотивом будь-якого виду бізнесу, головною кінцевою метою підприємницької діяльності. Особливо нагальним це питання є для підприємств гірничорудної галузі.

На сучасному етапі розвитку ринкових процесів на гірничо-збагачувальних підприємствах виникає потреба в удосконаленні системи управління прибутком. Велике значення при цьому має такий основний елемент системи управління прибутком, як його оцінка.

Вивченню сутності та ролі прибутку присвячені праці багатьох вітчизняних і закордонних економістів. Так, А. Бабо стверджує, що прибуток підприємця виконує чотири функції: вимірює успіхи діяльності, є джерелом коштів для фінансування подальшого розвитку, є винагородою власнику капіталу, є потенційною основою ухвалення рішень про здійснення інвестицій [1, с. 87].

Професор І. О. Бланк також розглядає роль прибутку підприємства в умовах ринкової економіки. При цьому він наводить такі положення: "1. Прибуток підприємства є головною метою підприємницької діяльності. 2. Прибуток підприємства створює базу економічного розвитку держави в цілому. 3. Прибуток підприємства є критерієм ефективності конкретної виробничої (операційної) діяльності. 4. Прибуток є основним внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів підприємства, що забезпечують його розвиток. 5. Прибуток є головним джерелом зростання ринкової вартості підприємства. 6. Прибуток підприємства є найважливішим джерелом задоволення соціальних потреб суспільства. 7. Прибуток є основним захисним механізмом, що захищає підприємство від загрози банкрутства" [2, с. 11 – 16].

Саме тому управління прибутком – це один із найважливіших аспектів економічної науки та практики.

Необхідно розглянути основні моменти, що визначають сутність категорії "управління прибутком". Цьому питанню приділяла увагу велика кількість вітчизняних та зарубіжних авторів [3 – 12].

З точки зору І. О. Бланка [2, с. 25], управління прибутком становить процес пошуку й ухвалення управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування, розподілу та використання на підприємстві.

Оцінка прибутку є основним етапом управління ним, на основі якого здійснюються всі інші етапи цього процесу. Питання оцінки та аналізу прибутку широко висвітлені в роботах багатьох економістів.

Однак визначенню сутності та розробці методики оцінки якості прибутку в сучасних дослідженнях увага практично не приділяється. У тому числі це стосується й кількісного її вимірювання. В економічних працях [2, с. 25, 501] тільки констатується існування поняття "якість прибутку", і лише в деяких — наводяться окремі аспекти її визначення й вимірювання.

Так, у роботі [2, с. 25, 501] підкреслюється, що "якість прибутку" — це узагальнена характеристика структури джерел формування прибутку підприємства. Далі надається трактування високої та низької якості прибутку. Висока якість операційного прибутку характеризується зростанням обсягу випуску продукції, зниженням рівня операційних витрат тощо, а низька якість — зростанням цін на продукцію без збільшення обсягу її випуску й реалізації в натуральних показниках.

На думку автора, в процесі розкриття сутності якості прибутку необхідно враховувати наступні моменти. Визначення "якість прибутку" повинне відображати основні сутнісні аспекти, причинно-наслідкові ознаки даного поняття. Потрібно звернути увагу на те, що категорія "якість прибутку" охоплює не тільки етап формування прибутку, а також і етапи розподілу й використання прибутку. Вона характеризує операційний, інвестиційний та фінансовий прибуток. Для визначення рівня якості операційного прибутку слід розробити відповідні критеріальні ознаки. Необхідно враховувати, що поняття "висока" і "низька якість" стосуються також фінансового, інвестиційного та загального прибутку підприємства.

З урахуванням вищевказаних положень пропонується наступне визначення поняття якості прибутку.

Якість прибутку — це комплексна якісно-кількісна характеристика прибутку підприємства, що пов'язана з його формуванням, розподілом та використанням і оцінкою кваліфікації робітників, організаційно-технічного рівня виробництва та ступеня їх ефективного використання.

Цей показник може вимірюватися як фактична, планова або нормативна величина залежно від поставленого завдання та періоду оцінки.

Автором пропонується в системі управління прибутком підприємства в процесі кількісної його оцінки розмежувати: управління прибутком за обсягом (об'єкт управління при цьому — величина прибутку) та управління прибутком за його якістю (об'єктом управління при цьому є якість прибутку). В умовах гірничорудних підприємств одним із елементів оцінки якості прибутку виступає врахування (а в деяких випадках і нейтралізація) впливу специфічних умов функціонування комбінатів, у тому числі: зміни гірничо-геологічних умов, організаційних умов, пов'язаних з неритмічністю процесу видобутку сировини, тощо.

Для кількісної оцінки якості прибутку підприємства автором пропонується використання системи взаємопов'язаних показників. Вони включають у себе абсолютні, структурні та динамічні показники, які можуть розраховуватись як фактичні, планові й нормативні. З урахуванням рівня деталізації вони можуть бути узагальнювальними, локальними або частковими.

Теоретичні та методологічні засади оцінки прибутку і його якості можна схематично відобразити у вигляді системи (рисунок).

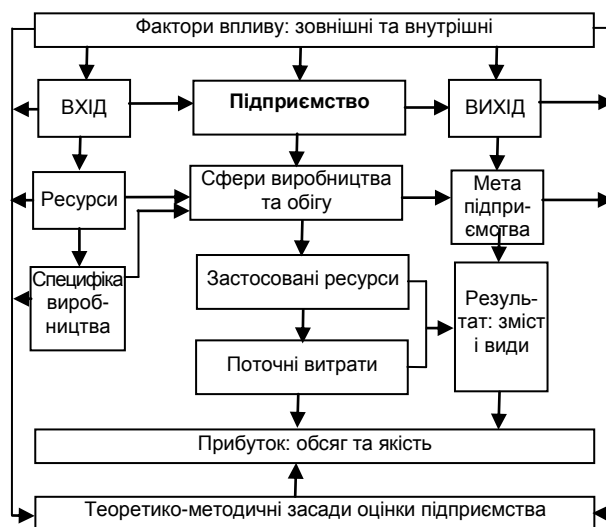


Рис. Теоретичні та методологічні засади оцінки прибутку та його якості

Не менш важливим моментом управління прибутком є його оцінка в розрізі основних етапів проходження прибутку на підприємстві, а саме: формування прибутку, розподілу прибутку й використання прибутку. Автор статті вважає, що необхідно виділити критерії розмежування понять "розподіл прибутку" та "використання прибутку".

При цьому, якщо прибуток ділиться між державою і підприємством (сплата податків та загальнообов'язкових платежів до бюджетів, джерелом яких є прибуток), повинен застосовуватись термін "розподіл прибутку". Процес, коли підприємство самостійно використовує свій прибуток за різними напрямками розвитку в межах підприємства, має назву "використання прибутку". У такому випадку об'єктом управління є прибуток підприємства після сплати податків і обов'язкових платежів (чистий прибуток підприємства).

Можна зазначити, що на порядок і умови розподілу прибутку підприємства впливають зовнішні чинники, а на умови і порядок використання прибутку — внутрішні чинники. Виділення цих двох видів чинників є похідним критерієм розмежування означених вище двох термінів.

Таким чином, запропоновані у статті теоретичні та методологічні засади оцінки прибутку і його якості дозволять науково обґрунтувати процес управління прибутком на підприємствах.

Література: 1. Бабо А. Прибыль: Пер. с франц. / Общ. ред. и коммент. В. И. Кузнецова. — М.: ОА Изд. группа "Прогресс", "Универс", 1993. — 176 с. 2. Бланк И. А. Управление прибылью. — 2-е изд., расш. и доп. — К.: Ника-Центр, Эльга, 2002. — 752 с. 3. Ансофф И. Стратегическое управление. — СПб.: Питер, 1993. — 488 с. 4. Бонк И. А. Стратегия и тактика управления финансами. — К.: Прогресс, 1997. — 504 с. 5. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами: Пер. с англ. — М.: Финансы и статистика, 1997. — 800 с. 6. Виханский Л. Г. Стратегическое управление корпорацией. — М.: Дело, 1998. — 276 с. 7. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент. — К.: ИТЕМ, 1995. — 420 с. 8. Бланк И. А. Финансовый менеджмент. — К.: НИКА-Центр, 1999. — 572 с. 9. Бойчик И. М. Економіка підприємства. Навч. посібник. — К.: Атака, 2002. — 480 с. 10. Филимонов А. С. Финансы предприятия. Учебн. пособие. — К.: Ника-центр, 2002. — 280 с. 11. Савицкая Т. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. — Мн.: Экоперспектива, 1997. — 500 с. 12. Слав'юк Р. А. Финансы підприємств. Навч. посібник. — К.: ЦУЛ, 2002. — 460 с.

УДК 658.82

**Холодний Г. О.
Мавріду В. Ю.**

МОДЕЛІ БРЕНДА: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

On the basis of the analysis of existing determinations and the models of brand, author's determination of the term "brand" is offered, and the model of brand is constructed.

У сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки в Україні все більш поширюється використання методів та способів здійснення підприємницької діяльності, які ефективно діють у багатьох країнах світу. Одним із таких способів є франчайзинг, що є відносно новим для України. Під франчайзингом розуміють передачу прав власником (франчайзером) права на використання свого бренду, технології ведення бізнесу та виробництва й інших прав користувачу (франчайзі) на певних умовах.

Популярність франчайзингу пояснюється досить високою ефективністю підприємств, які розвивають свою підприємницьку діяльність на його основі.

Так, у США після п'яти років діяльності на ринку серед підприємств, які працюють за системою франчайзингу, припиняють свою діяльність лише 8 зі 100, а через 10 років — 10 зі 100, у той час як серед підприємств, що створені традиційним способом, через п'ять років на ринку залишаються лише 23%, а через 10 років — тільки 18% [1].

Слід зазначити, що глобальний масштаб застосування франчайзингу та його висока ефективність обумовлені найголовнішою складовою франшизи — нематеріальними активами, а саме брендом.

Бренд та технологія ведення бізнесу є основними нематеріальними активами, які передаються за умовами франчайзингового договору. Передача концепції ведення бізнесу і розкриття торговельних секретів носять винятково внутрішньомережний характер, залишаючись безпосередньо між франчайзером і франчайзі. Що стосується брендів, то вони мають свій "зовнішній" прояв. Для споживачів головне — цінність бренду. Якщо бренд визнаний, тобто має певну цінність в очах споживачів, то, безумовно, це буде певною гарантією якості товарів та послуг. Цінність бренду в загальній цінності компанії може становити від 15% до 70% [2].

Тому для створення, ефективного існування й успішного розвитку підприємства найважливішу роль має визначення та втілення у продукт певних складових, які перетворюють звичайну торгову марку на бренд.

Проблеми створення та розвитку бренду викладені у працях таких зарубіжних та вітчизняних авторів, як: Ф. Котлер [3], Д. Огілві [4], А. Елвуд [5], Д. Аакер [6], Д. ЛеПла [7], О. Моїсеєва [8], В. Домнін [9], В. Перція [10], Л. Мамлеєва [10], О. Мороз [11], О. Пашенко [11], Г. Гейер [12], Н. Романюк [13] та ін.

У роботах вищезазначених вчених досліджуються проблеми сутності та ролі бренду в сучасних умовах, складових елементів бренду, шляхів створення сильних брендів та ін.

Проте необхідно зазначити, що в науковій літературі на цей час не існує узагальненого підходу щодо визначення складових, які в повній мірі розкривають сутність бренду.

Тому метою даної статті є всебічний аналіз існуючих визначень бренду, визначення й узагальнення його складових

та побудова ефективної й адаптованої до сучасних ринкових умов моделі бренду.

На сьогоднішній день існують різні підходи щодо визначення бренду.

Провідні спеціалісти з розробки брендів В. Перція та Л. Мамлеєва у роботі "Анатомія бренду" [9] пропонують наступне кількісне визначення бренду: товар можна вважати брендом, якщо:

він фізично доступний 75% потенціальних покупців з цільової аудиторії;

75% цільової аудиторії можуть точно за назвою бренду описати галузь його діяльності;

мінімум 20% покупців з цільової аудиторії можуть правильно назвати основні описові характеристики бренду;

існує на ринку не менш ніж 5 років; покупці готові платити за нього ціну, яка перевищує середню ціну на аналогічні товари в цій категорії [9, с. 44].

Для повного та чіткого розуміння терміна "бренд" вважається доцільним проаналізувати деякі існуючі визначення бренду та, враховуючи всі недоліки останніх, запропонувати авторське визначення цього поняття.

Результати морфологічного аналізу терміна "бренд" подані в табл. 1.

Таблиця 1

Морфологічний аналіз терміна "бренд"

Родове поняття	Сутність	Автор (джерело)
Сукупність елементів (характеристик)	Бренд — це назва, термін, символ, рисунок або їх поєднання, які призначені для ідентифікації товарів і послуг виробника або групи продавців та їх диференціації від товарів або послуг конкурентів	[3, с. 448]
	Бренд — це недосяжна сума властивостей продукту: його ім'я, упаковка й ціна, а також його історія, репутація та спосіб рекламування. Бренд є поєднанням вражень, які він справляє на споживача, та результатом їхнього досвіду у використанні бренду	[11, с. 8]
	Бренд — це виражена в торговельній марці сукупність іміджевих, експлуатаційних, технічних та інших характеристик товару, яка дозволяє правласникові (власникові) даної марки не тільки грати одну із провідних ролей на ринку певних товарів або послуг, а й використовувати саму марку як товар або послуги	[14]
Торговельна марка	Бренд — це "якісна" торговельна марка, що має гарну репутацію у споживача і добре продається протягом тривалого періоду часу	[13]
	Бренд — це успішна торговельна або сервісна марка, що має високу репутацію у споживачів	[15]
Цілісний образ	Бренд — це цілісний образ товару, послуги, країни та ін. у споживчій свідомості	[9]
Засіб вирізнєння	Бренд є засобом вирізнєння товару або групи товарів, що дозволяє власникові досягти бажаних конкурентних переваг на ринку	[16]

Аналіз існуючих теоретичних підходів до визначення бренда показав, що вони є досить різноманітними, але більшість з авторів розглядають бренд як сукупність характеристик або як успішну торговельну марку.

Проаналізувавши існуючі розуміння сутності бренда, пропонується наступне визначення бренда, в якому на відміну від існуючих урахований синергетичний ефект від впливу складових бренда.

Бренд — це сукупність технічних, органолептичних, емоційних, комунікаційних та інших елементів (характеристик), які в сумі свого впливу на споживача дозволяють отримати синергетичний ефект у вигляді завоювання довіри (лояльності) споживачів та підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Для повного уявлення й чіткого розуміння сутності бренда також необхідно визначити його складові елементи. Теоретичні підходи щодо розкриття складових бренда є досить різноманітними.

Так, О. Мороз та О. Пашенко [11] розглядають бренд як набір з таких елементів:

ідентичність бренда — центральний елемент, котрий, у свою чергу, складається з постійних елементів, що не змінюються в часі (ім'я, цінності та особистий погляд на світ), з яким співвідносяться всі інші елементи;

особистість бренда, його характер і манери;

імідж бренда — результат синтезу, що здійснений людьми з потоку різних сигналів, отриманих від складових бренда, перш за все, інтерпретації повідомлення, виявлення його змісту, розуміння, знаків;

комунікація — що, як і яким чином повідомляється споживачу;

поведінка — стиль поведінки на ринку як самого бренда, так і всіх людей, що виступають від його імені;

"фізика" бренда — означає всі його матеріальні елементи, включаючи людей від керівництва до кур'єра; це все те, що приходить на думку при згадуванні бренда [11, с. 60].

Ф. ЛеПла [7] виділяє наступні інструменти бренда:

Місія:

це те, що ви робите;

відповідає на питання, яким бізнесом ви займаєтесь;

надихає людей;
стимулює вибір.

Цінності:

впливають на те, як ви працюєте;
є заповітними переконаннями;
забезпечують вклад у корпоративну структуру;
визначають стандарти поведінки;
формують дискусії.

Історія:

це те, про що ви розповідаєте іншим;
описує поведінку, яка пов'язана з брендом у контексті;
це колективний міф вашої організації;
це основа для ваших піднесених заяв;
забезпечує контекст вашої місії.

Принцип:

це ваш унікальний підхід;
діє як фільтр рішень і моделей поведінки;
є основним фактором, що диференціює;
визначає напрям дій, які відповідають бренду.

Індивідуальність:

це ваш тон і манери;
привносить емоційний фактор у відносини з клієнтами;
сприяє формуванню довіри;
стимулює візуальні та вербальні комунікації;
забезпечує керівні принципи дій.

Асоціації:

це додаткові засоби для того, щоб клієнти вас запам'ятали;

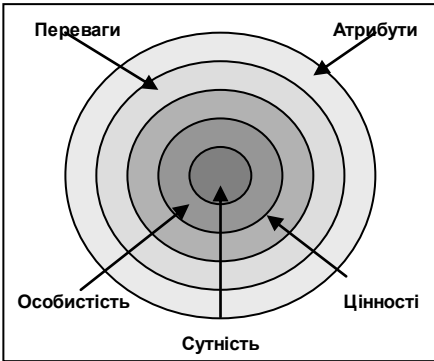
оживляють ваш бренд, діючи на п'ять органів чуттів;
є стислими уявленнями бренда [7, с. 46 – 47].

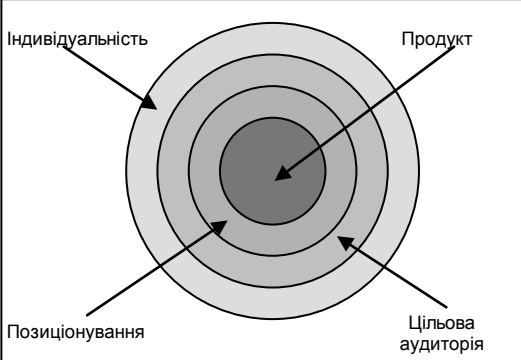

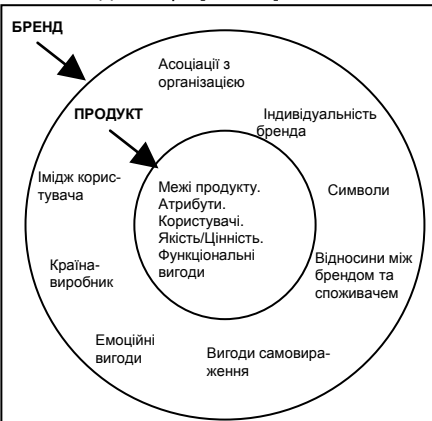
На основі всебічного аналізу найбільш відомих моделей бренда, що подані в табл. 2, визначення та врахування їх переваг та недоліків, авторами було вдосконалено теоретико-методичний підхід до визначення складових бренда та побудовано модель "Мозаїка бренда", яка графічно зображена на рисунку.

Ця модель може бути успішно застосована в системі розвитку франчайзингових відносин для побудови сильного бренда та його ефективного розвитку на ринку.

Таблиця 2

Порівняльний аналіз існуючих моделей бренда

Назва та графічне представлення моделі	Основні складові бренда згідно з моделлю	Переваги моделі	Недоліки моделі
1	2	3	4
<p>1. Модель "Колесо бренда" (Brand Wheel) [17]</p> 	<p>Бренд розглядається з точки зору споживача як набір з п'яти "оболонок", що вкладені одна в одну. У моделі використовується п'ять рівнів: Атрибути, Вигоди, Цінності, Особистість і Суть Бренда. Атрибути описують продукт як фізичний об'єкт: колір, запах, матеріал, з якого він вироблений, основні компоненти та ін. Вигоди становлять загальні результати використання споживачем бренда. Цінності — характеристика найбільш високого порядку, тому що на цьому рівні йде опис емоційних наслідків використання бренда. Особистість — характеристика, що досить широко застосовується в теорії й практиці брендингу та дозволяє метафорично представити бренд у вигляді людських якостей. Суть Бренда — це сукупна складова всіх попередніх чотирьох рівнів. Це єдина потужна ідея, що вбирає в себе ключові аргументи для споживача вибрати той чи інший бренд</p>	<p>Використання моделі дозволяє послідовно за допомогою комплексних маркетингових зусиль пов'язати сутність бренда з конкретними властивостями товару (послуги)</p>	<p>Не має цілісного підходу до бренда; не враховує зворотний зв'язок зі споживачем; не містить зв'язку з ринковим середовищем</p>

1	2	3	4
<p>2. Модель Thompson Total Branding (TTB) [18]</p> 	<p>Основною ідеєю моделі є порівняння бренда з особистістю людини. Бренд – унікальна композиція трьох складових: чуттєвих, або фізичних відчуттів (як бренд виглядає, пахне, звучить), раціональних (що бренд містить у собі, як сконструйований, як працює) та емоційних (які настрої та почуття від користування викликає). Разом ці складові створюють особистість. На думку авторів, людей також можна описати за допомогою чуттєвих, раціональних і емоційних складових. Тому бренд теж повинен містити у собі всі ці компоненти, які викликають певні почуття у споживачів. Згідно з моделлю ТТВ, у бренді розрізняють декілька рівнів, кожен з яких є центром для наступного шару. Ядром бренда виступає продукт – те, що він собою являє. Наступний шар, що вміщує попередній, – це позиціонування, тобто для чого цей продукт призначений і чим він відрізняється від інших марок. Наступним рівнем є цільова аудиторія – це ті потенційні споживачі, на яких спрямовано комунікації, і останній рівень – індивідуальність бренда, тобто ідентифікація, яка впливає з позиціонування</p>	<p>Побудова бренда як особистості дозволяє домогтися чіткого зворотного зв'язку від цільової аудиторії; модель надає можливість побудувати систему чинників, які формують враження від бренда, та на цій підставі довести до споживача, в чому полягає індивідуальність бренда</p>	<p>Модель побудована переважно на визначеннях структури особистості та не враховує ринкового контексту, тобто зв'язку з характеристиками ринку</p>
<p>3. Модель Unilever Brand Key [16]</p> 	<p>Дана модель на сьогодні є однією з найпоширеніших. За своєю суттю вона поєднує факторний та процесуальний підходи до побудови бренда. В основі створення бренда лежить визначення та фокусування на цільовій аудиторії, з одного боку, та аналіз конкурентного середовища – з іншого. Наступний етап полягає у виявленні притаманних цільовим споживачам домінуючих мотивів, які можна використати для побудови бренда, виходячи з конкурентного середовища. На цій підставі формують сутність бренда, пов'язану з такими елементами, як: визначення бренда, корисність бренда, цінність і персоніфікація, а також відповідь на питання, чому саме споживач має довіряти бренду</p>	<p>Модель пов'язана з психологічно-мотиваційними особливостями цільової аудиторії та специфікою конкурентного середовища</p>	<p>Модель у повній мірі не розкриває сутності бренда як цілісної сукупності властивостей товару (послуги)</p>
<p>4. Модель Д. Аакера [9, с. 67]</p> 	<p>Д. Аакер у визначенні складових, які повинні бути властиві бренду, основний наголос робить на відмінності бренда від звичайного продукту. Згідно з цією моделлю бренд, окрім характеристик товару, містить у собі: імідж користувача; країну-виробника; асоціації з організацією; індивідуальність бренда; символи; відносини між брендом та споживачем. Крім функціональних вигод, бренд на відміну від звичайного продукту здатний запропонувати: вигоди самовираження; емоційні вигоди</p>	<p>У моделі присутній зворотний зв'язок зі споживачем; у моделі враховані вигоди споживача від самовираження в результаті споживання (користування) товару (послуги)</p>	<p>У моделі не врахований зв'язок з ринковим середовищем</p>

1	2	3	4
<p>5. Модель Ж.-Н. Капферера [19]</p>  <p>III. Ядро марки Сутність марки. Керівний принцип. «ДНК»</p> <p>II. Стиль марки 4. Особистість. 5. Культура. 6. Автопортрет</p> <p>I. Тематика марки 1. Фізичні властивості. 2. Відображення. 3. Відносини</p>	<p>Складові моделі: фізичні властивості: зовнішній вигляд торговельної марки (назва, колір, логотип, упаковка); відображення: образ цільової аудиторії, що відображений у марочних комунікаціях; відносини; особистість: характер марки; культура: минуле та цінність марки; автопортрет: те, як споживач сприймає себе відносно марки.</p> <p>Перші три характеристики складають тематику марки, а наступні три – стиль марки. Крім цього, існує також концепція ядра торговельної марки, в якому зосереджена сама її сутність, керівний принцип, її "ДНК".</p> <p>Фізичні властивості, відносини й відображення є тематикою марки. Культура, особистість і автопортрет – це стиль марки, який може трансформуватися, але повільно та поступово. Ядро марки повинне залишатися незмінним, виступаючи "якорем" у безперервній еволюції її стилю й тематики</p>	<p>Модель урахує зворотний зв'язок зі споживачем</p>	<p>Модель у повній мірі не розкриває сутності бренда як цілісної сукупності властивостей товару (послуги); модель не враховує ринкового контексту, тобто зв'язку з характеристиками ринку</p>



Рис. Модель "Мозаїка бренда"

Вибір саме цієї назви та вигляду, в якому подана модель, обґрунтований авторським баченням бренда. У межах запропонованої моделі бренд співвідноситься з цілісною картиною (мозаїкою) та розглядається відповідно — якщо

одна складова цієї мозаїки не присутня, або присутня не на належному рівні, цілісного враження від мозаїки вже нема.

Запропонована модель "Мозаїка бренда" на відміну від існуючих містить у собі розширений перелік найбільш важливих складових елементів бренда і враховує ринковий контекст та зв'язок зі споживачем.

У табл. 3 складові "Мозаїки бренда" подані більш докладно.

Слід зазначити, що використання запропонованих складових моделі залежить від специфіки товару чи послуги, особливостей ринку та інших факторів.

Але теоретичні засади побудови ефективного бренда повинні передбачати необхідність поєднання усіх вищезазначених елементів бренда таким чином, щоб разом вони склали гармонійну композицію, тобто єдиний синергетичний підхід, який, у свою чергу, дозволить створити у споживача відчуття внутрішньої логіки, продуманості всіх деталей стосовно даного бренда.

Таблиця 3

Складові "Мозаїки бренда"

Технічна якість	Об'єктивно-економічна якість	Корпоративність	Символи	Збут	Комунікації	Органолептичне сприйняття	Емоційне сприйняття
Надійність	Ціна	Репутація фірми	Історія бренда	Канали розподілу	Інформування	Візуальні складові	Асоціювання
Безпека	Споживча вартість	Ідентифікація (ідентичність)	Легенда	Місця продажу	Служба підтримки споживачів (CRM-центри)	Звукові складові	Образ
Довговічність	Корисність	Місія бренда (фірми)	Персонаж бренда	Доступність	Схеми лояльності	Аромат	Престижність
Потужність	Фізичні якості	Стилістика	Досягнення	Персонал	Реклама	Дизайн продукту	Емоційні цінності
Точність	Досвід	Корпоративна стратегія	Авторитетні особистості	Мерчендайзинг	Стимулювання збуту	Назва бренда	Почуття
Продуктивність	Раціональні вигоди	Самоідентифікація споживачів	Міфологія бренда	Сервісне обслуговування	PR-технології	Упаковка бренда	Художня виразність
Комфортабельність	—	—	—	—	Прямий маркетинг	Логотип	Креатив бренда
Ергономічність	—	—	—	—	Особистий продаж	Слоган	—

Таким чином, на основі саме визначених та запропонованих елементів можна побудувати сильний бренд, що приведе до підвищення ефективності підприємства в конкурентній боротьбі.

Література: 1. Панкратов Ф. Г. Комерційна справа: Навч. посіб. для вузів / Ф. Г. Панкратов, Т. Г. Серьогіна. – Рівне: Вертекс, 2001. – 352 с. 2. От обычной торговой марки к супер-бренду // <http://www.franchising.kiev.ua>. 3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – 11 междунар. изд. – СПб.: Питер, 2005. – 800 с. 4. Огилви Д. Откровения рекламного агента. – М.: Эксмо, 2007. – 160 с. 5. Элвуд А. Основы брендинга: 100 приемов повышения ценности торговой марки. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 336 с. 6. Аакер Д. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга / Д. Аакер, Э. Йохимштайлер; [Пер. с англ. Н. В. Кияченко, А. Н. Москвичева, Ю. А. Быстрова. – М.: Изд. дом Гребенникова, 2003. – 376 с. 7. ЛеПла Д. Ф. Стратегии развития бренда. Оригинальный практический инструментарий для лидера вашего бренда / Ф. Дж. ЛеПла, С. В. Дэвис, Л. М. Паркер; [Пер. с англ. под ред. О. Б. Максимовой. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2004. – 368 с. 8. Моисеева Н. К. Брендинг в управлении маркетинговой активностью: Монография / Н. К. Моисеева, М. Ю. Рюмин, М. В. Слушаенко, А. В. Будник; [Под ред. Н. К. Моисеевой. – М.: Омега-Л, 2003. – 336 с. 9. Домнин В. Н. Брендинг: новые технологии в России. – СПб.: Питер, 2002. – 348 с. 10. Мамлеева Л. Анатомия бренда / Л. Мамлеева, В. Перция. – М.: Вершина, 2007. – 228 с. 11. Мороз О. В. Теория современного брендинга: Монография / О. В. Мороз, О. В. Пашенко. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2003. – 104 с. 12. Гейер Г. В. Брендинг в инновационной стратегии предприятия / Г. В. Гейер, А. В. Ландик. – Донецк: Норд-Пресс, 2006. – 136 с. 13. Рохманюк Н. Как создать управляемый бренд? // <http://www.marketingburo.com.ua>. 14. Зоткин А. Бренд как основа успешного современного бизнеса // www.abz.msk.ru. 15. Тесакова Н. В. Бренд и торговая марка: развод по-русски: Практика, опыт, технологии / Н. В. Тесакова, В. В. Тесаков. – СПб.; М.; Н. Новгород; Воронеж; Ростов н/Д; Питер, 2004. – 268 с. 16. Зозульов О. Моделі брендингу: класифікація та стисла характеристика / О. Зозульов, Ю. Несторова // Маркетинг в Україні. – 2006. – №5. – С. 44 – 49. 17. Перция В. Кухня брендинга // <http://www.mmm.com.ua>. 18. Перция В. Клейменные железом // <http://www.mmm.com.ua>. 19. Волков А. Стратегический бренд-менеджмент и капитализация организации // Маркетинг. – 2006. – №4(89). – С. 19 – 29.

Стаття надійшла до редакції
31.01.2008 р.

УДК 330.16

Тижненко Л. О.
Тижненко О. Г.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ГЕНЕТИЧНОГО АЛГОРИТМУ В ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

A new scheme of genetic algorithm, where the crossovers are omitted and new populations are created only with the aid of mutations, is addressed. This scheme is extremely effective in those economic problems, in which the fitness function has the only extremum.

Використання генетичних алгоритмів в економіці є відносно новим інструментом дослідження складних економічних систем, що пов'язаний з комбінаторним характером пошуку оптимальних рішень. Класичний приклад застосування ге-

нетичного алгоритму – вирішення задачі комівояжера [1 – 5], яка пов'язана з проблемою мінімізації вартості постачання в мегаполісах, з розрахунком вартості маршрутів у туристичному бізнесі, особливо міжнародному та ін.

Останнім часом генетичний алгоритм інтенсивно використовується для створення систем штучного інтелекту, що отримали розвиток у двох напрямках [6]: еволюційне моделювання, яке базується на генетичному алгоритмі й генетичному програмуванні, та конективізм (нейронні мережі й паралельні процеси). Моделі штучного інтелекту [5; 7 – 10] використовуються як для оцінки ризику бізнес-рішень, так і для неперервного моніторингу економічних систем. Треба зазначити, що у зв'язку з поширеним застосуванням нейронних мереж в управлінні виробничими системами зростає роль генетичних алгоритмів, які використовуються для їх навчання [3; 11].

Особливе значення має застосування генетичного алгоритму в економетриці для оцінки параметрів економетричних моделей. Це особливо стосується суттєво нелінійних моделей типу Кобба – Дугласа, а також довільних моделей у тому випадку, коли не виконуються умови Гаусса – Маркова [11].

На базі генетичного алгоритму будуються також адаптивні моделі виробничих систем, ринків та економіки країни в цілому [9; 10].

Взагалі генетичний алгоритм є робастним методом оптимізації за допомогою стохастичних методів пошуку оптимуму, який базується на принципах натуральної селекції та еволюції [1 – 3; 5]. Як оптимізаційний алгоритм, він є особливо корисним для вирішення складних проблем, у тому числі комбінаторного характеру. Генетичний алгоритм вважається особливо ефективним для пошуку глобального максимуму у багатовимірному просторі у квазіоптимальному наближенні.

Слід, однак, зазначити, що застосування існуючих схем генетичного алгоритму для вирішення оптимізаційних задач потребує складного програмного забезпечення, яке відсутнє у відкритому друку, а також у відомих статистичних пакетах прикладних програм. Це обмежує застосування генетичних алгоритмів в економічних дослідженнях. Крім того, процес пошуку оптимального рішення в генетичному алгоритмі може тривати дуже довго через квазіоптимальний характер пошуку глобального оптимуму. Все це обумовлює розгляд основних принципів генетичного алгоритму з метою його вдосконалення.

Перш ніж перейдемо до аналізу існуючого методичного забезпечення застосування генетичних алгоритмів у процесі пошуку оптимальних управлінських рішень, зазначимо основну термінологію, яка запозичена з біології. Так, множина пробних рішень складає популяцію (population); послідовні популяції пробних рішень – покоління (generations); наступне покоління складається з дітей (children) за допомогою селективної репродукції пари батьків (parents) з поточного покоління (current generation); селективна репродукція здійснюється за допомогою відбору (selection), схрещування (crossover) і мутації (mutation). Оскільки генетичний алгоритм оперує, як правило, не з числовими значеннями параметрів моделі, що він оптимізує, а з кодами цих параметрів, то пробні рішення в кодах носять назву хромосом (chromosome). Оптимізація параметрів моделі в генетичному алгоритмі провадиться за допомогою оптимізації цільової функції (fitness function) [1].

У цілому генетичний алгоритм класифікується як метод глобальної оптимізації на відміну від більш відомих методів оптимізації, таких, як градієнтні методи, квазіньютоніві методи та симплекс-методи, що класифікуються як методи локальної оптимізації. Принципова відмінність методів глобальної оптимізації від методів локальної оптимізації полягає в тому, що результат локального пошуку дуже залежить від початкових умов, тоді як результат глобального пошуку є робастним.

Концепція генетичного алгоритму, яка була вперше запропонована Дж. Холландом [4], здійснює пошук оптимуму згідно з теорією Дарвіна про природну селекцію та еволюцію. Основні принципи її функціонування зображені на блок-схемі, наведеній на рис. 1.

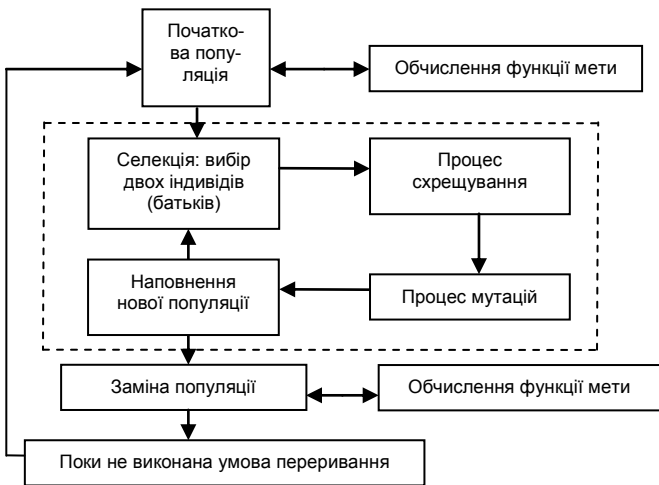


Рис. 1. Блок-схема простого генетичного алгоритму

Упродовж процесу оптимізації за допомогою генетичного алгоритму створюється множина пробних рішень (індивідів), і далі ці індивіди еволюціонують до оптимального рішення під тиском селективної умови, яка міститься в цільовій функції. Взагалі для застосування простого генетичного алгоритму необхідно: 1) закодувати параметри пробних рішень у вигляді генів; 2) створити послідовність генів у вигляді хромосом; 3) створити початкову популяцію; 4) обчислити й присвоїти значення цільової функції кожному індивіду популяції; 5) провести репродукцію за допомогою селекції, заснованої на значеннях цільової функції; 6) провести рекомбінацію (схрещування) й мутації для створення нової популяції.

Не розглядаючи докладно створення генів і хромосом, зазначимо, що це досить складна процедура, пов'язана з двійковим кодуванням значень економічних показників і створенням єдиної послідовності одиниць та нулів (хромосом) для кожного такого значення, як це зображено схематично на рис. 2.

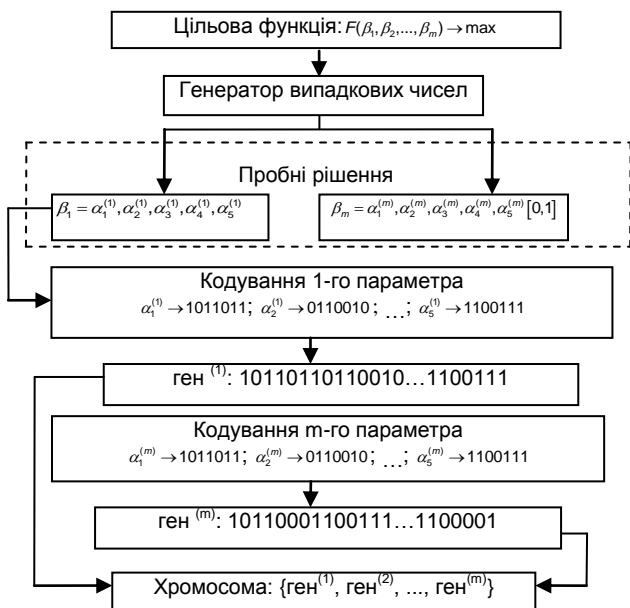


Рис. 2. Структура хромосоми, або індивідуального прототипу рішення (індивіда)

Цієї процедури можна уникнути й кодувати значення показників реальними числами. Це набагато зменшує обсяг обчислень, але може зробити збіжність алгоритму неможли-

вою з причини дуже великих змін у координатах вектора рішення при схрещуванні, оскільки схрещування в даному випадку становить перестановку координат вектора рішення. Щоб уникнути цього, необхідно заздалегідь розрахувати ареал пошуку оптимального рішення, а також розмір популяції, від якого залежить щільність точок-індивідів на гіперповерхні багатовимірної функції мети, що схематично зображено на рис. 3 для двовимірної системи параметрів.

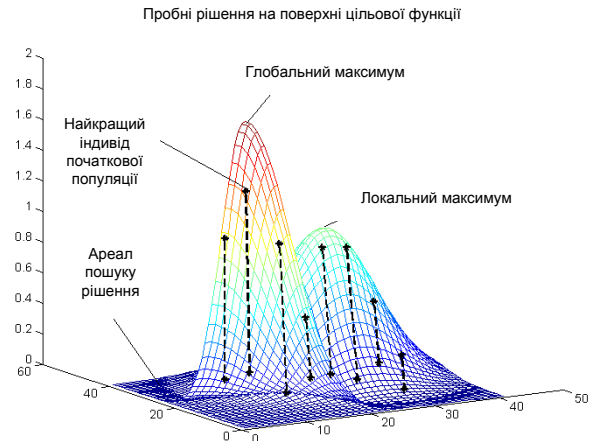


Рис. 3. Поверхня цільової функції з двома максимумами, глобальним і локальним, у тривимірному просторі для двовимірної системи параметрів. (Зірками позначені точки-індивіди початкової популяції на поверхні цільової функції, а також в ареалі пошуку оптимального рішення)

Слід зазначити, що створення хромосом у стандартному генетичному алгоритмі є не найскладнішою процедурою. Набагато більше обчислювального часу займає процедура схрещування, яка схематично зображена на рис. 4.

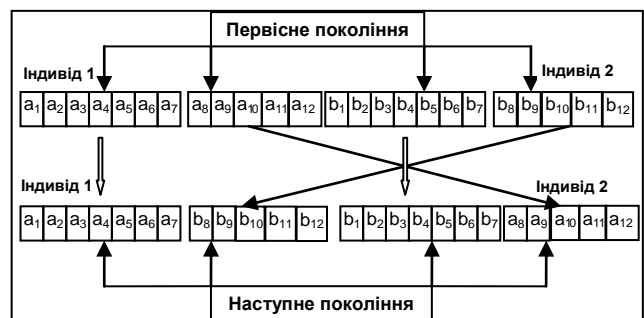


Рис. 4. Дія оператора схрещування

Операція схрещування базується на біологічному принципі, згідно з яким береться не одне материнське рішення з найбільшою цільовою функцією, а два рішення (батьки), не завжди найкращі, і з них створюють дітей (наступне покоління). Один із варіантів процесу схрещування зображений на рис. 4. Крім того, пар батьків береться набагато більше, ніж одна, для того, щоб не втратити ту гіпотетичну пару, яка може дати оптимальне рішення. Як видно з рис. 4, схрещування створює хромосоми дітей із блоків генів батьків. Ясно, що це є не найбільш ефективний спосіб передачі найкращих ознак, тому що заміна місцями координат (генів) частково руйнує найкраще рішення. Тому для знаходження кращої послідовності генів, ніж попередня, необхідна велика кількість схрещувань із різноманітними комбінаціями генів усередині блоків. Саме ця процедура ускладнює генетичний алгоритм та уповільнює його збіжність.

Згідно з базовою схемою функціонування генетичного алгоритму (див. рис. 1), група найкращих рішень з початкової популяції підлягає схрещуванню для створення нового покоління. При схрещуванні здійснюється заміна координат, або груп координат, векторів-індивідів двох батьків. Ця процедура значно змінює координати векторів, що забезпечує випадкове переміщення точок-індивідів по всій гіперповерхні цільової функції в пошуках глобального екстремуму. Але саме ця процедура заважає використанню характеристик найкращого рішення в наступній популяції. Для унаочнення впливу схрещування на пошук оптимального рішення у стандартному генетичному алгоритмі розглянемо рис. 3, на якому схематично зображено розподіл точок-індивідів початкової популяції на поверхні цільової функції. Одна точка пробного рішення знаходиться досить близько до глобального максимуму. Було б природно використати саме це рішення для подальшого створення наступної популяції. Але стандартний генетичний алгоритм тільки запам'ятовує дане рішення як найкраще в популяції, а далі значно змінює всі рішення за допомогою схрещування групи кращих індивідів у пошуку наступного найкращого рішення, цільова функція якого буде більша за попередню. З одного боку, така процедура забезпечує переміщення точок-індивідів по всій гіперповерхні цільової функції, що запобігає пропуску глобального максимуму, а з іншого – катастрофічно збільшує час пошуку квазіоптимального рішення. Тому рішення, яке задовольняє апріорні умови точності, може бути отримано досить скоро, а може й ні, оскільки описаний процес є чисто випадковим. Ймовірність отримання рішення з заданою точністю залежить від самої точності, від ареалу пошуку рішення, від розміру популяції та від способу репродукції.

Є можливість, однак, відмовитись від біологічного принципу схрещування, зображеного на рис. 4, і створювати наступне покоління тільки з одного найкращого, так званого материнського рішення лише за допомогою мутацій (метод тотальних мутацій), вибираючи з них нове материнське рішення за принципом максимуму або мінімуму цільової функції (турнірний метод). Схематично механізм селекції за турнірним методом подано на рис. 5.

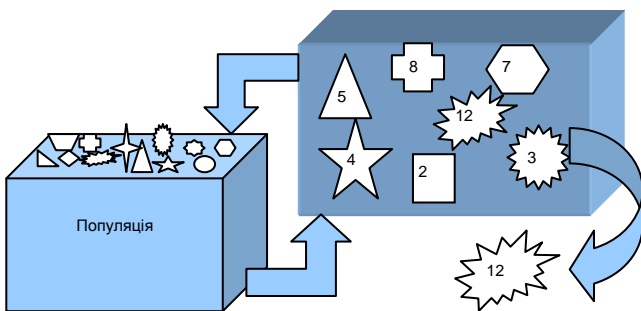


Рис. 5. Метод турнірної селекції

При такому механізмі репродукції на відміну від схрещування змінюються випадковим чином усі гени, тобто координати, найкращого показника попередньої популяції. Це значно прискорює процес пошуку оптимального рішення та дозволяє отримувати поступово кращі рішення, наближаючись до точного оптимального рішення. Але за такого способу створення нової популяції існує загроза того, що в новому поколінні не буде жодного індивіда із властивостями, кращими за материнське рішення, через надзвичайні зміни значень генів, що є єдиною причиною, через яку це може трапитись. Більш того, така ситуація обов'язково реалізується при наближенні до оптимуму, оскільки при зростанні точності рішення повинна зменшуватись варіабельність рішення від ітерації до ітерації. Єдиним виходом з цієї ситуації є зменшення рівня мутацій в міру наближення до оптимального рішення. Саме даний метод пропонується використовувати в економічних дослідженнях для спрощення програмування генетичного алгоритму та прискорення його збіжності. Схеми функціону-

вання генетичного алгоритму пошуку максимуму цільової функції, в якому репродукція індивідів проводиться на базі мутації зі змінним рівнем, зображена на рис. 6.

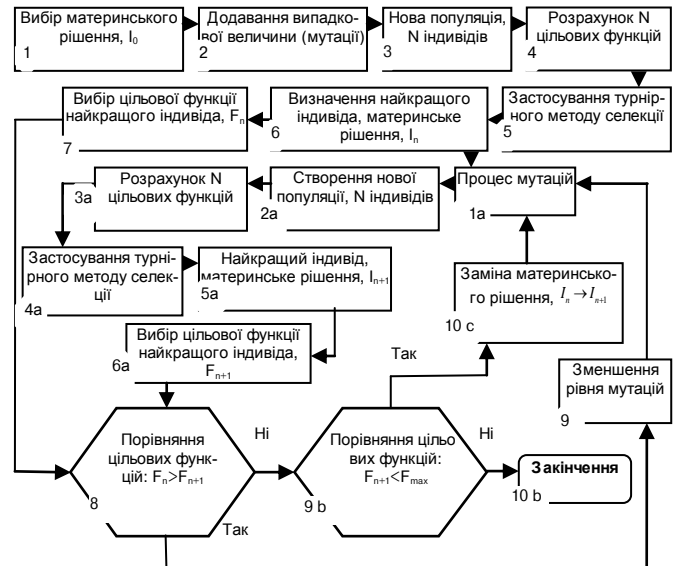


Рис. 6. Схеми функціонування генетичного алгоритму на базі турнірного методу селекції і тотальних мутацій

Процес оптимізації цільової функції починається з вибору початкового рішення, I_0 , яке вважається початковим материнським рішенням. На базі цього рішення створюється початкова популяція, що становить поточне покоління. В економічних задачах, як правило, оптимізують цільову функцію, що визначається значеннями показників. Самі ці значення і є рішенням задачі оптимізації. Припустимо, що вони складають множину $I = \{x_1, x_2, \dots, x_m\}$, тобто функція, яку оптимізують, залежить від m показників. Тоді початкове материнське рішення можливо записати як $I_0 = \{x_1^{(0)}, x_2^{(0)}, \dots, x_m^{(0)}\}$.

Створення початкової популяції на базі цього рішення можливо зробити наступним чином: до материнського рішення додати псевдовипадкові числа розподілені за рівномірним законом, які генерує певна комп'ютерна програма. Наприклад, у програмному середовищі MATLAB такі псевдовипадкові числа генерує програма $rand.m$. Усі ці числа розподілені в інтервалі $(0; 1)$. Це означає, що ті мутації, які викличе доданок цих чисел до материнського рішення, можуть бути значно великими або малими (в залежності від значень самих показників) для створення популяції з кращими властивостями. Крім того, ясно, що мутації повинні не тільки збільшувати значення показників, а й зменшувати їх випадковим чином. Саме це досягається лінійним перетворенням значень псевдовипадкових чисел: $r = rand - 0,5$. Числа r при цьому рівномірно розподілені в інтервалі $(-0,5; 0,5)$. Ураховуючи те, що мутації потрібно зменшувати або збільшувати, динамічна схема мутацій має містити рівень мутацій α і виглядати наступним чином для створення наступного покоління $\{I_1^{(k)}\}_{k=1:n}$, складеного з n індивідів:

$$\{I_1^{(k)}\} = I_0 + \alpha r^{(k)}, k = 1:n \quad (1)$$

де $r^{(k)}$ – k -та реалізація псевдовипадкового вектора $r(r_1, r_m, \dots, r_m)$ розміру m , який дорівнює числу показників, що підлягають процесу оптимізації.

Слід зазначити, що кожна комп'ютерна реалізація псевдовипадкового вектора дає такі значення його координат, що повністю відрізняються один від одного. Тому популяція (1), яка створена на базі материнського рішення I_0 , складається з

різних індивідів, але при одному й тому ж рівні мутації α . У стандартному генетичному алгоритмі кількість індивідів у популяції складає, як правило, від 30 до 100. Кожному індивіду популяції (1) ставиться у відповідність особиста цільова функція, блок 4 на рис. 6. При цьому слід зазначити, що хоча із зростанням розміру популяції збіжність алгоритму прискорюється, але значно зростає обсяг обчислювань. Якщо основним механізмом репродукції є схрещування, то розмір популяції не можна брати менш ніж 50 індивідів, що суттєво збільшує складність обчислювань. У запропонованому в роботі алгоритмі розмір популяції можна скоротити до десяти індивідів, що в десятки разів зменшує обсяг обчислювань та сприяє гнучкості застосування генетичного алгоритму в різних економічних задачах для пошуку оптимальних рішень.

Зі створеної популяції вибирається далі нове материнське рішення за принципом максимуму цільової функції, тобто турнірним методом селекції – блок 5 і далі – блоки 6 і 7. Цільова функція найкращого рішення, F_n , де $n > 0$, запам'ятовується у блоці 7 для подальшого порівняння у блоці 8 з наступною цільовою функцією, яка далі позначається F_{n+1} . Найкраще рішення з блоку 6 оголошується новим материнським рішенням і на його основі складається наступне покоління за допомогою методу тотальних мутацій, що позначено на рис. 6 блоками з літерою а. Тобто створюється нова популяція вже на основі нового материнського рішення і з неї вибирається найкращий індивід, який має найбільшу цільову функцію, F_{n+1} , що порівнюється у блоці 8 з попередньою цільовою функцією, F_n . Якщо наступна цільова функція більша, ніж попередня, тобто $F_{n+1} > F_n$, необхідно порівняти F_{n+1} з F_{max} (F_{max} – задане значення цільової функції). Якщо $F_{n+1} = F_{max}$, це означає, що оптимальне рішення знайдено й генетичний алгоритм закінчується. Якщо $F_{n+1} < F_{max}$, то F_{n+1} , тобто наступне найкраще рішення, береться в якості нового материнського рішення, $I_n \rightarrow I_{n+1}$ (блок 10 с), і цикл повторюється з новим материнським рішенням.

Якщо, однак, $F_{n+1} < F_n$, то рівень мутації зменшується (блок 9) і цикл повторюється з попереднім материнським рішенням. Саме цей механізм дозволяє запобігти зупинці генетичного алгоритму й отримати задане наближення до оптимального рішення.

Наприкінці слід відзначити, що як стандартний генетичний алгоритм, так і той, що запропоновано в роботі, потребує ретельного вивчення властивостей цільової функції в області пошуку оптимального рішення, межі якої необхідно визначити як з математичної, так і з економічної точки зору. Це особливо стосується тих задач, які використовують багатовимірні функції з багатьма екстремумами в якості цільової функції. У таких задачах потрібно знайти якомога меншу область пошуку рішення. Границі цієї області не завжди можна знайти строго математично, але, як правило, їх можна оцінити з використанням якісного аналізу досліджуваного економічного явища. При цьому треба пам'ятати, що із зростанням області пошуку складність обчислювань швидко зростає до неприємного рівня незалежно від схеми алгоритму.

Існує низка економічних задач, у яких запропонований генетичний алгоритм набагато ефективніший, ніж стандартний. Це стосується задач, у яких цільова функція, або лінійна, або квадратична, або взагалі нелінійна, але має тільки один екстремум в області пошуку рішення. Такі функції характерні для проблеми комівояжера, транспортних задач, задач визначення параметрів суттєво нелінійних регресійних моделей, економічних моделей, а також проблеми навчання нейронних мереж. У цьому випадку в даному генетичному алгоритмі немає необхідності визначати область пошуку рішення, тому що будь-яке початкове материнське рішення за допомогою тотальних мутацій і турнірного методу селекції приводить до точного рішення, поступово знаходячи все більш кращі материнські рішення. У цьому разі запропонований у роботі генетичний алгоритм найефективніше використовує принцип передачі найкращих властивостей наступному поколінню, що в багато разів прискорює збіжність алгоритму і зменшує обсяг обчислювань порівняно зі стандартним алгоритмом. У той же

час стандартний генетичний алгоритм однаково потребує задавання області пошуку рішення і не змінює випадкового характеру пошуку найкращого індивіда, тобто не прискорює збіжність алгоритму у випадку відсутності локальних екстремумів цільової функції. Оскільки зазначені економічні проблеми, для яких цільова функція має тільки один екстремум, містяться у значній частині практичних досліджень, застосування запропонованого в роботі генетичного алгоритму значно зменшить обсяг підготовчих робіт та комп'ютерних обчислень, що сприятиме поширенню цього алгоритму в економічних дослідженнях.

Література: 1. Chambers L. Practical Handbook of Genetic Algorithms: Applications // Boca Raton, FL: CRC. – 1995. – Vol. 1. – P. 45 – 46. 2. Davis Ed. L. Handbook of Genetic Algorithms. – New York: Van Nostrand Reinhold, 1991. 3. Elias J. G. Genetic Algorithm for training networks with artificial dendritic trees / J. G. Elias, B. A. Chang. Proc. Int. Joint Conf. Neural Networks. Baltimore, MD. – 1992. – Vol. 1. – P. 652 – 657. 4. Holland J. H. Adaptation in Natural and Artificial Systems, Ann Arbor. – Michigan: The University of Michigan Press, 1975. 5. Melanie Mitchell. An Introduction to Genetic Algorithms. – Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, 1998. – 280 p. 6. Heitkoetter J. The Hitch-Hiker's Guide to Evolutionary Computation: A list of Frequently Asked Questions (FAQ) / J. Heitkoetter, D. Beasley // USENET: comp.ai.genetic. Available via anonymous FTP from rtfm.mit.edu/pub/usenet/news.answers/ai-faq/genetic/ 7. Ротштейн А. П. Интеллектуальные технологии идентификации: нечеткие множества, генетические алгоритмы, нейронные сети. – Винница: Универсум-Винница, 1999. – 320 с. 8. Зінченко В. П. Інформаційна технологія проектних досліджень складних технічних об'єктів // Наукові вісті НТУУ "КПІ". – 2000. – №4. – С. 32 – 42. 9. Згуровський М. З. Системний підхід до прогнозування проектних ризиків / М. З. Згуровський, Ш. Ш. Коваленко, К. Кондрак, Е. Кондрак // Наукові вісті НТУУ "КПІ". – 2000. – №6. – С. 53 – 62. 10. Дюк В. Data Mining: Учебный курс (+CD) / В. Дюк, А. Самойленко. – СПб.: Питер, 2001. – 388 с. 11. Sarle W. S. Neural network FAQ // USENET: comp.ai.neural-nets. Available via anonymous FTP from ftp://ftp.sas. Com/pub/neural/FAQ.html.

Стаття надійшла до редакції
13.02.2008 р.

УДК 001.895:330.322

Васильєва Т. А.

ОСНОВНІ ІНДИКАТОРИ РИНКУ ІННОВАЦІЙНОГО ІНВЕСТИВАННЯ

The necessity of formation of the innovative investment market is proved in this article; its functions in economic system are defined; main indicators of this market: demand, supply, balance formation factors, participants, objects, form and mechanism of interaction, infrastructure – are investigated; peculiarities of innovations as goods in the market are considered.

Підвищення рівня конкурентоспроможності економічних систем значною мірою обумовлено зміною економічної ролі інновацій, темпів, напрямків і механізмів реалізації інноваційних процесів. Однак інноваційний характер розвитку економіки вимагає накопичення основного капіталу за рахунок збільшення обсягів інвестицій. На жаль, властива Україні нестій-

кість економічного розвитку, бюджетний дефіцит, недосконалість механізмів довгострокового фінансування й кредитування, дефіцит власних коштів більшості підприємств і, як наслідок, нерозвиненість ринкових механізмів стримують інноваційні процеси в національній економіці. Недоліки існуючого в Україні механізму фінансово-кредитного забезпечення інноваційного розвитку обумовлені цілою низкою причин, але найсуттєвішою з них, на думку автора, можна вважати існування неефективного порядку руху капіталів від власників інвестиційних ресурсів до суб'єктів інноваційного підприємництва. Саме тому, на погляд автора, особливої актуальності сьогодні набуває формування ринку інноваційного інвестування, під яким пропонується розуміти сегмент інвестиційного ринку, який становить форму економічних відносин між власниками інвестиційних ресурсів та суб'єктами інноваційної діяльності з приводу еквівалентного обміну платоспроможного попиту покупця права володіння, користування і розпорядження інновацією на споживчу цінність, укладену в ній.

Окремі аспекти фінансово-кредитного забезпечення інноваційного розвитку досліджені сучасними вітчизняними та закордонними економістами, а саме: А. Морозом, М. Савлуком, Ю. Бабічевою, А. Баріновим, Ю. Василенком, О. Васюренком, А. Дагаєвим, Н. Зінком, В. Катасоновим, Т. Косовою, М. Крупкою, А. Кузнецовою, С. Онишко, А. Пересадою, А. Поручником, В. Магановим та ін. Але, незважаючи на значну кількість наукових досліджень щодо інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності, проблема залишається не вирішеною остаточно. Подальшого дослідження потребує комплекс питань, пов'язаних з визначенням концептуальних засад та практичних інструментів формування ринку інноваційного інвестування в Україні.

Мета статті полягає у формалізації та визначенні особливостей основних макроекономічних індикаторів ринку інноваційного інвестування.

Загальнови́знано, що, досліджуючи будь-який ринок, потрібно виявити його основні індикатори, до яких традиційно відносять: фактори формування попиту, пропозиції та рівноваги на ринку, суб'єкти та об'єкти (товар) ринку, форму і механізм взаємодії між ними, інфраструктуру ринку та ін. Проведемо таке дослідження стосовно ринку інноваційного інвестування.

Пропозиція на ринку інноваційного інвестування формується за рахунок інвестиційного капіталу з боку інвесторів, що виступають у ролі продавців на цьому ринку. Незважаючи на розмаїття форм інвестицій (як відомо, інвестиційний капітал становлять елементи капітальних цінностей, що можуть набувати як матеріальної, так і грошової форми), всі вони є результатом накопичення капіталу.

Щодо **попиту на ринку інноваційного інвестування**, то слід зауважити, що згідно з традиційним визначенням попит – це форма вираження потреби, представлені на ринку і забезпечені відповідними коштами. Розмір попиту залежить від ціни продукції і платоспроможності споживачів. На думку автора, попит на ринку інноваційного інвестування формується суб'єктами інноваційної діяльності, що виступають у ролі покупців. Особливістю попиту на цьому ринку є той факт, що він може виходити з власне наукового співтовариства, промисловості або від суспільства в широкому його розумінні. У багатьох випадках створення нововведення автоматично не передбачає наявності попиту на нього, оскільки характерною рисою є високий ступінь ринкової і технологічної невизначеності інновацій.

Ринкова невизначеність на ринку інноваційного інвестування обумовлена майже повною відсутністю або суттєво більшим рівнем неповноти інформації щодо характеру і ступеня задоволення тієї або іншої потреби ринку за допомогою нової наукомісткої продукції (в порівнянні з іншими типами ринків). У випадку появи на ринку принципово нової продукції важко передбачити реакцію споживача через його непоінформованість про свої запити. Ринкова невизначеність обумовлена наступними факторами:

споживач ще не знає, якою мірою інноваційна продукція може задовольнити його потреби або наскільки нові продукти краще від уже існуючих;

поведінка споживача інноваційного товару піддається впливу багатьох факторів і не може бути передбачуваною;

у випадку визнання споживачем переваг інноваційної продукції виникає проблема її сумісності з іншою продукцією, що вже використовується споживачем;

важко спрогнозувати швидкість, масштаби поширення нововведення і насичення ним попиту, визначити ємність потенційного ринку та наміри конкурентів.

Технологічна невизначеність на ринку інноваційного інвестування полягає у відсутності у виробника впевненості в тому, чи зможе продукція задовольнити усвідомлені запити потенційних споживачів, та обумовлена цілим рядом важкопрогнозованих умов, що впливають на положення і поведінку виробника, а саме:

нестабільністю та нерозвиненістю каналів реалізації інноваційної продукції й загрозою зриву встановлених і погоджених термінів її постачання;

невизначеністю можливостей післяпродажного і гарантійного обслуговування;

проявом непередбачених побічних ефектів, що несуть у собі ризик конфліктів із законодавством і громадськістю у випадку використання нової технології;

складністю визначення своєчасності виходу нової продукції на ринок, на якому ще досить товарів, до яких звик споживач [1].

Проаналізуємо **механізм визначення рівноваги на ринку інноваційного інвестування**. Оскільки інвестиційні ресурси й інновація можуть бути розділені як у просторі, так і в часі, то механізмом, що дозволяє встановити відповідність між попитом на інвестиційні ресурси і пропозицією інноваційних товарів стосовно обсягу і за часом, а також регулятором дій учасників комерційних угод є ринок. Відповідно до інституційної теорії, ринок дуже рідко знаходиться в стані рівноваги, оскільки постійно змінюється як внутрішнє, так і зовнішнє середовище. Про рівновагу на будь-якому ринку можна вести мову в тому випадку, коли попит буде дорівнювати пропозиції. Термін "рівновага" означає таку ситуацію, коли економічні агенти не мають спонукальних причин до зміни свого поведіння. Властивості існування, одиничності й стабільності є необхідними атрибутами загальної рівноваги [2].

У рамках інституціонального підходу найчастіше проблема рівноваги ринку розглядається у статичці. Найпоширенішим є визначення рівноваги ринку через співвідношення попиту, пропозиції і ціни на ньому. Так, наприклад, концепція економічної рівноваги Л. Вальраса [3] передбачає припущення, що сукупності товарів відповідає сукупний попит споживачів, причому рівновага може бути порушена при розбіжності попиту та пропозиції, а нова точка рівноваги буде досягнута лише в тому випадку, коли збільшиться капітал і населення. В роботах В. Парето [4] досліджується статична рівновага (динамічні зміни розглядаються як послідовний ряд статичних станів), урахування граничної корисності товару, використовуються різні технічні коефіцієнти, які дозволяють побудувати неоднорідну лінійну виробничу функцію і декілька ліній рівноваги, що суттєво відрізняє цей підхід від концепції Л. Вальраса. В роботах Дж. Р. Хікса [5] розвинуті теорії загальної рівноваги Л. Вальраса і В. Парето в напрямку додаткового врахування капіталу та відсотків.

Динамічна система на відміну від статичної завжди передбачає функціональний зв'язок між перемінними і темпами їх змін. Динамічні підходи до визначення рівноваги на ринку були запроваджені Дж. Кейнсом [6], який вважав ефективний попит першопричиною досягнення рівноваги, протиставив традиційній теорії тривалої рівноваги аналіз короточасних явищ, ввів поняття рівноваги на різних рівнях економічної активності, що визначає обсяг національного доходу. На думку П. Самуельсона [7], поняття економічної рівноваги означає стійкий стан економіки, при якому має місце тенденція до саморегулювання відхилень, виходячи з чого він дослідив умови переходу від однієї економічної рівноваги до іншої.

Першим кроком до практичного використання теорії рівноваги була таблиця В. Леонт'єва "витрати – випуск" [8], у якій, незважаючи на введення фактора часу, була здійснена

спроба зберегти фіксовані коефіцієнти. К. Віксель [9] висунув проблему порушення рівноваги в центр економічного дослідження та довів, що рівновага може встановитися в тому випадку, коли монополіста цікавлять розміри виробництва. У роботах Г. Мюрдаля [10] розглядається можливість порушення рівноваги між попитом та пропозицією, причому відповідно до його концепції грошова рівновага на товарних ринках не збігається з рівновагою у сфері продуктивності і функціонування капіталу.

Проведений аналіз теоретичних підходів до проблеми визначення рівноваги на ринку свідчить про обмеженість використання неокласичної теорії рівноваги в економічному аналізі функціонування ринку інноваційного інвестування. В умовах глибоких змін у характері самої соціально-економічної системи, відсутності стабільної макроекономічної рівноваги більшість традиційних підходів не дають очікуваних результатів, нерівноважні системи і перехідні періоди вимагають нових підходів. Тому не випадково в останні роки у світовій практиці все більша увага приділяється положенням і висновкам, напрацьованим інституційно-еволюційною теорією. Як показала практика, в умовах України можуть бути втрачені переваги методів стабілізації, що спираються на класичні теорії. Звичайні засоби фінансової політики, що характерна для монетарної доктрини, які довели свою ефективність в умовах класичного капіталізму, не спрацьовують у нестандартних і, особливо, кризових ситуаціях.

Як відомо, суб'єктами будь-якого ринку є продавці і покупці. На думку автора, суб'єктами ринку інноваційного інвестування можна вважати:

з одного боку, власників інвестиційних ресурсів, які мають намір та можливість фінансувати будь-які інноваційні заходи суб'єктів господарювання (домогосподарства, фірми, держава); з іншого боку, суб'єктів інноваційної діяльності, які мають завершені або незавершені науково-технічні розробки та потребують фінансових ресурсів для доопрацювання або комерціалізації результатів власної інтелектуальної діяльності.

Щодо **об'єктів ринку інноваційного інвестування**, то слід зазначити, що традиційно об'єктами ринку вважаються товари і гроші. Основною категорією ринкового господарства є товар – продукт праці, вироблений не для власного споживання, а для обміну на інші товари, для продажу. В якості товарів виступають не тільки готові до остаточного споживання матеріальні блага, але також фактори виробництва (земля, праця, капітал) і нематеріальні блага (послуги). Для зручності товарообміну за розвинутих ринкових відносин використовують гроші, що є еквівалентами будь-яких товарів.

Об'єктами ринку інноваційного інвестування є результати інноваційної (інтелектуальної) діяльності в різних формах, авторська класифікація яких продемонстрована на рисунку.

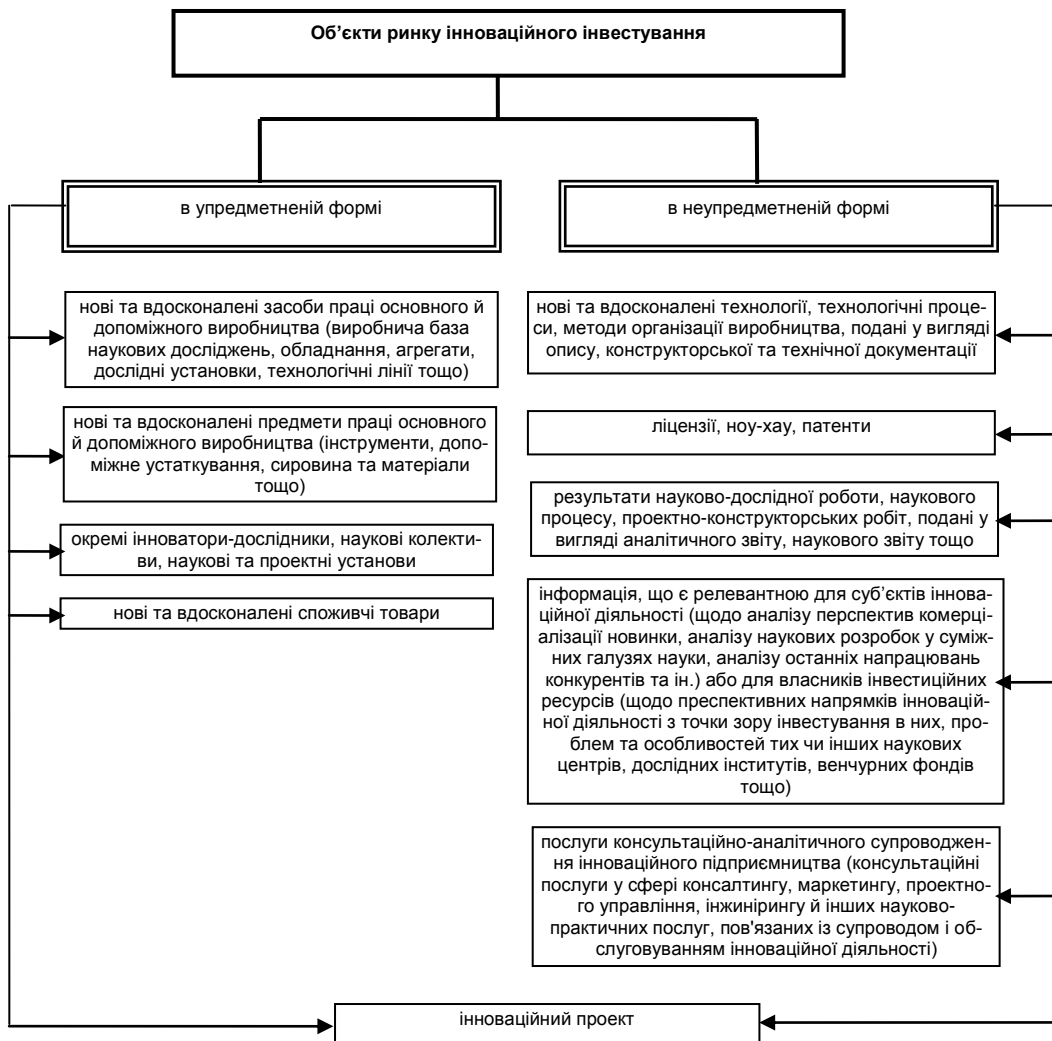


Рис. Авторська класифікація об'єктів ринку інноваційного інвестування

Товаром на ринку інноваційного інвестування є інновація.

Інновація – це результат інтелектуальної (науково-дослідної, науково-технічної й інноваційної) діяльності. Вона може бути визнана товаром, якщо виступає засобом поглиблення, розширення й одержання нових знань, а її використання забезпечує економію витрат суспільної праці при збереженні споживчої вартості матеріального продукту, створеного на її основі. На думку автора, найсуттєвішою ознакою, яка дозволяє ідентифікувати ту чи іншу інновацію як товар на досліджуваному ринку, є її здатність приносити дохід. Іншими словами, інноваційна ідея, що не має потенціалу комерціалізації, не може вважатися товаром.

Результати НДДКР при їх реалізації на ринку повинні відповідати всім вимогам, що висуваються до товару як до елементу ринкового механізму, але при цьому відрізняються рядом **особливостей**, основними з яких автор пропонує вважати наступні:

інновація як товар на ринку інноваційного інвестування відрізняється від звичайних товарів тим, що в якийсь конкретний момент часу вона може мати споживчу вартість, тобто підлягати комерціалізації, а може і не мати (не бути товаром), але в майбутньому здатна виявити її;

інновація як товар на ринку інноваційного інвестування має бути захищена як об'єкт інтелектуальної власності;

інновація як товар може існувати в декількох формах: матеріальній (нова техніка, обладнання та ін.) та нематеріальній (ноу-хау, технологічний процес, інформація тощо);

інновація як товар характеризується цілим рядом суттєвих труднощів при визначенні ціни (при будь-якому підході до ціноутворення), які пов'язані:

зі специфікою науково-технічної розробки та наявністю інтелектуальної складової;

з великою кількістю невизначених факторів. Із усієї різноманітності типів інновацій, що виділяють у вітчизняній та закордонній економічній літературі, достатньо точно можна розрахувати лише економію витрат за рахунок запровадження нового методу виробництва, коли відома або підлягає більш-менш точному розрахунку собівартість продукції, що виробляється за допомогою старого та нового методу виробництва. Введення нового продукту передбачає відповідне завоювання певного сегменту ринку для нього, що пов'язано з витратами, які далеко не завжди піддаються точному розрахунку. Доходи та прибутки за рахунок відкриття нового ринку збуту товарів можна оцінити потенційною ємністю ринку, але такі розрахунки можуть вказати лише на порядок розрахункової величини. Теж саме можна сказати і про завоювання нового джерела постачання сировини й матеріалів [11].

Ціна інновації як товару на ринку інноваційного інвестування може бути суттєво заниженою або завищеною в залежності від достатності інформації про можливості її комерціалізації та потенційного доходу, що вона може генерувати в майбутньому:

інновація як товар характеризується цілим рядом суттєвих труднощів при визначенні собівартості, оскільки будь-яка суттєва інновація є результатом роботи не одного покоління дослідників, які найчастіше представляють не одну країну;

інновація як товар на ринку інноваційного інвестування характеризується невизначеністю попиту, виходячи з чого пропозиція на цьому ринку виконує випереджуючу роль та є визначальним фактором;

специфікою інновації як товару на ринку інноваційного інвестування є наявність значного часового лагу між інвестуванням і отриманням результату від нього;

конкурентоспроможність інновації на ринку визначається специфікою науково-технічної розробки, масштабністю інтелектуальної складової;

специфікою інновації як товару на ринку інноваційного інвестування є здатність до необмеженої мультиплікації доходів, оскільки інформація, винахід, ноу-хау та ін., що відповідним чином захищені юридично, можуть бути продані їх власником стільки разів, скільки будуть з'являтися покупці на нього;

інновація завжди є новим товаром для ринку, що накладає певний відбиток на стратегію і тактику її комерціалізації.

Взаємодія між суб'єктами та об'єктами на ринку інноваційного інвестування здійснюється шляхом обміну інвестиційних ресурсів на права власності на користування об'єктами інноваційної діяльності. Цей обмін відбувається, виходячи з очікуваної віддачі в майбутньому, що повинна перевершувати той рівень доходу, який мають власники інвестиційного капіталу на момент здійснення операції. Саме це і є специфічною особливістю досліджуваного ринку. Інвестиційні ресурси обертуються на ринку інноваційного інвестування у формі боргових зобов'язань, цінних паперів, кредитних коштів, реальних активів тощо. Обертаючись на цьому ринку, фінансові інструменти, що виникли на основі реального капіталу і є його представниками, набувають самостійного значення, власної форми і закономірностей функціонування.

Слід проаналізувати **інфраструктуру ринку інноваційного інвестування**. Головною умовою, що визначає тривалість реалізації процесу фінансово-кредитного забезпечення комерціалізації нововведень та є рушійною силою ефективного функціонування ринку інноваційного інвестування, можна вважати конкурентоспроможність його інфраструктури. На думку автора, під інфраструктурою ринку інноваційного інвестування слід розуміти сукупність політичних, економічних, правових, управлінських, фінансових, інформаційних, наукових та інших інститутів цього ринку, що створюють умови для формування й реалізації ефективних механізмів інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності суб'єктів господарювання.

До таких інститутів пропонується відносити: структури НДДКР усіх рівнів, технопарки, технополіси, інноваційно-технологічні центри, навчальні й дослідні господарства, демонстраційні майданчики, центри або агентства трансферу технологій, інноваційно активні (в тому числі техніко-впроваджувальні) економічні зони, фонди підтримки науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, фонди стартового і венчурного фінансування, організації, що входять до складу державної системи науково-технічної інформації, центри підготовки спеціалізованих кадрів із забезпечення інноваційної діяльності, венчурні фонди, спеціалізовані інвестиційні та інноваційні банки, фінансово-кредитні установи, що здійснюють інвестиційне забезпечення суб'єктів інноваційної діяльності, органи державної влади, державні фонди підтримки інноваційного бізнесу, промислові корпорації, малі інноваційні компанії, пенсійні й пайові інвестиційні фонди, страхові компанії, іноземні інвестори, інжинірингові компанії, центри координації, організації, що займаються патентуванням, ліцензуванням, комерціалізацією інтелектуальної власності, консалтингом, маркетингом інновацій та ін.

На думку автора, ефективний механізм функціонування інфраструктури ринку інноваційного інвестування повинен відповідати наступним вимогам:

регіональна децентралізація, що дозволяє на місцях вирішувати проблеми інвестиційного забезпечення повного інноваційного циклу від фінансової підтримки, маркетингу, техніко-економічного обґрунтування до задачі інноваційного об'єкта "під ключ";

високий рівень ринкового, інноваційного, інвестиційного та науково-технічного потенціалу суб'єктів ринку; повна інтеграція інфраструктурної та організаційної складових ринку інноваційного інвестування з фінансово-кредитним забезпеченням;

наявність розвинутої системи інформаційного забезпечення взаємодії суб'єктів ринку інноваційного інвестування;

висока гнучкість і адаптивність інфраструктури; універсальність, що дозволяє вирішувати проблеми інвестиційного забезпечення інновацій у будь-якій сфері виробничого або обслуговуючого сектору економіки;

професіоналізм, що базується на якісному обслуговуванні замовників – суб'єктів ринку інноваційного інвестування;

повна укомплектованість інфраструктури з метою своєчасного й ефективного досягнення кінцевих результатів діяльності;

формування механізмів накопичення досвіду ринкових взаємодій.

Підводячи підсумок, слід зазначити, що формування ринку інноваційного інвестування сьогодні стає ключовою й узагальнюючою вимогою до інвестиційних пріоритетів економічної системи, обумовлено змістом сучасного процесу економічного розвитку, оскільки інновації стали явищем, що постійно супроводжує економічний розвиток, з фактора зовнішнього (екзогенного) перетворилися у фактор ендогенний. У цих умовах принципового значення набуває проведення політики стимулювання вкладання інвестиційного капіталу вітчизняних суб'єктів господарювання в інноваційні розробки і проекти, сприяння формуванню ринку високих технологій, оскільки поширення нових технологій відповідно до принципу акселерації визначає розвиток пріоритетних інвестиційних сфер і створення необхідних передумов для модернізації інших сфер, що забезпечують реалізацію науково-технічних пріоритетів [12]. На думку автора, функціями, які ринок інноваційного інвестування має виконувати в економіці, є:

акумулювання грошових заощаджень домогосподарств, фірм, кредитно-фінансових установ та держави у відповідних венчурних фондах, спеціалізованих банках та інших ринкових інституціях, завдання яких – консолідація інвестиційних ресурсів з різних джерел, які в майбутньому будуть розміщені в об'єкти інновацій;

трансформація грошових коштів суб'єктів інвестування безпосередньо у продуктивний капітал і використання його в інноваційному процесі;

створення ефективної інфраструктури для використання інвестиційного капіталу при фінансуванні інноваційних заходів суб'єктів господарювання;

реалізація вартості інноваційного продукту суб'єктів господарювання шляхом розміщення їх цінних паперів на фондовому ринку.

Література: 1. Крюкова Н. Ю. Рынок инновационной продукции // Н. Ю. Крюкова, Т. Н. Остертаг // www.professional.ru. 2. Коуз Р. Г. Фирма, рынок и право / Научн. ред. рус. пер. Р. И. Капелюшников. – М.: Дело ЛТД при участии изд. Catalaxu, 1993. – 192 с. 3. Вальрас Л. Элементы чистой политической экономии. – М.: Изограф, 2000. – 448 с. 4. Парето В. Чистая экономия. – Воронеж: Феникс, 1923. – 228 с. 5. Хикс Дж. Стоимость и капитал: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Р. М. Энтова. – М.: Прогресс, 1993. – 488 с. 6. Кейнс Дж. М. Избранные произведения: Пер. с англ. / Предисл., коммент., сост. А. Г. Худокормов. – М.: Экономика, 1993. – 544 с. 7. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. Пер. с англ. – 4-е изд. – М.: Дело ЛТД, 1994. – 720 с. 8. Леонтьев В. В. Экономическое эссе: теории, исследования, факты и политика. – М.: Политиздат, 1990. – 416 с. 9. Knut Wicksell. A New Principle of Just Taxation // in Richard A. Musgrave and Alan T. Peacock, eds. Classics in the Theory of Public Finance. – New York: St. Martin's Press, 1967. – P. 72 – 118. 10. Gunnar Myrdal. Monetary Equilibrium. – London: William Hodge, 1939. – 216 p. 11. Маказан Є. В. Особливості сучасного інноваційно-інвестиційного ринку // Формування ринкових відносин в Україні. – 2006. – №11(66). – С. 37 – 40. 12. Осецький В. Л. Інвестиції як інструмент інноваційного розвитку економіки // Вісник УАБС. – 2005. – №1(18). – С. 3 – 6.

Стаття надійшла до редакції
25.01.2008 р.

УДК 332.8

Косяк А. П.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДНОВЛЕННЯ МІСЬКОГО ЖИТЛОВОГО ФОНДУ

The necessity of conception forming for ensuring restoration of municipal housing fund is substantiated. The conceptual principles of organizational and economics insurance of municipal housing fund restoration is formulated and clarified. Approaches for practical realization of the suggested principles in management of the processes of reforming and development of municipal economy for cities in Ukraine are developed.

Організаційно-господарські відносини, що виникають у сфері реформування й розвитку житлового господарства міст України, потребують формування теоретико-прикладного апарату, спрямованого на вдосконалення управління цими процесами. Сукупність житлового фонду та ремонтно-експлуатаційної бази є найбільш складною й відповідальною підсистемою міського комплексу, яка потребує узгоджених дій у сфері управління з боку загальнодержавних, регіональних та місцевих органів влади. Вона характеризується постійним переглядом різних форм управління й пошуком оптимальних рішень із залученням внутрішнього і закордонного досвіду.

Над вирішенням зазначених питань працюють такі фахівці, як Л. М. Шутенко, С. Т. Сташевський, В. В. Фіганін, В. Ф. Янукович, Ю. Г. Лега, В. В. Рибак, Г. І. Онищук, В. І. Торкатюк, А. Є. Ачкасов, В. М. Бабаєв, Т. Г. Молодченко-Серебрякова [1 – 11] та ін.

Проте вказані вчені формулюють концепції виключно в техніко-технологічному аспекті [1; 2], економіки міст у цілому [3], інфраструктурного розвитку [4], соціально спрямовані на реформування житлового господарства [5; 6], реконструкцію житлової забудови [7; 8], кадрове забезпечення житлово-комунального господарства [9; 10], оцінювання міського житлового фонду в ринкових умовах [11] тощо. Разом з тим велика практика реалізації організаційно-економічного та правового забезпечення у сфері житлових відносин свідчить, що в ситуації, яка склалась, важко, але кінце необхідне формування основних концептуальних принципів відновлення міського житлового фонду, адекватних реаліям і таким, що сприяють забезпеченню сталого розвитку житлового сектору економіки. Концептуальні основи саме цієї сфери діяльності сьогодні залишаються поза увагою науковців.

Дослідження норм діючого законодавства, спеціальної наукової літератури, а також багаторічний досвід роботи автора в будівельній та ремонтно-експлуатаційній галузях житлового господарства дозволяє представити концептуальні принципи організаційно-економічного забезпечення відновлення міського житлового фонду у власному викладі:

1. Принцип доступності житла для всіх громадян і рівності правових гарантій.
2. Принцип поєднання самостійності господарювання та нормативно-правового регулювання функціонування й розвитку будівельної та ремонтно-експлуатаційної галузей.
3. Принцип відповідності цін на відновлене житло його якості.
4. Принцип відкритості, доступності та прозорості організаційно-економічного забезпечення процесів відновлення житла.

5. Принцип гарантій соціального захисту населення.
6. Принцип економіко-правового забезпечення.
7. Принцип урахування інтересів мешканців.

Природно, що сформульовані принципи потребують розгорнутого представлення і конкретизації, тому доцільно зупинитися на кожному з них.

Принцип доступності житла для всіх громадян і рівності правових гарантій впливає із Конституції України, якою закріплено право кожного на житло. Отже, держава повинна створювати умови, за яких кожен зможе побудувати житло або взяти його в оренду. На жаль, сьогодні житло стає все дорожчим, а тому все менш доступним для широких верств населення. Щодо забезпечення громадян житлом державою, то квартирна черга, що існує ще з часів СРСР, рухається дуже повільно (розрахунки свідчать, що при збереженні існуючих темпів руху останній в ній отримає житло не менш як через 300 років [1]). Що стосується оренди, то, за даними агенцій з нерухомості м. Харкова, спостерігається брак пропозиції (особливо однокімнатних квартир) навіть при постійному зростанні цін на оренду житла [11].

Принцип поєднання самостійності господарювання та нормативно-правового регулювання функціонування й розвитку будівельної та ремонтно-експлуатаційної галузей базується на необхідності розвитку ринкових відносин у житловому секторі економіки. Ринком передбачає свободу вибору об'єктів будівництва, проте держава повинна виконувати функцію регулювання. Тому сьогодні кінцево необхідна розробка як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях системи нормативно-правових актів у сфері земельних відносин, іпотечного кредитування, державної підтримки кадрового забезпечення будівельного комплексу та наукових досліджень у цій галузі.

Реалізація принципу відповідності цін на відновлене житло його якості полягає в ліквідації дисбалансу між українськими цінами на житло як первинного, так і вторинного ринків і вкрай низьким рівнем якості. Сьогодні майже в усіх регіонах України до продажу пропонуються "квадратні метри", а не житло з високим рівнем оздоблювальних робіт, майже відсутні квартири "під ключ", тоді як у більшості країн навіть Південної Європи ціни на житло значно нижчі при більш високому рівні якості [11]. Тому організаційно-економічне забезпечення відновлення міського житлового фонду повинно бути спрямоване на якомога скоріше подолання наявних протиріч, розвиток ринку сучасного житла з високоякісним рівнем оздоблювальних робіт.

Принцип відкритості, доступності й прозорості організаційно-економічного забезпечення процесів відновлення житла повинен, у першу чергу, спиратися на інформаційну підтримку. Підвищення фінансової та правової грамотності населення має сприяти недопущенню в подальшому на регіональних ринках нерухомості різного роду афер та шахрайств, подібних шахрайству з боку групи компаній "Еліта-центр" у м. Києві, коли постраждало близько 1500 потенційних покупців житла.

Принцип гарантій соціального захисту населення повинен реалізуватися на загальнодержавному і регіональному рівнях шляхом створення механізмів та інструментів надання житла соціально незахищеним верствам населення, а також на основі поширення механізмів пільгового іпотечного кредитування. Сьогодні, на жаль, не набуває поширення практика розвитку пільгового іпотечного кредитування молоді, хоча на загальнодержавному рівні прийнята відповідна програма, але її організаційно-фінансове забезпечення надто непрозоре.

Принцип економіко-правового забезпечення у сфері відновлення житлового фонду, на думку автора, є головним в умовах побудови правової держави. Проте слід констатувати, що сьогодні у нас ще не склалась чітка система наукових знань і поглядів у цьому аспекті. Тут практика випереджає теорію, а тому потребують відпрацювання існуючі економіко-правові ме-

ханізми, бо законодавчі акти мають чисто адміністративну спрямованість або декларативний характер.

Принцип урахування інтересів мешканців необхідно розглядати у двох аспектах. По-перше, майже у всіх регіонах України сьогодні ми маємо так звані "земельні конфлікти" на підставі ущільнювальної забудови в містах. Це обумовлено тим, що малоповерховий житловий фонд міст України має не дуже велику щільність забудови, тому наявність вільних ділянок призводить до будівництва на них житла. По-друге, майже не вирішена проблема відселення мешканців при капітальному ремонті та комплексній реконструкції житлового фонду.

Зазначимо, що наведені концептуальні принципи не претендують на винятковість, їх кількісний і якісний склад повинен постійно переглядатися й доповнюватися з урахуванням наукових розробок та практичних особливостей.

Отже, подальше вдосконалення управління у сфері організаційно-господарських відносин, реформування й розвитку житлового господарства міст України, зокрема, процесу відновлення житлового фонду потребує урахування концептуальних принципів організаційно-економічного забезпечення, відновлення міського житлового фонду й розробки їх нормативно-правового та організаційного забезпечення. Розуміння і відчуження вказаних принципів керівниками будівельних та ремонтно-експлуатаційних структур міського комплексу, а також керівниками різних ланок регіонального рівня може слугувати основою для подальшого розвитку теорії і практики відновлення житлового фонду міст регіону.

Література: 1. Шутенко Л. Н. Технологические основы формирования и оптимизации жизненного цикла городского жилого фонда (теория, практика, перспективы). – Харьков: Майдан, 2002. – 1 056 с. 2. Сташевський С. Т. Організація міського будівництва в ринкових умовах (на прикладі житлового будівництва в м. Києві): Дис... канд. техн. наук: 08.06.01. — К., 1999. — 136 с. 3. Финагин В. В. Экономика города: теория, практика, перспективы. – К.: Наукова думка, 1983. – 164 с. 4. Янукович В. Ф. Инфраструктура промышленного региона: теория, практика, перспективы. – Донецк: ИЭПИ НАН Украины, Юго-Восток, 1999. – 168 с. 5. Лега Ю. Г. Вдосконалення управління житлово-комунальним комплексом України в сучасних умовах розвитку національної економіки / Ю. Г. Лега, Т. М. Качала, Н. Ф. Чететова. – Черкаси: ЧДТУ, 2003. – 220 с. 6. Рыбак В. В. Развитие жилищно-коммунальной сферы городского хозяйства // Социально-экономические аспекты промышленной политики. – Донецк: ИЭП НАН Украины. – 2000. – С. 56 – 68. 7. Онищук Г. І. Проблеми розвитку міського комплексу України: теорія і практика. — К.: Науковий світ, 2002. – 440 с. 8. Торкатюк В. И. Оптимизация управления процессом деятельности строительного предприятия / В. И. Торкатюк, И. А. Дмитрук, Г. В. Стадник. – Харьков: ХНАГХ, 2004. – 516 с. 9. Ачкасов А. Є. Стратегія регулювання зайнятості населення України. Теорія і практика. – Житомир: Вид. "Житомир", 2002. – 512 с. 10. Бабаєв В. М. Припинити деградацію основних фондів стане можливим, якщо реалізується Програма реформування і розвитку житлово-комунального господарства / В. М. Бабаєв, Л. М. Шутенко, В. Т. Семенов, В. А. Мальяренко, Е. І. Карпушин // Міське господарство України. – 2003. – №3. – С. 2 – 7. 11. Молодченко-Серебрякова Т. Г. Формування економічного механізму оцінювання міського житлового фонду в ринкових умовах (на прикладі Харківського регіону): Дис... канд. екон. наук: 08.10.01. – Харків, 2006. – 192 с.

ЯКІСТЬ ОСВІТИ В КОНТЕКСТІ КРЕДИТНО-МОДУЛЬНОЇ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ

The questions of accession of Ukraine to the Bologna process and the improvement in the quality of education and teachers' professional training is considered in the article.

Сутнісною ознакою XXI ст., яке щойно розпочало свій розгін, є глобалізаційна інтеграція, що невпинно пов'язує ринки та технології, культурно-духовну сферу, зокрема, й освіту, демонструючи при цьому свій потужний вплив на життя людини і суспільства. У сучасному світі освіта розглядається з нової точки зору – як один із факторів виробництва, від якого залежить процес залучення інвестицій, конкурентоспроможність та продуктивність праці.

Головна вимога Болонського процесу – забезпечення якості освіти, що є однією з головних умов мобільності, сумісності та привабливості системи вищої освіти будь-якої країни, головною складовою престижу вищого навчального закладу (ВНЗ). Якість освіти становить категорію, яка за своєю сутністю відображає різні аспекти навчального процесу – філософські, соціальні, педагогічні, політичні, демографічні, економічні та ін.

Упроваджуючи низку заходів (двоступенева система вищої освіти, єдина система кредитних одиниць, кредитно-модульна система та ін.), які є загальноприйнятими серед учасників Болонського процесу, за основну мету ХНЕУ ставить забезпечення випускникам університету рівних прав з випускниками іноземних навчальних закладів [1].

Реформування освіти в Україні стосується, насамперед, створення нових освітніх стандартів, оновлення й перегляду навчальних програм, змісту навчально-методичних матеріалів, підручників, форм і методів навчання.

Стає очевидним, що досягнення мети сучасної освіти пов'язане з особистісним потенціалом викладача, його загальною та професійною культурою, компетентністю. Зараз уже очевидно, що в професійній сфері слід користуватися іншими категоріями – компетенціями.

Компетентність необхідно розглядати як рівень професійної майстерності, як форму організації педагогічної діяльності викладача (професійно-педагогічні функції). Тому професійна сфера оперує компетенціями, а освіта – знаннями, вміннями та навичками. І якщо професійна сфера може точно на рівні замовлення висунути свої вимоги до освіти, то завдання освіти полягає в тому, щоб трансформувати знання, вміння, навички в певні компетенції, які вимагаються професійною сферою.

Аналіз наукової літератури свідчить, що проблемі професійної компетентності викладача та якості освіти присвячено чимало робіт таких авторів: В. С. Пономаренка, М. В. Афанасьєва, М. О. Беседіна, В. М. Гриньової [1 – 3].

Але деякі питання не були розкриті в повній мірі. Так, необхідність підготовки фахівців, спроможних працювати в умовах ринкової економіки, потребує вирішення нагального питання, як забезпечити якість системи освіти. З огляду на це метою даного дослідження є виявлення факторів, які впливають на створення ефективної моделі управління процесом забезпечення якості майбутнього фахівця.

Студенти навчаються в ХНЕУ протягом 5 років. Це досить тривалий період, під час якого у студента формуються не тільки знання, вміння та навички, а й якісні риси характеру. Сучасний ринок праці швидко змінюється й майбутні фахівці

повинні бути пристосовані до цих мінливих умов, мати можливість знайти своє місце на ринку праці.

Завдання забезпечення якості вищої освіти є багатоплановим і включає наявність необхідних ресурсів (кадрових, фінансових, матеріальних, інформаційних, наукових, навчально-методичних тощо), організацію навчального процесу, яка найбільш адекватно відповідає сучасним тенденціям розвитку національної та світової економіки й освіти, контроль за освітньою діяльністю ВНЗ і якістю підготовки фахівців на всіх етапах навчання та на всіх рівнях (рівні ВНЗ, державному рівні, міжнародному (європейському) рівні) [1; 2].

З огляду на це пропонується для забезпечення та підвищення якості в системі освіти (підготовки майбутнього фахівця) використовувати сучасну модель, яка враховує вплив різних факторів на макро- та мікрорівні (рисунок).

Перший блок моделі пропонує звертати увагу на нові вимоги до випускників вищої школи в умовах ринкових відносин (швидке старіння знань, висока інформаційна насиченість, самостійне здобування нових знань). На формування цього блоку впливають економічні, політичні, соціальні, культурні та інші фактори.

Другий блок моделі передбачає, що майбутній фахівець повинен відповідати вимогам державного стандарту, мати професійну компетентність, організаційні здібності, особисті якості тощо.

Третій блок моделі визначає склад умінь, що дозволяють вести дослідження, вирішувати практичні завдання, мати готовність до самонавчання.

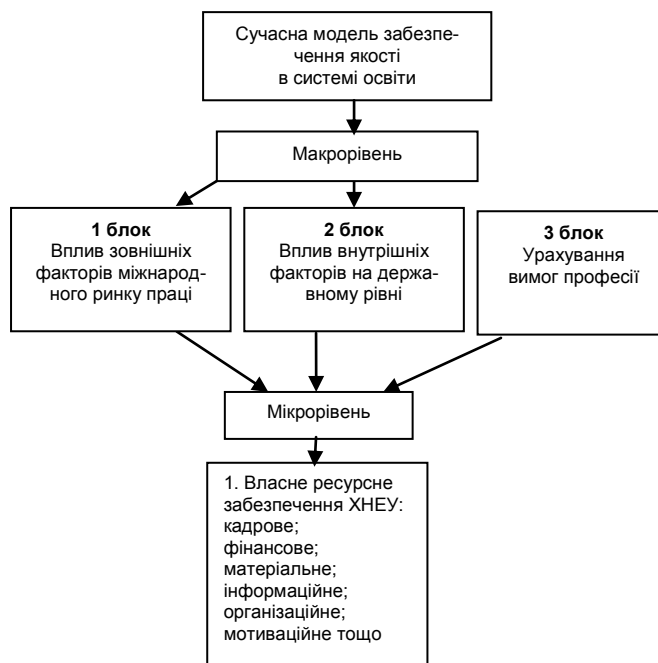


Рис. Сучасна модель забезпечення якості в системі освіти на макро- та мікрорівні

На жаль, в Україні рівень загальноосвітньої підготовки ще досить низький і не відповідає європейським стандартам.

Система управління якістю освіти в університеті на мікрорівні (рисунок) повинна забезпечувати моніторинг основних показників якості та на їх основі підготовку рекомендацій для покращення всіх складових підготовки фахівців.

Однією з ключових ланок такої системи є компетентнісний підхід до кваліфікації професорсько-викладацького складу ВНЗ.

Професійну компетентність викладача необхідно розглядати як інтегральну особистісну якість, що характеризує його здатність до розв'язання професійних проблем і типових професійних завдань, котрі виникають у реальних ситуаціях педа-

гогічної діяльності, з використанням знань, умінь, навичок, освітнього й життєвого досвіду. Професійна компетентність викладача має складну структуру, яка включає функціонально пов'язані між собою компоненти: сукупність знань, умінь, навичок практичного розв'язання педагогічних завдань; здатність оцінювати власну діяльність, вибирати стратегію поведінки, виходячи з адекватної оцінки конкретної ситуації, тощо. Необхідною умовою професійної діяльності сучасного викладача є формування й розвиток вміння творчо застосовувати в роботі отримані знання, а також вміння здобувати нові впродовж усієї професійної діяльності і, особливо, вміння передавати ці знання [3].

Підготовка фахівців європейського рівня потребує високого рівня професійної підготовки викладачів. З урахуванням цього сучасний викладач повинен мати:

1. Загальнопедагогічні знання та вміння (знання психології та педагогіки, вміння приймати педагогічні рішення, вміння обирати методи, засоби і форми навчання в умовах КМСОНП, знаходити контакт з різними типами студентів, застосовувати індивідуальний підхід до студентів та ін.).
2. Політичну культуру та демократичний стиль спілкування (вміти слухати співбесідника, вміло ставити запитання, тактично аналізувати виступи, бачити й розуміти реакцію слухачів).
3. Культуру державної мови (вільно володіти мовою перед аудиторією без опори на конспект, застосовувати правильну державну літературну мову та техніку викладання).
4. Особисті якості викладача як людини (витриманість, тактовність, самокритичність, воля, рішучість, сміливість, комунікативність, чесність і справедливість).
5. Педагогічну індивідуальність та майстерність.
6. Культуру зовнішнього вигляду.
7. Здатність до самоосвіти, самоспостереження й самооцінки.
8. Любити педагогічну працю.

Необхідно пам'ятати, що Болонська система розрахована на активного викладача й не менш активного та самостійного студента. Тому повинен застосовуватись демократичний стиль роботи викладача, коли до навчального процесу залучається якомога більше студентів за власним бажанням, створюються умови для співробітництва, але стратегію управління навчальним процесом педагог залишає за собою.

Сьогодні є розрив між вимогами, які суспільство пред'являє до студента як майбутнього спеціаліста, і характером його підготовки у вищому закладі освіти. Подолання цих суперечностей можливе за умов упровадження особистісно орієнтованої підготовки, яка сприяє зростанню якості навчання. Однією з основних умов такої підготовки є активізація пізнавальної діяльності студентів.

Основними напрямками вдосконалення якості освіти на мікрорівні можна вважати:

1. Упровадження в навчальний процес різноманітних методів, прийомів і засобів навчання (різних видів самостійної роботи, системи дослідницьких завдань теоретичного і практичного характеру, розв'язання реальних практичних ситуацій, використання ділових ігор тощо). Застосування ділових і дидактичних ігор на семінарських та практичних заняттях повинно відповідати наступним вимогам: гра має залучати до роботи професійні завдання, відпрацьовувати вміння, інтегрувати накопичений досвід, сприяти інтеграції теорії й практики.
2. Індивідуалізація навчального процесу (впровадження професійно зорієнтованих форм організації самостійної роботи студентів).
3. Активізація пізнавальної діяльності студентів. Саме залучення студентів до активної творчої роботи, створення умов для всебічної реалізації в навчальному процесі здатні забезпечити формування у студентів важливих якостей, які стануть основою професійного становлення.
4. Упровадження системи підготовки та організації діяльності кураторів.

Таким чином, запропонована автором сучасна модель якості освіти дозволяє враховувати основні фактори макро- та мікрорівня, які сприяють підвищенню ефективності системи

вищої освіти в ХНЕУ, створюють необхідні умови для адаптації закордонного досвіду до умов України, сприяють формуванню нового менталітету нації та впливають на розвиток економіки на основі новітніх знань.

Література: 1. Бакова І. В. Комплекс заходів щодо підвищення якості навчання та контролю знань студентів / І. В. Бакова, О. І. Пронін, П. П. Селіванова // Матеріали Всеукраїнського науково-методичного семінару "Управління якістю підготовки менеджерів". – Харків: ХНАУ ім. В. В. Докучаєва, 2006. – 72 с. 2. Курило В. Куди вказує стрілка освітнього компасу // Дзеркало тижня. – 2007. – №26 (655). – С. 11 – 19. 3. Концептуальні засади розвитку Харківського національного економічного університету / Укл. О. М. Тридід, В. М. Гриньова, Ю. М. Великий, М. В. Афанасьєв, В. С. Єрмаченко, В. І. Отенко, О. Г. Зима, В. В. Ольховська, З. Б. Устенко; [Наукове керів. д. е. н., проф. В. С. Пономаренка. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. – 20 с.

Стаття надійшла до редакції
20.11.2007 р.

УДК 332.142.4

Павлів О. Б.

ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТІВ ЗА ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВИМ МЕТОДОМ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ МІСЦЕВИХ РЕСУРСІВ

The article explains the reasons why the programme performance method of budgeting is applied for efficient local resources using and provides systematic development of the region in the frame of Eurointegration. It also pays attention to the role of local government in local budget resources allocation when it is necessary to reach the goal of region development.

Процес глобалізації примушує уважніше визначати місце української економіки у світі, порівнювати рівень життя українців та населення інших країн, шукати можливості до його підвищення, визначитися із партнерами, з'ясувати перспективу розвитку економіки на найближчий час та віддалену перспективу. При цьому важливим у цьому контексті є розвиток регіонів України через ефективне використання їх ресурсних потенціалів. Взагалі останнім часом питання управління постачанням та розподілом ресурсів набуває особливої актуальності. І саме ефективним інструментом забезпечення здійснення такого управління є бюджет, основне завдання якого – реалізація планів та втілення стратегій як альтернативних способів досягнення мети господарюючого суб'єкта.

В останні роки відбулися позитивні зрушення у сфері реформування бюджетної системи України. У той же час виникає необхідність перегляду ряду законодавчих актів, оскільки з часу прийняття Бюджетного кодексу в 2001 році в Україні змінилася економічна та політична ситуація.

Особливої уваги потребує обговорення питання розподілу повноважень щодо формування й використання бюджетних ресурсів між виконавчою гілкою влади та місцевими органами самоврядування. Для останніх цей аспект є надзвичайно актуальним, оскільки саме місцева влада в особі керівників міст

не має у своїх руках законодавчо врегульованого, дієвого, базованого на економічних важелях механізму для реалізації своїх функцій. Таким чином, на основі вдосконалення бюджетного процесу створюються передумови для запровадження нових методів управління на місцевому рівні.

Питання програмно-цільового управління, а також програмно-цільового бюджетування розглядалося у працях як зарубіжних, так і вітчизняних науковців. Програмно-цільовий метод (ПЦМ) управління не є зовсім новим методом. Однак усі розробки у цій сфері стосуються більшою мірою управління державними коштами для досягнення цілей держави. У свій час над цими проблемами активно працювали науковці різних країн: Е. Голубков, В. Зубаков, Е. Маймінас, Б. Салтиков, Ф. Процай, а також Б. Райсберг, Б. Мільнер, В. Раппорт та ін. Дуже мало розробок стосується саме сфери взаємодії суб'єктів господарювання з бюджетами різних рівнів, управління підприємствами в цих умовах та визначення переваг, можливостей застосування програмно-цільового методу в управлінні ринково орієнтованими підприємствами.

Мета статті – ґрунтуючись на проведенні аналізу набутого досвіду різних країн в організації планування й управління на рівні держави та на рівні підприємства, у взаємозв'язку та відповідно співвідношенні розробити рекомендації щодо вдосконалення такого управління на основі програмно-цільового підходу.

З літературних джерел відомо, що місцеві ресурси – "це запаси чого-небудь, які можна використовувати в разі потреби, а також як засіб, можливість, якими можна скористатися в разі необхідності" [1, с. 467].

Економічна теорія дає таке визначення: "ресурси – це сукупність природних, соціальних та інтелектуальних сил, які можуть використовуватись для створення матеріальних благ та надання послуг" [2, с. 411 – 412].

Згідно зі статтею 142 Конституції України поняття місцевих ресурсів встановлюється в такому контексті: "матеріальною та фінансовою основою місцевого самоврядування є рухоме і нерухоме майно, доходи місцевих бюджетів, інші кошти, земля, природні ресурси, що є у власності територіальних громад сіл, селищ, міст, районів у містах, а також об'єкти їхньої спільної власності, що перебувають в управлінні районних і обласних рад" [3, с. 32]. Таке визначення обіймає всі види ресурсів, але для практичного застосування потребує подальшої конкретизації.

За іншими підходами ресурси також визначаються як основні елементи виробничого потенціалу, що перебувають у розпорядженні системи та використовуються для досягнення конкретних цілей економічного розвитку [4, с. 238]. С. В. Мочерний до переліку ресурсів відносить такі: природні, технічні, технологічні, кадрові, просторові, часові, структурно-організаційні, інформаційні, фінансові та нематеріальні. Згідно з цим трактуванням ресурси поділяються за різними критеріями. Крім речового та особистісного факторів, також виділяються відтворювані та невідтворювані ресурси.

Узагальнену структуру ресурсів територіальної громади можна подати як сукупність таких основних елементів:

- 1) власність (історико-архітектурне надбання, рухоме і нерухоме майно, трудові ресурси);
- 2) природні ресурси (земля, водні ресурси, ліс, надра);
- 3) фінанси (доходи місцевих бюджетів, позабюджетні джерела, бюджети розвитку, кошти юридичних осіб, кредитні та страхові кошти, цінні папери);
- 4) нематеріальні активи (інтелектуальна власність, стратегії розвитку території, довго- та короткострокові програми соціально-економічного розвитку, управлінські схеми, кадри, системи організації контролю та моніторингу виконання рішень органів місцевого самоврядування, проектів і програм).

Таким чином, можна зробити висновок про те, що поняття ресурсів загалом і поняття місцевих ресурсів зокрема до кінця не визначено. Ресурси за своїми ознаками суттєво відрізняються за походженням та цільовим використанням, однак універсальне значення поняття "ресурси" може трактуватися лише через фінансову призму. Саме через фінанси може відбуватися трансформація одних ресурсів у інші.

Тому в даній статті автор має за мету розглянути лише ту частину ресурсів, яка стосується ефективного управління місцевими фінансовими ресурсами, зокрема цільового використання обмежених бюджетних ресурсів для досягнення бажаних результатів розвитку регіонів та підприємницьких структур, що здійснюють свою діяльність у їх межах. Основними завданнями у статті виділено такі: розглянути основні відмінності методів формування бюджетів та довести необхідність програмно-цільової орієнтації бюджетного управління.

Програмно-цільовий метод (ПЦМ) бюджетування є якраз інструментом, який забезпечує ефективне управління бюджетним процесом у середньостроковій перспективі; він зорієнтований на вирішення існуючих проблем та досягнення конкретних цілей усіх суб'єктів господарювання: підприємства, територіальної громади та держави. Для більш ефективного вирішення зазначеної проблеми, як показує досвід, необхідно поєднувати переваги ПЦМ бюджетування і стратегічного планування. Стратегічне планування та складання й виконання бюджету за програмно-цільовим методом дозволяють досягти балансу між плануванням стратегічних заходів та їх фінансово-економічним забезпеченням.

Такий підхід, що зорієнтований на перспективу, потребує чіткого визначення довгострокових цілей розвитку, альтернативних шляхів їх досягнення, які відображені у відповідних стратегіях та стратегічних планах, а також змін усіх компонентів виробничо-управлінських систем, що необхідні для забезпечення ефективних результатів. Адже цілі визначають діяльність об'єкта та суб'єкта управління; структуру і механізм функціонування; кадровий склад; перелік напрямків розвитку, а також зміст роботи підсистем забезпечення діяльності та розвитку як регіону в цілому, так і підприємства зокрема. Таким чином, обґрунтована розстановка пріоритетів дозволяє забезпечити системний розвиток, а орієнтація на мету створює умови досягнень необхідних результатів. "Цільове управління, — зазначає Дж. Морісей, — ... потребує ясного й чіткого визначення цілей або бажаних результатів роботи, формування реальних програм їх досягнення та чіткої оцінки параметрів роботи шляхом вимірювання конкретних результатів за етапами досягнення поставлених цілей" [5, с. 73].

У різних країнах світу відомі різні назви методу бюджетування, який переносить наголос з ресурсів на результати з метою покращення прозорості бюджету і кращого розподілу бюджетних коштів. Це такі методи: "бюджетування, спрямоване на результати", "управління продуктивністю", або "покращення продуктивності", а також "програмно-цільове бюджетування". Наприклад, у Російській Федерації таку методологію запроваджують під назвою "Бюджет, орієнтований на результати" (БОР) [6, с. 37 – 41].

Уперше програмно-цільовий метод у бюджетному процесі був застосований у 60-х роках минулого сторіччя. Протягом останніх десятиліть ПЦМ як інструмент управління бюджетом набув популярності в багатьох країнах світу. Сьогодні США, Канада, Австралія, Нова Зеландія та країни — члени Європейського Союзу – активно використовують компоненти цього методу під час складання та виконання бюджету. Елементи програмно-цільового методу застосовуються в Литві та Естонії, Румунії й Болгарії. Значно просунувся у вирішенні проблеми ефективності бюджетних витрат та забезпечення їх цільового використання Казахстан. У Киргизії бюджетна реформа проводиться з 2001 р. у контексті виконання стратегічних завдань соціально-економічного розвитку країни. Бюджет даної країни вже з 2005 р. розробляється згідно з вимогами програмно-цільового підходу [7, с. 22].

Кожна з цих країн має свої надбання в методології програмно-цільового бюджетування. Різниця в підходах пояснюється різницею політичних завдань кожної країни, бюджетними інституціями та організацією бюджетного процесу, різницею в наявності ресурсів. Наочніше передумови та історія запровадження ПЦМ у різних країнах зображені в табл. 1 [7, с. 20 – 21].

Передумови та історія впровадження ПЦМ

	США, національний рівень	Австралія	Великобританія	Україна
Передумови (причини) впровадження ПЦМ	необхідність аналізу цілей окремих видів діяльності й забезпечення надання більш актуальної інформації для вищого керівництва; необхідність перенесення акцентів з традиційного процедурного контролю на ефективність та результативність	1980-ті рр. — серйозні економічні проблеми та необхідність зміцнення бюджетної дисципліни з метою розподілу бюджетних ресурсів та раціонального використання; 1983 р. — підтримка новим урядом реформи бюджетної системи та впровадження ПЦМ у бюджетний процес; 1996 р. — активізація впровадження "бюджету за результатами"	результати комплексного аналізу розподілу бюджетних ресурсів та надання послуг за рахунок бюджетних коштів; 1988 р. — було проаналізовано ефективність управління державними фінансами і, як результат, сформовано напрямки їх подальшого вдосконалення зокрема, в частині програмно-цільового підходу	2001 р. — Прийняття Бюджетного кодексу; початок бюджетної реформи; запровадження програмно-цільового підходу до управління бюджетними коштами затверджено на державному рівні Розпорядженням КМУ "Про ухвалення Концепції застосування програмно-цільового методу в бюджетному процесі" від 14.09.2002 р. №538-р.
Етапи переходу до ПЦМ	1949 р. — запровадження концепції "Цільового бюджетування"; 1955 р. — запровадження "Програмного бюджетування"; З 1960-х рр. — початок застосування Програмного бюджетування в міністерстві оборони США та інших галузях федерального рівня, а також окремими штатами і містами; 1965 р. — започаткування системи "Планування-програмування-бюджетування" (PPBS); 1973 р. — ініціювання "Управління за завданнями" (MBO); 1977 р. — запровадження "Бюджетування з нуля" (ZBB); 1993 р. — Закон "Про ефективність і результати роботи уряду" (GPR act)	1980 — 1990 рр. — початок запровадження основних елементів ПЦМ на основі досвіду США; широке впровадження програмно-цільового методу відносять до 1997 р., коли було прийнято рішення про підготовку бюджету згідно з ПЦМ; 1999 — 2000 рр. — почали застосовувати на практиці підхід, орієнтований безпосередньо на кінцевий результат у вигляді суспільного вагомого ефекту (за сферами діяльності)	1988 р. — початок реформи державного управління; 1998 р. — запровадження нових, орієнтованих на підвищення якості надання бюджетних послуг підходів у бюджетуванні; з 2000 р. — значне зосередження уваги на пріоритетах державної політики; сьогодні бюджетування реалізується згідно з принципами ПЦМ, базуючись на аналізі кінцевих результатів	з 2002 р. державний бюджет складається за цільовими програмами; з 2003 р. головні розпорядники бюджетних коштів складають бюджетні запити; з 2004 р. головні розпорядники бюджетних коштів складають паспорти бюджетних програм

Запровадження ПЦМ у бюджетному процесі набуває надзвичайної актуальності й в умовах інтеграції України до Європейського Союзу, оскільки підготовка бюджету на декілька років є однією з вимог до країн — членів ЄС та кандидатів на вступ до ЄС.

Місцеві органи влади наближені до підприємств, що функціонують на їх території. Вони мають постійно спільно вирішувати нагальні соціально-економічні завдання, при цьому правильно розставивши пріоритети, перед місцевою владою все частіше постає проблема використання методів розподілу обмежених ресурсів. Тому в таких умовах об'єктивно виникає питання ефективного управління розподілом ресурсів місцевих бюджетів для досягнення поставлених цілей. Однак на заваді стоїть ще й відсутність стратегічного підходу до господарювання, оскільки навіть якщо формально місто і має стратегію розвитку та розроблений стратегічний план, то воно майже ніколи не користується цими інструментами управління. Призначені чи обрані керівники міст за своїми посадами мають опікуватись розвитком підвладних їм соціальних систем, і тут саме стратегічне планування може дати їм цілу низку потенційних переваг. Як показує досвід, стратегічне планування може створити корисну основу для ухвалення та забезпечення виконання принципових рішень, що стосуються діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, в тому числі й підприємства.

Зрештою, і в самих підприємств, які здійснюють свою господарську діяльність у межах тієї чи іншої територіальної громади, відсутні стратегії та стратегічні плани розвитку або ж вони є лише формальністю, тобто стратегічні цілі підприємства залишаються лише розглянутими папері й немає механізму постійної перевірки (моніторингу) досягнутих результатів функціонування організації на предмет відповідності визначеним цілям. Ця ситуація посилюється ще й невідповідністю і незбалансованістю цілей функціонування та розвитку підприємства

відносно регіону, міста, територіальної громади в коротко- та довгостроковій перспективі. Інструментом балансування різних стратегій регіонів, міст і підприємств має стати розробка дієвих планових документів — проектів та програм з реалізації конкретних стратегічних завдань відповідного суб'єкта господарювання.

Нині в Україні реалізуються науково-дослідні та конструкторські роботи за понад 60-ма державними і міжнародними цільовими комплексними програмами (ЦКП). Найбільш відомими з них є: "Програма стабілізації та розвитку АПК", "Національна програма виробництва технологічних комплексів машин і устаткування для сільського господарства, харчової та переробної промисловості", "Комплексна програма модернізації та розвитку паливно-енергетичної промисловості ("Енергетика")", "Програма розвитку вугільної промисловості та її соціальної сфери ("Вугілля")", "Програма розвитку та технічного переозброєння підприємств чорної і кольорової металургії", "Програма конверсії військово-промислового і машинобудівельного комплексів", "Програма розвитку авіаційної промисловості", "Програма розвитку хімічної, нафтохімічної та нафтопереробної промисловості", "Програма розвитку транспортного комплексу", "Програма розвитку лісового господарства і лісопромислового комплексу", "Програма ліквідації наслідків аварії на ЧАЕС", "Програма екологічного оздоровлення басейну Дніпра", "Програма в галузі охорони здоров'я і медичної техніки", "Національна програма відродження освіти ("Україна — XXI століття")", "Програма основних напрямків розвитку культури", "Програма розвитку матеріально-технічної бази книговидавництва і преси", "Національна космічна програма", "Державна програма приватизації" тощо.

Програмування як спосіб вирішення економічних проблем застосовується на різних рівнях управління економікою. Найважливіші програми, спрямовані на розв'язання загальнодержавних і загальносуспільних проблем, які формуються

виходячи зі стратегічних цілей держави, здобувають статус національних програм. В Україні національні ЦКП розробляються й реалізуються згідно з постановами Верховної Ради, указами Президента, розпорядженнями Кабінету Міністрів.

Аналіз досвіду виконання різних державних та національних проектів і програм дозволив визначити такі основні проблеми цього процесу, що обумовлюють недовість розроблених планових документів та відстрочення їх виконання:

брак своєчасного й достатнього фінансування цих проектів і програм, а ефективна стратегічна діяльність неможлива без своєчасного забезпечення фінансовими ресурсами;

формування бюджету без стратегічного підходу, що, у свою чергу, так само веде до помилкової практики витрат;

досвід бюджетування, що склався в Україні, не зорієнтований на цільове використання обмежених бюджетних ресурсів;

на даний час бюджети міст складаються за постатейним (традиційним) методом, визначеним законодавчо, що становить абсолютно незрозумілий процес для пересічного представника громади та й навіть для працівників органів місцевого самоврядування, оскільки формат бюджету відображає лише коди програм і певні цифри на фінансування, чого аж ніяк недостатньо для забезпечення прозорості всього процесу та здійснення ефективного контролю за використанням бюджетних коштів;

недостатня участь суб'єктів господарювання у процесі реалізації державних цільових програм, зокрема рівень підприємницьких структур практично взагалі не залучений до цього процесу;

наявність недоліків управління процесом розробки та реалізації програм;

відсутність чітких критеріїв формування показників ефективності та результативності реалізації програм, а також невизначеність кінцевої мети їх виконання і, як наслідок, нецільове використання асигнувань на окремих етапах здійснення програм.

Саме тому останнім часом йде пошук узгодженості бюджетного процесу зі стратегічними завданнями суб'єктів господарювання. Неабияке значення при цьому має впровадження цільових та програмно-цільових підходів (автор розуміє тут принциповий підхід до управління, спрямований на досягнення цілей, але має на увазі також практику "управління за результатами", "програмно-цільове управління" та інші варіанти даного підходу) у практику діяльності державних, місцевих органів управління (запровадження програмно-цільового підходу до управління бюджетними коштами вже затверджене на державному рівні Розпорядженням КМУ "Про ухвалення Концепції застосування програмно-цільового методу в бюджетно-му процесі" від 14.09.2002 р. №538-р.) та підприємницьких структур.

Саме ПЦМ дає низку переваг. По-перше, бюджет складається і планується на 3 – 5 років у розрізі програм, що дає розуміння громаді про те, куди витрачаються їх гроші.

По-друге, на відміну від традиційного методу обґрунтування видатків відбувається на основі визначення основних цілей і показників ефективності та результативності їх досягнення, що знову ж таки дає можливість правильно оцінити результати, які були досягнуті в ході реалізації програми (шведські ж дослідники, у свою чергу, стверджують, що систематична оцінка досягнутих результатів – найкращий шлях до успіху. Механізм оцінювання має виконувати подвійну функцію: по-перше, забезпечувати тривалий і систематичний потік надійної інформації про реальні результати, а по-друге, сигналізувати про результати щодо досягнення основної мети і вказувати на критерії та стандарти цінностей, яких очікують).

І, по-третє, найважливіше, що такий підхід побудований на основі прозорості та підзвітності, підвищує відповідальність керівників установ за досягнення визначених спільно з громадою результатів, що спонукає їх до роботи. Таким чином,

ПЦМ забезпечує комплексний підхід до формування й виконання бюджету. Основні відмінності обох методів відображено в табл. 2.

Таблиця 2

Відмінності програмно-цільового та постатейного методів формування бюджетів

Постатейний (традиційний) метод	Програмно-цільовий метод
Планування бюджету на 1 рік (короткострокова перспектива)	Планування бюджету на 3 – 5 років (середньострокова перспектива)
Видатки визначаються на основі усталеної практики без оцінки їх доцільності та якості бюджетних послуг, тобто на основі даних попередніх років	Обґрунтування видатків здійснюється на основі фактичних потреб громади та визначених цілей, при цьому встановлюються показники соціальної та економічної ефективності і результативності
Бюджет складається за: бюджетними функціями; статтями економічної класифікації видатків (КЕКВ)	Бюджет складається за: видатками бюджетних програм; КЕКВ (формат зрозумілий кожному громадянину)
Бюджет спрямований на утримання бюджетних установ, їх мережі	Бюджет спрямований на досягнення найбільш ефективних, якісних результатів від витрачених бюджетних коштів
Відсутність відповідальності за результати діяльності бюджетних установ та якість послуг, що надаються	Персональна відповідальність керівників установ та організацій за досягнення результатів бюджетних програм
Відсутній соціальний ефект, оскільки основні рішення влади приймаються за "закритими" дверима	Дорадчі комітети, сформовані з представників різних зацікавлених груп, виносять пропозиції на громадські слухання, де приймається спільне рішення, що дозволяє владі розділити з народом відповідальність за нього

У сучасних умовах місцевій владі слід усвідомити, що тільки найефективніше використання наявних бюджетних коштів може забезпечити подальший розвиток міста, ефективне функціонування підприємств та його території, благополуччя громади і майбутнє самої влади. Головне – це сприяння обміну досвідом та перейняття кращих практик управління, адаптованих до умов української економіки. При цьому перспективними напрямками подальших розвідок є:

1) розробка пропозицій щодо змін у законодавстві для успішного балансування ПЦМ управління бюджетом для державних і бізнес-структур;

2) балансування стратегічних цілей суб'єктів господарювання різних організаційно-правових форм шляхом уніфікації загальних цільових показників використання бюджетних коштів (показники затрат, продукту, ефективності/результативності та корисності/якості);

3) необхідність розробки збалансованих показників щодо розподілу та оцінки використання бюджетних коштів, а також аналізу досягнутих результатів при впровадженні цільових комплексних програм для всіх рівнів господарювання.

Бюджетування на основі програмно-цільового методу повинно охоплювати всі рівні економіки:

- державний;
- галузевий;
- регіональний;
- місцевий;

рівень підприємств та їх об'єднань (зокрема, в цій частині метою подальших досліджень повинна стати розробка цільових показників використання коштів, які б могли бути застосовані як підприємством, так і органами самоврядування для балансування цілей розвитку господарю-

чих одиниць та здійснення моніторингу й оцінки досягнутих результатів).

Таким чином, тільки за умов налагодження ефективного функціонування вертикалі "держава – місто – підприємство" можна добитися системного розвитку економіки нашої країни в цілому, а також забезпечити подальше виконання необхідних умов на шляху євроінтеграції.

Література: 1. Економічний словник-довідник / За ред. С. В. Мочерного. – К.: Феміна, 1995. – С. 467. 2. Семюелсон Пол А. Мікроекономіка / Пол А. Семюелсон, Вільям Д. Нордгауз. – К.: Основи, 1999. – С. 411 – 412. 3. Конституція України від 28.06.1996 р. №254к/96-ВР // www.rada.gov.ua 4. Економічний енциклопедичний словник / За ред. С. В. Мочерного. – Львів: Світ, 2005. – С. 238. 5. Моррісей Дж. Целевое управление организацией. – М.: Советское радио, 1979. – С. 73. 6. Ведунг Еверт. Оцінювання державної політики і програм. – К.: Всеуито, 2003. – С. 37 – 41. 7. Программно-целевой метод бюджетного финансирования. История развития // Теория и практика управления. – 2005. – №4. – С. 18 – 23. 8. Закон України "Про державні цільові програми" від 18.03.2004 р. №1621-IV // www.rada.gov.ua 9. Розпорядження КМУ "Про ухвалення Концепції застосування програмно-цільового методу в бюджетному процесі" від 14.09.2002 р. №538-р. // www.rada.gov.ua 10. Бачарніков В. П. Математичне і програмне забезпечення цільових програм у стратегічному менеджменті. – К.: Ніка-центр, 2005. – С. 20 – 22. 11. Шершньова З. Є. Стратегічне управління. – К.: КНЕУ, 2004. – 700 с.

Стаття надійшла до редакції
24.01.2008 р.

УДК 658.12

Архипенко С. В.

АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ ДИСПРОПОРЦІЙ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

The detailed analysis of the main social factors of the population welfare measurement from the region point of view (such as average monthly wages, income of the population, unemployment rate and labour demand) is organized in the article. The conclusion about reinforcement region on social parameters and clear division of Ukraine into successful and depression parts are made on the basis of this analysis.

Ключовою проблемою, що сформувалася в Україні протягом шістнадцяти років її існування та потребує поетапного вирішення, є зростання соціальних диспропорцій розвитку регіонів і низький рівень їх економічної активності. Поступове зниження зазначених тенденцій стало на сьогодні пріоритетним завданням державної регіональної політики, адже дані диспропорції перетворилися на чинник, що уповільнює темпи економічного зростання на всій території держави. Саме тому проведення аналізу соціальних показників життя регіонів є необхідним з огляду на виявлення тенденцій, що склалися за останні роки, і вироблення на його основі конкретних напрямів покращення такого стану.

У наукових колах на сьогодні приділяється достатньо уваги проведенню аналізу як економічного, так і соціального стану регіонів України. Зокрема, такі вчені-регіоналісти, як М. І. Долішній, С. М. Злупко, С. Й. Вовканич [1; 2], С. А. Романюк [3] та З. С. Варналій, провели ґрунтовний аналіз соціальних показників розвитку регіонів з 1995 до 2000 р. з наданням відповідних висновків. Праці багатьох економістів присвячені розробці методик аналізу різних аспектів економічного та соціального життя регіонів, це такі економісти: Н. І. Андрусишин, В. І. Кардаш, Ю. О. Сідляр та ін.

Метою статті є проведення ґрунтового аналізу основних соціальних показників виміру добробуту населення в регіональному розрізі та формування висновків про порівняльне соціальне становище регіонів і динаміку соціальних диспропорцій.

Зростання економічних диспропорцій зумовило посилення регіональної асиметрії за основними соціальними параметрами. Так, зростають відмінності між регіонами в оплаті праці (табл. 1).

Таблиця 1

Середньомісячна номінальна заробітна плата найманих працівників, грн.

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Україна	73	126	143	153	178	230	311	376	462	590	806
Автономна Республіка Крим	70	118	134	143	168	225	301	358	433	543	730
Області:											
Вінницька	58	100	112	115	129	159	215	265	334	435	597
Волинська	53	90	103	105	118	150	201	253	319	412	591
Дніпропетровська	91	159	179	189	209	273	370	438	526	667	913
Донецька	97	158	180	195	220	292	383	452	550	712	962
Житомирська	61	102	114	118	134	164	220	268	334	434	602
Закарпатська	50	86	100	108	130	172	238	295	379	479	665
Запорізька	84	146	163	183	215	289	379	445	541	671	860
Івано-Франківська	65	105	116	120	140	188	259	318	402	510	718
Київська	78	136	155	161	191	241	317	378	470	592	811
Кіровоградська	58	103	114	119	137	170	231	282	353	455	624
Луганська	82	132	151	163	184	232	320	393	474	596	805
Львівська	62	107	122	132	152	196	272	339	419	523	713
Миколаївська	68	116	131	145	169	227	327	398	470	565	744
Одеська	66	117	134	146	183	236	306	379	454	566	768
Полтавська	76	130	142	150	173	220	292	354	437	560	758
Рівненська	61	105	117	120	135	173	245	312	390	506	685
Сумська	66	115	127	130	150	194	259	307	379	473	663
Тернопільська	53	90	102	104	112	135	190	237	304	388	553
Харківська	72	127	149	159	184	230	310	370	455	569	759
Херсонська	59	102	120	125	143	173	233	289	356	451	625
Хмельницька	55	95	109	114	127	156	211	258	323	419	584
Черкаська	63	111	122	127	146	175	229	276	350	465	642
Чернівецька	55	94	108	106	123	157	218	271	344	441	621
Чернігівська	57	104	116	122	141	177	235	277	342	438	602
м. Київ	100	177	215	247	303	405	549	643	761	967	1314
м. Севастополь	83	137	153	159	187	251	325	391	486	594	803

Незважаючи на досить рівномірне щорічне збільшення середньомісячної заробітної плати по всій території України, її розмір значно відрізняється по регіонах. Так, протягом 10 років дослідження (1995 – 2005 рр.) зберігається така тенденція, що найвищу зарплатню отримують працівники з промислово розвинутих регіонів, підприємства яких є прибутковими і в змозі платити більше, ніж регіони сільськогосподарської спе-

ціалізації, де ситуація значно гірша. Найвища ціна праці має місце в таких регіонах (за даними на кінець періоду дослідження – 2005 р.): м. Київ (1 314 грн.), Донецька обл. (962 грн.), Дніпропетровська обл. (913 грн.), Запорізька обл. (860 грн.), Київська обл. (811 грн.), Луганська обл. (805 грн.). Заробітна плата працівників даних регіонів перевищує середньоукраїнський рівень (806 грн.). Слід зауважити, що це регіони, на яких сконцентровані підприємства зі шкідливими умовами праці, а тому ця надбавка, на погляд автора, є виправданою з позицій того, що такі працівники змушені витратити більше коштів на підтримання власного здоров'я й робочої сили. Регіонами, які характеризуються найнижчими показниками середньомісячної заробітної плати, є: Хмельницька (584 грн.), Волинська (591 грн.), Вінницька (597 грн.), Чернігівська (602 грн.) області, тобто території переважного розвитку сільського гос-

подарства. І така тенденція спостерігається протягом усього досліджуваного періоду (див. табл. 1). Співвідношення між максимальною та мінімальною зарплатою протягом 2000 – 2005 рр. коливається в межах 2 разів: від 1,74 у 2005 р. до 2,02 у 2001 р., що говорить про високий рівень нерівномірності в оплаті праці по різних регіонах. Лідирує за цим показником Донецька область, найменша заробітна плата у працівників Тернопільської області.

Така асиметрія не могла не позначитись на рівні життя в різних регіонах, що відображають показники доходів та витрат населення.

Аналіз доходів населення за 1997 – 2005 рр. (табл. 2) показує не таку однозначну тенденцію до щорічного зростання, як по заробітній платі.

Таблиця 2

Темпи змін у доходах населення, %

	1998 до 1997	1999 до 1998	2000 до 1999	2001 до 2000	2002 до 2001	2003 до 2002	2004 до 2003	2005 до 2004	2005 до 1997
Україна	108,61	113,77	140,48	181,79	117,14	116,60	127,08	1390,75	7617,50
Автономна Республіка Крим	95,45	106,26	131,52	207,43	112,43	118,98	128,44	138,53	658,59
Області:									
Вінницька	90,75	125,11	138,22	249,95	115,27	117,15	128,42	139,40	948,13
Волинська	102,68	109,95	133,26	246,35	118,71	112,37	127,64	137,79	869,48
Дніпропетровська	116,99	107,21	140,94	142,09	114,48	115,74	130,22	140,93	610,76
Донецька	117,93	116,15	134,28	155,85	119,20	114,66	131,44	138,16	711,47
Житомирська	96,33	104,49	132,17	229,61	119,65	116,74	131,28	137,15	768,19
Закарпатська	110,50	121,61	120,45	256,09	116,63	121,10	133,96	137,66	1079,71
Запорізька	111,90	105,44	143,78	186,05	112,75	116,73	127,12	138,56	731,66
Івано-Франківська	100,58	122,96	136,69	245,29	116,71	116,63	133,90	139,34	1053,12
Київська	95,98	112,01	125,14	255,50	108,72	115,93	121,19	139,23	731,04
Кіровоградська	103,53	115,02	128,68	250,58	114,17	114,45	126,10	138,70	877,62
Луганська	102,13	115,81	156,39	162,59	116,05	117,66	128,23	138,61	729,87
Львівська	99,10	123,58	124,95	228,69	118,42	114,69	135,70	138,12	890,92
Миколаївська	106,22	117,24	153,20	173,77	120,49	113,01	131,12	137,71	815,16
Одеська	107,79	115,87	136,16	183,72	117,14	119,13	141,62	137,80	850,89
Полтавська	104,39	109,03	131,89	207,57	117,98	113,12	130,37	138,56	751,23
Рівненська	95,92	102,19	142,33	272,35	118,77	115,68	126,70	137,81	911,54
Сумська	99,18	111,83	156,28	210,68	113,05	115,92	125,09	139,55	835,38
Тернопільська	94,48	118,03	148,09	261,70	113,83	117,89	134,40	141,02	1099,21
Харківська	101,68	126,18	119,34	202,28	117,37	116,86	125,66	138,74	740,50
Херсонська	98,57	110,85	132,19	227,40	118,46	113,80	136,45	139,85	844,98
Хмельницька	95,25	113,02	153,29	236,58	116,48	111,87	134,46	139,79	956,20
Черкаська	98,86	112,88	132,49	214,04	114,10	114,85	131,90	139,26	761,72
Чернівецька	96,12	107,26	147,37	269,01	113,85	118,37	145,85	139,35	1119,38
Чернігівська	97,08	117,69	135,81	222,25	113,82	113,33	129,40	137,24	789,95
м. Київ	132,44	113,34	163,38	89,64	121,96	122,17	141,86	141,69	658,28
м. Севастополь	104,81	113,39	129,77	129,55	123,48	117,85	139,35	135,03	547,12

Так, протягом 1998 р. зафіксовано їх падіння в 13 регіонах, серед яких найбільшими темпами знижувались доходи мешканців Вінницької, Рівненської, Київської, Хмельницької, Чернівецької областей. У той час середньомісячна заробітна плата в цьому році по даним областям мала стійку тенденцію до зростання (при цьому оплата праці в Київській області перевищує середньоукраїнський показник). А вже з 1999 р. до 2005 р. доходи населення стабільно приростали по всім регіонам, вони досягли найбільшого піку зростання протягом 2001 р.: у межах України доходи зросли на 81,8%, за регіонами зростання більше 100% спостерігалось у 19 областях. При цьому протягом останніх 5 років (2000 – 2005 рр.) зберігається дуже значна різниця між "багатими" та "бідними" регіонами: в 2000 р. вона становила 13 разів. Хоча протягом усього періоду дослідження ця відмінність постійно скорочувалась (на 2005 р. вона склала 7,06 раза), але все одно залишається великою. При цьому протягом 2000 – 2005 рр. "найбагатшим"

регіоном визначалась Донецька область, "найбіднішим" — Чернівецька. Слід зазначити, що до регіонів зі значним рівнем доходів в основному відносяться ті, які мають високу частку у виробленні загальноукраїнської ВДВ, тобто переважно промислові регіони: Дніпропетровська, Харківська, Запорізька, Луганська області. Але до цього переліку входять також Львівська, Одеська, Київська області, причому за доходами населення вони перевищують Запорізьку й Луганську, що пояснюється їх вдалим географічним положенням, туристичною привабливістю, існуванням на їх території ВЕЗ та входженням цих областей до складу відповідних єврорегіонів.

Разом зі зростанням диференціації доходів населення загострилась проблема зайнятості в регіональному розрізі. Динаміка рівня офіційно зареєстрованого безробіття за 1992 – 2006 рр. (табл. 3, 4) показує його зростання у 2006 р. відносно 1992 р. більш ніж на 1000% у 18-ти регіонах.

Таблица 3

Темпи змін зареєстрованого безробіття, %

	1993 до 1992	1994 до 1993	1995 до 1994	1996 до 1995	1997 до 1996	1998 до 1997	1999 до 1998	2000 до 1999	2001 до 2000	2002 до 2001	2003 до 2002	2004 до 2003	2005 до 2004	2006 до 2005	2006 до 1992
Україна	100,00	100,00	1866,67	135,71	117,11	25,84	160,87	113,51	97,62	87,80	102,78	94,59	100,00	88,57	1033,33
Автономна Республіка Крим	100,00	100,00	6900,00	121,74	115,48	18,56	166,67	93,33	78,57	104,55	152,17	97,14	100,00	85,29	2900,00
Області:															
Вінницька	200,00	100,00	1900,00	105,26	135,00	40,74	145,45	115,63	110,81	102,44	88,10	86,49	134,38	100,00	4300,00
Волинська	225,00	111,11	600,00	121,67	132,88	43,30	142,86	108,33	89,23	96,55	75,00	107,14	97,78	90,91	1000,00
Дніпропетровська	50,00	100,00	4700,00	127,66	148,33	19,10	200,00	120,59	104,88	86,05	102,70	92,11	85,71	80,00	1200,00
Донецька	100,00	100,00	2400,00	135,42	116,92	23,68	161,11	117,24	100,00	76,47	103,85	92,59	92,00	82,61	950,00
Житомирська	175,00	100,00	1014,29	104,23	124,32	40,22	156,76	120,69	111,43	66,67	84,62	111,36	102,04	86,00	1075,00
Закарпатська	125,00	120,00	1016,67	132,79	150,62	25,41	164,52	111,76	105,26	83,33	108,00	81,48	86,36	89,47	850,00
Запорізька	100,00	50,00	6300,00	166,67	107,62	15,93	150,00	118,52	106,25	100,00	100,00	97,06	96,97	93,75	1500,00
Івано-Франківська	137,50	109,09	583,33	157,14	103,64	42,11	150,00	88,89	89,06	84,21	97,92	89,36	102,38	95,35	512,50
Київська	133,33	75,00	1633,33	120,41	120,34	47,89	147,06	102,00	100,00	82,35	90,48	78,95	93,33	89,29	833,33
Кіровоградська	133,33	100,00	1525,00	183,61	102,68	27,83	153,13	110,20	92,59	84,00	114,29	112,50	92,59	92,00	1533,33
Луганська	100,00	200,00	3550,00	116,90	115,66	21,88	147,62	116,13	108,33	82,05	100,00	90,63	86,21	92,00	2300,00
Львівська	140,00	85,71	1266,67	146,05	114,41	31,50	152,50	119,67	82,19	68,33	97,56	97,50	102,56	85,00	680,00
Миколаївська	100,00	100,00	3100,00	109,68	125,00	27,06	156,52	102,78	102,70	86,84	100,00	112,12	102,70	110,53	2100,00
Одеська	100,00	50,00	4300,00	137,21	105,08	8,06	180,00	100,00	122,22	118,18	146,15	110,53	100,00	100,00	1050,00
Полтавська	100,00	66,67	2400,00	122,92	145,76	32,56	153,57	113,95	106,12	94,23	93,88	91,30	104,76	100,00	1466,67
Рівненська	200,00	87,50	942,86	168,18	100,90	26,79	186,67	125,00	98,57	97,10	97,01	84,62	107,27	88,14	1300,00
Сумська	100,00	100,00	1600,00	108,33	130,77	45,59	170,97	128,30	92,65	82,54	88,46	91,30	100,00	95,24	1333,33
Тернопільська	128,57	55,56	860,00	109,30	136,17	54,69	154,29	116,67	107,94	92,65	106,35	97,01	115,38	88,00	942,86
Харківська	100,00	100,00	6400,00	131,25	109,52	21,74	165,00	112,12	94,59	91,43	100,00	93,75	100,00	86,67	2600,00
Херсонська	100,00	66,67	2600,00	182,69	109,47	14,42	153,33	126,09	127,59	113,51	145,24	95,08	86,21	80,00	1333,33
Хмельницька	125,00	80,00	975,00	151,28	111,86	40,91	114,81	109,68	108,82	97,30	91,67	106,06	114,29	92,50	925,00
Черкаська	100,00	200,00	3050,00	132,79	101,23	28,05	156,52	122,22	100,00	95,45	114,29	114,58	103,64	91,23	5200,00
Чернівецька	200,00	75,00	1500,00	171,11	114,29	21,59	194,74	116,22	97,67	104,76	145,45	89,06	105,26	81,67	2450,00
Чернігівська	133,33	100,00	975,00	117,95	143,48	63,64	154,76	115,38	76,00	77,19	95,45	97,62	95,12	97,44	1266,67
м. Київ	50,00	40,00	18000,00	151,39	101,83	4,50	140,00	128,57	88,89	87,50	85,71	66,67	100,00	100,00	200,00
м. Севастополь					113,11	8,70	200,00	100,00	66,67	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	

Таблица 4

Рівень зареєстрованого безробіття, %

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Україна	0,3	0,3	0,3	5,6	7,6	8,9	2,3	3,7	4,2	4,1	3,6	3,7	3,5	3,5	3,1
Автономна Республіка Крим	0,1	0,1	0,1	6,9	8,4	9,7	1,8	3,0	2,8	2,2	2,3	3,5	3,4	3,4	2,9
Області:															
Вінницька	0,1	0,2	0,2	3,8	4,0	5,4	2,2	3,2	3,7	4,1	4,2	3,7	3,2	4,3	4,3
Волинська	0,4	0,9	1	6	7,3	9,7	4,2	6,0	6,5	5,8	5,6	4,2	4,5	4,4	4,0
Дніпропетровська	0,2	0,1	0,1	4,7	6,0	8,9	1,7	3,4	4,1	4,3	3,7	3,8	3,5	3	2,4
Донецька	0,2	0,2	0,2	4,8	6,5	7,6	1,8	2,9	3,4	3,4	2,6	2,7	2,5	2,3	1,9
Житомирська	0,4	0,7	0,7	7,1	7,4	9,2	3,7	5,8	7,0	7,8	5,2	4,4	4,9	5,0	4,3
Закарпатська	0,4	0,5	0,6	6,1	8,1	12,2	3,1	5,1	5,7	6	5,0	5,4	4,4	3,8	3,4
Запорізька	0,2	0,2	0,1	6,3	10,5	11,3	1,8	2,7	3,2	3,4	3,4	3,4	3,3	3,2	3,0
Івано-Франківська	0,8	1,1	1,2	7	11,0	11,4	4,8	7,2	6,4	5,7	4,8	4,7	4,2	4,3	4,1
Київська	0,3	0,4	0,3	4,9	5,9	7,1	3,4	5,0	5,1	5,1	4,2	3,8	3,0	2,8	2,5
Кіровоградська	0,3	0,4	0,4	6,1	11,2	11,5	3,2	4,9	5,4	5,0	4,2	4,8	5,4	5,0	4,6
Луганська	0,1	0,1	0,2	7,1	8,3	9,6	2,1	3,1	3,6	3,9	3,2	3,2	2,9	2,5	2,3
Львівська	0,5	0,7	0,6	7,6	11,1	12,7	4,0	6,1	7,3	6,0	4,1	4	3,9	4,0	3,4
Миколаївська	0,2	0,2	0,2	6,2	6,8	8,5	2,3	3,6	3,7	3,8	3,3	3,3	3,7	3,8	4,2
Одеська	0,2	0,2	0,1	4,3	5,9	6,2	0,5	0,9	0,9	1,1	1,3	1,9	2,1	2,1	2,1
Полтавська	0,3	0,3	0,2	4,8	5,9	8,6	2,8	4,3	4,9	5,2	4,9	4,6	4,2	4,4	4,4
Рівненська	0,4	0,8	0,7	6,6	11,1	11,2	3,0	5,6	7,0	6,9	6,7	6,5	5,5	5,9	5,2
Сумська	0,3	0,3	0,3	4,8	5,2	6,8	3,1	5,3	6,8	6,3	5,2	4,6	4,2	4,2	4,0
Тернопільська	0,7	0,9	0,5	4,3	4,7	6,4	3,5	5,4	6,3	6,8	6,3	6,7	6,5	7,5	6,6
Харківська	0,1	0,1	0,1	6,4	8,4	9,2	2,0	3,3	3,7	3,5	3,2	3,2	3	3,0	2,6
Херсонська	0,3	0,3	0,2	5,2	9,5	10,4	1,5	2,3	2,9	3,7	4,2	6,1	5,8	5,0	4,0
Хмельницька	0,4	0,5	0,4	3,9	5,9	6,6	2,7	3,1	3,4	3,7	3,6	3,3	3,5	4,0	3,7
Черкаська	0,1	0,1	0,2	6,1	8,1	8,2	2,3	3,6	4,4	4,4	4,2	4,8	5,5	5,7	5,2
Чернівецька	0,2	0,4	0,3	4,5	7,7	8,8	1,9	3,7	4,3	4,2	4,4	6,4	5,7	6,0	4,9
Чернігівська	0,3	0,4	0,4	3,9	4,6	6,6	4,2	6,5	7,5	5,7	4,4	4,2	4,1	3,9	3,8
м. Київ	0,2	0,1	0,04	7,2	10,9	11,1	0,5	0,7	0,9	0,8	0,7	0,6	0,4	0,4	0,4
м. Севастополь					6,1	6,9	0,6	1,2	1,2	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8

Найбільшою напруги ринок праці зазнав у період загально-економічної кризи, пік якої щодо цього ринку припав на 1995 р., коли темпи зростання перевищували 1000%. У той час найбільш перевантаженими були ринки праці м. Києва (18000%), Харківської (6400%), Запорізької (6300%), Дніпропетровської (4700%), Одеської (4300%) областей, тобто переважно регіонів високої концентрації важкої промисловості, внаслідок спаду виробництва в галузі, закриття підприємств та вивільнення великої кількості працівників. Західні області (Івано-Франківська, Тернопільська, Волинська) мали найменший на той час рівень безробіття. Значний спад рівня безробіття припав на 1998 р., але й тоді спостерігалась значна диференціація цього показника. Так, найбільше працевлаштованих припадало на міста республіканського значення, Одеську область, АР Крим, Херсонську, Дніпропетровську, Запорізьку, Харківську області, на що вплинула деяка стабілізація в промисловості. Після 2000 р. напруга на ринку праці не впала: найбільшою протягом останніх 6 років вона є в Тернопільській, Чернівецькій, Херсонській та Рівненській областях (рівень безробіття коливається в межах 4,5 – 5,5%), які не мають потужних виробництв і спеціалізуються на аграрному секторі. В областях розвитку важкої промисловості рівень безробіття коливається від 2,5 до

3,5%, що близько до середнього показника безробіття по Україні. Областями з найвищим рівнем зайнятості виступають Одеська, Донецька, Київська. Досить великим є навантаження на ринок праці західних областей (Івано-Франківської, Чернівецької, Львівської, Тернопільської): його рівень коливається від 4 до 6%. Ситуація в цих регіонах загострюється тим, що й рівень середньомісячної зарплати тут досить низький. Отже, різниця між регіонами в можливостях отримати роботу дуже значна, хоча і має тенденцію до зниження: вона варіюється від 8 разів (у 2000 р.) до 3,47 разів (у 2006 р.). При цьому найлегше працевлаштуватися в Одеській області, найважче – в північно-західних областях.

Розглянувши регіональну динаміку на ринку пропозиції робочої сили, з'ясуємо, наскільки диференційований ринок попиту на неї.

Динаміка попиту на робочу силу за 2000 – 2006 рр. показує постійне його зростання протягом усього періоду по всім регіонам і не дає пояснення наявності високого рівня безробіття. Тобто слід проаналізувати структуру попиту по регіонах і встановити, де існує дефіцит робочої сили.

Аналіз попиту на робочу силу по регіонах за 2000 – 2006 рр. поданий у табл. 5.

Таблиця 5

Аналіз попиту на робочу силу по регіонах за 2000 – 2006 рр.

	Тис. осіб								Питома вага до загальнодержавного попиту, %						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	
Україна	50,7	68,2	96,9	123,9	138,8	166,5	186,6	100	100	100	100	100	100	100	
Автономна Республіка Крим	2,0	2,1	2,6	3,1	4,8	4,8	5,3	3,94	3,08	2,68	2,50	3,46	2,88	2,84	
Області:															
Вінницька	1,2	1,1	1,5	1,8	2,7	2,6	3,0	2,37	1,61	1,55	1,45	1,95	1,56	1,61	
Волинська	0,5	0,7	1,1	1,6	1,7	2,1	2,2	0,99	1,03	1,14	1,29	1,22	1,26	1,18	
Дніпропетровська	3,7	5,3	8,3	10,6	10,5	16,3	18,2	7,30	7,77	8,57	8,56	7,56	9,79	9,75	
Донецька	9,5	15,1	20,5	24,6	26,0	33,4	34,8	18,74	22,14	21,16	19,85	18,73	20,06	18,65	
Житомирська	0,8	0,8	1,2	2,2	2,9	2,8	3,3	1,58	1,17	1,24	1,78	2,09	1,68	1,77	
Закарпатська	1,2	0,8	1,6	1,9	3,4	2,7	3,4	2,37	1,17	1,65	1,53	2,45	1,62	1,82	
Запорізька	2,0	2,1	3,3	4,9	5,1	5,8	6,7	3,94	3,08	3,41	3,95	3,67	3,48	3,59	
Івано-Франківська	0,7	1,0	1,4	1,5	2,1	1,3	2,0	1,38	1,47	1,44	1,21	1,51	0,78	1,07	
Київська	1,7	2,2	2,3	3,0	4,0	5,8	7,0	3,35	3,23	2,37	2,42	2,88	3,48	3,75	
Кіровоградська	0,8	1,2	2,4	2,9	3,1	3,5	3,8	1,58	1,76	2,48	2,34	2,23	2,10	2,04	
Луганська	4,8	6,5	6,2	8,0	7,8	8,9	9,3	9,47	9,53	6,40	6,46	5,62	5,35	4,98	
Львівська	1,1	1,2	2,3	3,2	4,5	4,6	4,9	2,17	1,76	2,37	2,58	3,24	2,76	2,63	
Миколаївська	1,2	1,4	2,5	3,2	3,3	3,9	4,0	2,37	2,05	2,58	2,58	2,38	2,34	2,14	
Одеська	1,7	1,7	2,4	2,4	3,3	4,7	5,7	3,35	2,49	2,48	1,94	2,38	2,82	3,05	
Полтавська	1,6	2,2	3,0	3,7	3,4	5,0	5,3	3,16	3,23	3,10	2,99	2,45	3,00	2,84	
Рівненська	0,5	0,5	1,0	1,4	1,7	1,9	1,8	0,99	0,73	1,03	1,13	1,22	1,14	0,96	
Сумська	1,4	2,6	3,1	4,1	3,8	3,4	2,6	2,76	3,81	3,20	3,31	2,74	2,04	1,39	
Тернопільська	0,5	0,5	1,0	1,3	1,7	1,6	1,8	0,99	0,73	1,03	1,05	1,22	0,96	0,96	
Харківська	4,3	6,2	8,8	10,1	9,9	11,2	12,5	8,48	9,09	9,08	8,15	7,13	6,73	6,70	
Херсонська	1,0	1,1	1,4	1,7	1,9	2,0	2,2	1,97	1,61	1,44	1,37	1,37	1,20	1,18	
Хмельницька	1,0	1,2	1,6	1,8	2,6	3,9	3,5	1,97	1,76	1,65	1,45	1,87	2,34	1,88	
Черкаська	1,0	1,5	1,8	1,8	2,1	1,8	1,5	1,97	2,20	1,86	1,45	1,51	1,08	0,80	
Чернівецька	0,6	0,4	1,0	1,8	1,8	1,8	1,8	1,18	0,59	1,03	1,45	1,30	1,08	0,96	
Чернігівська	1,5	0,9	1,9	2,2	2,4	2,7	3,9	2,96	1,32	1,96	1,78	1,73	1,62	2,09	
м. Київ	3,5	6,2	10,9	17,0	20,1	25,7	33,9	6,90	9,09	11,25	13,72	14,48	15,44	18,17	
м. Севастополь	0,9	1,7	1,8	2,1	2,2	2,3	2,2	1,78	2,49	1,86	1,69	1,59	1,38	1,18	

За даними табл. 5 видно, що регіонами найбільшого попиту виступають області з концентрацією важкої промисловості: Донецька, Дніпропетровська, Харківська, Луганська області та м. Київ. Така тенденція зберігається протягом останніх 6 років. При цьому приблизно 5-ту частину потреби в

робочій силі виказує Донецька область, від 6 до 9% загального попиту припадає на кожну з решти перерахованих регіонів. Найменше працівників потрібно господарству Західної України: Чернівецькій, Волинській, Івано-Франківській областям (попит складає близько 1% від загальної потреби). Тобто

дані області можна характеризувати як працenaдлишкові регіони з низьким рівнем доходів, без перспективи працевлаштування в їх рамках. Індустріальні регіони, навпаки, мають порівняно помірний рівень безробіття, значний рівень доходів і додаткову потребу в робочій силі. Теоретично можливо забезпечити працедефіцитні індустріальні регіони Донбасу та Придніпров'я робочою силою з працenaдлишкового Західного регіону в рамках міжрегіонального руху ресурсів. Але рух соціальної складової регіону є обмеженим через низку факторів. У даному випадку одним із головних чинників виступає кваліфікація робочої сили, на яку мають попит промислові регіони. Працівники західних областей не мають відповідної кваліфікації та досвіду роботи на шахтах, у металургійній та машинобудівній галузях; до того ж сімейний стан, житлові умови та ін. не дозволяють вільному пересуванню робочої сили в місця більшого попиту. Тому ринок праці на сьогодні є диференційованим також і з позицій різниці потреби в трудових ресурсах.

Таким чином, за соціальними показниками регіони стають усе більш диференційованими. Загальна тенденція така, що в регіонах, які мають рентабельні підприємства, відповідну ресурсно-виробничу базу, соціальні показники є вищими або порівняними із загальноукраїнськими. Це переважно такі індустріально розвинуті області, як Дніпропетровська, Харківська, Запорізька, Луганська. До "заможних" регіонів відносяться також Львівська, Одеська, Київська області, причому за доходами населення вони перевищують Запорізьку й Луганську, що пояснюється їх вдалим географічним положенням, туристичною привабливістю, існуванням на їх території ВЕЗ та входження цих областей до складу відповідних єврорегіонів. При цьому Львівська область є єдиною із західних областей, яка має високі соціальні показники. Решта регіонів Західної України можна віднести до депресивних через характерні для населення низький рівень доходів та високий рівень безробіття. Стосовно попиту й пропозиції робочої сили, то працедефіцитними регіонами є індустріальні області Донбасу та Придніпров'я, а працenaдлишковими – західні області (Чернівецька, Волинська, Івано-Франківська).

Література: 1. Долішній М. І. Регіональна політика і механізми її реалізації / М. І. Долішній, С. М. Злупко, С. Й. Вовканич; [За ред. акад. НАН М. І. Долішнього. – К.: Наукова думка, 2003. – 504 с. 2. Регіональна політика: методологія, методи, практика / Відп. ред. М. Долішній. – Львів: НАН України, Інститут регіональних досліджень, 2001. – 700 с. 3. Романюк С. А. Політика регіонального розвитку в Україні: сучасний стан та нові можливості: регіональні дослідження: Монографія. – К.: Вид. УАДУ, 2001 – 112 с. 4. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: Монографія / За ред. З. С. Варналія. – К.: Знання України, 2005 – 500 с. 5. Андрусишин Н. І. Індекс соціально-економічного благополуччя регіональної суспільної системи: методичні аспекти побудови й застосування (на прикладі Львівської області) // Зб. наук. праць "Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Регіональні суспільні системи: ресурси та механізми ефективного управління". – Львів: Національна академія наук України, Інститут регіональних досліджень, 2006. – Вип. 2 (58). – 776 с. 6. Статистичний щорічник України за 1995 – 2006 рр. – К.: Державний комітет статистики України. – 600 с. 7. Регіони України за 2004 – 2006 рр. – К.: Державний комітет статистики України. – 600 с.

Стаття надійшла до редакції
27.12.2007 р.

УДК 658.62.004.12(477)

Аблязова О. Н.

КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ТОВАРНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

The article contains argumentation and methodical approaches to the quantitative measuring of quality of the commodity suggestion represented by management subjects at the consumer market.

Товарное предложение на потребительском рынке является ключевой категорией, диалектической взаимодействующей с другой – потребительским спросом. Степень его соответствия как по объему, так и по структуре спросу потребителей – это количественный параметр качества товарного предложения. Однако существует проблема решения задачи конкретного количественного измерения данной характеристики. В предлагаемой статье методология оценки основана на утверждении, что качество товарного предложения может и должно оцениваться потребителем.

Выходя на рынок, каждый производитель и продавец своей главной целью видят создание такого предложения для потребителей, от которого им тяжело будет отказаться. Придание создаваемым продуктам уникальных качеств, обеспечение готовности и желания покупателя без колебаний приобрести их и получение взаимной удовлетворенности от продажи-покупки следует считать основной (важной) задачей маркетинговой деятельности.

Планирование и управление товарным предложением на потребительском рынке является неотъемлемой частью деятельности каждого субъекта хозяйствования. Даже очень продуманные планы сбыта и продвижения товаров не могут нейтрализовать последствия ошибок, допущенных при формировании товарного предложения, выставленного на рынок для потенциального потребителя. Фактически товарное предложение – это представленный на рынке ассортимент товаров.

Качество товарного предложения может и должен оценивать потенциальный и реальный потребитель. Что в своей сущности есть качество товарного предложения? Если оценивать его должен покупатель, то исходя из каких критериев? Ответ на эти вопросы отражает мнение Б. Хоускина: "Потребителю должны быть предложены торговые марки товаров и услуг, гарантированно обеспечивающие выгоды, искомые потребителями, при этом потребителям необходимо четко видеть в товаре или услуге искомые выгоды" [1, с. 179]. Еще более конкретно об этом пишет Н. В. Рычкова: "Покупатели оценивают атрибуты или характеристики на основе двух соображений: степени значимости каждого атрибута и степени их восприимчивого присутствия в оцениваемой марке" [2, с. 57].

Потребительские оценки – это объективный инструмент количественного выражения имеющегося в наличии товарного предложения, причем не имеет значения где – в магазине, в сети магазинов, на региональном рынке, в фирменной торговле, предлагаемое товаропроизводителем или же оптовым посредником, и соизмерение ассортимента предложения товаров, необходимых сегодня потребителю. Именно потребитель является на рынке главным действующим лицом. Его оценки, а не стандарты определяют производственную, торговую и товарно-ассортиментную политики.

В свое время Э. Тоффлер выступал против тесной взаимосвязи между производством и потреблением. Сегодня встала задача обратного действия – восстановить связь между потребителем и производителем [3, с. 86]. Индикатором такого процесса является соответствие товарного предложе-

ния запросам потребителей, то есть его качество. В то же время существует серьезная проблема обратной связи между потребителем и производителем. Уже в более позднем своем социально-философском и технико-экономическом исследовании "Метаморфозы власти" Э. Тоффлер отмечает, что "ключевая проблема промышленности – недостаточно быстрый отклик на нужды потребителей [4, с. 156]. Но уже сейчас есть признаки симбиоза потребителя и производителя, названного Э. Тоффлером "протребитель" [4, с. 288].

На развитых цивилизованных рынках потребитель сегодня — основное действующее лицо, и как носитель первичной для организации производства и продажи информации, и как объект удовлетворения со стороны тех же производителей и розничных торговцев.

Потребительские оценки, а не набор стандартизированных технико-экономических и функциональных параметров, изначально заданных создателем продукта, становятся приоритетными. Потребитель выбирает тот товар, который представляет для него наибольшую ценность, исходя из приемлемости затрат, его представлений о качестве и функциях, а также покупательных возможностей. По мнению известных маркетологов Д. Бэкхема, Ж.-Ж. Ламбена, Д. Энджела, Ф. Котлера, Г. Армстронга, П. Диксона, сегодня нельзя рассматривать маркетологов лишь как исследователей рынка, специалистов в области рекламы, они, прежде всего, специалисты по удовлетворению потребителей, а их ожидания и уровень удовлетворенности — главное.

В этой связи Ф. Котлер и Г. Армстронг делают вывод, что "потребители формируют свои ожидания относительно ценности маркетинговых предложений и принимают решение о покупке, исходя из этих ожиданий. И степень удовлетворенности потребителя зависит от соотношения реальных, фактических характеристик товара или услуги и ожиданий потребителя" [5, с. 963].

Количество и качество товарного предложения должно определяться сегодня не товаропроизводителем, а потребителем, конечным звеном среди тех, кто стоит между замыслом продукта, его потреблением и дальнейшим развитием. В принципе, говорим уже о качестве товарного предложения со всеми его атрибутами, которое определяется потребителем. Под этой категорией следует понимать:

соответствие требованиям потребителей даже вне зависимости от того, какие технико-экономические стандарты выработаны экспертами, как правило, создателями этой продукции;

экономическую результативность в целом для общества созданного товарного продукта в виде товарного предложения, исключающего излишние товарные запасы как мешающие нормальному товарному обращению;

продаваемость созданного и предлагаемого на рынке продукта, что, впрочем, не соответствует имеющемуся спросу, ибо в данном случае скорее подразумевается умение продвигать товар потребителю даже вопреки его действительным параметрам, соответствующим устремлениям среднего потребителя и априори имеющего успех на рынке (искусство продаж);

цену предложения, что не входит в традиционно понимаемые рамки "чем ниже цена предложения, тем выше спрос". В данном случае цена должна быть такой, которая устраивала бы потребителя, и это совсем не значит, что она должна быть более высокой или более низкой.

Предлагаемая ниже система оценки качества товарного предложения обладает высокой степенью новизны, непосредственно связана с реальными ценностями потребителей и имеет непосредственную практическую ценность.

Оценка качества товарного предложения по любой из товарных групп может быть оценена следующим образом.

На первом этапе осуществляется оценка потребителями качества имеющегося ассортимента товаров по специально разработанным ассортиментным картам потребительских требований к качеству товарного предложения. Для получения репрезентативных выводов потребуется опросить путем

заполнения специальной анкеты 100 – 150 посетителей (покупателей). Заполняемая покупателями карта имеет в подлежащем товарный ассортимент, а в сказуемом – 10 параметрических характеристик. Количество характеристик может быть и иным. Поле таблицы – это ранговые оценки, то есть значимость характеристик применительно к каждой товарной разновидности. Результаты оценки обобщаются и получаем средние ранговые оценки по группе или же подгруппе. Такое исследование потребительских оценок должно проводиться не реже одного раза в год. Это базовая оценка, или карта потребительских требований к качеству товарного предложения. При этом у оппонентов может возникнуть, по крайней мере, два вопроса, связанные с предложенной методикой.

Во-первых, почему десять параметрических характеристик качества товарного предложения, а не пять или, например, пятнадцать. Это количество в предлагаемой методике выбрано исходя из целесообразности логичности соображений. Десять параметров качества достаточно удобны для количественной обработки получаемой информации. Набор этих критериев можно расширить до 15 – 20, однако для сопоставимости конечных показателей качества товарного предложения по различным ассортиментным группам (товары культурно-бытового назначения, хозяйственного обихода, одежда и обувь и др.) они должны быть одинаковыми.

Во-вторых, у оппонентов может возникнуть, и не без основания, вопрос, почему базовое исследование потребительских требований рекомендуется проводить примерно раз в год, а не чаще и не реже. Любое подобное исследование всегда сопряжено с различного рода финансовыми издержками, что зависит от его масштабов. Но главное в том, что ассортиментные ряды в производстве и в торговле могут измениться не менее чем через год.

Пример ассортиментной карты потребительских требований к качеству товарного предложения, полученной в обозначенном алгоритме, приведен в табл. 1.

Таблица 1

Ассортиментная карта потребительских требований к качеству товарного предложения (товары культурно-бытового назначения)

№ п/п	Параметрическая характеристика	Товары для оценки						Средний ранг
		Велосипеды дорожные	Телевизоры	Стиральные машины	Видеомагнитофоны	Часы наручные электронные	Цифровые фотоаппараты	
1	Качество, надежность, функциональность	2	1	1	1	1	1	1,2
2	Степень известности	2	1	2	2	2	1	1,7
3	Низкая цена	4	3	4	3	3	3	3,3
4	Дизайн, эстетика	5	3	4	5	3	4	4,0
5	Безопасность для здоровья	5	5	3	6	5	7	5,2
6	Удобство потребления (пользования)	7	5	5	8	6	6	6,2
7	Престижность, модность	8	8	7	8	5	4	6,7
8	Близость покупки к дому	9	5	5	9	10	10	8,0
9	Эксклюзивность	9	9	10	9	8	9	9,0
10	Красивая упаковка	10	10	10	10	9	10	9,8

Полученный по каждой параметрической характеристике средний ранг по всем включенным в ассортиментную карту товарам культурно-бытового назначения преобразуется в ранг их приоритетности. Его еще можно назвать требуемым рангом (эталоном, стандартом), что и отражено в табл. 1.

Полученная базовая карта потребительских предпочтений или требуемый ранг принимается в качестве константы на определенный период времени (выше было установлено, что это примерно год).

Дальнейшие действия в рамках методики оценки качества товарного предложения сводятся к получению текущих оценок товарного предложения (в магазине, на региональном рынке, на промышленном предприятии и т. д.). Тем самым получаем фактические ранги представленных к продаже товаров. Эти оценки можно назвать фактическими рангами (R_{Φ}) реального ассортимента, которые сопоставляются с требуемыми или эталонными (R_3). По группе товаров культурно-бытового назначения имеем следующие оценки (табл. 2).

Таблица 2

Параметрическая матрица оценки качества товарного предложения (товаров культурно-бытового назначения)

№ п/п	Параметрическая характеристика	Требуемый ранг (эталон, стандарт), R_3	Фактический ранг реального ассортимента, R_{Φ}	Отклонения, $R_3 - R_{\Phi}$
1	Качество, надежность, функциональность	1	4	3
2	Степень известности	2	1	1
3	Низкая цена	3	3	–
4	Дизайн, эстетика	4	2	2
5	Безопасность для здоровья	5	6	1
6	Удобство потребления	6	5	1
7	Престижность, модность	7	9	2
8	Близость покупки к дому	8	7	1
9	Эксклюзивность	9	8	1
10	Красивая упаковка	10	10	–
	Σ	55	–	12

Абсолютная сумма отклонений фактических рангов от эталона равна 12 баллам. Отношение суммы абсолютных отклонений (12) к сумме рангов R_3 (55) характеризует степень несоответствия качественных характеристик эталона и фактического товарного предложения. Чем это соотношение меньше, тем ближе фактическое товарное предложение к эталонному. В данном случае коэффициент несоответствия равен $12:55 = 0,218$ или соответствия $(1-0,218)=0,782$.

Средний ранг по всем товарным комплексам эталонного товарного предложения при взятых для оценки десяти товарных позиций будет одинаковым — 5,5. Суть методики оценки качества товарного предложения заключается в оценке размеров отклонений фактических рангов, взятых для оценки характеристик, от эталонных, то есть тех, которые считает таковыми потребитель.

Формула получения коэффициента качества товарного предложения (K_k) имеет следующий вид:

$$K_k^i = 1 - \left(\frac{\sum |R_3 - R_{\Phi}|}{\sum R_3} \right), \quad (1)$$

где K_k^i – коэффициент качества товарного предложения i-й группы товаров;

R_3 – ранг (эталон) параметрической характеристики товарного предложения;

R_{Φ} – ранг фактических параметров товарного предложения.

Размеры отклонений фактических оценок от эталонных свидетельствуют об уровне той или иной качественной харак-

теристики по данному товару или их группе. В данном случае, например, наибольшие отклонения от эталона по параметру "качество, надежность, функциональность", то есть фактические оценки по этому параметру ниже, чем того требует потребитель по группе товаров культурно-бытового назначения.

В рамках данного исследования проведена оценка качества товарного предложения в розничных торговых предприятиях Черкасской области в 2006 году и по другим товарным комплексам: товары хозяйственного назначения, предметы одежды и обуви, предметы санитарии и гигиены, продукты питания, алкогольные напитки. Оценка проводилась по отобранному десяти параметрическим характеристикам, что обеспечило сопоставимость оценок по каждому из названных выше товарных комплексов.

Товары хозяйственного назначения. Исходные для расчета данные приведены в табл. 3.

Таблица 3

Параметрическая матрица оценки качества товарного предложения (товары хозяйственного назначения)

№ п/п	Параметрическая характеристика	Требуемый ранг (эталон, стандарт), R_3	Фактический ранг реального ассортимента, R_{Φ}	Отклонения, $R_3 - R_{\Phi}$
1	Качество, надежность, функциональность	1	4	3
2	Безопасность для здоровья	2	2	–
3	Дизайн, эстетика	3	5	2
4	Удобство потребления	4	1	3
5	Низкая цена	5	6	1
6	Престижность, модность	6	8	2
7	Близость покупки к дому	7	3	4
8	Степень известности	8	7	1
9	Эксклюзивность	9	9	–
10	Красивая упаковка	10	10	–
	Σ	55	–	16

Используя формулу (1), получим коэффициент качества товарного предложения товаров хозяйственного назначения на момент обследования (май 2006 года) в розничных торговых предприятиях Черкасской области. Он равен:

$$K_k^{хоз} = 1 - \frac{16}{55} = 0,71.$$

Предметы одежды и обуви. Качество товарного предложения по данному товарному комплексу рассчитывается по аналогичному выше алгоритму. Соотношение эталонных рангов параметрических характеристик и фактических рангов реального товарного ассортимента приведено в табл. 4.

Таблица 4

Параметрическая матрица оценки качества товарного предложения (предметы одежды и обуви)

№ п/п	Параметрическая характеристика	Требуемый ранг (эталон, стандарт), R_3	Фактический ранг реального ассортимента, R_{Φ}	Отклонения, $ R_3 - R_{\Phi} $
1	2	3	4	5
1	Качество, надежность, функциональность	1	5	4
2	Дизайн, эстетика	2	1	1

Окончание табл. 4

Таблица 6

1	2	3	4	5
3	Престижность, модность	3	2	1
4	Удобство потребления	4	3	1
5	Низкая цена	5	4	1
6	Эксклюзивность	6	9	3
7	Безопасность для здоровья	7	6	1
8	Степень известности	8	7	1
9	Близость покупки к дому	9	8	1
10	Красивая упаковка	10	10	–
	Σ	55	–	14

Исходя из данных, приведенных в табл. 4, коэффициент качества товарного предложения товаров из группы одежды и обуви в магазинах Черкасской области был равен:

$$K_k^{oo} = 1 - \frac{14}{55} = 0,75.$$

Предметы санитарии и гигиены. Оценка уровня качества товарного предложения или степени соответствия требованиям потребителей проведена с использованием данных табл. 5.

Таблица 5

Параметрическая матрица оценки качества товарного предложения (предметы санитарии и гигиены)

№ п/п	Параметрическая характеристика	Требуемый ранг (эталон, стандарт), R_s	Фактический ранг реального ассортимента, R_ϕ	Отклонения, $ R_s - R_\phi $
1	Безопасность для здоровья	1	2	1
2	Степень известности	2	1	1
3	Близость покупки к дому	3	6	3
4	Престижность, модность	4	9	5
5	Качество, надежность, функциональность	5	3	2
6	Красивая упаковка	6	7	1
7	Низкая цена	7	4	3
8	Дизайн, эстетика	8	8	–
9	Эксклюзивность	9	10	1
10	Удобство потребления	10	5	5
	Σ	55	–	22

По данным экспертной потребительской оценки и предложенной формулы коэффициент качества предложения товаров данной группы будет равен:

$$K_k^{cz} = 1 - \frac{22}{55} = 0,60.$$

Продукты питания. По этой группе товаров экспертная потребительская оценка качества товарного предложения проводилась по мясным продуктам, молочной продукции, хлебо-булочным изделиям, бакалейным товарам и рыбной продукции. Обобщенные результаты приведены в табл. 6.

Параметрическая матрица оценки качества товарного предложения (продукты питания)

№ п/п	Параметрическая характеристика	Требуемый ранг (эталон, стандарт), R_s	Фактический ранг реального ассортимента, R_ϕ	Отклонения, $ R_s - R_\phi $
1	Безопасность для здоровья	1	4	3
2	Качество, надежность, функциональность	2	5	3
3	Низкая цена	3	6	3
4	Близость покупки к дому	4	1	3
5	Красивая упаковка	5	7	2
6	Дизайн, эстетика	6	8	2
7	Степень известности	7	2	5
8	Удобство потребления	8	3	5
9	Престижность, модность	9	10	1
10	Эксклюзивность	10	9	1
	Σ	55	–	28

Коэффициент качества товарного предложения продуктов питания, исходя из данных табл. 6, будет равен:

$$K_k^{mn} = 1 - \frac{28}{55} = 0,49.$$

Алкогольные напитки занимают особое место на потребительском рынке как потребительский комплекс, так и в структуре потребления населения. Поэтому оценка качества товарного предложения алкогольных напитков с позиций потребителя имеет большое значение. Полученные потребительские оценки приведены в табл. 7.

Таблица 7

Параметрическая матрица оценки качества товарного предложения (алкогольные напитки)

№ п/п	Параметрическая характеристика	Требуемый ранг (эталон, стандарт), R_s	Фактический ранг реального ассортимента, R_ϕ	Отклонения, $ R_s - R_\phi $
1	Степень известности	1	4	3
2	Низкая цена	2	5	3
3	Качество, надежность, функциональность	3	6	3
4	Безопасность для здоровья	4	1	3
5	Близость покупки к дому	5	2	3
6	Красивая упаковка	6	8	2
7	Дизайн, эстетика	7	7	–
8	Удобство потребления	8	3	5
9	Престижность, модность	9	9	–
10	Эксклюзивность	10	10	–
	Σ	55	–	22

По алкогольным напиткам коэффициент качества товарного предложения товаров данной группы равен:

$$K_k^a = 1 - \frac{22}{55} = 0,60.$$

Таким образом, предложенная методика оценки качества товарного предложения по агрегированным товарным группам в итоге позволила получить следующие результаты:

Товары культурно-бытового назначения — 0,78.

Товары хозяйственного обихода — 0,71.

Предметы одежды и обуви — 0,75.

Предметы санитарии и гигиены — 0,60.

Продукты питания — 0,49.

Алкогольные напитки — 0,60.

По оценкам потребителей, более высокий коэффициент качества характерен для предложения товаров культурно-бытового назначения. Коэффициент $K_k = 0,78$. Предметы одежды и обуви — 0,75; далее идут товары хозяйственного обихода. Характерно, что из шести товарных комплексов потребители ниже всех оценили качество товарного предложения продуктов питания — 0,49. Это можно считать закономерным, чем исключением. Потребитель ежедневно покупает продукты питания, в большей мере знаком с торговыми марками и брэндами, предъявляет более высокие требования к качеству самих товаров, так как их потребление связано со здоровьем каждого человека. Такая закономерность определяется желанием потребителя иметь больший выбор тех товаров, с которыми он имеет контакт ежедневно. При этом необходимо различать качество товаров и качество товарного предложения. В данном случае под качеством товарного предложения следует понимать его соответствие потребительским предпочтениям и требованиям, которые выражены, в частности, в десяти параметрических характеристиках табл. 1 – 7. Безусловно, эта параметрическая последовательность качества товарного предложения может быть расширена, индивидуализирована применительно к каждому товарному комплексу и даже товарной группе. В принципе, можно говорить и о качестве товарного предложения одного модельного ряда, но чем индивидуальнее и глубже цель оценки, тем острее возникают проблемы соотношения затрат и результатов таких исследований. В данной методике приведены универсальные параметрические характеристики, которые одинаково успешно могут быть применены ко всем товарным комплексам.

В результате изложения сути предлагаемой и опробованной на практике методики оценки качества товарного предложения можно резюмировать следующее:

1. Качество товарного предложения — это комплексный критерий соответствия параметрических характеристик имеющейся количественно-качественной его структуры, представленной на рынке товарной номенклатуры, потребительским предпочтениям и требованиям. Этот параметр может быть оценен на основе потребительских или экспертных оценок, а также на основе совмещения мнений потребителей и экспертов.

2. Научная новизна предложенной методики заключается в практической реализации приоритета потребительских оценок товарного предложения на рынке, разработке универсальных параметрических характеристик, одинаково применимых для всех товарных комплексов, обосновании экономико-математической модели оценки и полученных в результате практических результатов по Черкасской области Украины. Потребительские приоритеты и оценки применительно к товарному предложению реализованы в научных исследованиях впервые. Также впервые реализован и принцип универсализации параметров оценки качества товарного предложения по всем товарным комплексам, которые не исключают индивидуальных критериев и показателей. Впервые применен к решению данной задачи адаптированный вариант показателя колеблемости фактического ранга параметрической характеристики относительно требуемого (эталонного, стандартного).

3. Практическая значимость авторской методики заключается в реальной возможности оценки соответствия реального или имеющегося на рынке товарного предложения тем критериям их приоритетности, которые выдвигаются потребителями. Товаропроизводители и продавцы-посредники, применяя эту методику, имеют возможность на основе полученных оценок рыночного ассортимента товаров соответствующим

образом корректировать производственные программы, ассортиментные линейки, потребительские свойства отдельных товаров и в целом рыночную концепцию с целью приведения их в соответствие с требованиями потребителей.

Литература: 1. Хоускинс Барри. Создай идею и работай. — СПб.: Нева; М.: ОПМА-ПРЕСС Инвест, 2003. — 384 с. 2. Рычкова Н. В. Особенности маркетинговых инноваций: Учебн. пособие. — М.: КНОРУС, 2005. — 240 с. 3. Тоффлер Э. Третья волна: Пер. с англ. — М.: ООО "Изд. "АСТ", 2004. — 782 с. 4. Тоффлер Э. Метаморфозы власти: Пер. с англ. — М.: ООО "Изд. "АСТ", 2004. — 672 с. 5. Котлер Филипп. Основы маркетинга / Филипп Котлер, Гари Армстронг; [Пер. с англ. — 9-е изд.— М.: Изд. дом "Вильямс", 2003. — 1200 с.

Стаття надійшла до редакції
29.11.2007 р.

УДК 331.108.2

Височина О. В.

МЕХАНІЗМ ОНОВЛЕННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ШЛЯХОМ РОТАЦІЇ

The question of renovation of enterprises', establishments' and organizations' personnel potential with the help of rotation is considered in the article.

У даній статті розглядається питання оновлення кадрового потенціалу підприємств, установ, організацій шляхом ротації кадрів. Поняття "ротація" до сьогоднішнього дня ще не закріплено в правових нормах, як у Кодексі законів про працю України [1], так і в Законі України "Про державну службу" [2], а знайшло відображення тільки в деяких спеціальних нормативних документах відповідних державних структур.

Сучасний стан розбудови правової держави та розвиток демократичного суспільства на порядок денний гостро ставлять питання ротації кадрів в Україні, тому що від ефективної роботи органів державної влади залежить проведення політичних, економічних, соціальних та інших реформ, які відбуваються в сучасний період у державі.

У статті автором пропонується внести доповнення до Закону України "Про державну службу" — норму, яка буде передбачати, що ротація — це особливий вид переведення державних службовців до іншого державного органу чи в іншу місцевість за згодою державного службовця, а також у КЗпП України внести норму, яка б передбачала поняття "ротація" і порядок проведення ротації працівників (керівників підприємств, організацій, установ; керівників підрозділів тощо).

Раніше автором була запропонована норма, яка визначала, що ротація кадрів — це особливий вид переведення працівників на іншу роботу, що має проводитися тільки за його згодою як при переведенні в інший державний орган або підприємство, так і в іншу місцевість [3].

Темою ротації кадрів займалися багато науковців, у тому числі Т. К. Бритова та К. П. Уржинський, А. І. Ставцева і О. С. Хохрякова, А. Юшко та ін.

Т. К. Бритова та К. П. Уржинський указували, що в діючому трудовому законодавстві було передбачено різні юридичні форми оновлення й покращення складу робітників і службовців: вивільнення, просування, ротація, переведення та ін. [4, с. 189 – 191].

Але, на думку автора, така форма оновлення складу працівників, як ротація, до даного часу ще чітко не врегульована й тому вважається, що в трудовому законодавстві в 1990 році була передбачена форма оновлення складу працівників як ротація, помилково.

У зв'язку з запровадженням на підприємствах України нових форм і методів економічного розвитку для досягнення найвищих економічних результатів, автор вважає, що механізм проведення ротації може бути дієвим методом для оновлення кадрового потенціалу підприємства, а також надасть можливість певним категоріям працівників постійно підвищувати свій професійний рівень, який би відповідав вимогам сучасного виробництва. Поняття ротації кадрів має не тільки правове значення, а й економічне, тому що стосується як економічних пріоритетів державних служб, так і підприємств різних форм власності.

Започаткування такого методу оновлення кадрового потенціалу, як ротація, виникло з метою запобігання корупційним діям з боку осіб, які уповноважені на виконання функцій держави.

У ст. 1 Закону України "Про боротьбу з корупцією" [5, с. 266 – 267] вказано, що під корупцією розуміється діяльність осіб, уповноважених на виконання функцій держави, та посадових осіб місцевого самоврядування, спрямована на протиправне використання наданих їм повноважень для одержання матеріальних благ, послуг, пільг та інших переваг.

В Указі Президента від 24 квітня 1998 року №367/98 була затверджена Концепція боротьби з корупцією на 1998 – 2005 роки [6, с. 620 – 621], згідно з якою корупція є одним з основних чинників, що створюють реальну загрозу національній безпеці та демократичному розвитку держави; вона негативно впливає на всі сторони суспільного життя: економіку, політику, управління, соціальну і правову сфери, громадську свідомість, міжнародні відносини. Для запобігання корупційним діям необхідно забезпечувати підбір і розстановку кадрів на засадах неупередженого конкурсного відбору, а також їх об'єктивну атестацію, періодичну ротацію та одночасне переведення.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 18.03.2002 р. №144-р передбачено, що з метою підготовки фахівців широкого профілю і керівників державних органів, у тому числі вищої управлінської ланки, необхідно запровадити ротацію [7, с. 133 – 135].

Тільки у 2002 році Кабінет Міністрів України пропонує запровадити ротацію як засіб запобігання проявам корупції серед державних службовців, хоча до того часу ротація в органах державної служби відбувалася, а нормативним документом не була закріплена.

У ст. 2 Закону України "Про внесення змін до Закону України "Про боротьбу з корупцією" [8] щодо суб'єктів корупційних діянь та інших правопорушень передбачені особи, уповноважені на виконання функцій держави: державні службовці, прем'єр-міністр України, перший віце-прем'єр-міністр, віце-прем'єр-міністри, міністри, народні депутати України, посадові особи місцевого самоврядування та ін.

Автор вважає, що доцільно провести аналіз такого правового явища, як ротація, на основі кадрового забезпечення державної служби, тому що більшість державних службовців стикається з таким видом переведень або переміщень на іншу роботу, а інші особи, уповноважені на виконання функцій держави, можуть призначатися та звільнятися з посад за рішенням вищих органів без проведення ротації, і тільки невелика кількість категорій працівників (керівників підприємств, організацій, установ; керівників підрозділів тощо) можуть також бути переведені шляхом ротації кадрів.

Затверджена Кабінетом Міністрів України Концепція ротації кадрів на окремих посадах державних службовців [7, с. 133 – 135] передбачає, що ротація – періодичне переміщення працівників як по вертикалі, так і по горизонталі.

Ротація кадрів повинна стати невід'ємною складовою системи роботи з кадрами у сфері державних службовців, особливо на посадах, які за характером виконуваної роботи й наданих повноважень пов'язані з підвищеним ризиком корупції.

З метою запобігання проявам даного негативного явища був запроваджений механізм оновлення кадрів державних службовців у вигляді ротації, але чітких нормативно-правових норм із даного приводу законодавцями прийнято не було, і тому автор вважає, що необхідно продовжити процес законотворення і відобразити даний механізм у нормативних джерелах.

Для ретельного аналізу поняття ротації автор звернувся до нормативно-правових документів певних державних служб, щоб з'ясувати, що таке ротація на даний час, і запропонувати обґрунтований погляд щодо даного явища.

Наприклад, відповідно до ст. 16 Закону України "Про аудиторську діяльність" [9] ротація аудиторів здійснюється на підставі визначення особистого рейтингу членів Аудиторської палати України (АПУ) шляхом таємного анкетування аудиторів України. Відповідно до Положення про ротацію членів Аудиторської палати України [10] ротація проводиться щорічно в період з 1 по 31 жовтня. Ротація – це призначення нових членів АПУ взамін членів АПУ, що вибули, на підставі визначення їх особистого рейтингу. За підсумками анкетування підлягають ротації члени Аудиторської палати України, які набрали більше ніж 50 відсотків голосів аудиторів, що взяли участь в анкетуванні. Якщо за результатами анкетування 50 відсотків голосів за припинення повноважень набрали менше, ніж три члени АПУ, ротації підлягають три члени палати, які набрали найбільшу кількість голосів за припинення повноважень членів АПУ.

У ст. 1 Закону України "Про дипломатичну службу" [11] відмічено, що ротація – планове заміщення працівників дипломатичної служби в закордонних дипломатичних установах України в порядку, визначеному Міністерством закордонних справ України. А у ст. 20 Закону передбачений порядок проведення ротації.

Якщо звернутися до Постанови Верховної Ради України від 10.01.2002 р. №2966-11 [12], то в ній передбачена процедура ротації членів Національної ради України з питань телебачення й радіомовлення з частини її складу, призначеної Верховною Радою України, а також вказано, що ротація членів Національної ради України з питань телебачення й радіомовлення означає припинення їхніх повноважень відповідно до ст. 8, 10 Закону України "Про Національну раду України з питань телебачення й радіомовлення" [13].

У наказі Головного управління державної служби України від 13.10.2005 р. №244 [14] затверджені методичні рекомендації для державних органів та органів місцевого самоврядування з питань протидії корупції, в яких у п. 4.6 передбачено, що ротація кадрів державних службовців повинна здійснюватися відповідно до законодавства шляхом переміщення по службі в одному державному органі, переведення до іншого державного органу чи в іншу місцевість за згодою працівника.

Із вищенаведених нормативних документів автор робить висновки, що ротація для дипломатичної служби є плановим заміщенням працівників, ротація для членів Аудиторської палати України передбачає призначення нових членів АПУ взамін членів АПУ, що вибули, а для членів Національної ради України з питань телебачення й радіомовлення ротація – це припинення їх повноважень. Із даного аналізу з'ясовується, що кожна ротація державних служб має різні види переведень на іншу роботу, і тому бажано закріпити в Законі "Про державну службу" норму, яка буде передбачати поняття ротації як особливого виду переведення державних службовців до іншого державного органу чи в іншу місцевість за згодою працівника.

Не вважається переведенням до іншого державного органу і не потребує згоди державного службовця переміщення по службі в одному державному органі з виконанням своїх функціональних обов'язків, обумовлених трудовим договором (контрактом).

Правове положення державних службовців регулюється Законом України "Про державну службу" [2] щодо порядку встановлення, зміни та припинення трудових відносин державної

служби. У ст. 24 передбачено, що прийняття на державну службу, просування по ній службовців, стимулювання їх праці, вирішення інших питань, пов'язаних із службою, проводяться відповідно до категорій посад службовців, а також згідно з рангами, які їм присвоюються.

Якщо аналізувати дану статтю, то механізм проведення ротації, мабуть, можна віднести до вирішення інших питань, пов'язаних із службою, тому що інших норм регулювання питання ротації в даному Законі не має, але, на думку автора, повинні бути. У ст. 24 Закону [2] вказано, що проходження служби проводиться відповідно до категорій посад службовців, а також згідно з рангами, але бажано з'ясувати, як же буде проводитися ротація в державних службовців, які займають різні категорії та ранги. Чи буде порядок проведення ротації відбуватися для всіх категорій і рангів державних службовців однаковий? На даний час немає правової норми, яка б чітко регулювала дане питання.

У ст. 15 Закону "Про державну службу" [2] вказано, що прийняття на державну службу на посади третьої – сьомої категорій здійснюється на конкурсній основі. У ст. 25 передбачена класифікація посад, яка складається з семи категорій, а у ст. 26 визначені ранги відповідно до категорій (їх п'ятнадцять). Тому автор вважає, що якщо в Законі вказаний порядок прийняття на державну службу для різних категорій не однаковий, то, мабуть, і порядок проведення ротації може бути різний. Тому бажано в Закон України "Про державну службу" внести чіткий порядок проведення ротації державних службовців для різних категорій.

На жаль, запропонований законопроект "Про державну службу" не містить механізму проведення ротації.

Ще в березні 2002 року Кабінет Міністрів України своїм розпорядженням [7, с. 133 – 135] запропонував доповнити ст. 24 Закону України "Про державну службу" положенням щодо проведення ротації кадрів державних службовців, але даних доповнень до сьогодні часу ще не внесено.

Для з'ясування питання, чи є ротація переведенням на іншу роботу, автор звернувся до п. 31 Постанови Верховного Суду від 6.11.92 р. №9 "Про практику розгляду судами трудових спорів" [15, с. 353 – 354], в якому вказано, що переведенням на іншу роботу вважається доручення працівникові роботи, яка не відповідає спеціальності, кваліфікації чи посаді, визначеній трудовим договором. Не вважається переведенням на іншу роботу й не потребує згоди працівника переміщення його на тому ж підприємстві, в установі, організації на інше робоче місце, в інший структурний підрозділ у тій же місцевості, доручення роботи на іншому механізмі чи агрегаті в межах спеціальності, кваліфікації або посади, обумовленої трудовим договором, але воно повинно бути мотивованим, як відмічено.

У ст. 32 КЗпП України [1] передбачено, що переведення на іншу роботу на тому ж підприємстві, в установі, організації, а також переведення на роботу на інше підприємство, в установу, організацію або в іншу місцевість, хоча б разом з підприємством, установою, організацією допускається тільки за згодою працівника.

А. І. Ставцева і О. С. Хохрякова вважали, що при укладанні трудового договору має бути обумовлена робота в конкретному структурному підрозділі, тому направлення в інший підрозділ, хоча і в межах тієї ж посади, потребує згоди працівника [16, с. 71].

Аналізуючи процес проведення ротації серед державних службовців, з'ясувалося, що програма кадрового забезпечення державної служби дозволяє комплектувати органи виконавчої влади висококваліфікованими кадрами, спроможними забезпечити економічний і соціальний розвиток держави в умовах радикальних соціально-економічних та політичних перетворень в Україні. Для розв'язання цієї проблеми необхідно проводити єдину державну кадрову політику, науково обґрунтувати потребу державних органів та їх апарату у фахівцях. В основу кадрового забезпечення покладені принципи демократичного підбору, просування по службі за діловими якостями, постійного навчання державних службовців, заохочення їх до службової кар'єри, систематичного оновлення кадрів та здійснення контролю за їх діяльністю. Реформування державного апарату, оновлення й удосконалення його складу має проводитися паралельно з полі-

тичними та економічними реформами і є обов'язковою умовою їх здійснення.

Аналізуючи поняття "ротація", автор з'ясував, що переведення і переміщення можуть здійснюватися як в інтересах підприємства, установи, організації, так і в інтересах працівника, тому ротація здійснюється в інтересах держави, і вона повинна стати невід'ємною складовою системи роботи з кадрами у сфері як державної служби, так і на підприємствах, в установах, організаціях та ефективним засобом формування дієвого кадрового резерву.

Ротація може бути як постійною, так і тимчасовою, або періодичною.

Періодична ротація кадрів сприяє запобіганню проявам корупції серед державних службовців, особливо на посадах, які за характером виконуваної роботи і наданих повноважень пов'язані з підвищеним ризиком корупції [7, с. 133 – 135].

Крім того, ротація сприяє створенню підготовленого кадрового резерву для заміщення посад державних службовців; забезпеченню планованості службової кар'єри для перспективної молоді, формуванню нового типу управлінців; забезпеченню результативної та стабільної діяльності органів виконавчої влади, зниженню рівня плинності кадрів. Адже в разі зміни посади чи місця роботи державні службовці повинні пристосовуватися до нового колективу, вивчити специфіку нової роботи. Це вимагає додаткових психологічних зусиль з боку службовців: вміння спілкуватися з іншими людьми, ознайомлення з новими методами роботи, постійне вдосконалення своїх професійних та моральних якостей.

Якщо в практиці державної служби можуть відбуватися випадки, коли ротація проводиться у вигляді переведень без отримання згоди державних службовців, то виникає запитання, чи буде дана праця "примусова" або "необхідна".

Для з'ясування цього науковцями виділено декілька ознак:

у необхідній праці є об'єктивні обставини, а в примусовій – особа або орган, в компетенцію якого входить організація праці в найширшому розумінні (в тому числі служба);

у необхідній праці немає санкцій, а в примусовій є механізм примусу;

у необхідній праці людина одержує користь, а в примусовій – беруться до уваги інтереси держави, суспільства, підприємства, роботодавця тощо [18, с. 36 – 37].

Із вищевикладеного варто зазначити, що порядок проведення ротації серед державних службовців більше збігається з ознаками примусової праці, а отже, згоди на переведення для окремих категорій працівників отримувати не потрібно, тому що було зазначено, що ротація здійснюється в інтересах держави.

На думку А. Юшко, переведення працівників у порядку ротації без отримання на це згоди теж є винятком і не повинно розцінюватися як примусова праця [18, с. 76 – 77].

Аналізуючи процес проведення ротації серед державних службовців, було з'ясовано, що ще виникають певні випадки корупційних дій як державних службовців, так і керівників певних державних підрозділів чи підприємств, тому в Указі Президента України №742/2006 від 11.09.2006 року була схвалена Концепція подолання корупції в Україні "На шляху до доброчесності" [19, с. 9 – 10], у якій відмічено, що корупція становить значну загрозу демократії, реалізації принципу верховенства права, соціальному прогресу, національній безпеці, становленню громадянського суспільства.

Головним напрямком розв'язання проблеми доброчесності в органах виконавчої влади є вдосконалення інституту державної служби, адміністративних процедур у цих органах та порядку здійснення державних закупівель. Саме в цих сферах спостерігаються тенденції до посилення корупційних ризиків, серед яких необхідно виділити такі, як: недосконалість законодавства про державну службу, зокрема, з питань підбору кадрів, належного матеріального стимулювання державних службовців, декларування й контролю за активами та видатками державних службовців, членів їх сімей і близьких родичів; неефективність

механізму атестації та невизначеність процедури ротації державних службовців на окремих посадах тощо.

Ротація кадрів сприяє оновленню кадрового потенціалу, створенню дієвого кадрового резерву для зайняття державних посад та посад керівного складу підприємств, організацій і установ, оперативному маневруванню кадровими ресурсами для набуття економічних показників у сферах як державного сектору, так і на виробництві, й тому повинна бути врегульована нормами чинного законодавства і не мати негативного впливу на економічний та психологічний стан переведених на нове місце роботи як державних службовців, так і інших працівників.

Підсумовуючи вищевикладене, автор вважає, що в чинному трудовому законодавстві і в нормах державної служби ще є неузгоджені питання застосування такого механізму оновлення кадрового потенціалу, як ротація, і тому бажано внести доповнення до Закону України "Про державну службу", які б чітко дали визначення ротації.

Ротація – це особливий вид переведення державних службовців до іншого державного органу чи в іншу місцевість за згодою державного службовця.

Не вважається переведенням до іншого державного органу і не потребує згоди державного службовця переміщення по службі в одному державному органі з виконанням функціональних обов'язків, обумовлених трудовим договором (контрактом).

При переведенні на іншу постійну нижче оплачувану службу та при переміщенні передбачені гарантії, які визначені у ст. 114 КЗпП, а при переведенні в інший державний орган в іншій місцевості державний службовець повинен отримати гарантії і компенсації при переїзді, які визначені у ст. 120 КЗпП.

У КЗпП також автор пропонує внести норму, яка б передбачала поняття "ротація" і порядок проведення ротації працівників (керівників підприємств, організацій, установ; керівників підрозділів тощо).

Література: 1. Кодекс законів про працю України // www.rada.gov.ua. 2. Закон України "Про державну службу" // ВВР. – 1993. – №52. – С. 490. 3. Височина О. В. Правове регулювання ротації кадрів. Тези до Інтернет-конференції "Наука в інформаційному просторі" // <http://www.confcotact.com>. 4. Актуальні проблеми формування правового государства // Тезиси докладів та научних повідомлень республіканської наукової конференції, 24 – 26 жовтня 1990 г. – Харків: Юридический інститут, 1990. – С. 189 – 190. 5. Закон України "Про боротьбу з корупцією" // ВВР. – 1995. – №34. – С. 267. 6. Указ Президента України // Офіційний вісник України. – 1998. – №17. 7. Розпорядження КМУ // Офіційний вісник України. – 2002. – №12. 8. Закон України Про внесення змін до Закону України "Про боротьбу з корупцією" щодо суб'єктів корупційних діянь та інших правопорушень // CD-вид. "Інфодиск", 2006. 9. Закон України "Про аудиторську діяльність" // ВВР. – 1993. – №23. – С. 243. 10. Положення про ротацію членів аудиторської палати України // CD-вид. "Інфодиск", 2006. 11. Закон України "Про дипломатичну службу" // ВВР. – 2002. – №5. – С. 29. 12. Постанова ВРУ // CD-вид. "Інфодиск", 2006. 13. Закон України "Про Національну раду України з питань телебачення й радіомовлення" // ВВР. – 1997. – №48. – С. 296. 14. Наказ Головного управління державної служби України // CD-вид. "Інфодиск", 2006. 15. Бюлетень законодавства і юридичної практики України. – 1993. – №6. 16. Ставцева А. И. Трудовой договор / А. И. Ставцева, О. С. Хохрякова. – М.: Б. и., 1983. – С. 71. 17. Право України. – 1997. – №10. 18. Право України. – 1999. – №7. – С. 76. 19. Указ Президента України // Офіційний вісник України. – 2006. – №37.

Стаття надійшла до редакції
23.11.2007 р.

УДК 378.147:339.9

Демин С. С.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА АНАЛИЗА КОНКРЕТНЫХ СИТУАЦИЙ В ПРЕПОДАВАНИИ СПЕЦИАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН ПО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕ- ЯТЕЛЬНОСТИ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ

The educational problems of the students in modern conditions at the higher educational institutions, whose specialization is international economic relations and foreign trade activities, are considered in this article. The different methods of active education are researched. The method of concrete situations as the most effective one for increasing professional competence of the students-economists is analyzed in details.

Начавшийся в 2004 году в Украине педагогический эксперимент по введению кредитно-модульной системы обучения в высших учебных заведениях страны [1] предопределил разработку Министерством образования и науки Украины Программы действий по реализации положений Болонской декларации [2]. В числе своих главных задач программа ставит целью также внедрение в процесс обучения новейших педагогических технологий, к которым можно отнести и методы интерактивного обучения, усиление роли самостоятельной работы студентов в учебном процессе и, как следствие, повышение профессиональной компетентности выпускников в соответствии с требованиями современного рынка труда (В определении термина профессиональная компетентность существует достаточно разногласий. Автором статьи принято определение А. К. Макаровой [3]: "Специальная (профессиональная) компетентность — владение собственно профессиональной деятельностью на достаточно высоком уровне, способность проектировать свое дальнейшее профессиональное развитие"). Проблема формирования в процессе обучения профессиональной компетентности будущих специалистов, по сути, становится главной задачей всего периода обучения в вузе. Одним из путей развития профессиональной компетентности является организация активных форм обучения в процессе преподавания специальных экономических дисциплин, направленных на развитие группы умений и навыков, входящих в профессиональную компетентность экономиста-международника.

Стремительное изменение состояния международных экономических отношений в наши дни приводит к быстрому устареванию знаний, получаемых студентами в высшей школе. Это вызывает необходимость использовать при обучении такие операционные средства, которые позволят им самостоятельно, и при этом высокоэффективно, преобразовывать, развивать и дополнять свои знания, умения и навыки, обеспечивающие успешную работу будущего специалиста в конкурентной среде. Для решения этой задачи студенту-экономисту следует вырабатывать совершенно необходимый, особый стиль мышления, это так называемое "экономическое мышление", проявлением которого можно считать умение правильно оценить тенденции и перспективы, реально складывающуюся ситуацию на предприятии и в отрасли, принимать эффективные решения, предвидеть последствия.

© Демин С. С., 2008

Экономическое мышление в случае подготовки экономистов-международников может развиваться при изучении совокупности таких учебных дисциплин, как международная экономика, внешнеэкономическая деятельность, международные маркетинг, менеджмент, финансы, а также ряда специальных дисциплин, подготовку по которым необходимо вести с использованием современных методов и технологий обучения.

Применяемые в настоящее время в высшей школе методы обучения можно разделить на две группы:

- неимитационные, или обычные, методы обучения;
 - имитационные, или методы активного обучения.
- Неимитационные (обычные) методы характеризуются:
- отсутствием модели изучаемого процесса;
 - коммуникациями в режиме "вопрос — ответ".

Имитационным методам (методы активного обучения) присущи:

- наличие имитационной модели изучаемого процесса;
- активное взаимодействие участников при выработке и принятии управленческих решений.

В общем виде классификация методов обучения представлена в табл. 1 [4].

Таблица 1

Классификация методов обучения

Имитационные (методы активного обучения)		Неимитационные методы
игровые методы	неигровые методы	
1. Деловые игры учебные (ролевые, имитационные)	Анализ конкретных ситуаций	Лекции
2. Разыгрывание ролевых ситуаций	Практикум работы с документами	Лабораторные работы
—	—	Семинары
—	—	Курсовое и дипломное проектирование
—	—	Дискуссии
—	—	Научно-практические конференции
—	—	Стажировки

На практических занятиях по изучению внешнеэкономической деятельности автором применялись все указанные в табл. 1 методы активного обучения студентов, содержание которых было опубликовано в ряде изданий [5], а также оригинальные деловые игры, разработанные автором данной статьи. Критерием оценивания того или иного метода активного обучения были:

1. Степень усваиваемости студентами изучаемой темы, проверка которой осуществлялась на промежуточном и модульном контроле.

2. Минимально необходимые затраты времени для усвоения изучаемой темы при использовании разных методов активного обучения с примерно равными по степени подготовки студентами.

На основании полученных результатов были сделаны следующие выводы:

1. Большая часть апробированных деловых и имитационных игр достаточно громоздки по построению, то есть занимают много времени, что плохо согласуется с условиями дефицита времени на аудиторных занятиях.

2. В процессе обучения студенты ещё не обладают достаточной компетентностью для имитации, например, роли ответственного сотрудника внешнеэкономического подразделения отечественного предприятия или же его зарубежного контрагента, что вызывает несерьезное, поверхностное отношение к проводимой деловой игре.

3. По мнению автора статьи, ролевые игры наиболее эффективны для повышения квалификации реально работающего управленческого персонала внешнеэкономических подразделений предприятий, проведения так называемых тренингов.

В свою очередь, метод анализа конкретных ситуаций позволяет более тонко учитывать уровень подготовки студентов, а также предполагает их индивидуальную работу, что существенно экономит время для работы в аудитории.

Учитывая приведенные аргументы, основным методом активного обучения при изучении внешнеэкономической деятельности предприятия был выбран метод анализа конкретных ситуаций.

Метод изучения (анализа) конкретных ситуаций возник в начале XX в. в Школе бизнеса Гарвардского университета. Этот метод обучения, когда обучающиеся участвуют в дискуссиях по проблемам или случаям из практики бизнеса, стал одной из ведущих технологий бизнес-образования.

В зарубежных публикациях приходится встречаться с такими определениями, как: метод изучения ситуаций (*case studies*), деловых историй (*case stories*) и, наконец, просто метод кейсов (*case method*). В отечественных [6], а также русскоязычных [7] публикациях, посвященных данной тематике, чаще всего говорится о методе конкретных ситуаций (МКС), изучении деловых ситуаций, кейс-методе. Наиболее ёмким, по мнению автора статьи, является следующее определение: "Рассмотрение конкретных ситуаций — вид обучения принятию решений с использованием анализа параметров конкретной ситуации, взятой из практической деятельности" [8].

Производственные задачи (ситуации) как метод обучения применялись в СССР еще в 30-е годы начала прошлого века (так называемый "метод казусов"). В сентябре 1926 г. состоялась конференция преподавателей по экономическим дисциплинам в совпартшколах. На этой конференции рассматривались вопросы применения различных методов и методик и, в частности, метода проектов, или "метода казусов" [8].

Анализ конкретных ситуаций состоит в глубоком и детальном исследовании реальной или имитированной ситуации. Основная функция этого метода — научить студентов решать сложные неструктурированные проблемы, которые невозможно решить аналитическим способом.

Использование метода анализа конкретных ситуаций позволяет решить следующие учебные цели:

- развитие аналитического мышления, применение анализа в динамике бизнес-процесса;
- овладение практических навыков работы с информацией: вычленение, структурирование и ранжирование по значимости проблем;
- выработка управленческих решений;
- освоение современных управленческих и социально-психологических технологий;
- расширение коммуникативной компетентности;
- формирование способности выбора оптимальных вариантов эффективного взаимодействия с другими людьми;
- стимулирование инноваций;
- повышение мотивации к изучению теории решаемой проблемы.

Работу по достижению вышеуказанных целей можно также отнести к приёмам развития рефлексивных способностей студента. (Джон Локк, философ, впервые ввел понятие рефлексии в философию и сделал ее самостоятельным объектом исследования. Под рефлексией (лат. *reflexus* — "изгиб", "обратное движение, поворот") Локк понимал "наблюдение, которому ум подвергает свою деятельность, и способы ее проявления, вследствие чего в разуме возникают идеи этой деятельности" [10]. Рефлексия, по Локку, составляет сферу так называемого "внутреннего опыта", существующего на основе опыта "внешнего".

Рефлексивные способности являются высшими интеллектуальными общими способностями, обуславливающими успешность человека в самых различных областях деятельности [11].)

Когда специалист попадает в относительно знакомые (аналогичные) ситуации, он более или менее успешно их решает, корректируя свой опыт применительно к конкретной задаче, незначительно трансформируя свои представления о стандартном поведении в сложившейся ситуации. Однако часто

специалисту поручается выполнение нестандартного производственного задания, которое может не вписываться в обычные нормы и правила трудовой деятельности. Как следствие — работа с учетом ранее освоенных бизнес-процессов становится непродуктивной. Главным фактором окажется неспособность мыслить определённым образом, и эта неспособность объясняется тем, что в мыслительных операциях, которые освоил человек, отсутствует в данном случае рефлексивный контур [9].

При рассмотрении конкретных ситуаций во внешнеэкономической деятельности производится поиск оптимальных решений многовариантных задач, возникающих в практической работе предприятия, в условиях недостаточности и недостоверности имеющейся информации. Варианты, из которых производится выбор лучшего, обосновываются студентами на основании выработанных преподавателем ограничений. Критериями сравнения для определения лучшего варианта или критериями эффективности служат параметры, определенные преподавателем совместно со студентами в процессе выработки общих взглядов на сложившуюся конкретную производственную ситуацию. Во внешнеэкономической деятельности такими параметрами могут быть, например, эффективность внешнеэкономической операции, изменение динамики экспорта (импорта), выполнение предприятием контрактных обязательств.

В табл. 2 автором предлагается примерный вариант распределения времени, выделенного для анализа конкретных ситуаций на практических занятиях в аудитории.

Таблица 2

Распределение времени аудиторных занятий с использованием метода анализа конкретной ситуации

Индивидуальная работа	25% времени	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомление с ситуацией (по тексту или по рассказу). 2. Выявление и систематизация проблем. 3. Предварительный анализ полученной информации
Групповая работа	40% времени	<ol style="list-style-type: none"> 1. Уточнение проблем и их иерархии. 2. Поиск и определение альтернативных решений. 3. Составление перечня преимуществ и недостатков каждого из возможных решений. 4. Оценка альтернатив
Индивидуальная и групповая работа	35% времени	<ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка отчета. 2. Презентация результатов. Обоснование возможности применения альтернативных решений

Дискуссия занимает центральное место в применении МКС. Однако её целесообразно использовать в том случае, когда студенты обладают значительной степенью зрелости и самостоятельности мышления, умеют аргументировать, доказывать и обосновывать свою точку зрения. Важнейшей характеристикой дискуссии является уровень ее компетентности, который складывается из компетентности ее участников. Неподготовленность студентов к дискуссии делает ее формальной, превращает процесс в вытаскивание ими информации у преподавателя, а не самостоятельное её добывание.

Очень важным является выполнение принципа смещения роли преподавателя с традиционного изложения и контроля знаний к организации процесса их получения. Снижение роли преподавателя как единственного источника получения знаний должно сопровождаться одновременным возрастанием его роли как эксперта и консультанта, помогающего студенту ориентироваться в мире научной информации.

Как правило, во всех дискуссиях при обсуждении конкретных ситуаций преподавателем формулируются следующие основные вопросы:

- В чем суть дела?
- В чем конкретно заключается проблема?
- Чем она вызвана?

Каковы главные особенности данной проблемы? Почему важны именно эти особенности?

Каков возможный план действий?

Насколько реалистично каждое из предложенных действий или решений?

Каковы возможные последствия этих действий или решений?

Таким образом, метод конкретных ситуации предполагает: подготовленный в письменном виде пример ситуации из практики бизнеса;

самостоятельное изучение и обсуждение ситуации студентами;

совместное обсуждение ситуации в аудитории под руководством преподавателя;

следование принципу "процесс обсуждения важнее самого решения".

Метод анализа конкретной ситуации преследует основную цель – заставить студента думать, составить собственное мнение по КС посредством написания домашнего задания – письменного анализа конкретной ситуации, вовлечь студента в обучение в условиях, приближенных к хозяйственной практике. Каждый студент имеет возможность предложить свой собственный вариант решения проблемы, поставленной в КС, что составляет сущность МКС.

Различные КС предполагают выбор альтернативных вариантов решений, предлагаемых студентами, что дает им ощущение многофакторности возможного решения, при этом основная цель преподавателя состоит в том, чтобы студенты увидели различные взаимосвязи и научились идентифицировать существование этих связей. Хотя при использовании МКС исследуется "эпизод" из хозяйственной практики предприятия, но КС позволяют интенсивно обсуждать широкий круг проблем. Студенты приходят к пониманию того, что проблемы в КС не являются уникальными для одной организации, и тем самым развивают в себе навыки профессионального подхода к управлению.

В своем большинстве студенты положительно принимают отсутствие в МКС единственно "правильного" ответа, то есть окончательного варианта, что является одним из главных достоинств метода.

Успешность применения МКС зависит от уровня вовлеченности студента в обсуждение КС в учебной аудитории, поэтому важно, чтобы студенты были достаточно подготовлены к проведению практического занятия.

Применяя современные технологии подготовки экономических кадров, необходимо ясно представлять требования к будущей профессиональной деятельности студентов, сократить и по возможности ликвидировать разрыв между уровнем профессиональной квалификации, который получает выпускник вуза в процессе обучения, и теми требованиями, которые определяет современный рынок занятости. Студент должен получить подготовку, позволяющую найти работу на существующем рынке труда. Студентов-экономистов необходимо готовить к тем формам и приёмам работы, которые будут встречаться в профессиональной практике. Это, например, умение оригинально мыслить, обосновывая свой выбор в неоднозначной ситуации, умение распоряжаться имеющимися ресурсами, находить и системно анализировать новую информацию для принятия оптимального экономического решения. Для внешнеэкономической деятельности предприятия это может быть:

что, для кого, в какие сроки и по какой цене будет поставлять предприятие (оказывать услуги, выполнять работы);

какие договоры и с кем, на каких условиях оно будет заключать;

каким образом предприятие может получить возможность выхода на внешний рынок и т. п.

И далее, как следствие, умение самостоятельно находить эффективное решение в сложных проблемных ситуациях, в ситуациях неопределенности или противоречивости экономической информации.

Опыт проведения практических занятий с использованием конкретных ситуаций свидетельствует о том, что данная форма в сочетании с лекционным курсом весьма эффективна, живо воспринимается студентами. Практические занятия в такой форме целесообразно рассматривать как дополнение лекционного курса, но не замену его. Материалы, положенные в основу конкретной ситуации, сначала рассматриваются на лекции. Желательно объяснить общие проблемы данной темы, дать широкий спектр информации, включая и те сведения, которые не заложены в материалы рассматриваемой задачи. Лекция и разбор конкретной ситуации образуют как бы единое целое, эффективность каждого из этих видов занятий в отдельности заметно снижается.

Возможная проблема широкого распространения МКС состоит в том, что преподаватели, как правило, являются специалистами по одной дисциплине, а практическая ситуация описывает реальность, которая "охватывает" ряд смежных дисциплин. Применимо к изучению внешнеэкономической деятельности предприятия это: управление международной конкурентоспособностью предприятия, международный маркетинг, международные финансы, таможенное дело и т. д. Здесь необходимо отметить, что анализ конкретной ситуации во внешнеэкономической деятельности предполагает также знание реальной практики в этой области, с которой преподаватели, заняты только в сфере образования, не всегда знакомы. Поэтому очевидно, что потребность развивающейся украинской экономики в высококвалифицированных специалистах невозможно удовлетворить без существенной перестройки технологий подготовки кадров высшей квалификации, осуществляемой в соответствии с научными рекомендациями по совершенствованию подготовки будущих специалистов.

Литература: 1. Наказ Міністерства освіти і науки України "Про проведення педагогічного експерименту з кредитно-модульної системи організації навчального процесу" №48 від 23.01.2004 р. // www.mon.gov.ua 2. Наказ Міністерства освіти і науки України "Про затвердження Програми дій щодо реалізації положень Болонської декларації в системі вищої освіти і науки України на 2004 – 2005 рр." №49 від 23.01.2004 р. // www.mon.gov.ua 3. Маркова А. К. Психология профессионализма. – М.: Международный гуманитарный фонд "Знание", 1996. – 312 с. 4. Галлямов Ф. Ф. Деловые игры – эффективный инструмент активного обучения. – Владивосток, 1995 // <http://www.old.vladivostok.ru/personal/consult/game.htm> 5. Трайнев В. А. Деловые игры в учебном процессе. – М.: Дашков и К^о, 2005. – 360 с. 6. Сурмин Ю. Ситуационный анализ, или Анатомия Кейс-метода / Ю. Сурмин, А. Сидоренко, В. Лобода, А. Фурда, И. Катерьяк, Кеси Меер; [Под ред. докт. соц. наук, профессора Ю. П. Сурмина. – К.: Центр инноваций и развития, 2002. – 288 с. 7. Волгин Н. А. Организация, формы и методы проведения учебных занятий и самостоятельной работы: требования, условия, механизмы / Н. А. Волгин, Ю. Г. Одегов; [Под ред. Н. А. Волгина, Ю. Г. Одегова. – М.: Изд. Рос. экон. акад., 2004. – 88 с. 8. Каморджанова Н. А. Бухгалтерский учет. Сборник кейсов. – СПб.: Питер, 2001. – 416 с. 9. Долгоруков А. М. Труды методологических семинаров. Вып. 3. Инструменты стратегического развития организаций. — М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, 2001. – 132 с. 10. Локк Д. Сочинения. В 3-х т. Т. 1. – М.: Мысль, 1985. – 624 с. 11. Немов Р. С. Психология: Учебник для студ. высш. пед. учеб. заведений: В 3-х т. Т. 1. Общие основы психологии. – М.: Гуманит. изд. центр "ВЛАДОС", 2006. – 688 с. 12. Симаква Т. А. Психология саморазвития: Изучение, анализ и развитие рефлексивных процессов. – Рязань: Академия права и управления, 2002. – 240 с.

Стаття надійшла до редакції
11.02.2008 р.

УДК 331.556

Струк С. І.

МЕХАНІЗМ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ (СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИЙ ПІДХІД)

In the article the basic components of the mechanism of population shift of Ukraine, such as the purposes, tasks, appropriate to them, function, structure of maintenance of the migration mechanism, conditions of migration, migration's communications, migration climate, process of work of the migration mechanism from a position of the economic and social approach to its consideration are stated.

Міграція – природний прояв мобільності людини, мотивований її прагненням до поліпшення умов свого існування, до більш повного й надійного задоволення своїх потреб. Міграція населення – споконвічна й повсюдна умова існування людини, характерна для більш-менш значних людських утворень, хоча причини, форми, результати, наслідки міграції в різні часи й у різних умовах надзвичайно відрізняються [1 – 4].

Серед усіх існуючих видів міграції населення необхідно виділити трудову міграцію, яка була й надалі залишається за результатами аналізу [1 – 4] одним із наймасовіших серед усіх видів територіального переміщення населення України. Визначити роль і місце трудової міграції в системі міграційних переміщень населення, її економічні та соціальні наслідки, охарактеризувати віковий склад мігрантів, їх освітній і професійно-кваліфікаційний рівень, обґрунтувати засади та методи управління трудовими міграційними потоками в ринковому середовищі, вивчити обумовленість сучасних міграційних процесів – це значить розібратися, насамперед, у механізмі й факторах масового неорганізованого переміщення людей.

Механізм міграційних процесів – це сукупність форм, методів та інструментів зовнішнього і внутрішнього впливу на масове неорганізоване переміщення людей з метою підвищення рівня їх соціально-економічної безпеки [2; 3]. Механізм міграційних процесів має внутрішню структуру, для вивчення якої доцільно використовувати такі поняття системного аналізу, як підсистема, блок, елемент.

Підсистема (частина) механізму міграції – це найбільш важливі рушійні сили розглянутого процесу. Блок механізму міграційних процесів – це сукупність однорідних взаємозалежних елементів, об'єднаних за ознаками загальної цільової спрямованості. Елемент механізму міграційних процесів – це найпростіша форма, через яку специфічним чином виявляються інтереси ланок суспільного відтворення.

Системні елементи механізму міграційних процесів – складні категорії, що мають власні внутрішні властивості та структуру. Таке розчленовування механізму міграційних процесів як цілісної системи носить умовний характер. Однак воно необхідне для поглибленого пізнання закономірностей міграційних процесів.

Механізм міграційних процесів при існуючих особливостях розвитку економічних відносин повинен ставити й реалізувати такі основні цілі:

підвищення результативності всіх суспільних форм відтворення на основі збереження та розвитку інтелектуально-трудоного потенціалу суспільства;

збалансованість суспільного відтворення;

підвищення ступеня задоволення потреб суспільства в матеріальних благах і послугах у поєднанні з рівнем вивільнення людини з безпосереднього процесу виробництва матеріальних благ для переносу діяльності людей у сферу творчості.

На основі перерахованих вище цілей можна сформулювати групи завдань, що розв'язуються механізмом міграції:

господарсько-економічні, які характеризуються значеннями показників, що визначають переважно кількісне співвідношення витрат і результатів (валовий обсяг продукції, рівень відрахувань у бюджет, продуктивність праці, розмір заробітної плати). За допомогою показників даної групи можна характеризувати причини та спрямованість міграційних процесів.

політико-економічні, які припускають зміну комплексних критеріальних категорій, що дають соціально-економічну оцінку ефективності існуючих міграційних процесів та їх наслідків.

Завдання полягає в тому, щоб сформувати і надалі розвивати такий механізм міграції населення, при якому узгоджено взаємодіють усі поставлені цілі й максимально зважуються завдання для досягнення найбільшого задоволення існуючих суспільних потреб і реалізації соціально-економічних інтересів особистості.

Механізм міграції реалізується через сукупність управлінських функцій: прогнозування, планування, стимулювання, контроль, регулювання, координацію, організацію. Однак основна функція серед них – регулювання пропорцій суспільного відтворення.

Для характеристики структури забезпечення дієвості механізму міграції як одного з центральних системних елементів механізму застосовується функціональний підхід, відповідно до якого на основі виділених функцій пропонується сформувати у складі механізму міграції окремі елементи зі своїми методами й інструментами впливу на деякі аспекти міграції: системний елемент фінансового забезпечення, планування і бюджетування, балансування потоків мігрантів у рамках функції соціалізації.

З погляду створення умов для міграції населення основними елементами механізму міграції виступають: суб'єктивні (бажання індивіда переселитися) й об'єктивні (територіальні розбіжності у значущих для людини умовах життя, більшість з яких регулюється суспільством) фактори, що забезпечують процес міграції переселенцями.

Наступний системний елемент, властивий механізму міграції, – міграційні зв'язки. Вони існують як усередині форми організації продуктивних сил, так і поза нею, тобто між мігруючими суб'єктами в рамках даної суспільно-економічної формації й за її межами.

Важливим елементом ефективного функціонування механізму міграції є забезпечення сприятливих умов для його функціонування. Для цього пропонується застосовувати такі методологічні положення:

умови функціонування повинні забезпечувати баланс інтересів усіх учасників міграції, бути стабільними і досить гнучкими;

для різних напрямків міграційної активності потрібні відповідні режими їх здійснення і при необхідності стимулювання;

міграція як система має бути чітко збалансованою з процесами відтворення робочої сили за допомогою створення необхідної кількості робочих місць, які б ефективно функціонували;

міграція не повинна істотно змінювати (погіршувати) комплексні характеристики економічної стабільності та безпеки господарських систем, а також екологічних умов функціонування суспільства в рамках території.

Таким чином, міграційний клімат (умови функціонування) – це сукупність соціальних, політичних, економічних, юридичних та інших факторів, що визначають рівень інтенсивності міграційних процесів. Застосування запропонованих методологічних підходів дає можливість характеризувати міграційний клімат як особливу підсистему, що створює умови для найкращого використання суспільно-економічних відносин для розвитку продуктивних сил через активну міграцію в рамках функції соціалізації. Обсяг і напрямки міграції залежать від рівня та структури сукупного попиту на трудові ресурси, потенційної динаміки структурної перебудови економіки.

Система методів роботи механізму міграції розглядається як сукупність способів, що використовуються для реформування соціально-економічних зв'язків у суспільстві.

Процес роботи механізму міграції варто розглядати як цілеспрямовану діяльність усіх учасників суспільного відтворення щодо створення соціально-економічної інфраструктури держави на основі науково обґрунтованого розміру міграційних процесів при їх прогресивній структурі.

Процес роботи механізму міграції повинен бути організований на принципах: системності; забезпечення максимальної керованості; орієнтації на досягнення поставлених цілей; визначення ступеня раціональності централізації управління; забезпечення необхідних інформаційних характеристик управління; мінімізації зворотно-поступальних дій по горизонталі і вертикалі; узгодження процесу в просторі й часі. Процес роботи механізму міграції доцільно представляти у двох площинах (рис. 1): з погляду економічного і соціологічного підходів.

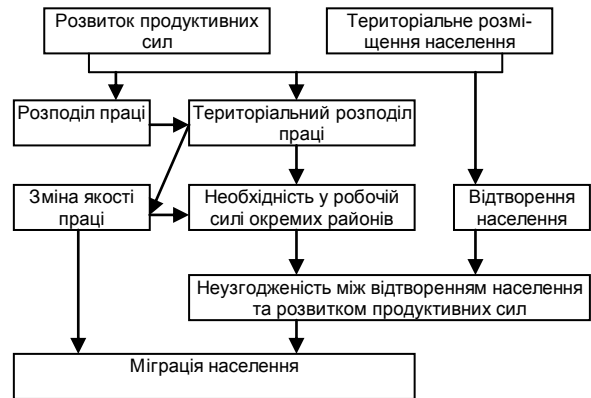


Рис. 1. Схема дії механізму міграції населення (економічний підхід)

Процес дії механізму міграції містить у собі певне коло економічних та демографічних явищ, структуру й характер зв'язків, що охоплюють ці явища, порядок (послідовність) реалізації зв'язків, що відображає їх необхідність і повторюваність. У його основу покладена теорія суспільного розподілу праці.

Оскільки обумовлений розвитком продуктивних сил розподіл праці лежить в основі процесу дії механізму міграції населення, будь-яка спроба регулювання міграційних процесів населення без обліку цього фактора буде ненауковою.

Безупинний розвиток продуктивних сил і вдосконалення виробничих відносин породжують постійну об'єктивну необхідність існування й удосконалення розподілу праці. Кожний ступінь у розвитку розподілу праці породжує свій механізм міграції населення, що діє лише під час її існування і на перехідних етапах при зміні формацій. Розвиток продуктивних сил змінив галузеву структуру суспільного виробництва внаслідок зростання механізації й автоматизації праці, рівня освіти і кваліфікації працівників та ін. Виходячи з цього, можна стверджувати, що поглиблення суспільного розподілу праці породжує необхідність змін її якості.

Поряд із суспільним розподілом праці важливу роль у механізмі міграції населення відіграє територіальний розподіл праці, який проявляється у спеціалізації окремих районів (територій) на виробництві певних видів продукції і міжрайонних економічних зв'язків, які виникають на базі цього. Спеціалізація території обумовлена чисельністю і структурою населення регіону.

Розподіл праці як у загальній, так і в територіальній формах через зміну якості праці обумовлює міграцію населення. Територіальна непогодженість відтворення населення з розвитком продуктивних сил виявляється також за допомогою міжрегіональної диференціації в рівні життя населення; вона особливо відчутна в умовах відносного дефіциту або про-

фіциту робочої сили в окремих районах, галузях, що є додатковим фактором міграції населення.

Економічний підхід до дослідження механізму міграції сконцентрований на вивченні мобільності населення як форми прояву економічних відносин і недооцінює соціально-психологічні фактори, що беруть участь у зародженні, плінні й розвитку міграції населення на рівні індивідуумів і малих груп. Слід зазначити, що економічна та соціальна основи міграції переплетені, тому слід розглядати економіко-соціологічні основи міграції населення. Без пізнання дії механізму міграції населення в діяльності особистостей і соціальних груп перейти до практичного використання їх важко. Людина виступає не просто носієм здатності до праці, вона втілює в собі трудовий потенціал, споживача й особистість з її різноманітними ціннісними орієнтаціями.

Із соціологічної точки зору, схема дії механізму міграції населення може бути представлена в такий спосіб (рис. 2).

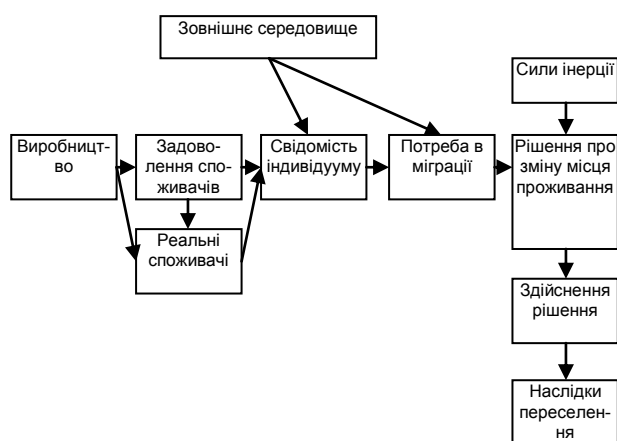


Рис. 2. Схема дії механізму міграції населення (соціологічний підхід)

Відповідно до запропонованої схеми дії механізму міграції існуючі протиріччя між реальними потребами і ступенем їх задоволення породжують потребу в міграції.

Із розвитком суспільства зростають потреби індивіда, причому головна роль переходить від матеріальних до інтелектуальних і соціальних потреб, наприклад, підвищення кваліфікації, потреба в просуванні по службі, в поліпшенні умов та якості праці і т. д. У такий спосіб об'єктивно існуюча потреба в міграції перетворюється в усвідомлену потребу (в даному випадку потреба в міграції – вторинна, вона є похідною від первинних потреб), що веде до прийняття і здійснення рішення про міграцію.

Література: 1. Бондырева С. К. Миграция (сущность и явление): Учебн.-метод. пособие / С. К. Бондырева, Д. В. Колесов. – М.: МПСИ; Воронеж: МОДЭК, 2004. – 296 с. 2. Демографический энциклопедический словарь / Гл. ред. Д. И. Валентей. – М.: Сов. энциклопедия, 1985. – 608 с. 3. Народонаселение. Энциклопедический словарь / Гл. ред. Г. Г. Меликян; [Ред. кол.: А. Я. Кваша, А. А. Ткаченко, Н. Н. Шаповалова, К. Д. Шеметов. – М.: Большая российская энциклопедия, 1994. – 640 с. 4. Романець О. Ф. Міграції населення та їх місце у вирішенні проблем використання трудових ресурсів // Наукові записки Тернопільського педуніверситету. – 1999. – С. 49 – 51.

Стаття надійшла до редакції
22.01.2008 р.

УДК 331.108

Пушкарь А. И.
Курдицкая О. С.

МНОГОАСПЕКТНЫЙ ПОДХОД К ПОСТРОЕНИЮ СИСТЕМ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА

The formation and the motivation of the multispect approach to the building of personnel development system is made.

Стремительное изменение экономических условий деятельности предприятия, увеличение разнообразия и сложности интеллектуальных работ обуславливают актуальность тем формирования, развития и использования такого ресурса, как персонал. С другой стороны, увеличивается сложность управления данным объектом, так как сам объект усложняется: повышается средний уровень образования персонала, остается высокой динамика изменения содержания профессий, расширяется поток информации и учащаются информационные перегрузки персонала. Таким образом, практическая проблема построения системы развития персонала остается актуальной для новых реалий информационной экономики. Изучением и обоснованием важности развития персонала в информационной экономике занимаются многие отечественные и зарубежные ученые, такие, как М. Армстронг, Дж. П. Ходкинсон, П. Р. Сперроу, М. Уорнер, М. Витцель, К. Э. Вейк, А. Я. Кибалов и др., они достигли успехов в разрешении следующих задач: формулирования целей стратегического развития персонала [1], корректирования взаимодействия организационной культуры и развития персонала [2, с. 68; 3; 4], разработки систем управления качеством труда и конкурентоспособности персонала [5], формирования программ развития менеджеров виртуальных организаций [6], влияния качества коммуникаций и управления знаниями на развитие персонала [7; 8], формулирования функций развития персонала [9] и др.

Практическая проблема формирования системы развития персонала порождает ряд нерешенных научных задач, а именно: выявление характеристик и свойств многоаспектного объекта, обоснование динамической сложности протекаемых в рамках развития персонала процессов, выявление методов и критериев развития персонала, обоснование показателей развития персонала, оценка согласно этим показателям программ развития персонала и др.

Целью данной статьи является формирование и обоснование многоаспектного подхода к построению систем развития персонала.

Разнообразие систем развития персонала на отечественных и зарубежных предприятиях создает сложности в применении универсальных методов формирования таких систем. С одной стороны, все системы развития содержат некоторый унифицированный набор компонентов, как-то системы мотивации, некоторую структуру персонала, набор ключевых компетенций и т. д. А с другой – содержание компонентов может сильно различаться в зависимости от внутрифирменных и внутриотраслевых особенностей. В научной литературе нашли отражение такие компоненты, как мотивационный, профессиональный, структурный, поведенческий. Информационный, коммуникационный и культурно-ценностный компоненты систем развития персонала являются наиболее обсуждаемыми [2; 6; 7], однако другие компоненты не получили достаточного освещения в научной литературе, поэтому им мало уделяют внимания на практике. Проведенный анализ систем раз-

вития персонала на предприятиях позволяет выявить следующие основные аспекты развития персонала: структурный, профессионально-компетентный, культурно-ценностный, функциональный, поведенческий, управленческий, коммуникационный, информационный, мотивационный и личностный. Рассмотрим их обоснование на основе логических рассуждений.

Структурный аспект развития персонала показывает, на какую именно группу работников направлена система развития персонала. В классической теории управления персоналом структурирование персонала происходит по разным классификационным признакам, к которым относятся уровень иерархии, функциональные обязанности, профессиональное мастерство, квалификационный потенциал, интеллектуальный потенциал, стаж работы по специальности [10, с. 48 – 50] и др. Также выделим уровень самоорганизации.

Профессионально-компетентный аспект развития выделен отдельно от структурного, так как очень важен для оценки систем развития персонала. Содержание этого аспекта развития персонала показывает, на формирование или развитие каких компетенций направлен процесс развития персонала, а также на какие знания, умения и навыки опирается как на базовые. Рассмотрение данного аспекта позволяет понять, достаточно ли знаний у сотрудников для восприятия материала, соответствуют ли получаемые знания, умения и навыки заявленным целям развития персонала.

Не менее важной характеристикой процесса развития персонала является ценностный аспект, то есть ценности, на которые он опирается. Расхождение распространяемых системой развития персонала ценностей и общепринятых ценностей в организации значительно уменьшает эффективность систем развития. Примером такого расхождения являлись программы развития персонала в банках Великобритании, изученные Е. П. Антонакопулу [11]. Так, в банке с жесткой патерналистской корпоративной культурой проходила программа стимулирования активного вовлечения персонала в выбор программ и направлений индивидуального развития, увеличения личной ответственности за саморазвитие. В результате от 65% до 88% менеджеров исследуемых банков так и не смогли сформулировать для себя новые цели и задачи обучения, отличные от заявленных ранее их банками [11, р. 462]. Поэтому программу развития персонала в рамках системы развития персонала необходимо формировать под имеющуюся корпоративную культуру. Если же система развития персонала используется с целью изменения имеющейся структуры ценностей, то необходимо предусмотреть и осуществлять дополнительные воздействия для управления изменениями корпоративной культуры.

С целями развития персонала также напрямую связан функциональный аспект развития персонала, так как он определяет, какие бизнес-процессы затронет обучение. Предполагается, что любое обучение направлено либо на усвоение нового знания, которое должно быть внедрено в каких-либо бизнес-процессах и увеличивать при этом ценность продукта для потребителя, либо имеет целью поддержание качества выполнения существующих бизнес-процессов и сохранения потребительской ценности на имеющемся уровне. В любом случае фирме необходимо четкое понимание функциональных аспектов развития персонала для определения эффективности систем развития персонала.

Также напрямую с расчетом эффективности связано выявление насаждаемых новых норм поведения. Так, например, ученые К. Вейк и К. Робертс рассматривают обучение исключительно как процесс изменения поведения [8]. Поэтому необходимо заранее определить, какое поведение обязательно и свидетельствует о достижении целей прохождения программ развития персонала, какое поведение является желательным. Ознакомление сотрудников с желаемыми результатами обучения до начала программ является хорошей практикой многих фирм [12]. Документирование поведенческих аспектов и предварительное ознакомление обучающихся

с ними необходимо для понятной всем сторонам оценки результатов развития.

Не менее важно для достижения положительных результатов понимание тех политических интересов, структур власти и расстановки сил, на которые повлияет развитие персонала. В данном случае под политическими интересами понимаются властные интересы сотрудников организации, особенно менеджеров. Более того, Дж. Ходкинсон и П. Сперроу в работе [2, с. 68] отмечают, что "обучение – это скорее политический процесс, встроенный в культуру организации... Желание игнорировать политику выглядит, по меньшей мере, наивно и идеалистично". Таким образом, успешное прохождение сотрудниками программ развития персонала может предполагать ротацию, повышение в должности или увеличение ответственности, а значит, и полномочий, что может вызвать сопротивление желающих сохранить существующую расстановку сил.

С другими сторонами влияния связан коммуникационный аспект развития персонала. В большинстве организаций существуют интеллектуальные лидеры, формирующие сообщества практиков. Привлечение данных сообществ в процессы адаптации и обучения дает возможность многократно повысить эффективность организационного обучения и увеличить скорость распространения знаний. Также к коммуникационному аспекту можно отнести все привлекаемые социальные стороны взаимодействия: приобретает ли персонал новые навыки общения, диалога, конструктивного разрешения конфликтов и др. Таким образом, коммуникационный аспект развития раскрывает социальные стороны коммуникационных процессов, в то время как информационный аспект развития персонала обеспечивает технические их стороны. К нему можно отнести информационную инфраструктуру, которая используется в рамках системы развития персонала, а также все формы подачи информации. Поэтому важно как наличие необходимых информационных ресурсов (библиотек, баз данных и знаний, соответствующего программного обеспечения, мультимедийных проекторов и пр.), так и степень удовлетворения информационных потребностей слушателей. Так как доказанным фактом является зависимость формы подачи информации, ее приемлемости для слушателя и качество восприятия информации. Таким образом, разработчикам систем необходимо учитывать индивидуальные предпочтения в восприятии информации, используемые слушателями модели обработки информации и разделяемые ментальные модели.

Индивидуализированный характер имеют также мотивационный и личностный аспекты развития персонала. Мотивационный аспект предполагает раскрытие того, на какие потребности и мотивы опирается развитие персонала, какие возможные вознаграждения для сотрудника в результате его осуществления. Необходимо, чтобы вышеперечисленное находило отклик у сотрудника и опиралось на внутренние мотивационные механизмы. Однако внешняя оценка качества развития персонала по данному аспекту весьма затруднительна. В свою очередь, личностный аспект развития персонала дает понимание того, какую ценность программы развития персонала предлагают для каждого участника. Освещение данного аспекта необходимо, так как у персонала все чаще встречается партнерский подход, предполагающий, что целью сотрудничества персонала является взаимное удовлетворение потребностей сторон, при чем не только базовых, но и высших.

Таким образом, разделение сложного объекта управления на аспекты, с одной стороны, помогает провести структурированное описание объекта, а с другой – может быть применено на практике для формирования контура управления, в качестве инструмента оценки программ развития персонала, как база для диагностики степени развития персонала и т. д. Так, на основании многоаспектного подхода можно построить систему критериев развития персонала, а следовательно, и систему показателей и диапазоны их приемлемых значений в рамках каждого из аспектов. При помощи критериев раз-

вития и показателей возможно проводить диагностику существующего состояния развития персонала, производить контроль процессов развития, оценивать качество развития. Рассмотрим детальнее применение многоаспектного подхода в качестве инструмента оценки программ развития персонала.

Есть много методов оценки программ обучения *post factum*, однако существует практическая потребность в предварительной оценке программ развития. На современном этапе разработано большое разнообразие инструментов оценки качества программ развития персонала после их внедрения. Они значительно различаются в зависимости от подхода к обучению и целевой аудитории. Так, в зависимости от подхода к обучению различают проектный подход по требованию и на основе ключевых компетенций [13]. Проектный подход предполагает оценку результатов обучения в зависимости от достижения целей проекта и сроков и встречается на большинстве софтвертных предприятий Украины. Прохождение программ обучения персонала в связи с требованиями обстоятельств упрощает оценку результатов программ, так как успешными считаются все программы, которые сняли остроту обстоятельств, вынуждавших предприятие прибегнуть к организационному обучению. Отношение к программам обучения как к постоянному и необходимому процессу характерен для фирм, поддерживающих концепцию ключевых компетенций.

В зависимости от целевой аудитории [14] различают следующие показатели: увеличение размера прибыли, увеличение акционерной стоимости (для топ-менеджеров); рост стоимости проданных товаров и услуг, другие финансовые показатели (для менеджеров среднего звена); накладные расходы, количество затраченного времени и ресурсов, проектные цели (для линейных менеджеров); индивидуальная производительность, процент брака (для индивидуальных пользователей: обучаемого или тренера). Из вышеперечисленных подходов предварительной оценкой программ развития занимаются только в рамках концепции ключевых компетенций.

Основными вехами в научном изучении измерения качества программ обучения стали работы Д. Киркпатрика, разработавшего четырехступенчатую систему оценки возврата инвестиций (*return on investment*). Его последователи, Дж. Филипс, Г. Вонг и Д. Спитцер, дополнили инструмент пятой стадией, рассмотрев ожидаемую оценку эффективности, формальную оценку, определение базового уровня, оценку в процессе прохождения программы и ретроспективную оценку [15; 16]. Также примечательны концепции цепочек стоимости, впервые разработанных М. Портером, и системы сбалансированных показателей Д. П. Нортон и Р. С. Каплана.

Однако, по мнению авторов, среди множества рассмотренных инструментов нет простого, отвечающего на вопрос, подходит ли данная программа развития персонала конкретной организации с ее уникальными структурой управления, корпоративной культурой, информационной инфраструктурой, социальными связями и специфическими целями развития персонала. Инструментом, соответствующим данной цели, является профиль аспектов развития персонала, который реализуется путем сравнения двух профилей: ожидаемого и реального. Ожидаемый профиль показывает организационные ожидания по каждому из аспектов развития персонала, а реальный профиль отражает реальные возможности программы развития.

Научным результатом данной работы является многоаспектный подход к построению систем развития персонала, на основании которого предложен инструмент предварительной оценки качества программ развития персонала. Практическое применение многоаспектного подхода к построению систем развития персонала видится в построении системы критериев развития персонала, а следовательно, и системы показателей и диапазонов их приемлемых значений в рамках каждого из аспектов. При помощи критериев развития и показателей возможно проводить диагностику существующего со-

стояния развития персонала, производить контроль процессов развития, оценивать качество развития. Наиболее перспективными задачами для дальнейших научных исследований является построение системы критериев развития персонала и методов развития на основании сформулированного подхода.

Литература: 1. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами / Пер. с англ. – 8-е изд., перероб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 328 с. 2. Ходкинсон Дж. П. Компетентная организация: психологический анализ процесса стратегического менеджмента / Дж. П. Ходкинсон, П. Р. Сперроу; [Пер. с англ. – Харьков: Изд. "Гуманитарный центр", 2007. – 392 с. 3. Маслов В. И. Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры: Учебник. – М.: Изд. "Финпресс", 2004. – 288 с. 4. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Пер. с англ. под ред. Л. Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2001. – 288 с. 5. Щербак В. Г. Створення та використання конкурентних переваг персоналу в сучасних технологях управління підприємством. Наукове видання. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – 164 с. 6. Уорнер М. Виртуальные организации. Новые формы ведения бизнеса в XXI веке / М. Уорнер, М. Витцель; [Пер. с англ. – М.: Добрая книга, 2005. – 296 с. 7. Организационное обучение / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 192 с. 8. Weik K. E. Collective mind in organization: heedful interrelating on flight decks / K. E. Weik, K. H. Roberts // *Administrative Science Quarterly*. – 1993. – Vol. 38. – P. 357 – 381. 9. Управление персоналом: Энциклопедический словарь / Под ред. А. Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 300 с. 10. Пономаренко В. С. Модели управления персоналом корпораций / В. С. Пономаренко, А. И. Пушкарь, Ле Ван Шон. – Харьков: ХГЭУ, 1997. – 232 с. 11. Antonacopoulou E. P. The relationship between individual and organizational learning: new evidence from managerial learning practices // *Management Learning*. – 2006. – Vol. 37 (4). – P. 455 – 473. 12. Форсиф П. Развитие и обучение персонала / Пер. с англ.; [Под ред. В. А. Спивака. – СПб.: Изд. дом "Нева", 2003. – 192 с. 13. Wilson D. ROI masterclasses // www.elearnity.com. 14. Seagraves T. Decoding Value // www.drive-roi.com. (June 2004). 15. Wang G. Human Resource Development Measurement and Evaluation: Looking Back and Moving Forward / G. Wang, D. Spitzer // *Advances in Developing Human Resources*. – 2005. – Vol. 7, No. 1. – P. 5 – 15. 16. Wang G. Training Evaluation: Knowing More Than Is Practiced / G. Wang, D. Wilcox // *Advances in Developing Human Resources*. – 2006. – Nov. 8 (4). – P. 528 – 539.

*Стаття надійшла до редакції
20.11.2007 р.*

УДК 336.71:659.117

Котелевська Ю. В.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРИХИЛЬНОСТІ ДО БАНКІВСЬКОГО БРЕНДА

The peculiarities of forming customers goodwill to the bank brand are considered in the article.

Одним із факторів, які впливають на ступінь розвитку банку на сучасному банківському ринку, є кількість саме прихильних до його бренда споживачів банківських послуг. Для того, щоб зрозуміти причину, яка спонукає банківські устано-

ви досягати прихильності до свого банку та до його продуктів (банківських послуг), достатньо згадати кількість банківських установ на вітчизняному ринку і практично однаковий асортимент продуктів, які пропонують банки (кредити, поточні та депозитні рахунки, перекази, цінні папери, валютообмінні операції тощо). Також важливим фактором, який спричиняє необхідність формувати сегмент саме прихильних споживачів, є те, що за останній рік багато вітчизняних банківських установ були "придбані" іноземними фінансовими групами, і цей процес продовжується. Це говорить про те, що іноземні фінансові групи, розміщуючи свій капітал на українському банківському ринку, планують "заробити" на цьому не малі прибутки. Тому для таких банківських установ з іноземним капіталом необхідність формування прихильності до оновленого бренду банку пов'язана з утриманням уже існуючих клієнтів цього банку. У свою чергу, інші банки повинні підтримувати конкурентні позиції для того, щоб утримати своїх клієнтів. У сучасних умовах банківського ринку демпінгування не є фактором, завдяки якому можливо утримати своїх споживачів. Це пов'язано з тим, що головною метою досягнення прихильності до бренду є створення більшої цінової еластичності й можливості продавати за більш високими цінами, ніж середньоринкові. Формування споживчої прихильності потребує нестандартних підходів в обслуговуванні клієнтів, які будуть важливі для них та формуватимуть стійку в часі прихильність до бренду банку.

Питання формування споживчої прихильності до брендів, у тому числі й банківських установ, розглянуті в роботах таких авторів, як В. Н. Домніна, С. М. Козьменко, Ф. І. Шпиг, І. В. Волошка, Джефрі Рендел, Д. Аакер, М. Васильєва, А. Надєн та ін.

Таким чином, метою даної статті є визначення рівня прихильності споживачів банківських послуг до брендів банків.

Відповідно до мети даної статті, завдання, які потребують вирішення, – це визначення факторів, які впливають на рівень прихильності споживачів до банківського бренду, та переваг формування прихильності як для банків, так і для самих клієнтів.

Сьогодні деякі банки, які з недавнього часу входять до відомих іноземних фінансових груп, пропонують свої продукти (банківські послуги) дещо за більш високими тарифами. Однак у даному випадку банківські установи орієнтуються на взаємовідносини зі своїми прихильними клієнтами, для яких бренд банку настільки важливий, відповідає їх почуттям, очікуванням та асоціаціям, що вони готові платити більше, ніж за такі ж самі послуги в інших банках. За визначенням "взаємовідносини" – це низка епізодів взаємодії споживача та компанії (банку), при цьому придбання послуги як мінімум двічі є основною умовою для виникнення взаємовідносин. Таким чином, про взаємовідносини можна говорити в разі, якщо споживач неодноразово вступає у взаємодію з банком, сприймає наявність цих відносин, коли обидві сторони мають зобов'язання один перед одним, довіряють та націлені на взаємовигідну співпрацю.

На думку автора, від якості цих взаємовідносин залежить формування прихильності до бренду банку або, навпаки, втрата частки споживачів. У даному випадку можна говорити про якість взаємовідносин між споживачами та банками як показник, що впливає на формування прихильності. Як показник використовується лояльність – взаємодія, стійкі в часі відносини споживача з компанією [1].

Стратегічною метою брендингу в банку, на думку автора, повинно бути створення й укріплення довгострокових відносин між споживачем та брендом банку. Від налагодження таких відносин вииграють і виробники, і споживачі. Як уже зауважувалось, формування прихильності до бренду банку призводить до формування більшої нецінової еластичності. Завдяки цьому брендинг вважають одним із найважливіших засобів нецінової конкуренції. Спеціалістами [2] доведено, що споживачі в середньому готові платити на 14% більше за бренди, які

рекламуються в загальнонаціональному масштабі, ніж за менш відомі марки. Матеріальна вигода в майбутньому є головною причиною, що спонукає банки піклуватися про споживачів, які є лояльними до бренду, та формувати категорію своїх прихильних споживачів.

У літературі з маркетингу [3] відображені два підходи до визначення лояльності. З одного боку, лояльність – визначений тип поведінки споживача, що виражається в бажанні взаємодіяти з компанією та здійснювати повторні покупки. З іншого – лояльність розглядається як перевага споживачів, що формується в результаті узагальнення почуттів, емоцій, думок щодо послуги та її постачальника. Не можна не погодитися з думкою багатьох вчених [3], які припускають, що лояльність визначається сполученням "поведінкових" і "сприйманих" характеристик. Тому лояльними є ті споживачі банківських послуг, що позитивно відносяться до діяльності компанії, пропонуваною нею продуктам або послугам, її персоналу тощо. Це позитивне відношення виражається перевагою, що віддається продуктам даної компанії порівняно з конкурентами, причому ця перевага стійка в часі й характеризується бажанням здійснювати повторні покупки. "Поведінкова" лояльність, як уже зауважувалось, визначається поведінкою споживачів при покупці. До складових поведінкової лояльності відносяться: перехресний продаж, збільшення купівель, повторні купівлі, підтримка споживачем досягнутого рівня взаємодії з банком. Основними компонентами "сприйманої" лояльності, яка формується за рахунок переваг споживачів, є задоволеність та обізнаність.

Ще однією важливою складовою необхідності досягнення саме прихильності до бренду є те, що при погіршенні макроекономічної ситуації в галузі або в цілому в країні міцні відносини між брендом та споживачами, які склалися й закріпилися у більш сприятливий період, дозволяють утримати більшу частину лояльних до бренду на більш тривалий період, ніж це відбувається з марками, які пов'язані для споживача лише з призначенням та якістю товару. Сильний бренд може зберегти свої ринкові позиції протягом тривалого часу (6 – 10 циклів купівлі) без рекламної підтримки, в той час як обсяги продажу звичайного товару зникають вже через 2 – 3 цикли купівлі [4].

Таким чином, на думку автора, прихильність споживачів до бренду банку надає останнім значні переваги.

У свою чергу, прихильність до того чи іншого бренду банку є вигідною і для споживачів його банківських послуг, що подано на рис. 1 порівнянням переваг формування прихильності як для споживачів, так і для банків.

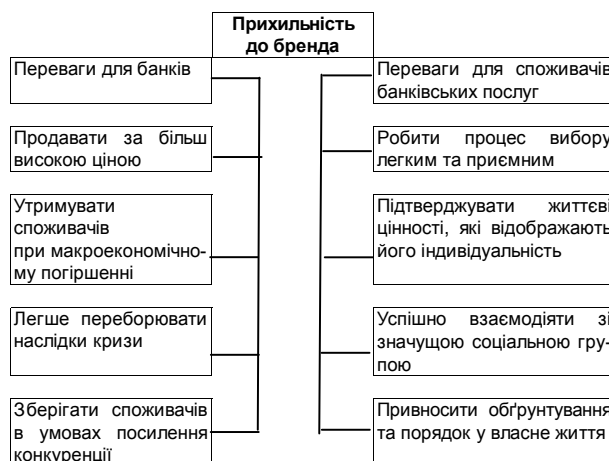


Рис. 1. Переваги формування прихильності до бренду

Виходячи з визначення прихильності як довгострокових відносин, говорити про формування прихильності до бренда та взагалі про сучасний банківський брендинг, на погляд автора, можливо тільки в разі наявності взаємовигідних відносин між виробниками та споживачами банківських продуктів, стійких у часі, при цьому останні готові придбати продукцію за преміальними цінами (більш високими, ніж у конкурентів). З метою зміцнення відносин між споживачами та брендами й укріплення прихильності банківські установи розробляють і впроваджують спеціальні програми лояльності. Найбільш поширеними програмами є зниження питомої вартості покупки, а також заходи стимулювання збуту:

- спеціальні програми для постійних клієнтів;
- накопичувальні знижки;
- дисконтні картки;
- премії та подарунки тощо.

Заходи, які сприяють підвищенню ступеня лояльності, розробляються індивідуально залежно від відношення споживачів до власного бренда та брендів конкурентів.

Тому, на думку автора, необхідним є класифікація покупців банківських послуг на п'ять категорій з розробкою в подальшому індивідуальних програм підвищення лояльності для кожної категорії споживачів:

1. Нові споживачі, які в процесі придбання вашої послуги, ознайомлюються з даним продуктом.
2. Лояльні до бренда споживачі, які регулярно купують вашу послугу визначеного банку.
3. Непостійні споживачі послуг, які купують послугу як власну, так і інших банківських установ.
4. Непостійні споживачі послуг інших банків, які купують послуги інших банків, але не вашого.
5. Лояльні до іншого бренда споживачі, які купують послуги тільки іншого банку.

Однак розробка таких програм не є вирішальною тенденцією зміцнення лояльності споживачів до банківського бренда. Це пов'язано з тим, що банківські установи не можуть постійно демпінгувати цінами. Бо це може призвести до збитків, а банківські установи, а саме ті, які є членами іноземних фінансових груп, мають на меті значне збільшення капіталу при наявних обсягах клієнтів, а не навпаки. Так, сьогодні банківські установи з іноземними інвестиціями, що мають міжнародний статус та визнання в інших країнах, упроваджують процес типології в українських банках. У свою чергу, процес типології у банківських установах, таких фінансових груп, які представлені у багатьох країнах, становить приведення вітчизняних банків до міжнародних стандартів, а саме: процес типології торкається зовнішніх аспектів банків, внутрішнього розташування всіх складових банківської роботи (внутрішній дизайн) і найголовніше – впровадження міжнародних стандартів якості обслуговування. Під міжнародними стандартами якості обслуговування мається на увазі стандартизоване обслуговування в усіх банківських установах, які входять до тієї чи іншої фінансової групи. Так, наприклад, "Райффайзен Банк Аваль" з грудня 2006 р. входить до найбільшої фінансової групи Східної Європи "Райффайзен Інтернешнл Груп", яка представлена в шістнадцяти країнах Східної Європи. Метою запровадження стандартів обслуговування в цій банківській установі (в минулому Акціонерно-пенсійний банк "Аваль") є досягнення прихильності до бренда банку, яка заснована на тому, що в будь-якій країні Європи, в тому числі й в Україні, клієнт, стикаючись з необхідністю в банківському обслуговуванні, мав би уявлення про якісний стандарт обслуговування Райффайзен Інтернешнл Груп, який він може отримати та який є однаковим у будь-якому банку цієї фінансової групи. Тобто підтримання прихильності до бренда банку можливе завдяки підвищенню якості бренда. На рис. 2 представлені чотири компоненти якості бренда.

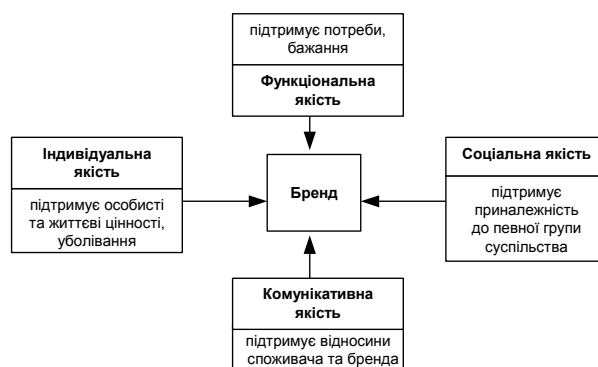


Рис. 2. Компоненти якості бренда

В. Н. Домнін, автор багатьох видань з брендингу [1], наступним чином визначає компоненти якості бренда:

1. Функціональна якість бренда. Вона дозволяє споживачеві ідентифікувати свої бажання або потреби через використання послуги за призначенням.
2. Індивідуальна якість бренда (цінність). Вона дозволяє споживачеві ідентифікувати особисті цінності через взаємодію з брендом.
3. Соціальна якість бренда (повага). Вона дає можливість споживачеві ідентифікувати свою приналежність до соціальної групи (визнання та соціальне схвалення) через свої взаємодії з брендом.
4. Комунікативна якість бренда (контакт). Вона дозволяє споживачеві підтримувати та виражати у своїй діяльності функціональну, індивідуальну та соціальну якість бренда.

На думку автора, здатність банку підтримувати відносини зі споживачами базується на вдосконаленні функціональної, індивідуальної та соціальної якості бренда. Кожна з цих якостей є проекцією відповідних особливостей споживача на бренд. Так, клієнт спрямовує власні потреби та бажання завдяки функціональній якості бренда; затвердження особистих цінностей допомагає індивідуальна якість бренда; соціальна якість бренда підтверджує належність до значущої суспільної групи, а комунікативна якість підтримує відносини споживача і бренда. Важливість комунікаційної якості бренда полягає в тому, щоб інформація дійшла до потенційного споживача, щоб він зрозумів, що ця інформація саме для нього.

Не менш важливою складовою формування прихильності до бренда є позитивні взаємовідносини в персоналі компанії або установи, в тому числі і в банку. У сучасних умовах важливу роль у діяльності установи на ринку, в тому числі і банківської, відіграє внутрішня культура: особиста й організаційна, — оскільки саме тут, а не у сфері технологічних маркетингових нових улаштувань головний ресурс цивілізованого вітчизняного маркетингу і бренд-менеджменту.

Таким чином, узагальнюючи вищевикладене, важливо відзначити, що формування прихильності до банківського бренда надає переваги як банкам, так і споживачам. Для визначення рівня такої прихильності до бренда необхідним є оцінка як "поведінкової", так і "сприйманої" лояльності до бренда на основі розвитку чотирьох компонентів якості бренда.

Література: 1. Домнін В. Н. Брендинг: новые технологии в России. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 384 с. 2. Козьменко С. М. Стратегічний менеджмент банку: Навч. посібник / С. М. Козьменко, Ф. І. Шпиг, І. В. Волошко. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2003. – 736 с. 3. Лопатинский И. В. Лояльность как основной показатель удержания потребителей банковских услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. – №3. 4. Секретный код прорывного бренда // Компаньон. – 2004. – №9. 5. Сильный бренд – залог успеха // Банковская практика за рубежом. – 2003. – №7.

РАСЧЕТ ДИНАМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРОЕКТОВ С ПРИМЕНЕНИЕМ MICROSOFT EXCEL 2007

New characteristics of investment projects – dynamical resistance of project – is proposed. The technique of its calculation is made out. The module for popular in economical calculations programme Microsoft Excel 2007 is created. The investors or scientists can get a flow of investment indexes during the optimization process of the project model with the help of this programme. The example of simple project model is considered. With the help of it series of investment index (Profitability Index, PI) was got and the graph of its changing under negative influence of external economical environment was built.

В современной экономике инвестиции и инвестиционные процессы играют огромную роль в развитии отдельных хозяйствующих субъектов и всего государства. Инвестиции – это двигатель экономики, краткий взгляд на показатели потребления и инвестирования в стране, они позволяют сразу сделать вывод о том, будет эта страна развиваться или нет. Вложение средств в развитие, а не в потребление – вот ключ к успешному развитию страны. Поэтому оценка эффективности и методики выбора вложения средств в инвестиционные проекты является достаточно важной проблемой, над которой работают ученые-экономисты. Разработка новых оценок и методик позволит более тщательно подходить к выбору инвестиционного проекта и получать большую отдачу от вложенных средств.

В современной теории инвестиционного анализа существует достаточно много различных показателей и методик оценки эффективности инвестиционных проектов. Практически все показатели эффективности инвестиционных проектов используют модель на основе денежных потоков во временной развертке. Задается горизонт расчета, то есть предельный срок реализации проекта, который разбивается на несколько одинаковых участков. На каждом из таких временных интервалов составляют денежные потоки по проекту. Так как денежные потоки рассматриваются в различное время, то необходимо определять их реальную или настоящую стоимость при помощи дисконтирования [1; 2].

Ключевыми показателями при оценке проекта являются чистый дисконтированный доход (ЧДД), индекс доходности (ИД), внутренняя норма доходности (ВНД) и срок окупаемости проекта. ЧДД дает абсолютную оценку эффективности, а ИД показывает относительную оценку, то есть какими средствами был достигнут определенный ЧДД [1 – 4]. Эти показатели не учитывают поведение модели проекта в динамической экономической среде. Динамику проекта в некоторой мере исследуют при помощи анализа чувствительности и анализа сценариев, однако наиболее полное исследование динамики возможно при просчете большого количества возможных экономических ситуаций.

Целью данной работы является разработка и апробирование компьютерного модуля для расчета показателя динамической устойчивости проектов.

Главное преимущество нового показателя заключается в том, что он в отличие от традиционных показателей характеризует поведение проекта во внешнеэкономической среде, показывает его способность противостоять негативным факторам.

Методы анализа на основе вероятностного моделирования "Монте-Карло" позволяют получить характеристический график колебаний интересующего инвестиционного показателя в зависимости от различных рыночных условий. Расчет основных статистических данных на основе полученного ряда значений инвестиционного показателя дает динамическую оценку проекта. Естественно, чем меньше разброс показателя (говоря другими словами, меньше дисперсия исследуемого показателя), тем проект более устойчив к различного рода колебаниям рыночной среды. Однако проекты с меньшей дисперсией исследуемого показателя и будут менее привлекательны, так как большая прибыль связана с большим риском. С динамической устойчивостью связан другой, новый показатель, предложенный в данной работе, который был назван динамическим сопротивлением проекта. Предлагается вместе генерации различных рыночных ситуаций преднамеренно создавать плохие для проекта рыночные условия и исследовать изменение инвестиционного показателя в этих условиях. Говоря более строгим языком, если рассматривать инвестиционный показатель как функцию от рыночных переменных, то задача сводится к итерационному поиску минимума функции с ограничениями, накладываемые экспертами на возможные отклонения рыночных переменных. Сам минимум показателя не так интересен, как кривая падения этого показателя. По ней можно судить о способности проекта сопротивляться негативному воздействию внешней среды. Для поиска минимума можно воспользоваться классическими методами, например градиентным методом [5]. Однако классические методы эффективно работают на выпуклых и линейных функциях, когда же речь идет о сложных зависимостях и целевая функция имеет множество пиков, то можно попасть в локальный экстремум. Поэтому логичнее применять методы вариационной оптимизации, то есть методы, которые могут менять зоны поиска произвольным образом. К одному из методов вариационной оптимизации относится метод поиска экстремумов на базе генетических алгоритмов (ГА). Подробнее про теорию ГА можно прочитать в литературе [6; 7].

Процедуру получения характеристического графика динамического сопротивления проекта и расчет динамического сопротивления можно разбить на несколько шагов:

1. Построение модели проекта.
 2. Настройка и просчет процедур оптимизации на полученной модели проекта.
 3. Представление полученных значений инвестиционного показателя на каждом шаге оптимизации в виде графика и расчет на основе этих данных динамического сопротивления.
- Так как ГА требуют существенных вычислений, то использование ручных расчетов неэффективно, поэтому модель необходимо представить на компьютере. Возможно несколько вариантов построения модели проекта на компьютере:
1. Использование универсального пакета для составления математических моделей (Microsoft Excel, MathCAD, Math Lab, Mathematica, Maple и др.).
 2. Использование специализированных программ (Project Expert).
 3. Использование языков программирования и написание модели вручную.

Вариант №2 не подходит, так как необходимо интегрировать модель с системой, реализующей ГА; вариант №3 дает максимальную гибкость и возможность для создания моделей проектов, однако он требует создания интерфейса пользователя. Вариант №1 наиболее предпочтителен, универсальные пакеты дают возможность расширять функциональность и интегрироваться с другими программами и системами, поэтому для построения моделей проектов рекомендуется использовать именно пакеты универсального назначения. В данной работе используется Microsoft Excel 2007 для создания модели проекта, и было создано расширение с использованием Visual Studio Tools for Office (VSTO), входящих в состав Microsoft Visual Studio (codename Orcas). VSTO позволяет создавать расширения для пакетов, входящих в состав Microsoft Office 2003 – 2007, с использованием технологии .NET,

которая на сегодняшний день является лидером в разработке бизнес-приложений любого класса. Microsoft постепенно уходит от создания расширений для пакетов Microsoft Office на устаревшем Visual Basic к созданию расширений в Visual Studio на платформе .NET. MathCAD, Math Lab, Maple, также позволяют создавать расширения, однако они требуют написания системы взаимодействия с .NET платформой через

mixed managed C++, что выходит за рамки данной статьи и является гораздо более сложной задачей.

На рис. 1 изображено окно Visual Studio, где произошло создание расширения для Excel 2007.

На рис. 2 представлен Microsoft Excel с активированным расширением для проверки устойчивости проекта.

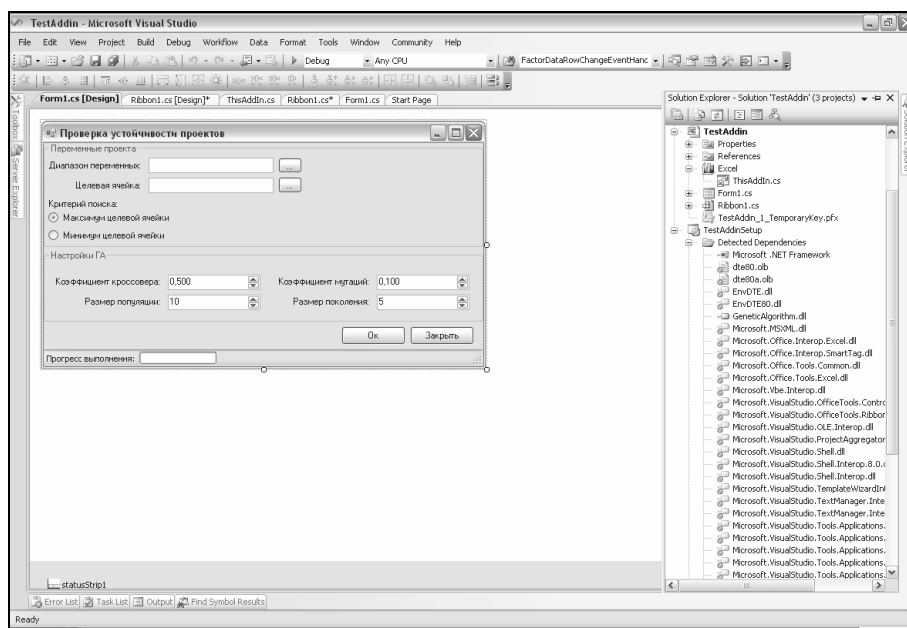


Рис. 1. Среда Visual Studio

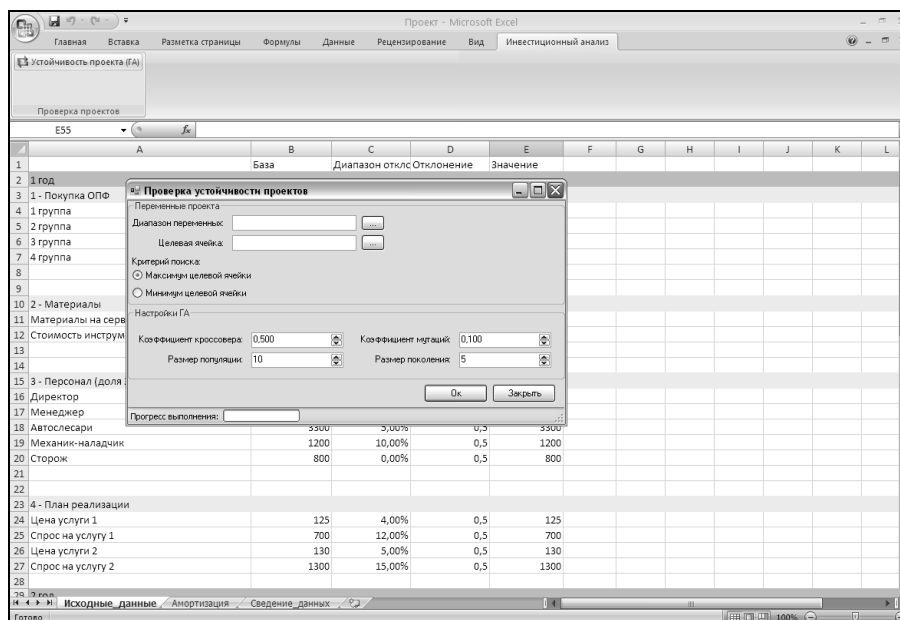


Рис. 2. Microsoft Excel 2007 с активированным расширением

С активированным расширением создается дополнительная панель под названием "Инвестиционный анализ", перейдя на которую можно вызвать диалог для осуществления анализа.

В окне выбираются диапазоны переменных – это те ячейки на листах Excel, которые будут изменяться (изменения происходят в нормированном диапазоне от 0 до 1, масштаби-

рование по необходимости производится формулами Excel) и ячейка со значением целевой функции (инвестиционным показателем). Далее выбирается критерий поиска, минимум или максимум, устанавливаются настройки ГА. После запуска будет создан новый лист в открытой книге Excel и туда будут записаны значения целевой ячейки на каждом шаге. Количество шагов рассчитывается по формуле (1):

$$Iterations = (Gs + 1) \times Ps, \quad (1)$$

где *Iterations* – количество шагов ГА;
Gs – размер поколения;
Ps – размер популяции.

Исходные данные для модели проекта представлены в виде таблицы. Проект заключается в рассмотрении целесообразности вложения средств в новую СТО для осуществления услуг ремонта автомобилей. Начальные капиталовложения составляют 210 000 грн., срок реализации — 3 года. По окончании 3-х лет ОПФ могут быть проданы по остаточной цене или продолжена реализация услуг.

Таблица

Исходные данные для проекта (частично)

	База	Диапазон отклонений	Отклонение	Значение
1 год				
1 — Покупка ОПФ				
1 группа	90 000	10,00%	0,5	90 000
2 группа				
3 группа	105 000	8,10%	0,5	105 000
4 группа	15 000	2,00%	0,5	15 000
2 — Материалы				
Материалы на сервисное обслуживание	8,2	8,00%	0,5	8,2
Стоимость инструмента и оснастки	4,2	5,00%	0,5	4,2
3 — Персонал (доля ЗП в месяц)				
Директор	2 300	1,00%	0,5	2 300
Менеджер	1 500	5,00%	0,5	1 500
Автослесари	3 300	5,00%	0,5	3 300

В колонке "База" указывают базовое значение показателя, диапазон отклонений задается экспертами в процентах от базы. Колонка "Отклонение" – нормированный коэффициент в диапазоне [0; 1] для использования в системе ГА. В колонке "Значение" вычисляется итоговое значение параметра по формуле (2):

$$I = \text{База} \times (1 - \text{НО} + 2 \times \text{ДО} \times \text{НО}), \quad (2)$$

де *База* – базовое значение параметра;
ДО – диапазон отклонения, деленный на 100%;
НО – нормированное отклонение в диапазоне [0; 1].

Середина нормированного интервала отклонения, то есть 0,5, дает итоговое значение коэффициента, равное базовому значению.

Исследование динамического сопротивления велось по индексу доходности проекта. После прогонки модели был получен новый лист со значениями ИД на каждой итерации и построен характеристический график сопротивления проекта негативному воздействию внешней среды (рис. 3). Базовое значение ИД составило 0,336.

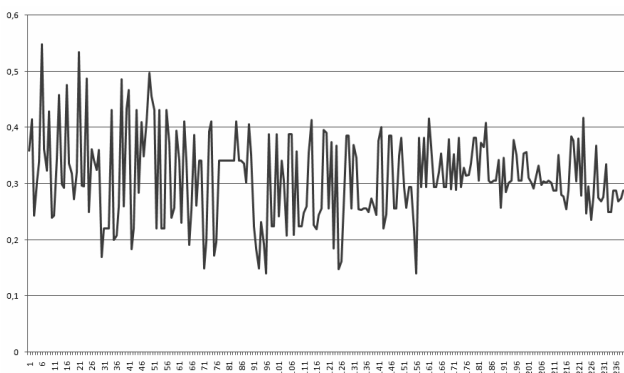


Рис. 3. Сопротивление проекта негативному воздействию внешней среды

Как видно из графика сопротивления проекта, колебания ИД не падают ниже нуля, наблюдается умеренная тенденция к снижению ИД.

Расчет показателя динамического сопротивления проекта негативным воздействиям внешней среды произведем по формуле (3), представленной ниже. Численно динамическое сопротивление можно выразить в виде отношения единицы к сумме модулей разности отклонения худших инвестиционных показателей (худшие означает меньше базовых) от показателей базового проекта при целеустремленном ухудшении экономического окружения:

$$DR = \frac{1}{\sum_{i=1}^n |I_i - I_b|}, \quad (3)$$

где *DR* – динамическое сопротивление проекта (Dynamic Resistance);

I_i – значение инвестиционного показателя, которое меньше чем базовое;

I_b – базовое значение инвестиционного показателя.

Чем меньше численный показатель динамического сопротивления, тем меньше проект будет "сопротивляться" негативной ситуации.

Для исследуемого в данной статье проекта значение динамического сопротивления равно 0,094. Значение динамического сопротивления от 0,05 и больше можно считать приемлемым, однако этот показатель новый для инвестиционного анализа и для разных видов хозяйственной деятельности будут свои уровни приемлемости проекта.

В данной работе предложен модуль для расчета новой оценки инвестиционных проектов – динамического сопротивления инвестиционных проектов. Рассмотрена его разработка и интеграция с пакетом Microsoft Excel 2007. С помощью этого модуля можно получить ряд значений инвестиционного показателя в процессе оптимизации модели проекта. Рассмотрен пример простой модели проекта, с помощью модуля был получен ряд инвестиционного показателя (ИД) и построен график его изменения под негативным влиянием внешней среды.

Численное значение показателя динамического сопротивления было в приемлемых нормах, что позволяет инвестору рассчитывать на меньшие потери, при развитии негативной экономической ситуации во время реализации проекта.

Предложенная методика расчета показателя динамического сопротивления не является единственной, можно применять собственные модели внешнеэкономической среды и методы оптимизации.

Литература: 1. Воронов К. Оценка коммерческой состоятельности инвестиционных проектов // Финансовая газета. – 1993. – №49. – С. 2. Идрисов А. Методика разработки и экспертизы инвестиционных проектов // Финансовая газета. – 1993. – №41. – С. 8. 3. Марголин А. М. Экономическая оценка инвестиционных проектов. – М.: Экономика, 2007. – 364 с. 4. Медведев А. Особенности оценки и отбора инвестиционных проектов // МЭМО. – 1993. – № 2. – С. 2. 5. Галеев Э. М. Оптимизация. Теория, примеры, задачи. – М., 2006. – 336 с. 6. Mitchell M. An Introduction to Genetic Algorithms. – Cambridge, MA: The MIT Press, 1996. – 298 p. 7. Рутковская Д. Нейронные сети, генетические алгоритмы и нечеткие системы / Д. Рутковская, М. Пилиньский, Л. Рутковский. – М.: Изд. "Горячая Линия-Телеком", 2007. – 452 с.

Стаття надійшла до редакції 21.12.2007 р.

УДК 340.33

Малярець Л. М.

**БАЗИС ОПИСОВИХ МОДЕЛЕЙ
СКЛАДНИХ ОЗНАК У СУЧАСНОМУ
АНАЛІЗІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ
СИСТЕМ МАКРОРІВНЯ**

The formalization of the worked out models of the basis of microlevel socioeconomic system's description is considered. The results of the realization of basis models on the example of the analysis of socioeconomic development of countries, Ukraine regions and districts of Kharkive region are given to form the administrative decisions.

У науці і практичній діяльності аналіз даних у вивченні властивостей соціально-економічних систем різного рівня управління обумовлюється способами отримання величин та методами їх обробки, тобто залежить від розвитку теорії і практики вимірювання та математичних методів, які надають змогу розбудовувати моделі, що зображують реальний об'єкт в економіці, таким чином, формується цілісний, цілеспрямований опис об'єкта з метою подальшого його управління [1; 2].

Методи аналізу даних спрямовані на формулювання й уточнення основних закономірностей систем на перших стадіях їх вивчення в умовах невизначеності або часткової визначеності на основі емпіричних даних [3, с. 5]. Дана ситуація є типовою для всіх сфер діяльності людини, наприклад, директор фірми на основі даних про діяльність підрозділів намагається скласти об'єктивне уявлення про їх функціонування; працівники економічного управління намагаються вивчити основні тенденції економічного й соціального розвитку регіону на основі системи показників за кілька років; спеціалістам науково-експертного управління країни потрібно вивчити й достовірно порівняти економічний та соціальний стани областей і країни у світі. Перелік прикладів можна продовжити до нескінченності, але всі вони потребують використання методів аналізу даних для впорядкування наявної інформації, представлення її в лаконічній, узагальненій, стиснутій, очевидній формі, яка полегшує формування рішення про наявність тих чи інших тенденцій, закономірностей.

У роботі [4] викладені основні положення окремої методології математичного моделювання ідентифікації й опису соціально-економічних систем. У результаті наукових досліджень установлено, що опис соціально-економічних систем може бути здійснений за однією з трьох базисних моделей, які залежать від типу вихідних даних – величин елементарних ознак, що цілісно описують соціально-економічні системи. Базис утворюють моделі, які розроблені на вихідних величинах ознак, вимірених тільки в метричних шкалах (I тип моделі), моделі, що розроблені на вихідних величинах ознак, вимірених тільки в неметричних шкалах (II тип моделі), й моделі, які розроблені на вихідних величинах ознак, вимірених на різних шкалах, тобто сумісно – метричних і неметричних (III тип моделі). Структура моделей складних ознак соціально-економічних систем обумовлена структурою самих ознак, апріорною інформацією про системи та їх особливості, величинами елементарних ознак, що визначають систему.

Розбудована базисна математична модель складних метричних ознак соціально-економічних систем в операторній формі подана на рис. 1.

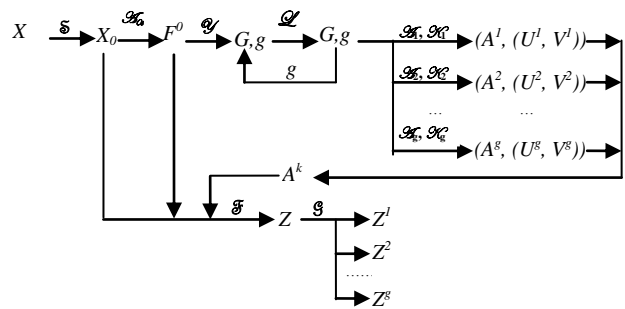


Рис. 1. Базисна математична модель M_{CMO} складних метричних ознак соціально-економічних систем в операторній формі

Тут $X = \{x_{ij}\}$, $i = \overline{1, n}$, $j = \overline{1, m}$, — простір елементарних метричних ознак (n – число об'єктів; m – число метричних ознак; або $X = (X_1, X_2, \dots, X_j, \dots, X_m)$, де X_j – величини метричної ознаки j для всіх об'єктів (стовпці матриці X); X_0 – множина одномодальних метричних ознак; F^0 – латентні загальні складні ознаки; G – множина однорідних груп об'єктів $G: G = (G_1, G_2, \dots, G_k, \dots, G_g)$, $k = \overline{1, g}$, де g – число кластерів. Склад кластера $k: G_k = \{U_i | U_i \in \omega_k\}$, де ω_k – множина об'єктів U_i , що належать кластеру G_k . (U, V) – латентні парні системи складних ознак; Z – перетворені значення елементарних метричних ознак; Z^k – вимірні величини складних метричних ознак. \mathcal{A} – лінійний оператор перетворення елементарних ознак X у латентні загальні складні ознаки F^0 ; \mathcal{F} – нелінійний оператор розпізнавання образів (без "учителя"); \mathcal{G} – оператор розпізнавання образів з "учителем"; \mathcal{A}_k – лінійний оператор перетворення елементарних ознак X у латентні складні ознаки F^k у кожній однорідній групі об'єктів; \mathcal{A}_k – оператор перетворення елементарних ознак X у системи латентних складних ознак (U^k, V^k) у кожній однорідній групі об'єктів; \mathcal{F} – оператор функціонального перетворення елементарних метричних ознак; \mathcal{G} – оператор узагальнення.

Розроблена модель дозволяє визначати різні складні ознаки соціально-економічних систем, які формуються з метричних елементарних ознак, та на основі даної моделі здійснюється управління структурою ознак і їх величинами, що є параметрами в моделі.

У моделюванні соціально-економічних систем погано відпрацьовані моделі, що передбачають вихідними даними неметричні величини. На рис. 2 зображена в операторній формі розбудована базисна модель складних неметричних ознак соціально-економічних систем.

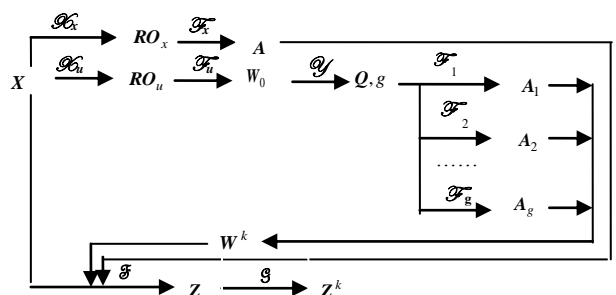


Рис. 2. Базисна математична модель M_{CMO} складних неметричних (порядкових) ознак соціально-економічних систем в операторній формі

Тут RO_x – матриця коефіцієнтів рангової кореляції Спірмена між порядковими ознаками; RO_u – матриця коефіцієнтів рангової кореляції Спірмена між об'єктами; W^0 – загальні складні ознаки; W^k – латентні складні ознаки в кожному кластері; A – матриця факторних навантажень після обертання VARIMAX, яка призначена для ідентифікації структури складної ознаки; \mathcal{E} – нелінійний оператор оцінки тісноти взаємозв'язків між неметричними елементарними ознаками; \mathcal{F} – оператор ідентифікації складних неметричних ознак за допомогою модифікованого факторного аналізу; \mathcal{G} – нелінійний оператор розпізнавання образів (без "учителя"); \mathcal{H} – операторна форма модифікованого факторного аналізу з матрицею RO .

Моделі складних неметричних ознак соціально-економічних систем, що розбудовуються з даної базисної моделі, ідентифікують та коректно описують систему за її якісними характеристиками, які виражаються в неметричних величинах, виміряних у порядкових шкалах.

Для розбудови базисних моделей сумісних складних ознак була розроблена міра тісноти взаємозв'язку між різними ознаками CKK , за допомогою якої модифікований факторний аналіз та розроблений новий метод багатовимірного шкалювання. Узагальнюючи всі оператори, що відображали вирішення проблем розбудови математичної моделі складних ознак, які утворені з різних метричних і неметричних величин, маємо базисну модель, що в операторній формі подана на рис. 3.

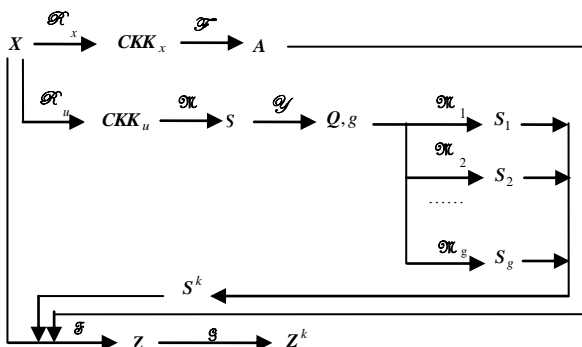


Рис. 3. Базисна математична модель $M_{C(M+HM)O}$ складних сумісних ознак соціально-економічних систем в операторній формі

Тут CKK_x – матриця коефіцієнтів кореляції CKK між різними ознаками; CKK_u – матриця коефіцієнтів кореляції CKK між різними об'єктами; S – матриця латентних складних ознак (стимулів); Q – множина латентних складних метричних ознак (стимулів); \mathcal{E}_x – нелінійний оператор оцінки тісноти взаємозв'язків між різними елементарними ознаками; \mathcal{F} – нелінійний оператор утворення латентних складних ознак за початковою узагальненою матрицею CKK_x ; \mathcal{E}_u – нелінійний оператор оцінки тісноти взаємозв'язків між об'єктами; \mathcal{H} – оператор утворення складних ознак (стимулів) з елементарних ознак незалежно від типу їх величин; \mathcal{Q} – нелінійний оператор розпізнавання образів (без "учителя") в скороченому стимульному просторі; \mathcal{S}^k – операторна форма модифікованого факторного аналізу з матрицею CKK_x .

Моделі складних ознак соціально-економічних систем, що отримуються з даної базисної моделі, спроможні цілісно й сумісно описати систему за її кількісними та якісними характеристиками, які виражаються в метричних і неметричних величинах, а отже, сформулювати інформаційно якісне представлення об'єктів в економіці.

Розглянемо реалізацію розроблених базисних моделей на вирішення реальних економічних задач.

Задача. Визначити складні ознаки соціально-економічних систем 48 країн світу, що елементарно характеризуються 16 соціально-економічними кількісними і якісними показниками, а саме: 5 показниками, що описують стан населення, праці, суспільства (IMD); 4 показниками стану науки й технології (IMD); 5 показниками стану макроекономіки (IMD); 2 показниками стану фінансів (IMD) (дані використані з Інтернету cooun.htm).

Розв'язання задачі. Позначимо x_1 – якість життя (порядкові величини за 10-бальною шкалою); x_2 – економічна грамотність (порядкові величини за 10-бальною шкалою); x_3 – відплив умів (порядкові величини за 10-бальною шкалою); x_4 – частка безробіття в загальній робочій силі (метричні величини, %); x_5 – частка зайнятих у загальному населенні (метричні величини, %); x_6 – капіталізація фондового ринку (метричні величини, млн. дол.); x_7 – банківські збереження (метричні величини, % від ВВП); x_8 – випуск валового внутрішнього продукту (ВВП) на душу населення (метричні величини, дол. на душу); x_9 – частка промисловості у ВВП (метричні величини, %% до ВВП); x_{10} – частка сільськогосподарської продукції (метричні величини, %% до ВВП); x_{11} – зростання валових внутрішніх збережень (метричні величини, %% від реальних змін); x_{12} – порівняльна вартість життя (метричні величини, %% до Нью-Йорку); x_{13} – фінансування розвитку технологій (порядкові величини за 10-бальною шкалою); x_{14} – фундаментальні дослідження (порядкові величини за 10-бальною шкалою); загальні витрати на НДР (метричні величини, млн. дол.); x_{15} – зацікавленість молоді в науці й технології (порядкові величини за 10-бальною шкалою); x_{16} – загальні витрати на НДР (метричні величини, млн. дол.). Таким чином, маємо соціально-економічні системи, що елементарно описуються в просторі метрично-неметричних ознак, а отже, визначення складних ознак слід здійснити на основі реалізації базисної моделі III типу. За допомогою модифікованого факторного аналізу з матрицею коефіцієнтів ρ_s отримана матриця факторних навантажень, яка після процедури VARIMAX має значення, що містяться в табл. 1.

Таблиця 1

Факторна матриця після обертання VARIMAX (за даними всієї сукупності країн)

F	F_1	F_2	F_3	F_4	F_5	R^2
x_1	0,876683531	0,07381311	-0,222768	-0,00226214	-0,057526402	0,826962
x_2	0,868110052	-0,1721374	0,041581	-0,041379797	0,212415459	0,831808
x_3	0,762777989	-0,0147734	-0,073721	0,139259004	0,19553366	0,645110
x_4	-0,58519002	0,02747812	-0,361541	0,418159911	0,446263693	0,847924
x_5	0,606642043	0,07040975	0,224017	-0,292834642	-0,523159677	0,782604
x_6	0,36782316	0,89442292	-0,033771	-0,085615768	-0,071656683	0,948891
x_7	0,715501937	0,2321059	0,119164	-0,271192453	-0,066241976	0,657950
x_8	0,862450256	0,09777186	-0,041668	0,284499651	-0,249994133	0,898553
x_9	-0,421933618	-0,0648467	0,647047	-0,238470553	0,188609872	0,693344
x_{10}	-0,721171519	-0,2014603	-0,07233	-0,419771114	0,129309138	0,758835
x_{11}	-0,281510584	0,01407981	-0,046537	-0,843087312	0,016632943	0,792685
x_{12}	0,458206153	0,20060847	0,707795	0,246278278	-0,081553666	0,818475
x_{13}	0,897131952	0,14741147	-0,026241	-0,029290488	0,248700624	0,889974
x_{14}	0,802222085	0,30445476	0,108456	0,040560001	0,235887632	0,805304
x_{15}	0,302043834	-0,138531	0,104071	-0,103110329	0,811730761	0,790791
x_{16}	0,387033269	0,85047976	0,11081	0,107817241	-0,049059436	0,899421

За значеннями коефіцієнтів факторних навантажень a_{ij} на i -ті показники встановлені складні ознаки за пріоритетністю, а саме: перша – загальна ознака рівня розвитку економіки й технології (F_1); друга – стан ринку фінансових послуг (F_2); третя – сприятливість умов життя (F_3); четверта – інтенсивність руху капіталу у фінансовій формі (F_4); п'ята – наявність умов для розвитку інновацій (F_5).

За виявленими п'ятьма загальними складними соціально-економічними ознаками стану країн слід установити однорідність даної сукупності. На рис. 4 подана дендрограма сукупності країн світу, яка отримана завдяки реалізації кластерного аналізу за методом Уорда.

Закінчення табл. 3

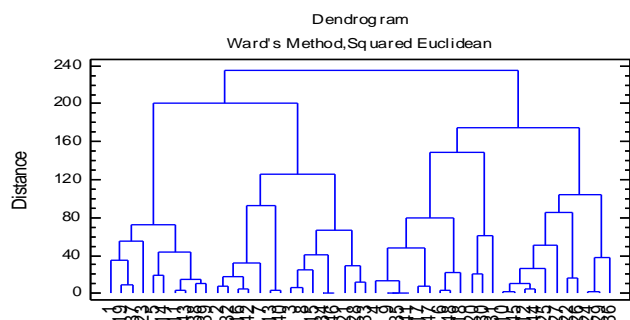


Рис. 4. Дендрограма сукупності країн світу за складними соціально-економічними ознаками їх стану

Візуальне представлення рис. 4 свідчить, що за даною системою складних соціально-економічних ознак потрібно розглядати 5 кластерів країн. У табл. 2 наведений склад кожного кластера.

Таблиця 2

Склад кластерів однорідних країн за критерієм загальних складних соціально-економічних ознак

Країна	Група	Країна	Група	Країна	Група
1. Австралія	1	16. Ірландія	2	47. ЮАР	3
5. Бразилія	1	21. Колумбія	2	48. Японія	3
11. Греція	1	28. Польща	2	10. Гонконг	4
14. Індія	1	32. Сінгапур	2	12. Данія	4
19. Канада	1	33. Словачія	2	22. Люксембург	4
23. Малайзія	1	34. Словенія	2	24. Мексика	4
37. Тайвань	1	40. Фінляндія	2	25. Нідерланди	4
38. Терція	1	42. Чехія	2	26. Нова Зеландія	4
39. Філіппіни	1	46. Естонія	2	27. Норвегія	4
43. Чілі	1	4. Бельгія	3	29. Португалія	4
2. Австрія	2	6. Великобританія	3	36. Таїланд	4
3. Аргентина	2	9. Німеччина	3	44. Швейцарія	4
7. Угорщина	2	17. Іспанія	3	45. Швеція	4
8. Венесуела	2	18. Італія	3	20. Китай	5
13. Ізраїль	2	35. США	3	30. Корея	5
15. Індонезія	2	41. Франція	3	31. Росія	5

Далі дослідження складних соціально-економічних ознак слід продовжити визначенням їх у кожному однорідному кластері країн за допомогою модифікованого факторного аналізу, коли вхідними даними є метричні й неметричні величини. У табл. 3 представлені виявлені складні ознаки в найбільшому за чисельністю кластері країн – кластері 2.

Таблиця 3

Факторна матриця після обертання VARIMAX (за даними країн кластера 2)

F	F ₁	F ₂	F ₃	R ²
1	2	3	4	5
x ₁	0,92958	-0,1727	-0,1768	0,9252
x ₂	0,91406	-0,1062	-0,2002	0,88687
x ₃	0,9104	0,14608	0,05817	0,85355
x ₄	-0,6957	0,5577	-0,1314	0,81225
x ₅	0,5814	-0,6781	-0,0252	0,79844
x ₆	0,72877	0,20106	0,37459	0,71184
x ₇	0,91011	-0,2002	0,07304	0,87372
x ₈	0,89712	-0,1328	-0,0097	0,82255
x ₉	-0,006	-0,2376	0,93429	0,92937

1	2	3	4	5
x ₁₀	-0,8129	0,06076	0,02617	0,66512
x ₁₁	-0,1568	-0,8308	0,3322	0,82512
x ₁₂	0,79056	-0,0158	0,31111	0,72202
x ₁₃	0,9447	0,1736	0,00204	0,92259
x ₁₄	0,95222	0,16838	-0,0576	0,93839
x ₁₅	0,75448	-0,0096	-0,3702	0,70636
x ₁₆	0,86155	0,23702	0,14462	0,81936
λ	9,93568	1,79673	1,48037	

У країнах кластера 2 система складних соціально-економічних ознак дещо змінилася. Згідно з факторними навантаженнями на показники виявлено, що перша ознака – ефективність соціально-економічних процесів у країнах (F₁); друга – несприятливість умов для формування збережень (F₂); третя – рівень розвитку промисловості (F₃).

Дотримуючись методологічних рекомендацій у розбудові неметричних складних ознак соціально-економічних систем, значення кожного з 16 соціально-економічних показників були перетворені у вимірники за функціями перетворення з урахуванням закономірностей розвитку окремої елементарної ознаки, що виражає даний показник. На рис. 5 представлена функція перетворення x₅ – частки зайнятих у загальному населенні (а) й x₁₀ – частки сільськогосподарської продукції (б).

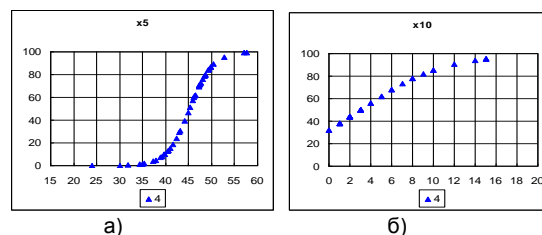


Рис. 5. Функції перетворення показників x₅ – частки зайнятих у загальному населенні (а) й x₁₀ – частки сільськогосподарської продукції у відсотках до ВВП (б)

Були обчислені значення вимірників, що визначають соціально-економічні ознаки розвитку кожної країни в динаміці (3 роки).

За визначеними окремими функціями перетворення соціально-економічних ознак усіх країн були побудовані графіки динаміки значень вимірників за чотирма складовими соціально-економічного розвитку Росії, що є її складними ознаками, сформованими за змістом (IMD) (рис. 6): населення, праці, суспільства (а); науки й технології (б); макроекономіки (в); фінансів (г).

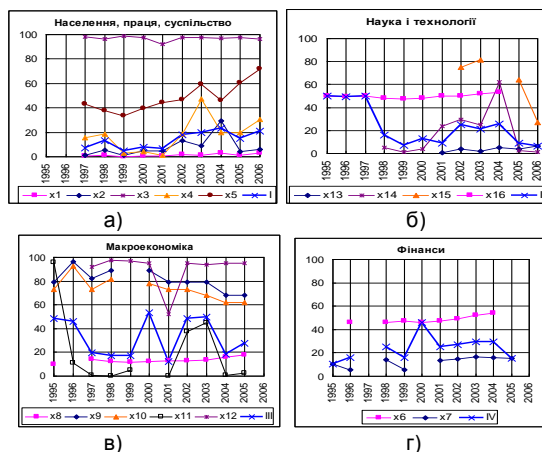


Рис. 6. Динаміка вимірників за чотирма складними ознаками: населення, праці, суспільства (а); науки й технології (б); макроекономіки (в); фінансів (г), що описують соціально-економічний розвиток Росії

Отже, маємо наступний висновок за даними, що надані в Інтернеті *coun. htm*: у Росії надзвичайно низький рівень життя (x_1) порівняно з іншими країнами світу, динаміка ж відтоку умів (x_3) незначна (закономірна тенденція даного вимірника спадна, а отже, високі значення свідчать про відмінний стан даної ознаки). Виокремлюється тенденція збільшення зайнятих у праці загального населення (x_5). При такому стані соціально-економічних ознак значення складної ознаки населення, праці, суспільства в Росії не перевищує рівня 0,2 за шкалою вимірювання даних величин ознак у світі. Зі змісту рис. 6-б маємо, що в Росії низький рівень фінансування розвитку технологій (x_{13}). Зазначимо, що позитивні зрушення у фундаментальних дослідженнях (x_{14}) у 2004 році мають різкий спад у наступні роки, такі негаразди протистоять добрій динаміці загальних витрат на НДР (x_{16}). У цілому ж складна ознака науки й техніки набагато більш розвинута, ніж ознака населення, праці, суспільства. Складна ознака макроекономіки (рис. 6-в) характеризується різними змінами: зростання частки промисловості ВВП (x_9) супроводжується зростанням порівняльної вартості життя (x_{12}), при цьому наявні низькі значення випуску ВВП на душу населення (x_8). Величини вимірників фінансової складної ознаки соціально-економічного стану Росії за останні роки надзвичайно погіршилися навіть на фоні зростання капіталізації фондового ринку (x_6). На рис. 7 відображена динаміка вимірників складних ознак соціально-економічного розвитку Росії.

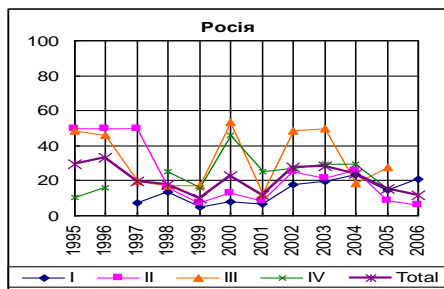


Рис. 7. Динаміка вимірників чотирьох складних ознак: населення, праці, суспільства (I); науки й технології (II); макроекономіки (III); фінансів (IV) – та їх загального стану (Total), що описують соціально-економічний розвиток Росії

З рис. 7 спостерігається низький рівень розвитку складної ознаки населення, праці, суспільства (I), хоча стан розвитку макроекономіки (III) дещо покращувався протягом періоду дослідження, але загальний соціально-економічний стан Росії потребує явного покращення.

На рис. 8 подана динаміка вимірників соціально-економічних ознак Німеччини.

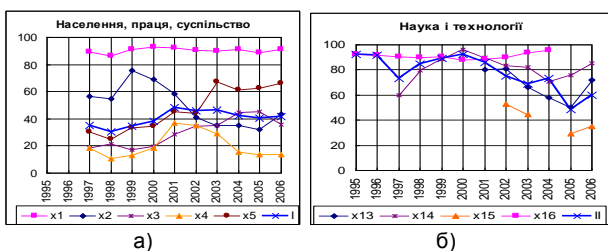
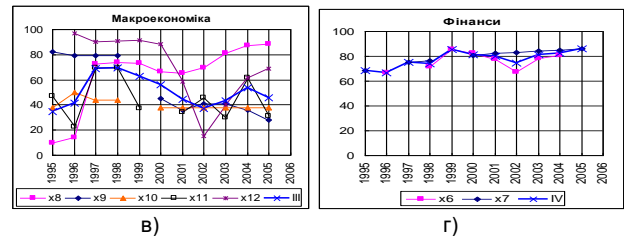


Рис. 8. Динаміка вимірників чотирьох складних ознак: населення, праці, суспільства (а); науки й технології (б); макроекономіки (в); фінансів (г), що описують соціально-економічний розвиток Німеччини



Закінчення рис. 8

Зі змісту рис. 8, а саме динаміки вимірників, випливає висновок, що стан соціально-економічних ознак Німеччини добрий, незважаючи на окремі різкі погіршення деяких ознак, як наприклад, у 2001 році зросла частка безробітних у загальній робочій силі (x_3) (рис. 8-а) або різко зменшилась порівняльна вартість життя (у % до Нью-Йорку) у 2002 р. (рис. 8-в).

У цілому ж динаміка вимірників складних ознак соціально-економічного розвитку Німеччини (рис. 9) свідчить про закономірність достатньо високого рівня, при цьому найрозвинутою є складна ознака науки й технології (II) на фоні не дуже високого розвитку складної ознаки населення, праці, суспільства (I).

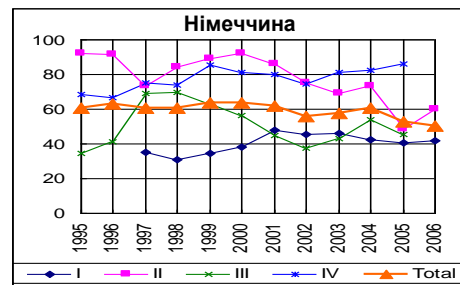


Рис. 9. Динаміка вимірників чотирьох складних ознак: населення, праці, суспільства (I); науки й технології (II); макроекономіки (III); фінансів (IV) – та їх загального стану (Total), що описують соціально-економічний розвиток Німеччини

Для порівняння на рис. 10 представлені графіки вимірників складних ознак соціально-економічного розвитку Росії та Німеччини.

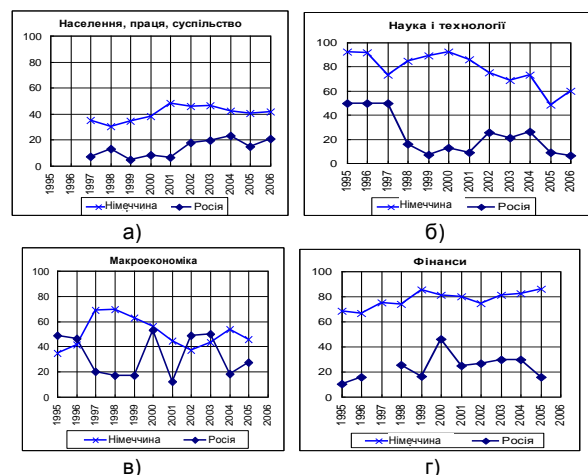


Рис. 10. Динаміка вимірників чотирьох складних ознак: населення, праці, суспільства (а); науки й технології (б); макроекономіки (в); фінансів (г) – та їх загального стану (д), що описують соціально-економічний розвиток Росії й Німеччини



Д)

Закінчення рис. 10

Зображення на рис. 10 наглядно демонструє стани розвитку складних соціально-економічних ознак двох країн.

Отже, реалізація моделі складних неметричних ознак соціально-економічних систем дозволяє об'єктивно, наочно виконати опис та аналіз стану їх розвитку, надає змогу формувати базу знань, а не тільки базу даних.

Задача. Визначити складні ознаки розвитку 24 областей України, що є соціально-економічними системами, за 18 елементарними ознаками, які описують стан даних систем (зміст та значення соціально-економічних показників взяті зі збірника "Регіони України", 2006 [5]). Позначимо x_1 – територія (тис. км²); x_2 – кількість наявного населення (тис. осіб); x_3 – кількість зайнятих економічною діяльністю (тис. осіб); x_4 – наявні доходи населення в розрахунку на одну особу (грн.); x_5 – витрати населення в розрахунку на одну особу (грн.); x_6 – середньомісячна заробітна плата (грн.); x_7 – індекс споживчих цін (грудень до грудня попереднього року, %); x_8 – валова додана вартість (у фактичних цінах, млн. грн.); x_9 – основні засоби (в фактичних цінах, на кінець року, млн. грн.); x_{10} – обсяг реалізованої промислової продукції, робіт, послуг (у фактичних цінах, млн. грн.); x_{11} – продукція сільського господарства (в порівнянних цінах, млн. грн.); x_{12} – введення в експлуатацію загальної площі житла (тис. м²); x_{13} – роздрібний товарооборот підприємств (у фактичних цінах, млрд. грн.); x_{14} – обсяг вироблених послуг (у фактичних цінах, млн. грн.); x_{15} – експорт товарів і послуг (млрд. дол. США); x_{16} – імпорт товарів і послуг (млрд. дол. США); x_{17} – фінансовий результат (сальдо) від звичайної діяльності до оподаткування (млрд. грн.); x_{18} – інвестиції в основний капітал (у фактичних цінах, млрд. грн.). Таким чином, маємо соціально-економічні системи макрорівня, що елементарно описуються в просторі метричних ознак. Визначення складних соціально-економічних ознак здійснимо за допомогою розбудови базисної моделі I типу.

Відповідно до моделі спочатку слід визначити складні соціально-економічні ознаки, що описують області, за допомогою факторного аналізу. В табл. 4 представлені факторні навантаження після процедури VARIMAX.

Таблиця 4

Факторна матриця після обертання VARIMAX (за даними всієї сукупності областей України)

F	F_1	F_2	F_3	R^2
1	2	3	4	5
x_1	0,130011	0,88021	0,0408273	0,793339
x_2	0,876834	0,34725	0,224001	0,939597
x_3	0,877279	0,375815	0,201302	0,951378
x_4	0,594228	0,711426	-0,150779	0,881969

Закінчення табл. 4

1	2	3	4	5
x_5	0,396598	0,524399	0,405245	0,596508
x_6	0,835779	0,393418	-0,123033	0,868442
x_7	0,117958	0,0790707	-0,866056	0,77022
x_8	0,91449	0,354762	0,0770841	0,968089
x_9	0,815388	0,0131021	0,133149	0,682758
x_{10}	0,936127	0,253519	-0,0949882	0,949628
x_{11}	0,318809	0,825225	0,125582	0,798406
x_{12}	0,288237	0,369778	0,500902	0,470719
x_{13}	0,812347	0,385886	0,403093	0,9713
x_{14}	0,707174	0,380133	0,434812	0,833657
x_{15}	0,946401	0,185609	-0,0929652	0,938768
x_{16}	0,848552	0,392645	0,220896	0,923005
x_{17}	0,904294	0,270609	0,0762984	0,896798
x_{18}	0,846654	0,464312	0,172575	0,96219

За значеннями коефіцієнтів факторних навантажень a_{ij} на i -ті показники встановлені складні соціально-економічні ознаки розвитку областей за пріоритетністю, а саме: перша загальна ознака – фінансова результативність операційної діяльності підприємств в областях (F_1); друга – географічне розміщення регіону (F_2); третя – ступінь сприятливості життєвих умов (F_3).

За виявленими трьома загальними складними соціально-економічними ознаками країн установимо однорідність даної сукупності соціально-економічних систем. На рис. 11 представлена дендрограма сукупності областей України, отримана завдяки реалізації кластерного аналізу за методом Уорда.

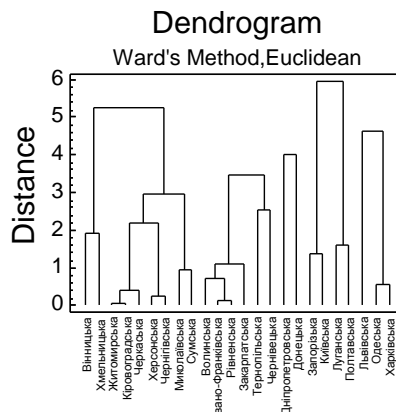


Рис. 11. Дендрограма сукупності 24 областей України за їх загальними складними соціально-економічними ознаками

Візуальне представлення рис. 11 свідчить, що за даною системою складних соціально-економічних ознак потрібно розглядати 5 кластерів областей України. У табл. 5 наведений склад кожного кластера.

Таблиця 5

Склад кластерів однорідних областей України за критерієм їх загальних складних соціально-економічних ознак

Область	Кластер	Область	Кластер	Область	Кластер
1. Вінницька	1	24. Чернігівська	1	4. Донецька	3
5. Житомирська	1	2. Волинська	2	7. Запорізька	4
10. Кіровоградська	1	6. Закарпатська	2	9. Київська	4
13. Миколаївська	1	8. Івано-Франківська	2	11. Луганська	4
17. Сумська	1	16. Рівненська	2	15. Полтавська	4
20. Херсонська	1	18. Тернопільська	2	12. Львівська	5
21. Хмельницька	1	23. Чернівецька	2	14. Одеська	5
22. Черкаська	1	3. Дніпропетровська	3	19. Харківська	5

Далі визначимо значення загальних складних соціально-економічних ознак кожної з областей. Для цього потрібно перетворити значення 18 елементарних соціально-економічних

них ознак за функціями перетворення й обчислити вимірники кожної з областей. На рис. 12 подані функції перетворення ознак x_4 і x_{16} .

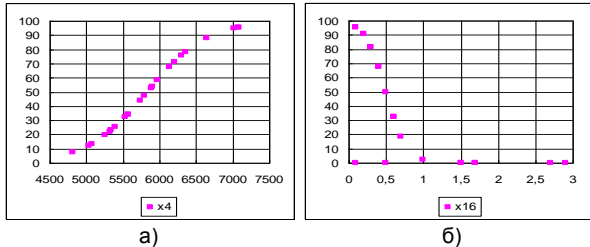


Рис. 12. Функції перетворення показників x_4 – наявних доходів населення в розрахунку на одну особу (грн.) (а) й x_{16} – імпорту товарів і послуг (млрд. дол. США) (б)

Були обчислені значення всіх 18 вимірників, що визначають соціально-економічні ознаки порівняльного стану розвитку кожної області України. За сформованими окремими функціями перетворення соціально-економічних ознак усіх областей були побудовані графіки динаміки значень вимірників за трьома складними соціально-економічними ознаками стану областей (рис. 13). Наглядне зображення свідчить про низький рівень складних соціально-економічних ознак областей першого та другого кластерів. Три ж кластери (третій, четвертий і п'ятий) мають достатні рівні значень даних складних ознак, але вони різні за змістом. Так, третій кластер (Дніпропетровська та Донецька області) відзначається високим рівнем першої складної ознаки y_1 – фінансової результативності операційної діяльності підприємств в областях, четвертий кластер (Запорізька, Київська, Луганська та Полтавська області) мають достатньо високий рівень y_3 – сприятливості життєвих умов. Області, що об'єдналися в п'ятий кластер (Львівська, Одеська та Харківська області), порівняно визначальні за всіма трьома складними ознаками. Таким чином, установлено, що тільки в областях п'ятого кластера маємо відносно узгоджений, достатній за рівнем соціально-економічний стан за 18 елементарними ознаками, що змістовно сформовані Держкомстатом України.

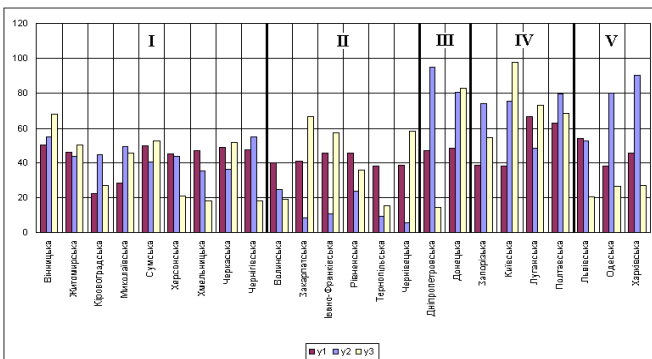


Рис. 13. Діаграма соціально-економічного стану областей України за їх кластерами за складними ознаками y_1 – фінансової результативності операційної діяльності підприємств в областях; y_2 – географічного розміщення регіону; y_3 – ступеня сприятливості життєвих умов

Задача. Визначити складні ознаки розвитку 27 районів Харківської області, що є соціально-економічними системами макрорівня, за 13 елементарними ознаками, які описують стан даних систем (дані взяті зі статистичного щорічника "Харківська область у 2004 році" [6]). Позначимо x_1 – реалізація зернових культур сільськогосподарськими підприємствами (тис. ц); x_2 – інвестиції в основний капітал районів області (млн. грн.); x_3 – введення в експлуатацію житлових будинків

(тис. м²); x_4 – вантажооборот автомобільного транспорту в районі (млн. т-км); x_5 – роздрібний товарооборот підприємств, включаючи ресторанне господарство (млн. грн.); x_6 – основні засоби в економіці (млн. грн.); x_7 – ступінь зносу основних засобів (%); x_8 – споживання електроенергії (млн. кВт. год.); x_9 – середньорічна кількість найманих працівників (тис. осіб); x_{10} – підготовка та підвищення кваліфікації кадрів (% до загальної кількості працівників); x_{11} – потреба підприємств у працівниках на заміщення вільних робочих місць (осіб); x_{12} – працевлаштування не зайнятих трудовою діяльністю громадян (осіб); x_{13} – середньомісячна номінальна заробітна плата найманих працівників (грн.). Маємо соціально-економічні системи, що описуються в просторі метричних ознак, а отже, складні ознаки слід визначити на основі реалізації базисної моделі I типу.

За базисною моделлю складних метричних ознак соціально-економічних систем потрібно визначити загальні складні соціально-економічні ознаки, що характеризують райони Харківської області, за допомогою факторного аналізу. В табл. 6 представлені факторні навантаження після процедури VARIMAX.

Таблиця 6

Факторна матриця після обертання VARIMAX (за даними всієї сукупності районів Харківської області)

F	F ₁	F ₂	F ₃	F ₄	R ²
x_1	-0,0599218	0,622776	-0,0190637	-0,138699	0,411041
x_2	0,590285	0,614271	0,347294	0,0532212	0,849211
x_3	0,8859	0,120405	0,268904	0,0078774	0,871687
x_4	0,905776	-0,0688385	-0,312214	-0,0630123	0,926616
x_5	0,932407	0,158742	-0,106654	0,118496	0,919999
x_6	0,71112	0,485544	0,396464	0,132623	0,916218
x_7	-0,0826876	-0,0565731	0,907145	0,016108	0,833208
x_8	0,747728	0,405243	-0,15619	0,167428	0,775746
x_9	0,906926	0,327172	0,0861803	0,139818	0,956533
x_{10}	-0,015718	0,362634	0,384868	0,559238	0,592621
x_{11}	0,747536	-0,316845	-0,0954031	0,0884396	0,676124
x_{12}	-0,538	0,128944	0,06536	-0,880709	0,814898
x_{13}	0,366769	0,743562	-0,0838691	0,319004	0,796201

За значеннями коефіцієнтів факторних навантажень a_{ij} на i -ті показники встановлені загальні складні соціально-економічні ознаки стану районів Харківської області за пріоритетністю, а саме: перша загальна ознака – рівень економічного розвитку району (F_1); друга – рівень доходів населення (F_2); третя – технічний стан основних засобів (F_3); четверта – ефективність соціальної політики районів (F_4).

За виявленими чотирма загальними складними соціально-економічними ознаками районів установимо однорідність даної сукупності соціально-економічних систем. На рис. 14 представлена кластеризація сукупності районів Харківської області за складними ознаками на основі методу Уорда.

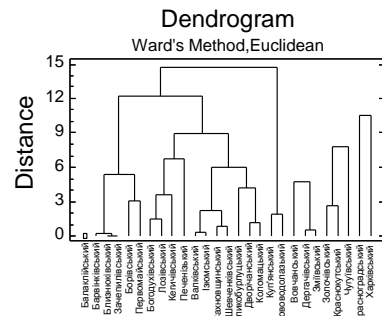


Рис. 14. Дендрограма сукупності 27 районів Харківської області за їх загальними складними соціально-економічними ознаками

Візуальне представлення рис. 14 свідчить, що за даною системою складних соціально-економічних ознак потрібно розглядати 5 кластерів районів Харківської області. У табл. 7 наведений склад кожного кластера.

Таблиця 7

Склад кластерів однорідних районів Харківської області за критерієм їх загальних складних соціально-економічних ознак

Район	Кластер	Район	Кластер	Район	Кластер
1. Балаклійський	1	14. Ізюмський	2	27. Шевченківський	2
2. Барвінківський	2	15. Кегичівський	2	8. Вовчанський	3
3. Близнюківський	2	16. Коломацький	2	10. Дергачівський	3
4. Богодухівський	2	19. Куп'янський	2	12. Зміївський	3
5. Борівський	2	20. Лозівський	2	13. Золочівський	4
6. Валківський	2	21. Нововодолазький	2	18. Краснокутський	4
7. Великобурлуцький	2	22. Первомайський	2	26. Чугувський	4
9. Дворічанський	2	23. Печенізький	2	17. Красноградський	5
11. Зачепилівський	2	24. Сахновщинський	2	25. Харківський	5

За базисною моделлю I типу слід визначити значення загальних складних соціально-економічних ознак кожного з районів області, перетворивши значення 13 елементарних соціально-економічних ознак за функціями перетворення й обчисливши вимірники кожного з районів Харківської області. На рис. 15 представлені функції перетворення ознак x_1 і x_{13} .

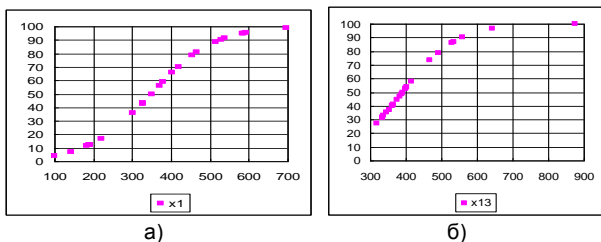


Рис. 15. Функції перетворення показників x_1 – реалізації зернових культур сільськогосподарськими підприємствами (а) й x_{13} – середньомісячної номінальної заробітної плати найманих працівників (б)

Були обчислені значення всіх 13 вимірників, що визначають соціально-економічні ознаки порівняльного стану розвитку кожного району Харківської області. За сформованими окремими функціями перетворення соціально-економічних ознак усіх областей були побудовані графіки динаміки значень вимірників за чотирма складними соціально-економічними ознаками стану районів (рис. 16).

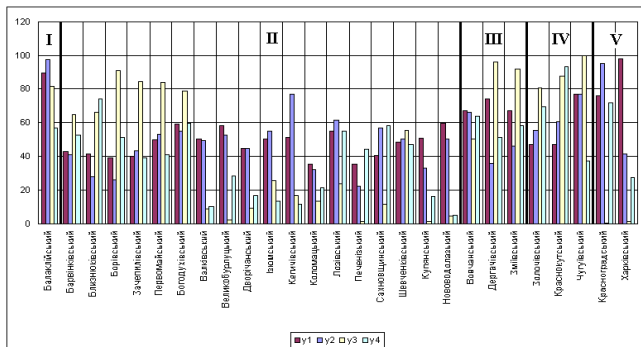


Рис. 16. Діаграма соціально-економічного стану районів Харківської області за їх кластерами за складними ознаками y_1 – рівня економічного розвитку району; y_2 – рівня доходів населення; y_3 – технічного стану основних засобів; y_4 – ефективності соціальної політики районів

За змістом рис. 16 маємо, що найсприятливіший соціально-економічний стан спостерігається в Балаклійському районі, оскільки саме він один має значні величини всіх чотирьох складних ознак. Протилежний стан є в другому кластері, в який об'єдналися райони з низьким розвитком усіх чотирьох складних ознак. У третьому кластері, що утворили Вовчанський, Дергачівський та Зміївський райони, визначається добрий технічний стан основних засобів, а також достатній рівень економічного розвитку. Райони ж четвертого кластеру відмічаються підвищеними рівнями доходів населення та добрим станом основних засобів. Порівняно високий рівень економічного розвитку мають Красноградський та Харківський райони, який, проте, супроводжується низькою ефективністю соціальної політики, що проводиться в даних районах. Таким чином, майже усі райони кожного кластера, крім першого, потребують ціленаправлених управлінських заходів щодо покращення їх складних визначальних характеристик, а отже, органам управління в районах потрібно відпрацювати програми, які б цілісно підвищували рівні всіх складових соціально-економічного розвитку.

Розглянуті розв'язання задач демонструють очевидність прийняття гіпотези, що моделювання, залишаючись загальнонауковим методом пізнання об'єктів управління в економіці, набуває нового значення та змісту в умовах, коли формуються нові парадигми в економіці й з'являються нові математичні методи, наявні потужні програмні середовища для вивчення зрушень та закономірностей. А також маємо доведення констатації, що математичне моделювання соціально-економічних систем, яке ґрунтується на концепціях вимірювання величин в економіці, спроможне на вищому науковому рівні методологічно організувати аналіз даних в економіці, а отже, забезпечити якісною інформацією системи розробки та прийняття управлінських рішень.

Література: 1. Пономаренко В. С. Парадигма вимірювання в економіці / В. С. Пономаренко, Л. М. Малярець // Економіка розвитку. – 2006. – №1 (37). – С. 81 – 87. 2. Пономаренко В. С. Розробка класифікатора вимірювань в економіці / В. С. Пономаренко, Л. М. Малярець // Економіка розвитку. – 2006. – №4 (40). – С. 37 – 42. 3. Тюрин Ю. Н. Статистический анализ данных на компьютере / Ю. Н. Тюрин, А. А. Макаров; [Под ред. В. Э. Фигурнова. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 528 с. 4. Пономаренко В. С. Основні положення методології математичного моделювання ідентифікації соціально-економічних систем / В. С. Пономаренко, Л. М. Малярець // Економіка розвитку. – 2007. – №3 (43). – С. 43 – 47. 5. Державний комітет статистики України. Статистичний збірник "Регіони України", 2006. Ч. 1. – К., 2006. – 512 с. 6. Держкомстат України. Головне управління статистики у Харківській області. Харківська область у 2004 році (статистичний щорічник). – Харків, 2005. – 608 с.

Стаття надійшла до редакції
11.02.2008 р.

*Чем более точна наука, тем больше можно
из нее извлечь точных предсказаний.*

А. Франс

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ

УДК 657.629

**Дікань Л. В.
Вороніна О. О.**

СКЛАДОВІ ТА ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ РЕЗУЛЬТАТОМ ПІДПРИЄМСТВА

The main components and functions of financial result management are considered. The generalization of realization the corresponding function as the adaptational ring is offered. The nature and content of the feedback of financial result management subsystem is studied. The specification of the term "financial result management" is given.

Результат як узагальнена характеристика поточного стану підприємства та можливих напрямків його зміни варто розглядати в якості основи, що здатна активізувати діяльність підприємства. Тобто підвищення ефективності управління підприємством є досить актуальним напрямком дослідження. При цьому суттєве значення відіграють фінансові аспекти загальної проблематики функціонування сучасного підприємства. Це пов'язано з тим, що на підприємстві створюється нова вартість, у результаті розподілу й перерозподілу якої формуються доходи всіх інших суб'єктів економічних відносин. Тож ефективна та раціональна фінансова діяльність сприяє реалізації основного принципу господарської діяльності – самостійності підприємства. Відтак серед різних підсистем управління підприємством доцільно виділити, насамперед, управління фінансовим результатом.

У цілому управління підприємством розглядається як сукупність елементів (підсистем або окремих систем), взаємозалежних (взаємодіючих) один з одним. Кількість таких елементів може бути різною й залежить від закладеної при декомпозиції концепції та цілей діяльності окремого суб'єкта господарювання.

Управління такими системами є досить трудомістким завданням для одного органу управління внаслідок обмежених можливостей щодо переробки вхідної інформації. Водночас багатогранність зовнішнього середовища, в якому доводиться діяти сучасному підприємству, та складність завдань виробничого процесу вимагають об'єктивного визначення структури і змісту різноманітних систем управління відповідним суб'єктом господарювання.

При цьому, як указують у своїх дослідженнях різні науковці, серед яких слід виділити праці В. С. Пономаренка,

О. М. Тридіда, М. О. Кизима, О. І. Пушкаря [1; 2], В. Гриньової [3], О. О. Терещенка [4], дослідження Ю. Антонока [5], В. Герасимчука [6] та ін., об'єктивна зміна виконуючих функцій основними елементами управління підприємством аналізується недостатньо, повільно змінюється розуміння сутності таких процесів. Це в підсумку й призводить до необхідності більш ретельного розгляду окремих складових різних систем управління підприємством, де визначальним є узагальнення відповідних функцій та взаємозв'язок з різними підсистемами управління суб'єкта господарювання в цілому. Саме це з погляду управління фінансовим результатом підприємства й визначається в якості основної мети дослідження.

При розгляді тих або інших функцій управління необхідно, перш за все, виходити з предметної області завдання, що повинне бути розв'язане відповідним управлінням. Тобто якщо безпосередньо розглядати підсистему управління фінансовим результатом, то серед основних її функцій виділяють, перш за все, облік та аналіз. На таких позиціях щодо визначення ключових функцій управління фінансовим результатом, зокрема, знаходяться представники німецької школи дослідження економіки підприємства Ф. К. Беа, Е. Діхтл, М. Швайтцер [7], окремі вітчизняні дослідники, які займаються питаннями обліку, аналізу та аудиту фінансових результатів [8]. Поряд із цим до основних функцій управління фінансовим результатом значна група дослідників відносить формування й розподіл фінансового результату. До таких праць належать роботи К. К. Сіо [9], Л. Олейнікової [10], Ю. С. Цал-Цалко [11]. У цілому ж означені функції управління фінансовим результатом слід розглядати як взаємопов'язані. Це визначається тим, що ефективне формування фінансового результату не можливе без належного обліку окремих його складових, а цілеспрямований розподіл фінансового результату передбачає аналіз його використання. Одночасно аналіз фінансових результатів підприємства є важливим і на етапі обліку.

Розмежування ж функцій управління фінансовим результатом, у тому числі з погляду головних та другорядних функцій, може бути визначено з урахуванням відповідних об'єктів і суб'єктів управління. Якщо в якості об'єктів управління фінансовим результатом розглядати окремі різновиди діяльності підприємства, а суб'єктів – такі структурні підрозділи підприємства, як бухгалтерія, відділ праці та заробітної плати, то на перший план виходить функція обліку, до другорядної функції управління фінансовим результатом можна віднести прогнозне планування окремих складових досягнення визначеного заздалегідь фінансового результату. В разі ж розгляду в якості суб'єкта управління керуючої ланки підприємства, то на перший план виходять уже функції формування та розподілу фінансового результату. До основних функцій також необхідно додати контрольну функцію, яка уособлює деякий підсумок управління, його сталість та ефективність. До підпорядкованої функції управління в згаданому аспекті можна віднести облік отриманих результатів.

Виходячи з того, що будь-який процес управління характеризується двома основними складовими – суб'єктом та об'єктом управління, можна вказати на їх множинність в управлінні фінансовим результатом. Зокрема, до об'єктів управління фінансовим результатом можна віднести: доходи підприємства, витрати та структурне співвідношення їх елементів, обсяги власного капіталу, інвестиційних вкладів, отриманих кредитів і сплачених відсотків, податкове навантаження. Серед суб'єктів управління фінансовим результатом доцільно виділити: управляючих із продажу виробленої продукції, із забезпечення підприємства необхідними факторами виробництва, підбору персоналу, які складають верхній рівень у загальній системі управління фінансовим результатом. До нижчого рівня управління фінансовим результатом слід віднести таких суб'єктів: бухгалтерію, плановий відділ, відділ праці та заробітної плати. Така структурованість суб'єктів управління фінансовим результатом визначається як множинністю відповідних об'єктів управління, так і значущістю фінансового результату для сталого функціонування підприємства в цілому. Водночас у якості окремої функції управління фінансовим результатом може бути виділена функція координації. Доцільність та ґрунтовність введення такої функції до системи управління фінансовим результатом пов'язані з необхідністю узгодження як різних рівнів управління, так і наявних обмежень щодо досягнення найбільш сталих та позитивних результатів, формування узгодженої взаємодії підсистемами управління фінансовим результатом з іншими підсистемами управління підприємством.

Окремо при розгляді функцій управління фінансовим результатом необхідно також враховувати той факт, що визначення фінансових результатів – це досить регламентований процес, нормативно-правові акти якого встановлюються централізовано. Враховуючи це, більш важливим є не планування фінансового результату, а аналіз можливостей покращення фінансових результатів за рахунок вибору варіанта обліку за елементами облікової політики. До того ж у дійсних умовах господарювання в Україні (при непередбаченому переході на нові ціни) доцільним стає не скільки планування, скільки прогнозування, яке знов-таки з погляду управління фінансовим результатом базується, насамперед, на аналізі та обліку. Означене в підсумку обумовлює й значущість функції координації в системі управління фінансовим результатом.

Розмежування окремих функцій управління між різними підсистемами загального управління підприємством свідчить про наявність досить тісних інтеграційних зв'язків між ними. Змістовність такої інтеграції можна виявити, аналізуючи середовище, відповідно до якого здійснюється управління та приймаються рішення. Тобто мається на увазі, що рішення приймається в умовах наявної й достатньої інформації, в умовах, здатних призвести до деякого ризику, або в умовах інформаційної невизначеності. Це також накладає свій відбиток на склад функцій управління фінансовим результатом, зокрема щодо функції координації.

Таким чином, у цілому з погляду різноманітних функцій управління фінансовим результатом підприємства їх загальна модель реалізації може бути визначена у вигляді кільця. Водночас модель реалізації основних функцій управління фінансовим результатом у вигляді кільця слід розглядати як адаптаційну. ґрунтовність такого зауваження пов'язана з тим, що на кожному новому циклі управління відбувається адаптація до нових умов ведення виробничої діяльності підприємства, які визначаються отриманим фінансовим результатом та напрямками його розподілу. При цьому адаптацію управління фінансовим результатом доцільно розглядати через здійснення функції координації, що загалом дозволяє визначити управління фінансовим результатом в якості ключового елемента зворотного зв'язку в загальній системі управління підприємством.

Не менш важливим питанням з погляду розвитку системи управління фінансовим результатом підприємства є також

визначення певного різновиду оцінки ефективності означеного процесу. До того ж варто враховувати, що обрані для цього певні показники окремих характеристик управління фінансовим результатом можуть узагальнювати різнопланові граничні й контрольні значення фінансової активності та сталості підприємства. Так, ліквідні ускладнення й відповідно низькі значення коефіцієнтів поточної ліквідності можуть свідчити не лише про фінансову нестійкість і неплатоспроможність, а й про динамічний розвиток підприємства, який супроводжується прискореним нарощенням обсягів виробництва та освоєнням ринку. Проте, з іншого боку, занадто швидкі темпи й обумовлюють відповідні ліквідні ускладнення. Однак також можуть змінюватися й основні частини, що визначають фінансовий результат як деяку статистичну характеристику діяльності підприємства, що зумовлює враховувати їх структуру. Таким чином, багатогранність показників оцінки ефективності управління фінансовим результатом водночас обумовлює необхідність розв'язання цілої низки завдань, одним із найбільш важливих серед яких є узгодження різних показників для визначення загальної оцінки ефективності. У підсумку це вимагає:

розробки певної моделі оцінки фінансового результату господарюючого суб'єкта як для оцінки ефективності відповідного управління, так і для оцінки наслідків його дії, тобто прогнозування;

безпосереднього визначення оцінки ефективності управління фінансовим результатом.

При цьому визначене може розглядатися як окрема складова частина підсистеми управління фінансовим результатом підприємства, на яку покладено функцію оцінки й адаптації відповідного управління до змін внутрішнього та зовнішнього середовищ. До того ж за своєю сутністю така складова частина управління фінансовим результатом має на своєму вході відповідні значення з обліку та аналізу, а на виході як узагальнення щодо формування й розподілу фінансового результату, так і визначення щодо зміни управлінських рішень відповідних процесів. Тобто загалом така складова частина управління фінансовим результатом розкриває й узагальнює сутність та зміст зворотного зв'язку в загальній системі управління підприємством.

Якщо говорити про змістову навантаженість визначення управління фінансовим результатом, то слід зазначити, що в цьому аспекті також нема єдиної думки. Існуючі визначення трактують цю дефініцію або в якості складової фінансового менеджменту підприємства, або розкривають її через управління прибутком підприємства, де знов-таки виходять із загальноприйнятих позицій визначення суті фінансового управління. Зокрема, в якості функції фінансового менеджменту різні напрямки управління фінансовим результатом розглядають такі дослідники, як І. А. Бланк [12], В. В. Ковалев [13]. Управління фінансовим результатом як управління прибутком досліджує О. Марюта [14]. При цьому сутність таких визначень зводиться до того, що управління фінансовим результатом полягає в пошуку й реалізації найбільш ефективних рішень з формування, розподілу та використання фінансових результатів через відповідну систему принципів і методів з метою забезпечення законного формування та оптимального розподілу прибутку. Втім наведене вище зумовлює дещо розширити звичайний підхід до трактування сутності управління фінансовим результатом. Напрямок, у якому доцільним є уточнення дефініції управління фінансовим результатом, полягає в підкресленні координаційної функції досліджуваного управління та визначенні важливості зворотного впливу фінансового результату з погляду загальної системи управління підприємством. Тож у підсумку, на думку авторів, зміст дефініції управління фінансовим результатом слід подати наступним чином:

управління фінансовим результатом – це процес пошуку та реалізації найбільш ефективних рішень з формування, розподілу й використання фінансових результатів через відповідну систему принципів і методів, який базується на координації

дій з іншими підсистемами управління підприємством на підставі зворотного впливу та здійснюється для досягнення стійкого фінансового стану й ефективної діяльності підприємства.

При цьому під фінансовим результатом, на думку авторів, слід розуміти якісну характеристику фінансово-господарської діяльності підприємства, яка відображає значущість і постійність розвитку підприємства (з точки зору отримання доходу), вплив на його фінансово-господарську діяльність факторів зовнішнього середовища (з точки зору структури й об'ємів витрат), яка має кількісне узагальнення у вигляді прибутків (збитків), а також сприяє зміні власного капіталу та його окремих складових частин [15].

Таким чином, на підставі розгляду функцій управління фінансовим результатом розкрито значення такої підсистеми в загальній системі управління підприємством. Особливо уваги серед розглянутих функцій приділено функції координації, яка визначена в якості головної при узагальненні управління фінансовим результатом у вигляді зворотного елемента управління підприємством в цілому. Це дозволило надати уточнене визначення управління фінансовим результатом, що й узагальнює сутність наукових положень даної роботи. Також розкрито сутність і зміст зворотного зв'язку підсистеми управління фінансовим результатом у загальній системі управління підприємством через розгляд складової частини управління фінансовим результатом, на яку покладено функцію оцінки й адаптації відповідного управління до змін внутрішнього та зовнішнього середовища. При цьому як напрямок подальших досліджень варто вказати на необхідність формалізованих описів щодо побудови певної моделі оцінки фінансового результату господарюючого суб'єкта.

Література: 1. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2003. – 324 с. 2. Пушкар А. И. Антикризисное управление: стратегия, модели, механизмы / А. И. Пушкар, А. Н. Тридид, В. Л. Колос. – Харьков: ХГЭУ, 2001. – 452 с. 3. Гриньова В. Фінансові технології ефективного управління підприємством // Економіка розвитку. – 2005. – №3. – С. 58 – 60. 4. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: Монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – 268 с. 5. Антонюк Ю. Застосування математичних моделей в стратегічному управлінні підприємством // Ринок цінних паперів України. – 2006. – №3 – 4. – С. 55 – 68. 6. Герасимчук В. Управління підприємством як соціально-економічною системою: функціональний підхід // Економіка України. – 2003. – №4. – С. 12 – 18. 7. Економіка підприємства / Под ред. Ф. К. Беа, Э. Дихтла, М. Швайцера. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 928 с. 8. Юденко В. А. Аналіз фінансових результатів підприємства в умовах реформування бухгалтерського обліку // Фінанси України. – 2000. – №8. – С. 97 – 102. 9. Сно К. К. Управленческая экономика: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 672 с. 10. Олейнікова Л. Максимація прибутку — основна мета діяльності підприємства // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2004. – №3. – С. 142 – 144. 11. Цал-Цалко Ю. С. Статистичний аналіз фінансової звітності: теорія, практика та інтерпретація: Монографія. – Житомир: Житомирський державний технологічний університет, 2004. – 508 с. 12. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента. Т. 1. – К.: Ника-Центр, 1999. – 592 с. 13. Ковалев В. В. Введение в финансовый менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 768 с. 14. Марюта О. Адаптивне управління прибутком підприємства // Фінанси України. – 2004. – №3. – С. 83 – 89. 15. Дікань Л. В. Фінансовий результат як комплексне узагальнення сталості розвитку підприємства / Л. В. Дікань, О. О. Вороніна // Бизнес Информ. – 2005. – №9 – 10. – С. 11.

УДК 658.71

Руденко Г. Р.

МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

The problem management of the logistical risks at the industrial enterprise is analyzed in this article. The supplement, methods of the definition, efficiency of the logistical activity, analysis of the logistical risks are offered. The degree management of the logistical risks at the joint-stock company "Kharkov Plant Hydroprivyd" with the help of expert's method is fixed.

Для успішного виживання на ринку в сучасних умовах промислове підприємство має бути динамічним, гнучким, тому що в зовнішньому та внутрішньому логістичному середовищі відбуваються постійні зміни і все це вимагає високого рівня адаптації, стійкості та попередження виникнення ризикових ситуацій. Для підвищення ефективності логістичної діяльності важливе значення має управління ризиками, яке сприяє передбачуваності ризикових ситуацій та сталому функціонуванню підприємства. Тому актуальними є попередження, аналіз і контроль ризикових ситуацій, що значно знижує ймовірність втрат від їх настання. Вважаємо, що аналіз ризиків логістичної діяльності повинен бути складовою методикою визначення ефективності логістичної діяльності на підприємстві.

Мета статті полягає в обґрунтуванні необхідності доповнення методики розкриття ефективності логістичної діяльності аналізом логістичних ризиків, а також у визначенні ступеня керуваності ними у ВАТ "Харківський завод "Гідропривід".

Проблема управління логістичними ризиками стає актуальною в сучасних умовах діяльності підприємств і їй присвячені наукові публікації таких вчених: Л. Б. Миротіна, А. Г. Некрасова [1, с. 224 – 225], А. О. Чеботаєва [2], Г. С. Гуріної [3, с. 146] та ін. Вони зосередили увагу на розкритті сутності поняття "логістичний ризик", наводять класифікацію логістичних ризиків за певними ознаками, рекомендують способи попередження й нейтралізації ризиків у логістичній системі. Але на даний момент жодна методика визначення ефективності логістичної діяльності не включає аналіз логістичних ризиків, зокрема, витрати, пов'язані з попередженням ризиків у матеріальних потоках.

У зв'язку з цим пропонується доповнити методику визначення ефективності логістичної діяльності М. А. Окландера [4]. У своїй розробці автор пропонує розраховувати агрегований показник ефективності функціонування логістичної системи (або рентабельність логістичних витрат), поданий у вигляді формули (1):

$$\text{Алог} = \text{П} / \text{Влог} = \text{П} / (\text{Врух} + \text{Взбер} + \text{Вприб}) \rightarrow \text{тах}, \quad (1)$$

де Алог – агрегований показник ефективності функціонування логістичної системи;

П – прибуток від реалізації готової продукції;

Влог – логістичні витрати;

Врух – витрати, пов'язані з рухом матеріалів;

Взбер – витрати на зберігання матеріалів;

Вприб – втрати прибутку внаслідок невикористаних (втрачених) можливостей, зумовлених наявністю матеріальних запасів.

Удосконалення розглянутої методики стосується доповнення логістичних витрат, які враховуються в розрахунках. Конкретизуючи витрати, вважаємо за доцільне врахувати у знаменнику формули (1) витрати, пов'язані із забезпеченням оптимального рівня надійності функціонування логістичної

Стаття надійшла до редакції
24.01.2008 р.

© Руденко Г. Р., 2008

системи та з попередженням ризиків у матеріальних потоках. Таким чином, формула (1) матиме наступний вигляд:

$Алог = П / Влог = П / (Врух + Взбер + Вприб + Вриз) \rightarrow тах, (2)$
де *Вриз* – витрати, пов'язані з попередженням ризиків у матеріальних потоках (до таких витрат належать: витрати на страхування вантажів (матеріалів); витрати на послуги експедиції, охорону; витрати на маршрутизацію перевезень; витрати на транспортне пакування для підвищення безпеки перевезення вантажів; витрати на моніторинг митних процедур, на прискорення проходження митного контролю).

До показника (*Врух*) належать витрати, пов'язані з рухом ресурсів, а саме:

а) з/п водіїв, які здійснюють це переміщення;

б) витрати на утримання, ремонт і амортизацію автокарів та інших автомобілів, на яких здійснюється перевезення ресурсів;

в) з/п вантажників, які здійснюють вантажно-розвантажувальні роботи;

г) витрати на паливо.

До показника (*Взбер*) належать витрати, пов'язані зі зберіганням ресурсів, а саме:

а) з/п складських працівників;

б) витрати на утримання, ремонт і амортизацію складських приміщень та приміщень, де зберігаються ресурси;

в) витрати, пов'язані з втратою ліквідності ресурсів, крадіжками, псуванням ресурсів.

До показника (*Вприб*) належать втрати прибутку внаслідок невикористаних (втрачених) можливостей, зумовлених існуванням матеріальних запасів.

До формули (2) включаємо показник витрат (*Вриз*), який пов'язаний з попередженням наступних видів ризиків, що в цілому охоплюють три сфери "постачання – виробництво – збут" і надають управлінню ризиками комплексного характеру:

а) P_1 – ризик отримання неякісних сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих від постачальників (у тому числі через низьку безпеку перевезення вантажів, через халатність працівників);

б) P_2 – ризик збоїв у постачальницькій діяльності підприємства через проблеми, пов'язані з транспортуванням вантажів (у тому числі з низькою безпекою перевезення вантажів, із затримкою проходження митного контролю, з відсутністю власних транспортних засобів, з тривалим пошуком сторонніх перевізників, з вибором нераціонального маршруту транспортування);

в) P_3 – ризик збоїв у виробництві через несвоєчасне постачання необхідних матеріальних ресурсів та запчастин (через наявність низького страхового запасу сировини, матеріалів);

г) P_4 – ризик повної нереалізації виробничої функції через непостачання необхідних сировини, матеріалів, запчастин (через наявність низького страхового запасу сировини, матеріалів);

д) P_5 – ризик відмови споживачем від отриманої й оплаченої продукції (повернення) (в тому числі через затримку проходження митного контролю, несвоєчасне отримання готової продукції споживачем);

е) P_6 – ризик несвоєчасної доставки готової продукції споживачам через проблеми, пов'язані з транспортуванням (у тому числі із затримкою під час завантаження, розвантаження, низькою безпекою перевезення вантажів, з відсутністю власних транспортних засобів, з тривалим пошуком сторонніх перевізників, з вибором нераціонального маршруту транспортування) [1, с. 224 – 225].

Матеріальний потік є основним у діяльності промислових підприємств. Звичайно управління ризиками в матеріальних потоках не відмежоване від управління ними у фінансових та інформаційних потоках. Кожне підприємство має свій перелік можливих ризиків, з якого виділяються найбільш керовані й найменш керовані. За допомогою експертного методу встановимо ступінь керованості кожного з названих ризиків у ВАТ "Харківський завод "Гідропривід".

У групу експертів увійшло десять досвідчених і професійно підготовлених фахівців (виконавчий директор з виробництва і матеріальних ресурсів, начальник управління економіки й комп'ютеризації виробництва, начальник управління матеріального постачання і зовнішньоекономічних зв'язків, головний інженер, начальник гідронасосного цеху, виконавчий директор зі збуту і транспорту, головний бухгалтер, виконавчий директор з економіки та фінансів, начальник управління якості продукції й метрології, начальник транспортного відділу) ВАТ "Харківський завод "Гідропривід". Кожному експерту було запропоновано оцінити ступінь керованості вищезгаданих ризиків за п'ятибальною шкалою (табл. 1).

Таблиця 1

Результати опитування експертів по підприємству ВАТ "Харківський завод Гідропривід"

№ з/п	Експерти-оцінювачі	Ризики P_{ij} (ранг*, присвоєний ризику експертами)						$P_{j\text{сум}}$ [5, с. 74 – 75]
		P_1^{**}	P_2	P_3	P_4	P_5	P_6	
1	Виконавчий директор з виробництва і матеріальних ресурсів	3	5	1	2	4	5	X
2	Начальник управління економіки й комп'ютеризації виробництва	3	5	1	2	4	5	
3	Начальник управління матеріального постачання і зовнішньоекономічних зв'язків	3	5	2	1	5	4	
4	Головний інженер	4	5	1	2	3	5	
5	Начальник гідронасосного цеху	5	4	2	1	5	3	
6	Виконавчий директор зі збуту і транспорту	3	5	2	1	4	5	
7	Головний бухгалтер	5	5	1	2	4	3	
8	Виконавчий директор з економіки й фінансів	5	4	1	2	3	5	
9	Начальник управління якості продукції й метрології	4	5	1	2	3	5	
10	Начальник транспортного відділу	3	5	2	1	4	5	
11	$\sum_{i=1}^n P_{ij}$ [5, с. 74 – 75]	38	48	14	16	39	45	

Умовні позначення:

* 1 – найкраща оцінка, 5 – найгірша оцінка;

** P_1 – ризик отримання неякісних сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих від постачальників;

P_2 – ризик збоїв у постачальницькій діяльності підприємства через проблеми, пов'язані з транспортуванням вантажів;

P_3 – ризик збоїв у виробництві через несвоєчасне постачання необхідних матеріальних ресурсів та запчастин;

P_4 – ризик повної нереалізації виробничої функції через непостачання необхідних сировини, матеріалів, запчастин;

P_5 – ризик відмови споживачем від отриманої й оплаченої продукції (повернення);

P_6 – ризик несвоєчасної доставки готової продукції споживачам через проблеми, пов'язані з транспортуванням.

На основі даних табл. 1 та роботи [5, с. 74] розрахуємо коефіцієнти значущості ризиків (K_{sp}) за формулою (3):

$$K_{sp} = \frac{\sum_{j=1}^n P_{ij}}{P_{j\text{сум}}} \quad (3)$$

Розрахунки за цією формулою подано у вигляді таблиці (табл. 2).

Таблиця 2

Закінчення табл. 3

Коефіцієнти значущості ризиків для ВАТ "Харківський завод "Гідропривід"

№ з/п	Ризики	Коефіцієнти значущості ризиків
1	Ризик отримання неякісних сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих від постачальників (P_1)	0,19 (38/200)
2	Ризик збоїв у постачальницькій діяльності підприємства через проблеми, пов'язані з транспортуванням вантажів (P_2)	0,24 (48/200)
3	Ризик збоїв у виробництві через несвоєчасне постачання (доставку) необхідних матеріальних ресурсів та запчастин (P_3)	0,07 (14/200)
4	Ризик повної нереалізації виробничої функції через непостачання необхідних сировини, матеріалів, запчастин (P_4)	0,08 (16/200)
5	Ризик відмови споживачем від отриманої й оплаченої продукції (повернення) (P_5)	0,195 (39/200)
6	Ризик несвоєчасної доставки готової продукції споживачем через проблеми, пов'язані з транспортуванням (P_6)	0,225 (45/200)
Усього	X	1,00

Згідно з проведеним аналізом серед названих видів ризиків найбільш керованими є ризики під номерами 3 і 4: P_3 – ризик збоїв у виробництві через несвоєчасне постачання необхідних матеріальних ресурсів та запчастин; P_4 – ризик повної нереалізації виробничої функції через непостачання необхідних сировини, матеріалів, запчастин. Наступне місце за ступенем керованості займають такі ризики, як P_1 – ризик отримання неякісних сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих від постачальників та P_5 – ризик відмови споживачем від отриманої й оплаченої продукції (повернення). За цими ризиками йдуть найменш керовані підприємством: P_6 – ризик несвоєчасної доставки готової продукції споживачем через проблеми, пов'язані з транспортуванням, та P_2 – ризик збоїв у постачальницькій діяльності підприємства через проблеми, пов'язані з транспортуванням вантажів.

Коефіцієнт конкордації, який показує ступінь узгодженості думок експертів щодо кожного з оцінюваних ризиків, було додатково розраховано й виявлено, що узгодженість є гарною.

Керівництву ВАТ "Харківський завод "Гідропривід" пропонується попереджувати й нейтралізувати ризики в логістичній системі наступними способами [1, с. 224 – 225; 3, с. 146 – 147; 6, с. 242; 7, с. 150](табл. 3).

Таблиця 3

Способи попередження й нейтралізації ризиків у логістичній системі

№ з/п	Способи попередження й нейтралізації ризиків	Характеристика способу попередження й нейтралізації ризиків
1	Уникання ризику	Розробка таких заходів внутрішнього характеру, які повністю виключають конкретний вид фінансового ризику (відмова від здійснення логістично-фінансових операцій, рівень ризику за якими надзвичайно високий; відмова від використання в великому обсязі позичкового капіталу на фінансування логістичної системи; відмова від надмірного використання обігових активів у низьколіквідних формах (наприклад, запасів)

1	2	3
2	Лімітування концентрації ризику	Встановлення на підприємстві відповідних внутрішніх фінансових нормативів у процесі розробки політики здійснення різних аспектів логістично-фінансової діяльності (розрахунок питомої ваги позичкових коштів, які використовуються в господарській діяльності; розрахунок максимального розміру товарного (комерційного) чи споживчого кредиту, який надається одному покупцю; розрахунок максимального періоду відтягнення коштів у дебіторську заборгованість)
3	Хеджування ризику	Одна з форм нейтралізації фінансових ризиків, яка здійснюється за допомогою відповідних операцій з похідними цінними паперами
4	Диверсифікація	Поділ ризиків. Основними формами диверсифікації фінансових ризиків підприємства можуть бути: диверсифікація активів логістично-фінансової діяльності; диверсифікація кредитного портфеля; диверсифікація програми реального інвестування. Заміна інвестора
5	Розподіл ризиків	Часткова передача ризиків партнерам за окремими логістично-фінансовими операціями. Тобто партнерам передається та частина фінансових ризиків, за якою вони мають більше можливостей нейтралізації їх негативних наслідків та більш ефективні способи внутрішнього страхового захисту. Наприклад, це розподіл ризику між учасниками логістичного інвестиційного проекту, розподіл ризику між підприємством та постачальниками сировини і матеріалів (згідно з міжнародними правилами "ІНКОТЕРМС-90"), розподіл ризику між учасниками лізингової операції тощо
6	Внутрішнє страхування	Резервування підприємством частини фінансових ресурсів з метою подолання негативних фінансових наслідків за тими логістично-фінансовими операціями, за якими ці ризики не пов'язані з діями контрагентів. Наприклад, формування резервного (страхового фонду), цільових резервних фондів, системи страхових запасів матеріальних та фінансових ресурсів за окремими елементами обігових активів підприємства тощо
7	Зовнішнє страхування	Страхування транспортних засобів, вантажів, відповідальності, перестраховання, страхування угод у третіх осіб
8	Прийняття ризику	Свідоме прийняття (збереження) чи навіть збільшення ступеня ризику у випадку, коли це має економічний сенс

Таким чином, доповнення формули М. А. Окландера спрямоване на більш узагальнене визначення ефективності логістичної діяльності на промисловому підприємстві. Подальшому дослідженню підлягає практичне використання цієї методики за умови ідентифікації логістичних витрат у напрямку оцінки ефективності логістичної діяльності на підприємстві в цілому.

Література: 1. Миротин Л. Б. Логистика интегрированных цепочек поставок: Учебник / Л. Б. Миротин, А. Г. Некрасов. – М.: Изд. "Экзамен", 2003. – 256 с. 2. Чеботаев А. А. Логистика и маркетинг (Маркетингологистика): Учеб. пособие / А. А. Чеботаев, Д. А. Чеботаев. – М.: ЗАО "Изд. "Экономика", 2005. – 248 с. 3. Гуріна Г. С. Ідентифікація логістичних ризиків авіакомпанії // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №9 (39). – С. 144 – 149. 4. Окландер М. А. Логістична система підприємства: Монографія. – Одеса: Астропринт, 2004. – 312 с. 5. Ревенко Н. Оптимізація прийняття рішення по вибору поставщика / Н. Ревенко, М. Кучер // Бизнес Информ. – 1999. – №23 – 24. – С. 73 – 76. 6. Биктимиров Р. Л. Управление качеством, персоналом и логистикой в машиностроении: Учеб. пособие / Р. Л. Биктимиров, В. А. Гречишников, С. П. Дырин. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2005. – 404 с. 7. Чеботаев А. А. Логистика. Логистические технологии: Учебн. пособие. – М.: Изд.-торг. корпорация "Дашков и К", 2002. – 172 с.

Стаття надійшла до редакції 10.12.2007 р.

ОБҐРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА – СУБ'ЄКТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

This article considered the problem of the low stable level on enterprises – the entity of foreign economic activity. The main alternative of solving this problem have been defined.

На сучасному етапі розвитку економіки України, який характеризується високим ступенем залежності від успіхів українських підприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) — на зовнішніх ринках, приваблює підвищена увага економічної науки до проблем стійкого функціонування господарчих суб'єктів.

Сучасні умови господарювання для українських підприємств – суб'єктів ЗЕД — на зовнішніх ринках збуту зумовлені великою кількістю загроз зовнішнього та внутрішнього середовища, які негативно впливають на ефективність здійснення зовнішньоекономічних операцій (ЗЕО).

Внутрішнє середовище підприємства — суб'єкта ЗЕД — зумовлено підвищеною складністю, оскільки наражається на негативні наслідки впливу чинників внутрішнього та зовнішнього середовища.

Основою для забезпечення стійкого функціонування підприємств – суб'єктів ЗЕД — є підтримка їх стабільного функціонування сьогодні й накопичення достатнього потенціалу для розвитку в майбутньому.

Проблему забезпечення стійкого функціонування підприємств досліджували відомі українські та іноземні вчені: К. Кохен, І. Мадже, О. В. Ареф'єва, М. О. Кизим, В. А. Предборський, П. І. Орлов, В. С. Пономаренко, А. В. Козаченко, В. П. Пономарьов, А. Н. Ляшенко, М. В. Куркін та ін. [1 – 4].

Проте існуючі підходи щодо здійснення управлінського впливу з підвищення рівня стійкості підприємства — суб'єкта ЗЕД — не враховують зовнішньоекономічного аспекту діяльності підприємства.

Аналіз стійкого функціонування підприємства — суб'єкта ЗЕД — був проведений на підставі розрахунку узагальнюючого показника рівня стійкості підприємства — суб'єкта ЗЕД [5] — за допомогою методів таксономії [6] з використанням інструментарію Статистика 6.0 [7].

Розрахунок узагальнюючого показника рівня стійкості ($Y_{ЗЕД}$) проводився для 18 підприємств — суб'єктів ЗЕД — Харківської області машинобудівної галузі. Результати розрахунків наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати розрахунку узагальнюючого показника рівня стійкості підприємства – суб'єкта ЗЕД

Підприємство	Розрахункові значення ($Y_{ЗЕД}$) за роками		
	2		
1	2004	2005	2006
1	0,582	0,585	0,626
2	0,466	0,468	0,501
3	0,372	0,374	0,400

1	2		
	4	0,364	0,366
5	0,354	0,356	0,381
6	0,354	0,356	0,381
7	0,342	0,344	0,368
8	0,314	0,316	0,338
9	0,31	0,312	0,298
10	0,298	0,299	0,320
11	0,294	0,295	0,316
12	0,29	0,291	0,312
13	0,208	0,209	0,224
14	0,178	0,179	0,191
15	0,138	0,139	0,148
16	0,138	0,139	0,100
17	0,078	0,078	0,057
18	0,034	0,034	0,037

Динаміка зміни рівня стійкості на підприємствах — суб'єктах ЗЕД, — що аналізуються, Харківської області зазначено на рис. 1.

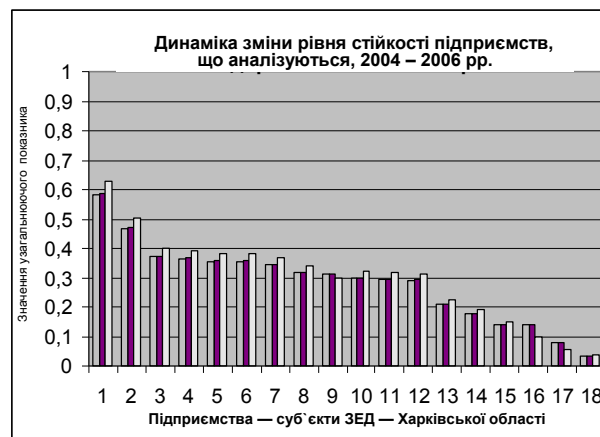


Рис. 1. Інтервали зміни рівня стійкості підприємств – суб'єктів ЗЕД — Харківської області за роками

Динаміка зміни рівня стійкості підприємства — суб'єкта ЗЕД — Харківської області свідчить про незначне підвищення, а на деяких підприємствах — про зниження, але наведене дає можливість зробити висновок про низький рівень стійкості на підприємствах, що аналізуються.

На підставі аналізу отриманих розрахункових значень (Y_{cm}) та застосування методу експертних оцінок, використання якого підтверджено коефіцієнтом конкордації (W) = 0,79, було визначено інтервали зміни рівня стійкості (табл. 2).

Таблиця 2

Інтервали зміни рівня стійкості підприємства – суб'єкта ЗЕД

№ з/п	Розрахункове значення ($Y_{ЗЕД}$)	Характеристика стану підприємства — суб'єкта ЗЕД
1	2	3
1	Високий рівень стійкості (0,8 – 1)	Стійкість підприємства — суб'єкта ЗЕД — знаходиться в межах порогових значень, а ступінь використання потенціалу підприємства — суб'єкта ЗЕД — близький до технічно обумовлених нормативів завантаження обладнання; позиція підприємства — суб'єкта ЗЕД — на зовнішніх ринках можна охарактеризувати як монопольну; рівень загроз і небезпек з боку зовнішнього середовища — як низький

Закінчення табл. 2

1	2	3
2	Середній рівень стійкості (0,5 до 0,8)	Ступінь використання потенціалу підприємства — суб'єкта ЗЕД — наблизився до деяких бар'єрних значень і при цьому не були використані технічні й технологічні можливості поліпшення умов та результатів виробництва шляхом прийняття превентивних заходів. Позиція підприємства — суб'єкта ЗЕД — на зовнішніх регіональних ринках можна охарактеризувати як домінуючу, активний вплив на діяльність підприємства — суб'єкта ЗЕД — наслідків впливу факторів зовнішнього середовища (макро- та мікрорівень), система здійснення превентивних заходів є задовільною
3	Низький рівень стійкості (0,2 до 0,5)	Ступінь використання потенціалу підприємства — суб'єкта ЗЕД — проявляє ознаки необоротності спаду виробництва та часткової втрати потенціалу внаслідок вичерпання технічного ресурсу обладнанням і площею, скорочення персоналу; позиція підприємства — суб'єкта ЗЕД — на зовнішніх регіональних ринках здійснення ЗЕО можна охарактеризувати як конкурентну, але з низькою часткою відповідного продукту-ринку, високий вплив на діяльність підприємства — суб'єкта ЗЕД — наслідків впливу факторів зовнішнього середовища (макро- та мікрорівень), система здійснення превентивних заходів є задовільною, але на окремих напрямках не в змозі здійснити ефективну протидію
4	Критичний рівень стійкості (0,05 до 0,2)	У використанні потенціалу підприємства — суб'єкта ЗЕД — порушуються майже всі бар'єри, відокремлюючи нормальний та кризовий стан функціонування підприємства, та втрата потенціалу є неминуючою; позиція підприємства — суб'єкта ЗЕД — на зовнішніх регіональних ринках здійснення ЗЕО можна охарактеризувати як слабку з дуже низькою часткою відповідного продукту-ринку, система здійснення превентивних заходів є незадовільною та з дуже низькою ефективністю

На підставі наведених інтервалів рівня стійкості підприємства — суб'єкта ЗЕД (табл. 2) — та аналізу отриманих розрахункових значень лише підприємство 1 ($Y_{зед} = 0,626$) можна віднести до підприємств із середнім рівнем стійкості; підприємства (2 – 13) — до підприємств з низьким рівнем стійкості; підприємства (13 – 18) — до підприємств з критичним рівнем стійкості.

Таким чином, можна зробити висновок про переважно низький рівень стійкості на підприємствах — суб'єктах ЗЕД, — що аналізуються.

Використання узагальнюючого показника рівня стійкості підприємства — суб'єкта ЗЕД — повинно стати підставою для прийняття стратегічних і тактичних управлінських рішень при плануванні та здійсненні зовнішньоекономічних операцій.

Наведене дозволяє визначити та сформулювати проблему низького рівня стійкості підприємств — суб'єктів ЗЕД, — вирішення якої має стати пріоритетним завданням здійснення управлінського впливу керівниками різного рівня підприємства — суб'єкта ЗЕД.

Для вирішення проблеми низького рівня стійкості підприємств — суб'єктів ЗЕД — одним з етапів є дослідження основних чинників, які впливають на отримані розрахункові значення рівня стійкості — $Y_{зед}$ (табл. 1).

Таке дослідження обумовлено наступними причинами: по-перше, підприємство — суб'єкт ЗЕД — може безпосередньо управляти ними;

по-друге, їх економічна інтерпретація та отримані кількісні значення впливу на рівень стійкості підприємства — суб'єкта ЗЕД — дозволяють керівництву підприємства впливати на цей узагальнюючий показник і здійснювати стратегічне та оперативне управління підприємством — суб'єктом ЗЕД.

Для виявлення таких латентних (прихованих) чинників автором було вибрано на підставі аналізу літературних джерел [6; 8 – 10] метод багатовимірного статистичного аналізу — факторний аналіз.

З метою визначення латентних (прихованих) чинників, які впливають на розрахований показник рівня стійкості підприємства — суб'єкта ЗЕД ($Y_{зед}$), — було використано інструментарій — пакет прикладних програм Statistics 6.0 [7], за допомогою якого було визначено мінімально необхідну для відображення всіх істотних кореляційних зв'язків кількість головних компонент, використовуючи критерій Кайзера та кумулятивної дисперсії (табл. 3).

Таблиця 3

Матриця чинникових навантажень, які впливають на узагальнюючий показник рівня стійкості підприємства — суб'єкта ЗЕД

№ з/п	Показник	Навантаження чинників			
		чинник 1	чинник 2	чинник 3	чинник 4
1	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	-0,939967			
2	Загальний коефіцієнт покриття (поточної ліквідності)		0,869890		
3	Проміжний коефіцієнт покриття		0,960511		
4	Операційна платоспроможність		0,955068		
5	Коефіцієнт забезпеченості власними коштами				0,943305
6	Коефіцієнт фінансової автономії				0,807105
7	Коефіцієнт заборгованості				0,820570
8	Коефіцієнт фінансового левериджу		0,874743		
9	Чиста рентабельність власного капіталу	0,972253			
10	Чиста рентабельність власного капіталу до оподаткування	0,970841			
11	Чиста рентабельність активів	-0,980896			
12	Рентабельність продаж	-0,956167			
13	Оборотність обігових коштів				-0,711395
14	Оборотність товарно-матеріальних запасів	-0,971954			
15	Оборотність дебіторської заборгованості	-0,887808			
16	Оборотність кредиторської заборгованості		0,896507		
17	Питома вага експортно-імпоротної продукції в загальній реалізації продукції				
18	Коефіцієнт виконання зобов'язань за зовнішньоекономічними контрактами			0,917854	
19	Питома вага рекламаций у вартості відвантаженої за зовнішньоекономічними контрактами продукції			0,718865	
20	Коефіцієнт віддачі коштів від зовнішньоекономічних операцій			0,820631	
21	Валютна ефективність зовнішньоекономічних операцій			0,827960	

Базою пошуку прихованих (латентних) чинників, які впливають на розрахункові значення рівня стійкості, було взято показники, що використовуються для розрахунку рівня стійкості підприємства – суб'єкта ЗЕД.

Можна зробити висновок про те, що отримані чинники є "загальними" згідно з класифікацією чинників, застосовуваних у статистиці [6], тому що більш ніж два чинникових навантаження показників, які характеризують один визначений чинник, відрізняються від 0.

Економічна інтерпретація змісту визначених чинників базується на аналізі показників, які характеризують кожний визначений чинник залежно від значення їх чинникового навантаження (табл. 4).

Таблиця 4

Економічна інтерпретація визначених чинників 1, 2, 3, 4, які впливають на узагальнюючий показник (Y_{ЗЕД})

№ з/п	Чинник	Загальна дисперсія	Чинникові навантаження показників, які характеризують визначений чинник	Економічна інтерпретація
1	Чинник 1	46%	рентабельність активів ($P_{акт}$) — 0,98; чиста рентабельність власного капіталу ($P_{ск}$) — 0,97; оборотність товарно-матеріальних запасів ($O_{мтз}$) — 0,97; чиста рентабельність власного капіталу до оподаткування ($P_{вк}$) — 0,95; коефіцієнт абсолютної ліквідності ($K_{абс}$) — 0,93; оборотність дебіторської заборгованості ($O_{дб}$) — 0,88	Фінансовий
2	Чинник 2	29%	проміжний коефіцієнт покриття ($K_{покр}$) — 0,96; операційна платоспроможність ($O_{оп}$) — 0,95; оборотність кредиторської заборгованості ($O_{кз}$) — 0,89; коефіцієнт фінансового левериджу ($K_{фл}$) — 0,87; загальний коефіцієнт покриття ($K_{всг}$) — 0,8	Операційний
3	Чинник 3	15%	коефіцієнт виконання зобов'язань за зовнішньоекономічними контрактами ($K_{зео}$) — 0,91; коефіцієнт віддачі коштів від зовнішньоекономічних операцій ($K_{вкзео}$) — 0,82; питома вага реклаमाцій у вартості відвантаженої за зовнішньоекономічними контрактами продукції ($ПВ_{рек}$) — 0,71	Зовнішньоекономічний
4	Чинник 4	6%	коефіцієнт забезпеченості власними коштами ($K_{зек}$) — 0,94; коефіцієнт заборгованості ($K_{зб}$) — 0,82; коефіцієнт фінансової автономії ($K_{фа}$) — 0,80; оборотність обігових коштів ($O_{ок}$) — 0,71	Платоспроможний

Визначені чинники можна розглядати як причини та умови, які об'єктивно впливають на рівень стійкості підприємства – суб'єкта ЗЕД – та зумовлюють векторність стійкого функціонування в майбутньому.

Таким чином, за результатами факторного аналізу можливо оцінити вплив на розрахункове значення узагальнюючого показника рівня стійкості за чотирма узагальнюючими ознаками, визначеними чинниками, які дозволяють знизити масив спостережень, надати економічну інтерпретацію та стати основою для прийняття управлінських рішень у питанні забезпечення стійкості.

Для прогнозування зміни розрахункових значень інтегрального показника рівня стійкості підприємства – суб'єкта

ЗЕД ($Y_{ЗЕД}$) — передбачається розрахунок рівняння багатofакторної моделі за виявленими чинниками за формулою (1):

$$Y_0 = \sum_{i=1}^k b_i P_i + b_0, \quad (1)$$

де Y_0 – результуючий проказник;
 b_i – i -й чинник;
 P_i – навантаження i -ї змінної на i -й чинник;
 b_0 – вільний член;
 k – кількість чинників.

За результуючу ознаку взято інтегральний показник рівня стійкості підприємства – суб'єкта ЗЕД ($Y_{ЗЕД}$).

У результаті обчислювальних процедур за допомогою пакета прикладних програм Statistics 6.0 [8] було побудовано регресійну модель рівня стійкості підприємства – суб'єкта ЗЕД:

$$Y_{ЗЕД} = -1,09 - 0,87F_1 + 0,4F_2 - 0,22F_3 + 0,12F_4, \quad (2)$$

де $Y_{ЗЕД}$ – інтегральний показник рівня стійкості підприємства – суб'єкта ЗЕД;

F_1, F_2, F_3, F_4 – виявлені чинники за пріоритетністю.

Для побудови проблемного поля низького рівня стійкості підприємств – суб'єктів ЗЕД – на підставі аналізу інтерпретованих чинників (табл. 4), за значеннями чинникових навантажень (табл. 3), з використанням системно-логічного методу було синтезовано наступні елементи проблеми низького рівня стійкості підприємств – суб'єктів ЗЕД: низький рівень розрахунку за короткостроковими зобов'язаннями; низька можливість покриття короткострокових зобов'язань у короткому прощарку часу; низький ступінь покриття короткострокових зобов'язань за рахунок грошових коштів і дебіторської заборгованості; недостатність грошових активів для покриття поточних витрат на здійснення господарсько-фінансової діяльності; низький рівень фінансування за рахунок власних коштів; високий рівень заборгованості в загальному обсязі капіталу; недостатність наявності власних коштів; низький рівень отримання чистого прибутку; низький рівень валового прибутку на одиницю власного капіталу; низький обсяг отриманого прибутку на одиницю майна підприємства; низький обсяг швидкості обороту товарних запасів; низький обсяг прибутку від інвестиційної діяльності; низький обсяг чистого прибутку на одиницю інвестицій; недостатній обсяг валового прибутку; низький рівень виконання зобов'язань за зовнішньоекономічними контрактами; низька віддача коштів від зовнішньоекономічних операцій.

За допомогою інструментарію Decision Explorer [11] було сформовано модель проблемної області низького рівня стійкості підприємства – суб'єкта ЗЕД, — де елементами проблеми є причини та наслідки із взаємозв'язком між ними (рис. 2).

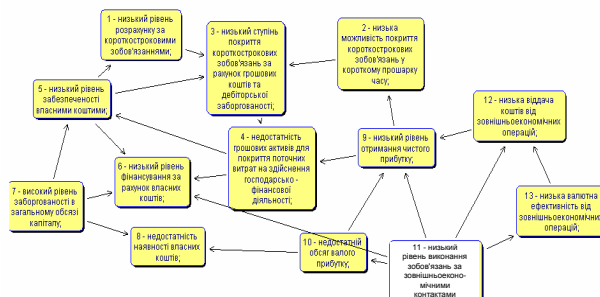


Рис. 2. Карта проблеми низького рівня стійкості підприємства – суб'єкта ЗЕД

За допомогою інструментарію Decision Explorer було визначено ключові елементи проблеми, які мають найбільшу кількість зв'язків (рис. 3).

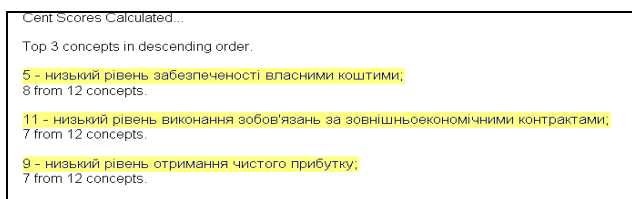


Рис. 3. Визначені елементи проблеми, які мають найбільшу кількість зв'язків

Отримані ключові елементи дають можливість сформулювати три основних завдання з підвищення рівня стійкості підприємства — суб'єкта ЗЕД: спрямування управлінських зусиль на забезпечення власними коштами підприємства — суб'єкта ЗЕД, — на збільшення виконання зобов'язань за зовнішньоекономічними контрактами, на отримання чистого прибутку.

Для прийняття управлінських рішень з вирішення наведених завдань щодо підвищення рівня стійкості підприємства — суб'єкта ЗЕД — було визначено наступні альтернативи з підвищення рівня стійкості:

- 1) побудувати систему управління стійким функціонуванням підприємства — суб'єкта ЗЕД;
- 2) спрямувати заходи з підвищення рівня стійкості у внутрішнє середовище;
- 3) здійснювати заходи реагування на ідентифіковані загрози у зовнішньому середовищі.

Для оцінки запропонованих альтернатив було сформовано наступний перелік критеріїв:

- 1) наукова обґрунтованість заходів підвищення рівня стійкості;
- 2) отримане розрахункове значення рівня стійкості;
- 3) витрати на здійснення заходів підвищення рівня стійкості.

Для визначення найкращої альтернативи було використано інструментарій — пакет прикладних програм "Імператор" [12]. В основі цієї програми лежить метод ієрархії, за допомогою якого можливо представити елементи завдань у вигляді багаторівневої структури.

За допомогою наведеного інструментарію була генерована ієрархія елементів прийняття управлінського рішення, наведена на рис. 4.

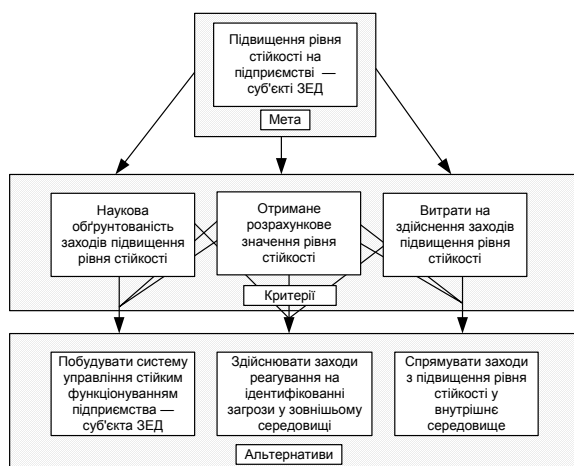
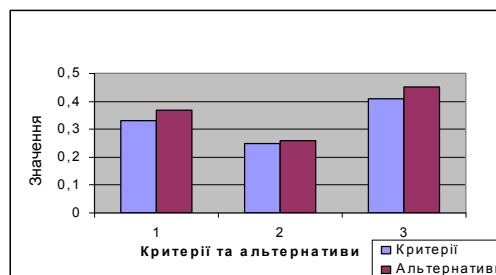


Рис. 4. Ієрархія елементів вирішуваних завдань з підвищення рівня стійкості підприємства — суб'єкта ЗЕД

Для кількісного аналізу оцінки альтернатив вирішення проблеми низького рівня стійкості підприємств — суб'єктів ЗЕД — було оцінено альтернативи та критерії вибору альтернатив за шкалою від 1 до 9, зображуючи, у скільки разів одна альтернатива краще за іншу. За допомогою операції нормування з використанням інструментарію Decision Explorer [11] отримано наступні результати, наведені на рис. 5.



Умовні позначення:

Критерії:

1 — наукове обґрунтування;

2 — розрахункове значення узагальнюючого показника рівня стійкості;

3 — витрати на забезпечення стійкості;

Альтернативи:

1 — впровадження системи управління стійким функціонуванням на підприємстві — суб'єкта ЗЕД;

2 — спрямування заходів з підвищення рівня стійкості у внутрішнє середовище;

3 — спрямування заходів реагування на ідентифіковані загрози зовнішнього середовища.

Рис. 5. Порівняння альтернатив за критеріями

Таким чином, на підставі порівняння альтернатив вирішення проблеми низького рівня та з метою підвищення рівня стійкості підприємства — суб'єкта ЗЕД — результатом є альтернатива впровадження системи управління стійким функціонуванням підприємства — суб'єкта ЗЕД (найбільше нормоване значення складає 0,47), а основним критерієм вибору цієї альтернативи виступають витрати на забезпечення стійкості (найбільше нормоване значення становить 0,44).

Результатом аналізу проблеми низького рівня стійкості підприємства — суб'єкта ЗЕД — є обґрунтування вибору найсприятливішої альтернативи вирішення цієї проблеми на підставі визначеного основного критерію вибору. Отриманий результат повинен лягти в основу прийняття управлінського впливу з вирішення проблеми низького рівня стійкості підприємства — суб'єкта ЗЕД.

Література: 1. Козаченко А. В. Методические основы оценки уровня экономической безопасности предприятия / А. В. Козаченко, В. П. Пономарев // Региональные перспективы. — 2005. — №2 — 3 (9 — 10). — С. 104 — 106. 2. Куркин Н. В. Управление экономической безопасностью развития предприятия: Монография. — Д.: АРТ-ПРЕСС, 2004. — 452 с. 3. Предборский В. А. Детинзация экономики у контексті трансформаційних процесів: Питання теорії та методології: Монографія. — К.: Кондор, 2005. — 614 с. 4. Cohen K. J. The Microstructure of Securities Markets / K. J. Cohen, S. F. Majer, R. A. Schwartz, D. K. Whiteomb. — N. J.: Prentice hall, 1986. 5. Каляка С. В. Методичні аспекти визначення рівня стійкості підприємства — суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності // Економіка розвитку. — 2007. — №2 (42). — С. 76 — 81. 6. Плото В. Сравнительный многомерный анализ в эконометрическом моделировании. — М.: Статистика, 1989. — 172 с. 7. Боровиков В. П. STATISTICA. Статистический анализ и обработка данных в среде WINDOWS / В. П. Боровиков, И. П. Боровиков. — М.: Финансы и статистика, 1998. — 352 с. 8. Жуковская В. М. Факторный анализ в социально-экономических исследованиях / В. М. Жуковская, И. Б. Мучник. — М.: Статистика, 1976. — 256 с. 9. Иберла К. Факторный анализ. — М.: Статистика, 1980. — 456 с. 10. Кульбака Н. А. Сущность и факторы экономической устойчивости предприятия // Материалы Международной научно-практической конференции, г. Донецк, 23 — 24 ноября 2001. 11. Group Decision Support System" in S. Kinney, V. Bostrom and R. Watson (Eds) Computer Augmented Teamwork: A Guided Tour. Van Nostrand: New York. 12. Efraim Turban, Jay E. Aronson. Decision support systems and intelligent systems / Efraim Turban, Jay E. Aronson. — 6-th ed. — Prentice Hall, 2001. — 868 p. 13. Пономаренко В. С. Механизм управления предприятием: стратегический аспект / В. С. Пономаренко, Е. Н. Ястремская, В. М. Луцковский. — Харьков: Изд. ХГЭУ, 2002. — 252 с.

УДК 658.8:004.738.5

Птащенко О. В.

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК СКЛADOVA МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

The approaches to the newest communication technologies', Internet-advertising's, brand-site's use by the enterprises are considered, that allows to raise their competitiveness in the market.

Висока мінливість інформаційного середовища, викликана прогресом інформаційних технологій, визначає в якості однієї з головних передумов конкурентоспроможності сучасних підприємств їх інформаційне домінування. Останнє вбачається можливим завдяки потужності інформаційних джерел, що використовуються. На теперішній час одним з найбільш потужних та одночасно найбільш доступних інформаційних джерел є глобальна мережа Інтернет. У зв'язку з цим підвищується значущість ефективного управління комунікаціями, постає необхідність розробки нових принципів, методів і моделей управління маркетинговими комунікаціями.

Загалом дослідженнями питань здійснення ефективної маркетингової діяльності в мережі Інтернет (Інтернет-маркетингу) займаються такі вчені, як: Ф. Котлер, У. Юбенкс, О. К. Ойнер, Р. Лаутерборн, Є. В. Попов, В. Холмогоров та ін. [1 – 5]. Однак на теперішній час не достатньо розробленими залишаються практичні аспекти маркетингової діяльності в мережі Інтернет, не чітко визначені місце та роль складових частин оперативного маркетингу.

Мета даної статті — формування науково обґрунтованих рекомендацій щодо здійснення ефективної маркетингової комунікаційної політики суб'єкта господарювання в глобальній мережі Інтернет.

З технічної точки зору, Інтернет є глобальною електронною мережею каналів, у вузлах якої розташовані комп'ютери, призначені для зберігання та обробки інформації, а також для здійснення обміну інформацією між будь-якими вузлами мережі. Інакше кажучи, Інтернет формує нове більш досконале середовище для інформаційної активності суспільства. Тому Інтернет, на погляд автора, можна також розглядати як глобальний засіб комунікації, що забезпечує обмін текстовою, графічною, аудіо- й відеоінформацією та доступ до неї в режимі реального часу без територіальних та національних границь.

Інтернет об'єднав у собі інтерактивний характер комунікації та можливості персоналізації інформації, наприклад, за допомогою електронної пошти. У цілому обмін інформацією та інші види інформаційної активності, які можуть здійснюватися в Інтернеті, є основою для реалізації істотної частини економічних процесів [6] і, перш за все, маркетингової діяльності.

Загалом під Інтернет-маркетингом розуміємо суспільно-економічне явище, сформоване необхідністю задоволення потреб споживачів шляхом забезпечення добровільного конкурентного обміну між продавцями і покупцями товарами та послугами, що становлять для них велику цінність; він здійснюється за допомогою глобальної мережі Інтернет.

Як свідчить досвід, практичне використання каналів зв'язку мережі Інтернет у маркетинговій діяльності сучасних суб'єктів господарювання дає змогу досягати підвищення ефективності комунікаційного процесу та скорочення витрат часу на забезпечення прямого контакту між продавцем і покупцем. При цьому для оптимізації процесу Інтернет-маркетингу доцільним постає дотримання таких етапів прийняття управлінських рішень [7]:

визначення ефективної корпоративної стратегії (треба розмежувати всі напрямки бізнесу та встановити найбільш пріоритетні для підтримки за допомогою Інтернет-маркетингу) та бізнес-одиноці (стратегічні проблеми й заходи для їх вирішення);

аналіз можливостей (ринкові можливості підприємства та напрямки зниження ризиків прийняття стратегічних рішень);
формування маркетингової стратегії;
оцінка цільових та потенційно-цільових споживачів;
розробка маркетингового плану;
упровадження маркетингового плану через створення споживчого інтерфейсу (початковий етап розробки сайту);
оцінка маркетингового плану з точки зору споживачів та рентабельності маркетингової діяльності в глобальній мережі Інтернет (одночасно оффлайнові та онлайнві складові маркетингового комплексу в Інтернеті).

Таким чином, дотримання цих етапів дозволяє підприємствам формувати для себе нові можливості для створення різнобічно спрямованої системи відносин зі споживачами.

Упровадження у життя ефективної маркетингової стратегії передбачає розробку обґрунтованого плану маркетингу. Предметом поточного дослідження є формування ефективної комунікаційної політики в мережі Інтернет.

На підставі розгляду існуючих підходів до визначення сутності терміна "політика" та трактування категорії "комунікаційна політика" автор вважає, що концепція мети є визначальною у процесі формування ефективної комунікаційної політики. Тому комунікаційну політику визначаємо як генеральну лінію дій, сукупність засобів, комплексну цільову програму впливу на процес інформаційного обміну між суб'єктами ринку, що дозволяє скеровувати його залежно від поставлених завдань та мети. Маркетингові комунікації відрізняються від комунікацій у найбільш широкому сенсі тим, що вони є цілеспрямованими на ринок.

Зважаючи на особливості здійснення маркетингової діяльності в мережі Інтернет, визначимо головні відмінності засобів маркетингових комунікацій, що здійснюються в мережі Інтернет (рис. 1).

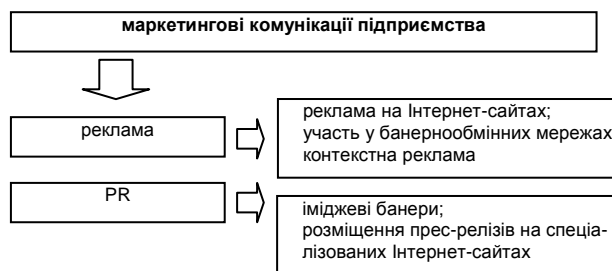


Рис. 1. Відмінності засобів маркетингових комунікацій, що здійснюються в мережі Інтернет

Розглянемо особливості впровадження окремих маркетингових комунікацій у мережі Інтернет.

Реклама в глобальній мережі значно розширює свої можливості практично виходячи на новий рівень здійснення маркетингових комунікацій.

Найпоширенішими засобами реклами в мережі Інтернет є [3]:
реклама за допомогою банерів — своєрідного аналогу рекламних блоків на газетних шпальтах (або коротких відео-роликів), але розміщених на великій кількості веб-сайтів;

реклама через розсилку рекламних матеріалів електронною поштою;

розміщення рекламної інформації в каталогах ресурсів Інтернету та реєстрація в пошукових системах.

Також існують і менш поширені засоби Інтернет-реклами — інформація на електронних дошках оголошень, рекламні матеріали на сайтах аналогічної тематики, обмін кнопками-посиланнями на рекламований сайт.

Реклама в Інтернеті може бути ефективно сфокусована на тих, хто є найбільш вірогідними споживачами рекламова-

ного товару чи послуги. Вона може демонструватися в певний час відвідувачам Інтернету з певних регіонів, відвідувачам певних сайтів за інтересами. За рахунок цього ймовірність, що людина зреагує на рекламну пропозицію, набагато збільшується.

До того ж більшість способів реклами через Інтернет забезпечують автоматичне отримання рекламодавцем інформації, яка в традиційній рекламі потребує дорогих досліджень. Рекламодавець точно знатиме, скільки людей було ознайомлено з його рекламою, скільки з них зацікавилася нею і навіть за деяких умов та скільки клієнтів завдяки їй прийняли рішення про купівлю — це буде видно по тій кількості актів купівлі, які були здійснені через Інтернет-магазин рекламодавця. Це дає змогу робити висновки про ефективність використання рекламного бюджету; планувати його; робити стратегічні прогнози щодо розвитку бізнесу в цілому.

Крім того, реклама в Інтернеті доступна в будь-який час будь-якого дня й може вмістити набагато більше інформації, ніж традиційна, — графіку, звук, відео, спецефекти та ін. Має значення навіть більша сконцентрованість людини, яка сидить за комп'ютером, — ймовірність, що на інформацію в Інтернеті звернуть пильну увагу, набагато більша, ніж для зовнішньої та телевізійної реклами.

PR у мережі Інтернет отримує нові можливості для встановлення ефективних комунікаційних зв'язків з громадськістю.

Найпоширенішими засобами PR у глобальній мережі є [3]: розміщення іміджевої інформації за допомогою іміджевих банерів у каталогах ресурсів Інтернету;

розміщення прес-релізів на спеціалізованих Інтернет-сайтах.

PR у глобальній мережі, як і реклама, може бути ефективно сфокусований на тих, хто є найбільш вірогідними споживачами продуктів того підприємства, чий образ просувається, чи самого продукту. Так, іміджеві банери можуть демонструватися у певний час відвідувачам Інтернету з певних регіонів, певних сайтів. За рахунок цього ефект від розміщення іміджевої інформації в мережі збільшується на відміну від традиційних засобів розміщення інформації.

Розглянемо докладніше можливості застосування мережі Інтернет для підприємств різних галузей.

Одним із важливих застосувань Інтернету сьогодні для підприємства є організація спілкування з клієнтами. Високий рівень якості пропонованої продукції в сполученні з доступними і зручними засобами спілкування клієнтів з підприємством, безумовно, вигідні обом сторонам. Тому підприємства мають можливість використовувати e-mail у сполученні з news groups [8]:

версія каталогу може включати покажчики на цікаву для клієнтів інформацію;

інформація, яка друкується в мережних версіях каталогів та брошур, може і повинна регулярно поновлюватися — це сприяє підтримці інтересу з боку клієнтів.

Електронні каталоги та брошури найчастіше виявляються ефективнішими, ніж друковані. Крім того, розробка інтерактивних документів також дозволяє паралельно вдосконалювати й поповнювати існуючі друковані матеріали [7].

Бюлетені допомагають підприємству підтримувати відносини з клієнтами й тримати їх у курсі останніх модифікацій і розробок. Електронний бюлетень надає підприємству можливість проводити опитування своїх клієнтів і в сполученні з іншими засобами сприяє виявленню тенденцій розвитку в даній сфері споживчого ринку, а клієнтам дає відчуття власної участі в цьому розвитку.

Також зазначимо, що діючий сайт підприємства можливо перетворити в так зване веб-представництво, тобто перенести представлення бренду підприємства у віртуальний простір.

Варто підкреслити, що створення веб-представництва та використання Інтернету в маркетингових цілях для підприємства стає приєднанням до сучасних маркетингових комунікативних каналів, які можуть значно підвищити ефективність комунікативної політики підприємства.

Веб-сайт підприємства — це його візитна картка, яка є невід'ємною складовою його іміджу. Від правильної розробки веб-сайта залежить, на скільки він буде прийнятий споживачем, а значить, від цього буде залежати ефективність комунікативної політики підприємства.

Сайт складається з кількох розділів, що обумовлено технологічними особливостями подачі інформації в мережі Інтернет. На них розміщується інформація про підприємство, товари, послуги тощо. Слід також зазначити, що деякі підприємства приділяють недостатньо уваги своєму веб-представництву, що призводить до ігнорування сайту споживачем, а це, у свою чергу, веде до нерационального використання підприємством своїх комунікаційних ресурсів. Саме тому при проектуванні веб-представництва потрібно орієнтуватись, у першу чергу, на споживача.

Сприйняття так званого бренд-сайта буде залежати від багатьох факторів, але серед них можна виділити деякі складові, які, припустимо, будуть впливати найбільше:

зміст сайту, тобто та інформація, яку підприємство розміщує в Інтернеті про себе та яка може зацікавити потенційних споживачів продукції або партнерів;

графічний стиль (графічний дизайн), тобто та графічна складова, яка найбільш докладно характеризує підприємство й допомагає сприйняттю інформації та самого бренду;

інтерактивна складова, тобто зворотний зв'язок;

технічна складова, тобто та оперативна складова, яка повинна забезпечувати безперерйну роботу веб-представництва.

Зазначимо також, що кожна з цих складових, з одного боку, має однаковий вплив на сприйняття споживачем веб-представництва, а з іншого — є самостійною складовою, яка здатна сама по собі сильно змінювати характеристики споживчого сприйняття.

Завдяки цьому комунікації через такий веб-офіс, тобто бренд-сайт або веб-представництво, є ефективними, оскільки йдуть на пряму від підприємства до споживача, обминаючи всілякі перешкоди на шляху передачі інформаційного повідомлення.

Саме тому можна запропонувати в рамках економічно-маркетингового відділу підприємств створення й підтримку веб-представництва в Інтернет. Структуру відділу маркетингу наведемо на рис. 2.

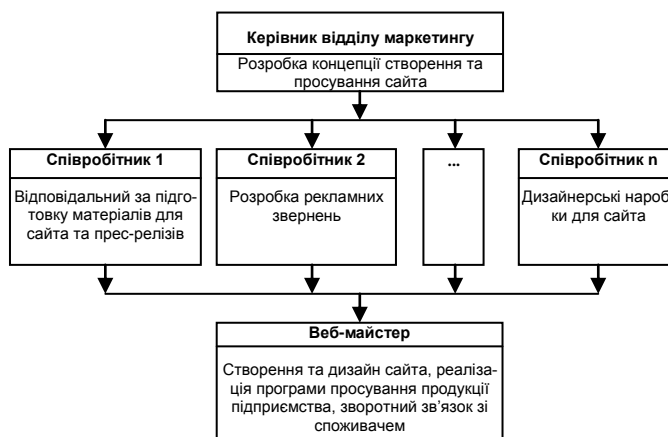


Рис. 2. Структура відділу маркетингу підприємства за умови створення веб-представництва в Інтернеті

Керівник відділу маркетингу матиме у своїх обов'язках розробку концепції створення та просування сайту. Також до сфери його діяльності входять функції:

організації (керівник чітко повинен визначити роль кожної ланки в роботі відділу; чітко розуміти, хто і за що несе відповідальність, в разі чого запобігти порушенню робочого процесу);

мотивації (кожен працівник повинен знати цілі та завдання, на які він працює, та бути впевненим, що за свою роботу він отримає достатню винагороду);

контролю (керівник має контролювати весь процес роботи відділу і виявляти хибні кроки в роботі підлеглих).

Кількість співробітників відділу може бути різною і коливатися від кількох чоловік до десятка. Так, до обов'язків співробітників відділу можуть належати:

- підготовка матеріалів для сайта та прес-релізів;
- розробка рекламних звернень;
- дизайнерські нароби для сайта тощо

До функціональних обов'язків веб-майстра можуть відноситися створення та дизайн сайта, реалізація програми просування продукції підприємства, зворотний зв'язок зі споживачем.

При цьому слід зазначити, що підприємство може користуватись послугами як спеціалізованих веб-студій, так і займатись розробками веб-представництва самостійно.

Доцільність використання такої структури відділу маркетингу за умови створення веб-представництва є невизначеною, бо, щоб з'ясувати всі її недоліки та переваги, потрібні додаткові дослідження.

Таким чином, використання підприємством "віртуального" офісу веде до ефективного будівництва комунікації між цим підприємством та цільовою аудиторією.

При цьому у підприємства виникають такі переваги:

- можливість розмістити велику кількість інформації;
- використання візуальних та мультимедійних засобів для створення образу підприємства;

- відсутність територіальних меж;
- швидке реагування на запити потенційних споживачів;
- можливість зворотного зв'язку з потенційними споживачами.

Але при цьому є й недоліки: недостатній рівень розвитку мережі Інтернет в Україні; не досить велика кількість користувачів Інтернету; висока вартість забезпечення Інтернету.

Таким чином, для підприємства стає ефективним організувати своє "віртуальне" представництво або просто відкрити в мережі свій інформаційний сайт (бренд-сайт). Цей сайт буде мати таке саме брендове ім'я, унікальний дизайн та головне, що на ньому буде розміщена інформація про всю гаму товарів і характеристик до них, які виробляє або продає те чи інше підприємство. При цьому можна навіть організувати цей сайт не тільки як "віртуальний" офіс підприємства, а в подальшому зробити його он-лайновим магазином.

Такий досвід упровадження інформаційних технологій на підприємствах мають сьогодні далеко не всі великі підприємства країни, порівняно з підприємствами, наприклад Франції чи Німеччини, де процеси інформатизації мають глобальний характер та підтримку на державному рівні.

Звернемо увагу на те, що в Україні сьогодні процеси впровадження Інтернет-маркетингу набувають важливого значення для підприємств, але не всі вони здатні організувати своє веб-представництво на високому рівні, як цього потребує ринок. Саме тому бренд-сайти можуть дозволити собі не всі підприємства — це пов'язано з багатьма причинами, першою з яких є недостатність фінансування такого напрямку маркетингу та комунікації. У подальшому зазначимо, що можливості Інтернету з кожним роком помітно розширюються — це приводить до появ новітніх прикладів Інтернет-реклами, нового бачення і конструкції бренд-сайтів, саме тому в подальшому для підприємств бажано модернізувати існуючі сайти та переходити до більш сучасних форм організації й підтримки свого веб-представництва.

Таким чином, до подальших напрямків дослідження цього питання можна віднести такі:

- аналіз сучасних тенденцій розвитку Інтернет-ринку України;
- стратегічні напрямки розвитку маркетингової комунікаційної політики підприємств з точки зору залучення новітніх комунікаційних каналів;
- перспективні шляхи впровадження Інтернет-маркетингу для середніх та малих підприємств у рамках упровадження маркетингового комплексу;

удосконалення існуючої системи організації маркетингового комплексу підприємств у взаємозв'язку з новітніми розробками у сфері інформаційних технологій.

Література: 1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. — СПб.: Питер Ком, 1999. — 896 с. 2. Лаутерборн Р. Новая парадигма маркетинга. — М.: ИНФРА-М, 2004. — 232 с. 3. Ойнер О. К. Виртуальный маркетинг / О. К. Ойнер, Е. В. Попов // Маркетинг в России и за рубежом. — 2000. — №5. — www.iis.ru/market. 4. Уолтер У. Юбэнкс Банковское дело в Интернете: изменение ожиданий и правил. — СПб.: ПРИТ, 2004. — 124 с. 5. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. Краткий курс — СПб.: Питер, 2001. — 236 с. 6. Перспективы развития информационных технологий // <http://www.iis.ru/> 7. Штерн Льюис В. Маркетинговые каналы / Льюис В. Штерн, Адель И. Эль-Ансари, Ённ Т. Кофлан; [Пер. с англ. — 5-е изд. — М.: Изд. дом "Вильямс", 2002. — 624 с. 8. Технології WWW, технології електронної пошти // <http://www.w3.org/>

Стаття надійшла до редакції
21.01.2008 р.

УДК 336.01

**Медведєва І. Б.
Погосова М. Ю.**

ДІАГНОСТУВАННЯ ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

The essence, purpose, tasks, principles and functions of the diagnostics of enterprises financial safety are considered in the article.

Посилення процесів інтернаціоналізації, глобалізації бізнесу, диверсифікації виробництва призводить до загострення конкурентної боротьби. Саме тому своєчасне виявлення ознак і причин відхилення стану функціонування підприємства від його нормального рівня дозволить підприємницькій структурі посилювати якість та дієвість ухвалюваних ним управлінських рішень щодо захисту його фінансових інтересів. Вирішення цього завдання має сприяти впровадження в управлінську систему суб'єкта господарювання процесу діагностування фінансової безпеки.

Різні аспекти процесу діагностування та методичне підґрунтя його розвитку розглядаються у працях таких науковців, як Є. М. Виборова [1], М. М. Глазов [2], С. А. Дведенидова [3], В. А. Забродський [4], М. О. Кизим [4; 5], Б. Коласс [6], Є. В. Міних [7], О. В. Раєвська [8], Г. В. Савицька [9], В. К. Савчук [10], Е. М. Трененков [3]. Однак діагностування фінансової безпеки підприємства належить до числа малодосліджених у вітчизняній економічній науці.

З огляду на це метою статті є визначення основних характеристик діагностування фінансової безпеки суб'єкта господарювання, таких, як: сутність, мета, завдання, принципи та функції.

Незважаючи на факт поширеного використання діагностування в економічних дослідженнях, розбіжності щодо його трактування існують і досі. Діагностування вперше було застосоване в медицині як розпізнавання стану досліджуваного об'єкта. Зважаючи на значну кількість трактувань поняття діаг-

ностування (економічне діагностування, фінансове діагностування) [1 – 44], аналіз його сутності доцільно провести методом декомпозиції визначення за двома ознаками: об'єкт та дія щодо об'єкта.

Результати декомпозиції свідчать, що більшість науковців у якості об'єкта діагностування визначають стан [11 – 15] та негативні кризові явища [8; 13; 16 – 18]. Окрім цього, розглядаючи сутність зазначеного терміна, автори робіт [1; 18 – 20] акцентують увагу на тому, що діагностування має бути націлене і на причини виникнення проблем [1; 18], і на відхилення від нормального стану функціонування підприємства [19; 20]. Тільки Є. М. Виборова [1] в якості об'єкта діагностування, окрім сутності та причин відхилень від нормального стану, виокремлює також і методи діагностування. Однак, на думку авторів, методи діагностування коректніше було б віднести до компонентів його механізму.

У процесі аналізу тлумачення економічного [9; 10; 12; 14; 21 – 24; 34] та фінансового [6; 20; 25 – 29] діагностування виявлено, що різниця у визначенні об'єкта цих процесів полягає лише в його уточненні. Тобто якщо в якості об'єкта діагностування (економічного або фінансового) системи виокремлюється її стан, то увага концентрується на його економічній або фінансовій складовій відповідно.

Згідно з другою ознакою декомпозиції аналізованого поняття – дією щодо об'єкта – слід зазначити, що діагностування реалізується через процеси розпізнавання [16; 20], визначення [13; 16; 24; 26; 30], виявлення [12; 13; 19; 23; 31], оцінювання [7; 8; 11; 13; 14; 18; 20; 23], вивчення [1; 11; 13; 15], установлення [15; 31] або класифікації [8; 31] його об'єкта.

На думку авторів, процес діагностування найповніше характеризується дією розпізнавання, оскільки саме розпізнавання передбачає визначення, вивчення, аналіз та класифікацію об'єкта, а отже, реалізує всі аспекти діагностування.

Можна погодитися з думкою, наведеною в роботах Ю. Д. Батрина [20], Т. Б. Бердникової [11], Н. Е. Зимина [29], Б. А. Райзберга [14], Б. Г. Литвака [15], Л. Ш. Лозовського [14], К. Б. Стародубцевої [14], П. А. Фомина [20], які загострюють увагу на тому, що діагностування полягає в розпізнаванні не тільки ретроспективного, але й майбутнього стану досліджуваної системи на основі розробки заходів щодо нейтралізації або попередження розвитку негативних тенденцій її функціонування.

Отже, узагальнюючи різноманітні точки зору вчених щодо трактування сутності поняття "діагностування", можна зробити такий висновок: об'єктом цього процесу є стан, його відхилення від нормального рівня, причини виникнення цих відхилень та заходи щодо їх усунення; основною дієювою характеристикою виступає розпізнавання об'єкта.

Слід зауважити, що немає однозначності в думках учених [1; 5; 9; 10; 15; 22; 25; 32 – 35] відносно місця процесу діагностування в системі управління підприємством. А отже, доцільно продовжити декомпозицію досліджуваного поняття з метою визначення позиції авторів щодо зазначеної проблеми.

Так, автори робіт [1; 31] трактують це поняття як вид аналізу, що спрямовано тільки на виявлення різноманітних збоїв і недоліків у діяльності підприємства. Інші науковці у своїх працях дотримуються думки, що діагностування – це метод або методика аналізу стану виробничої системи, розпізнавання причин проблем підприємства [9; 26; 33], спосіб виявлення порушень в економіці підприємства [10; 22], прийом установлення й визначення ознак і причин деформацій та відхилень об'єкта від норми [35].

Дещо інакше вважає Я. В. Соколов, який тлумачить фінансове діагностування як науку управління фінансовою діяльністю [25].

На думку Б. Г. Литвака [15], діагностування є функцією управління, частиною інформаційного аналітичного забезпечення управління підприємством. Подібним чином визначає діагностування і О. В. Дем'янова [33], яка трактує його як спосіб організації управління на основі системи діагностичних показників.

Аналізуючи наведені вище визначення, слід зауважити, що, на перший погляд, тлумачення діагностування як способу, методу або прийому аналізу відрізняються. Але, маючи на увазі розгалуженість понятійного апарату управління, можна стверджувати, що, говорячи про спосіб, метод або прийом, автори мають на увазі одне й те ж, оскільки досить важко знайти в науковій літературі однозначне трактування зазначених понять.

Також варто підкреслити, що позиціонування процесу діагностування як функції управління суттєво не суперечить віднесенню його до способу, методу або прийому аналізу. Оскільки формальне словесне визначення "спосіб", "метод" або "прийом" аналізу за семантичним значенням відображає дійову спрямованість реалізації аналітичної функції управління. Тому, на думку авторів, діагностування доцільно розглядати як технологічну складову функції аналізу процесу управління.

Підсумовуючи результати аналізу сутності поняття "діагностування" та спираючись на метод аналогій, надамо визначення діагностування щодо досліджуваної предметної галузі. Отже, під діагностуванням фінансової безпеки підприємства слід розуміти технологічну складову функції аналізу процесу управління фінансовою безпекою, що передбачає розпізнавання її стану, величини відхилення від його оптимального рівня, причин виникнення таких відхилень та розробки заходів щодо забезпечення необхідного запасу міцності фінансової безпеки суб'єкта господарювання. При цьому під запасом міцності фінансової безпеки розуміють таку величину відхилення її поточного рівня від задовільного та проміжко часу, за яких підприємство є стійким до впливу внутрішніх і зовнішніх загроз при збереженні тенденції рівня складових фінансової безпеки мікро-, мезо- та макrorівня. Автори пропонують таке визначення, базуючись на концептуальних засадах кібернетики та загальної теорії систем [36; 37], що вивчають процеси гомеостазу – підтримання рівноваги системи через механізми зворотного зв'язку.

Запропоноване трактування діагностування фінансової безпеки підприємства передбачає в якості його мети визначення запасу міцності фінансової безпеки підприємства, причин відхилення від критеріальних значень, які не дозволяють підприємству нейтралізувати (запобігати) вплив реальних (потенційних) загроз його функціонуванню як суб'єкта фінансових відносин.

Щодо сфери застосування діагностування у процесі управління фінансовою безпекою підприємства, слід зазначити, що його доцільно використовувати під час ухвалення окремих управлінських рішень, які пов'язані з визначенням і попередженням порушень структури фінансових відносин між підприємством та його зовнішнім середовищем, своєчасною розробкою заходів посилення ефекту або нейтралізації дестабілізаційного впливу взаємодії факторів мезо- та макrorівня.

Виходячи з ролі діагностування фінансової безпеки підприємства в системі управління нею, необхідно сформулювати основні завдання, вирішення яких сприятиме досягненню зазначеної вище мети діагностування:

- формування комплексу індикаторів оцінювання рівня фінансової безпеки на рівні держави, регіону, підприємства;
- побудова моделі оцінювання ступеня впливу загроз макrorта мезорівня на безпеку суб'єктів господарювання мікрорівня;
- визначення запасу міцності фінансової безпеки підприємства;

- формування адекватної рівню запасу міцності програми нейтралізації (запобігання) впливу внутрішніх та зовнішніх реальних (потенційних) загроз фінансовій безпеці підприємства.

Згідно з основними положеннями загальної теорії систем та кібернетики дієвість системи значною мірою залежить від її здатності як отримати правильну інформацію [36], так і забезпечити повноцінну внутрішню та зовнішню інформаційну взаємодію [40]. Тому відповідно до закону необхідного різноманіття Ешбі така взаємодія у процесі прогресивного розвитку системи стає більш складною, оскільки має забезпечувати адекватну реакцію на зовнішні та внутрішні збурювання в процесі досягнення свої мети. Як зазначає В. Б. Гухман у

роботі [39], зменшення розмаїтості виходів об'єкта, як мета управління, досягається збільшенням розмаїтості видів управління. Тому, на думку авторів, оскільки інформація реалізується в об'єкті, який її приймає, через пов'язані з нею певні зміни його стану (внутрішні або зовнішні властивості), принципи (сукупність науково обґрунтованих положень, що орієнтують діяльність певним чином [8]) діагностування як системи, дієздатність якої визначається якістю інформаційної взаємодії, мають формуватися з урахуванням таких її факторів, як достовірність джерела інформації, доцільність інформації та адекватність її інтерпретації [38]. А отже, автори пропонують до основних віднести такі принципи діагностування фінансової безпеки підприємства:

дієвості – розробки заходів щодо запобігання реальним та потенційним загрозам фінансовій безпеці підприємства;

адекватності – сукупність індикаторів має відображати основні кількісні та якісні тенденції динаміки параметрів внутрішнього й зовнішнього середовища;

актуальності – періодичність оновлення первинних даних має відповідати меті діагностування, тобто дані за певний період становлять інформаційну цінність лише тоді, якщо вони характеризують зміни в діяльності досліджуваного об'єкта та слугують сигналом для ухвалення управлінських рішень;

ієрархічності – врахування взаємозв'язків підприємства як суб'єкта фінансових відносин;

інтегрованості, яка дозволяє забезпечити координацію дій системи управління фінансовою безпекою підприємства, що сприяє підвищенню ефективності контролю за реалізацією ухвалених рішень щодо безпеки підприємства як суб'єкта фінансових відносин.

Слід зазначити, що досягнення мети та реалізація принципів системи діагностування фінансової безпеки потребують використання елементів інтегрованих або синтетичних підходів (системного, ситуаційного, процесного) до управління фінансовою безпекою підприємства, для яких характерним є:

погляд на управління як на багатовимірне, комплексне явище, яке пов'язане чисельними зв'язками як із внутрішнім, так і з зовнішнім середовищем;

визнання наявності синергійного ефекту, тобто того, що ціле завжди якісно відрізняється від простої суми його складових частин;

заперечення наявності універсальних підходів до управління та загальних принципів побудови і здійснення управління [40].

Процесний підхід розглядає управління як серію взаємопов'язаних і неперервних дій (функцій), які реалізуються в певній послідовності. Наведене тлумачення підтверджує та обґрунтовує принцип, який стосується інтеграції діагностування у процес управління підприємством. Відносно діагностування фінансової безпеки доцільно виділити такі функції:

аналізу – виявлення структури і закономірностей функціонування підприємства як суб'єкта фінансових відносин, дослідження стійкості ситуації, можливих шляхів її зміни, виявлення альтернатив нейтралізації дії загроз і зростання запасу міцності фінансової безпеки;

оцінювання – кількісне визначення індикаторів фінансової безпеки підприємства та запасу її міцності через перетворення актуальної вхідної інформації;

прогнозування – виявлення основних закономірностей і тенденцій розвитку підприємства, регіону, держави, передбачення зміни умов і факторів цього розвитку, створення бази для ухвалення рішень щодо підтримання задовільного рівня фінансової безпеки шляхом запобігання або нейтралізації впливу загроз внутрішнього та зовнішнього середовища.

Згідно з положеннями системного підходу підприємство є відкритою системою, яка складається із сукупності частин та перебуває в постійному взаємозв'язку з іншими економічними агентами. Оскільки зміни у внутрішньому середовищі підприємства зазвичай зумовлені змінами в зовнішньому середовищі, необхідно в процесі ухвалення управлінських рішень урахувати вплив та взаємозв'язки факторів на всіх рівнях взаємодії суб'єкта господарювання. Це обґрунтовує доцільність виокремлення підсистем діагностування фінансової безпеки на макро-, мезо- та мікрорівні.

Необхідно зауважити, що для ефективного управління фінансовою безпекою підприємства з точки зору системного підходу важливим є дотримання принципів ієрархічності та адекватності, що дозволить сформулювати таку сукупність індикаторів, яка відображає тенденції внутрішнього та зовнішнього середовища, і враховувати їх вплив на безпеку суб'єкта господарювання.

Ситуаційний підхід одночасно визнає подібність загальних процесів управління та специфічність прийомів управління, вибір яких залежить від конкретної ситуації [40]. Тобто він передбачає визначення проблеми, що призвела до певного стану, його оцінювання та розробку програми дій щодо підтримання задовільного стану за умови реалізації принципів дієвості, адекватності й актуальності. З цієї точки зору доцільно виокремити експрес-діагностику, фундаментальну діагностику, діагностику системи, елементну діагностику, ретроспективну та динамічну діагностику.

Отже, визначені в статті мета, завдання, принципи та функції діагностування можуть бути покладені в основу формування механізму діагностування фінансової безпеки суб'єкта господарювання, у чому й полягає подальший напрямок дослідження.

Література: 1. Выборова Е. Н. Финансовая диагностика: вопросы методологии // Вестник Санкт Петербургского университета. Сер. 5. Экономика. – 2004. – Вып. 4. – С. 100 – 112. 2. Глазов М. М. Экономическая диагностика предприятий: новые решения. – СПб.: СПбГУЭФ, 1998. – 196 с. 3. Тренков Е. М. Диагностика в антикризисном управлении / Е. М. Тренков, С. А. Дведенидова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – №1. – С. 11 – 17. 4. Кизим М. О. Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємства: Монографія / М. О. Кизим, В. А. Забродський, В. А. Зінченко, Ю. С. Копчак. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2003. – 144 с. 5. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: Монографія / В. С. Пономаренко, О. М. Трідд, М. О. Кизим. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2003. – 328 с. 6. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. Проблемы, концепции и методы. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997. – 576 с. 7. Міних С. В. Економічний аналіз. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 412 с. 8. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: Монографія. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2006. – 496 с. 9. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – Мн.: ООО "Новое знание", 2000. – 688 с. 10. Савчук В. П. Диагностика предприятия: поддержка управленческих решений. – М.: Бинум. Лаборатория знаний, 2004. – 176 с. 11. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 224 с. 12. Антикризисное управление: Учебник / Под ред. проф. Э. М. Короткова. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 620 с. 13. Словарь общественных наук // <http://slovari.yandex.ru/> 14. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 4-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 476 с. 15. Литвак Б. Г. Разработка управленческого решения. – М.: Дело, 2000. – 392 с. 16. Економічна діагностика. Опорний конспект лекцій // <http://inpros.com.ua> 17. Экономико-математический словарь / Сост. Л. И. Лопатников. – М.: Изд. "АВФ", 1996. – 704 с. 18. Бородин К. В. Основы специальной теории и прикладные аспекты финансовой диагностики. Научное издание. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2003. – 140 с. 19. Рапопорт В. Ш. Диагностика управления: практический опыт и реализации. – М.: Экономика, 1988. – 128 с. 20. Батрин Ю. Д. Особенности управления финансовыми ресурсами промышленных предприятий / Ю. Д. Батрин, П. А. Фомин. – М.: Высшая школа, 2002. – 264 с. 21. Омаров Ш. А. Методика комплексной экономической диагностики предприятия // Материалы I Международной научно-практической конференции "Ключевые аспекты научной деятельности – 2007". Т. 1. – Днепропетровск: Наука и образование, 2007. – С. 47 – 48. 22. Тейл Г. Экономические прогнозы и принятие решений: Пер. с англ. – М.: Статистика, 1971. – 488 с.

23. Назаренко Н. С. Економічне обґрунтування управлінських рішень в малому та середньому бізнесі засобом фінансової діагностики // ДонДУУ, менеджер. – 2006. – №1 (35). – С. 197 – 203.
 24. Ильдеменов С. В. Реформа предприятия и управление финансами: Учебно-методическое пособие для российского бизнеса / С. В. Ильдеменов, О. И. Дранко. – М.: ИСАРП, 1999. – 156 с.
 25. Соколов Я. В. Диагностика финансовой деятельности предприятия и возможности управления ею // <http://www.elitium.ru>.
 26. Словарь по экономике и финансам // <http://slovari.yandex.ru/>.
 27. Ковалёв А. П. Диагностика банкротства. – М.: Финстатформ, 1995. – 96 с.
 28. Кони́на О. В. Финансовая диагностика: Учеб. пособие. – Волгоград: Изд. Волгоградского государственного технического университета, 1998. – 56 с.
 29. Зимин Н. Е. Анализ и диагностика финансового состояния предприятий. – М.: Экмос, 2002. – 240 с.
 30. Юксвярав Р. К. Управленческое консультирование: теория и практика / Р. К. Юксвярав, М. Я. Хабанук, А. Я. Леймани. – М.: Экономика, 1988. – 240 с.
 31. Долятовский В. А. Исследование систем управления: Учебно-практическое пособие / В. А. Долятовский, В. Н. Долятовская. – М.: ИКЦ "МарТ", Ростов-на-Дону: Изд. центр "МарТ", 2003. – 256 с.
 32. Либерман И. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности. – М.: Изд. "ИНФРА-М, РИОР", 2007. – 220 с.
 33. Демьянова О. В. Актуальные вопросы использования стратегической диагностики в управлении предприятием // www.tisbi.ru.
 34. Диагностика производственных систем / Под ред. Ф. Ф. Аунапу. – Иркутск: ИЦНТИ, 1972. – 40 с.
 35. Куротков Э. М. Концепция менеджмента. – М.: Дека, 1997. – 304 с.
 36. Винер Н. Кибернетика и общество. – М.: Тайдекс Ко, 2002. – 184 с.
 37. Урманцев Ю. А. Общая теория систем: состояние, приложения и перспективы развития // В кн.: Система. Симметрия. Гармония. – М.: Мысль, 1988. – С. 38 – 130.
 38. Янковский С. Концепции общей информации // <http://n-t.ru>.
 39. Гухман В. Б. Философская сущность информационного подхода. Дис. докт. филос. наук: 09.00.08 // www.disrabora.ru.
 40. Развитие науки управления // <http://www.standartization.com>.

Стаття надійшла до редакції
7.02.2008 р.

УДК 65.012.323

Писаревська Г. І.

УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЙОГО КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ

In the article the system of views in the enterprise personnel potential management under condition of market development is represented. Efficient and rational personnel potential management with the purpose of increasing the enterprise competitiveness is possible with the help of rational staff policy.

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується зростанням ролі людського фактора. Невирішеність багатьох проблем управління персоналом на сучасному етапі стає головною перешкодою розвитку ринкових відносин. Власники підприємств здебільшого бачать можливості розвитку бізнесу перш за все у збільшенні обсягів випуску продукції, не приділяючи особливий уваги системі роботи з персоналом. Разом з тим усе більш очевидним стає те, що стійкість бізнесу, зростання його прибутковості неможливі без ефективного управління персоналом підприємства.

Дослідження в галузі управління кадровим потенціалом підприємства свідчать, що він є складовою частиною економічного потенціалу [1; 2].

Ефективне та цілеспрямоване використання кадрового потенціалу, управління ним з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства неможливе без здійснення цілеспрямованої кадрової політики на підставі зосередження в одному підрозділі соціально-психологічних, економічних, організаційно-розпорядчих методів управління на мотивації персоналу, що сприятиме формуванню механізму стійкого функціонування підприємства.

Метою даної статті є формування системи поглядів на визначення змісту та сутності кадрової політики, а також формування ефективної кадрової політики, яка б сприяла забезпеченню довгострокових конкурентних переваг підприємства.

Зміст кадрової політики полягає у забезпеченні організації робочої сили високої якості, включаючи планування, відбір і наймання, вивільнення, аналіз плінності кадрів та ін., розвитку робітників, профорієнтації й перепідготовці, проведенні атестації та оцінці рівня кваліфікації, організації просування по службі, вдосконаленні організації та стимулюванні праці, забезпеченні техніки безпеки, соціальних виплат.

У сучасних умовах кадрова політика повинна бути орієнтована на пріоритет соціальних цінностей, соціальну політику. Головна мета кадрової політики полягає у створенні системи управління кадрами, що базується в основному не на адміністративних методах, а на економічних стимулах та соціальних гарантіях, орієнтованих на зближення інтересів працівника з інтересами підприємства в досягненні високої продуктивності праці, підвищенні ефективності виробництва, отриманні організацією найкращих економічних результатів. Тобто в роботі з персоналом настає новий період, що характеризується підвищенням уваги до особистості працівника та пошуків нових стимулів [3].

Основна мета кадрової політики – отримати максимальну віддачу від інвестицій у персонал через побудову системи управління персоналом, що мотивує співробітників до досягнення цілей підприємства.

Існує багато різних точок зору щодо визначення поняття "кадрова політика". Наприклад, О. В. Крушельницька і Д. П. Мельничук під кадровою політикою розуміють сукупність принципів, методів, форм організаційного механізму з формування, відтворення, розвитку й використання персоналу, створення оптимальних умов праці, його мотивації та стимулювання [4]. Є. В. Маслов визначає кадрову політику як головний напрямок у роботі з кадрами, набір принципів, що реалізуються кадровою службою підприємства [5]. На думку А. К. Саакяна, кадрова політика — це система цілей, принципів і форм, методів та критеріїв роботи з кадрами, причому розповсюджується це положення на весь колектив зайнятих, у межах якого здійснюється управління [6].

На думку А. Я. Кібанова, кадрова політика – це сукупність принципів, форм та методів збереження, зміцнення й розвитку кадрового потенціалу, створення кваліфікованого високопродуктивного колективу, здатного своєчасно реагувати на вимоги ринку, що змінюються [7].

З усіх наведених визначень кадрової політики, на думку автора, сучасному етапу розвитку підприємства найбільше підходить останнє.

Кадрова політика передбачає формування стратегії управління персоналом, що, у свою чергу, базується на стратегії розвитку підприємства, але треба зазначити, що кадрова політика змінюється в залежності не тільки від стратегії розвитку підприємства, а й від його життєвого циклу, розміру, навколишнього середовища тощо.

У теорії і практиці відомі загальні вимоги до кадрової політики в сучасних умовах [3; 7], урахуються фактори, що властиві зовнішньому і внутрішньому середовищу підприємства [8; 2], але в сучасних умовах існує багато недоліків у роботі відділів кадрів вітчизняних підприємств, які безпосередньо займаються питаннями кадрової політики, а саме:

відсутність дієвості впливу відділів кадрів на працівників, оскільки він не може контролювати безпосередньо роботу працівників, їх професійне просування, компетентність та інше;

відділ кадрів не бере участі в преміюванні та заохоченні працівників, оскільки рішення приймає безпосередній керівник відділу або підрозділу;

відділ кадрів займається тільки технічною роботою: обліком працівників, підготовкою наказів про прийом, звільнення, відпустку, а також контролює дотримання трудової дисципліни.

Тому доцільно розробити кадрову політику для кожного підприємства, враховуючи всі ці умови.

Засіб вирішення даних проблем, на думку автора, полягає в переході на підприємствах від відділу кадрів до Департаменту управління персоналом, діяльність якого буде заснована на ефективній кадровій політиці підприємства.

Департамент управління персоналом доцільно створювати на великих підприємствах (чисельністю понад 1000 чоловік відповідно до форм власності в Україні).

На рисунку подано авторське бачення організаційної структури Департаменту управління персоналом.

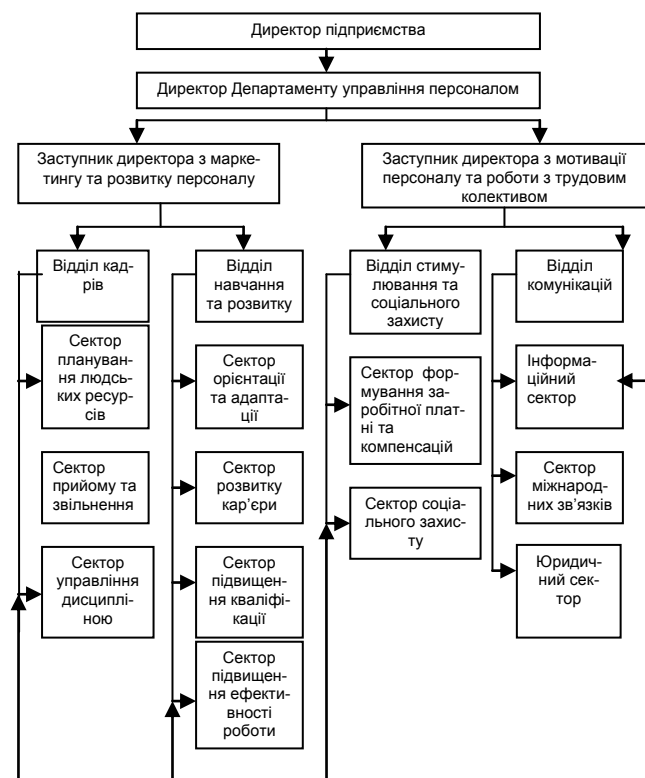


Рис. Організаційна структура Департаменту управління персоналом великого підприємства

У Департаменті управління персоналом усі сектори повинні бути взаємопов'язані. Директор Департаменту управління персоналом підпорядковується директору підприємства і приймає остаточне рішення з питань прийому, звільнення працівників та інших важливих питань.

У залежності від розміру підприємства склад підрозділів Департаменту управління персоналом буде змінюватися: в невеликих організаціях один підрозділ може виконувати функції декількох секторів, а у великих функції кожного сектору, як правило, виконує окремий підрозділ.

Такий комплексний підхід до Департаменту управління персоналом на підприємстві веде до того, що він починає розширювати коло своїх функцій від чисто кадрових (формування, підбір та розстановка кадрів) до більш широкого кола питань, що включають не тільки кадрову політику, але й мотивацію персоналу, оплату праці працівників, узгодження інтересів працівників підприємства та ін.

Головним завданням кадрової політики є не тільки посилення адміністративних дій, а й використання широкого кола мотиваційних факторів, взаємозв'язку стратегії і практики. Комплексне розуміння кадрової політики передбачає взаємо-

зв'язок із зовнішнім і внутрішнім середовищем підприємства [5, с. 5], але основними організаційно-методичними механізмами управління трудовим потенціалом залишаються фактори мотивації та стимулювання.

Таким чином, кадрова політика спрямована на формування такої системи роботи з кадрами, яка б орієнтувалась на отримання не тільки економічного, а й соціального ефекту за умовами дотримання діючого законодавства.

Отже, управління кадровим потенціалом сучасного великого підприємства можливо ефективно здійснювати за допомогою створення Департаменту управління персоналом, який буде виконувати не тільки облікові, але й аналітичні та організаційні функції. Результати проведеного дослідження є підґрунтям для подальших розробок у напрямку розвитку кадрового потенціалу підприємства за допомогою ефективною кадрової політики. Це дозволить адміністрації підприємства приймати обґрунтовані комплексні управлінські рішення щодо широкого кола питань, які спрямовані на ефективне управління кадровим потенціалом підприємства.

Література: 1. Пономаренко В. С. Управління трудовим потенціалом. Наукове видання / В. С. Пономаренко, В. М. Гриньова, М. М. Салун, М. М. Новикова, А. Г. Гольдфарб, І. А. Грузіна, О. М. Красносова, С. М. Самойленко, С. І. Струк. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – 348 с. 2. Бакирова Г. Х. Управление человеческими ресурсами. – СПб.: Речь, 2003. – 152 с. 3. Экономика труда (социально-трудовые отношения): Учебник / Под ред. Н. А. Волгина, Ю. Г. Одегова. – М.: Изд. "Экзамен", 2004. – 736 с. 4. Крушельницька О. В. Управління персоналом: Навч. посібник / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. – К.: Кондор, 2003. – 296 с. 5. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия: Учебн. пособие / Под ред. П. В. Шереметова. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 312 с. 6. Саакян А. К. Управление персоналом организации / А. К. Саакян, Г. Г. Зайцев, Н. В. Лашманова, Н. В. Дягилева. – СПб.: Питер, 2001. – 176 с. 7. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: отбор и оценка при найме, аттестации: Учебное пособие для студентов вузов / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. – 2-е изд, перераб. и доп. – М.: Изд. "Экзамен", 2004. – 416 с. 8. Беляцкий Н. П. Управление персоналом: Учеб. пособие / Н. П. Беляцкий, С. Е. Велеско, П. Ройш. – Мн.: Интерпрессервис, Эксперспектива, 2003. – 352 с.

Стаття надійшла до редакції 4.02.2008 р.

УДК 65.011.4

Гриньова М. А.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОБґРУНТУВАННЯ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

In the article the urgent issues of innovation potentials estimation and using are investigated. The conception of enterprises potentials connection, which means estimate of enterprise activity according to its elements, is considered.

Розвиток сучасного промислового підприємства можливо за умови активної інноваційної діяльності, підґрунтям якої є інноваційний потенціал. У зв'язку з цим виникає необхідність у його оцінці за допомогою системи кількісних та якісних

показників, вибір яких обумовлений об'єктивними законами розробки й реалізації інновацій.

Головною характеристикою цих показників можуть бути інформативність та оперативність.

Інформативність показників передбачає їх здатність об'єктивно відображати сутність процесів, що відбуваються на підприємстві. Показники повинні інформувати особу, яка приймає рішення, про позитивний або негативний вплив будь-якого показника на кінцевий результат діяльності підприємства.

Оперативність показників визначається їх попереджувачим характером, що дозволяє особі, яка приймає рішення, якомога раніше виявляти негативні тенденції в процесі функціонування підприємства, тобто цю оперативність можна вважати засобом ранньої діагностики.

Проблемам оцінки інноваційного потенціалу підприємства присвячено багато робіт вітчизняних вчених, таких, як Н. Чухрай [1], Є. С. Галушко [2] та А. В. Гриньов [3].

Метою даної статті є обґрунтування системи показників, які характеризують інноваційний потенціал та прийняття оптимальних управлінських рішень. Основними вимогами, що ставляться до показників, які входять до системи оцінки інноваційного потенціалу підприємства, є: взаємопов'язаність, інформативність та оперативність.

Оцінка наявності й використання інноваційного потенціалу повинна здійснюватись на основі концепції взаємозв'язку потенціалів, наведених на рисунку.



Рис. Взаємозв'язок потенціалів підприємства

Інноваційний потенціал підприємства слід розглядати як міру його готовності вирішувати завдання, що забезпечують досягнення поставленої інноваційної мети. Це передбачає готовність підприємства реалізовувати інноваційний проект або програму інноваційних перетворень, а також генерувати і впроваджувати інновації. При цьому необхідно своєчасно реагувати на зміни в ринковому середовищі та ефективно використовувати власні можливості. Про це свідчать дослідження таких вчених, як В. Ландик [4], Г. В. Верещагіна [5], В. В. Россоха [6].

Інноваційний потенціал підприємств машинобудування залежить від організаційних змін, які ефективно заохочуються, регулярного моніторингу якості управління, створення атмосфери творчості, пошуку та розвитку. Завдяки розвитку всіх складових потенціалу здійснюється інноваційний розвиток підприємства, його підрозділів. При цьому розвиток підприємства слід розглядати як реакцію на зміни зовнішнього середовища, це, у свою чергу, викликає стратегічний характер таких змін. Стан інноваційного потенціалу передбачає вибір і реалізацію інно-

ваційної стратегії, оскільки саме його оцінка є необхідним елементом моніторингу потенціалу інноваційного розвитку підприємства.

Така концепція передбачає розгляд та оцінку діяльності підприємства з урахуванням усіх його потенціалів і взаємодії між ними. Нарощування інноваційного потенціалу слід визначати як цілісну систему за рахунок розвитку внутрішнього середовища та створення потенціалів інших складових. Інтенсивність відновлення інноваційного потенціалу залежить від здатності підприємства відстежувати зміни у зовнішньому середовищі, своєчасно реагувати й адаптуватися до динаміки складових ринку.

Характерною ознакою складових інноваційного потенціалу є їх тісна взаємодія, що дозволяє: забезпечувати максимально можливе нарощування окремих складових; ефективно використовувати наявні резерви внутрішнього середовища; утримувати існуючі конкурентні переваги і створювати нові.

Базовим потенціалом підприємства є його економічний потенціал, який дає повну характеристику підприємства, включає показники, що характеризують усі складові його діяльності. Інноваційний потенціал забезпечує можливість здійснення інноваційного процесу і пов'язаний з виробничим, кадровим, технологічним, науково-технічним та фінансовим потенціалами.

Сукупність умов функціонування підприємства, цілей і завдань його розвитку визначає принципи формування економічного потенціалу, ресурси якого включають засоби виробництва, необхідні для виготовлення продукції й надання послуг. До таких ресурсів відносяться основні виробничі й невиробничі фонди, запаси і ресурси предметів виробничого призначення та довгострокового використання. Крім того, при формуванні економічного потенціалу важливим ресурсом є час. З будь-яким з ресурсів пов'язані обмеження, що зумовлені їх дефіцитністю, високою вартістю тощо.

Формування економічного потенціалу крім матеріальних і фінансових ресурсів та часу, повинно включати інформаційні й інтелектуальні ресурси. Це пов'язано з тим, що досягнення цілей розвитку підприємства базується на використанні значних масивів інформації, збір, систематизація та аналіз яких здійснюється протягом усього часу функціонування підприємства. Таким чином, економічний потенціал як багаторівнева категорія обумовлює необхідність застосування функціонально-цільового підходу, що включає ресурсно-витратну та ресурсно-результативну класифікацію ресурсів, ступінь використання можливостей підприємства й ієрархічний рівень господарювання. Оцінка економічного потенціалу, як правило, включає визначення вартості всіх ресурсів, що є у розпорядженні підприємства. Сам рівень використання економічного потенціалу визначається, як відомо, відношенням отриманого результату до обсягу витрачених ресурсів.

Завдяки оцінці фактично досягнутого рівня економічного потенціалу визначається кількісне значення всіх його локальних потенціалів, а також резервів, якими може розпоряджатися підприємство. Це є значущим, виходячи з того, що жодна економічна система не може ефективно функціонувати без наявних резервів.

Важливим є проведення класифікації ресурсів, які складають економічний потенціал підприємства. Їх можна розподілити на дві складові: ступінь приналежності ресурсів підприємству (власні та залучені); ступінь реалізації ресурсів у виробничому процесі (функціональні, потенційні та стратегічні).

Особливої уваги потребує розгляд інтелектуального потенціалу, основною перевагою якого є можливість підприємства отримувати та використовувати такі нові інструменти формування конкурентних переваг, як ідеї, інформаційні технології, комп'ютерна техніка в управлінні, кваліфікація персоналу та ін. Інтелектуальний потенціал включає інтелектуальну власність, ринкові та інфраструктурні активи, людські ресурси.

Науково-технічний потенціал об'єднує науку, техніку, економіку й управління, тобто він становить процес перетворення наукового знання в певний вид продукції. Слід урахувати той факт, що рисунок відображає не всі потенціали підприємства та їх взаємозв'язок, а тільки ті, на які впливає інноваційна діяльність, НДДКР тощо.

Виробничий потенціал базується на постійному впровадженні конструктивних поліпшень, підтриманні конкурентних переваг у виробництві. Зношені основні виробничі фонди передбачають необхідність активного пошуку підприємством шляхів модернізації, переоснащення, реконструкції, що може забезпечити створення нового виробничого потенціалу.

Технологічний потенціал відображає здатність оперативно перебудуватися, переорієнтувати виробничі потужності і налагодити економічно ефективне виробництво нових продуктів, що відповідають запитам споживачів. По суті, він характеризує матеріально-технічний і технологічний стан підприємства; наявність резервів чи можливості їх швидкого отримання; гнучкість обладнання та технологій; оперативність роботи конструкторських і технологічних служб.

Можливості реінвестування прибутку, досягнення економії за рахунок упровадження нових сучасних технологій сприяє формуванню нового характеру фінансового потенціалу.

Однією з необхідних умов переходу до інноваційного типу розвитку є формування високого рівня кадрового потенціалу, який виконує такі функції:

інноваційну, оскільки носії кадрового потенціалу є активними суб'єктами оновлення виробництва, його інноваційного розвитку, науково-технічного прогресу;

економічну, яка обумовлюється залежністю продуктивності праці, якості продукції, що виробляється, окупності витрат від кількісних і якісних характеристик кадрового потенціалу;

корпоративну, оскільки імідж підприємства залежить від ступеня професіоналізму персоналу, типу його трудової поведінки, рівня довіри керівництву та відданості цілям виробничої діяльності.

Крім того, нові вимоги ставляться до персоналу як носія кадрового й інтелектуального потенціалу підприємства, його рівня освіти, кваліфікації тощо.

Аналіз показників оцінки потенціалів дає можливість особі, що приймає рішення, більш якісно їх обґрунтувати порівняно з традиційною системою показників. Важливим при виборі показників оцінки інноваційного потенціалу є формулювання цілей такої оцінки й обґрунтування показників з урахуванням життєвого циклу інновацій. Основними цілями оцінки інноваційного потенціалу підприємства слід вважати: визначення ефективності його використання та відповідність наявного потенціалу майбутнім цілям розвитку підприємства в цілому.

Оцінка ефективності наявного інноваційного потенціалу повинна здійснюватися за допомогою відповідного критерію, в якості якого може бути використано співвідношення результату функціонування підприємства до наявного його інноваційного потенціалу, тобто:

$$E_n = P / IP - \text{max},$$

де E_n – ефективність використання наявного інноваційного потенціалу підприємства;

P – результат функціонування підприємства;

IP – величина наявного інноваційного потенціалу підприємства.

Перевагою цього критерію є те, що він дозволяє виявляти зростання ефективності використання інноваційного потенціалу за рахунок або збільшення результату, або зменшення величини наявного інноваційного потенціалу, або їх одночасної дії. Це дає підстави зробити висновок, що зростання величини

інноваційного потенціалу само по собі не може бути тільки позитивним фактом, воно повинно обов'язково супроводжуватись швидкими темпами зростання результату та постійним збільшенням ефективності використання інноваційного потенціалу. Це можна пояснити тим, що за радянських часів існували істотні диспропорції у структурі потенціалу, оскільки він більшою мірою відповідав військовим цілям держави, ніж потребам суспільства та окремих громадян. Накопичений потенціал у процесі переходу до ринкової економіки став незатребуваним. Це можна пояснити структурними диспропорціями та невдалою переорієнтацією потенціалу новим ринковим цілям.

Запропонований критерій дозволяє поєднати у собі одразу два підходи до оцінки інноваційного потенціалу підприємства: за результатами функціонування та ресурсний підхід. Точне визначення величини інноваційного потенціалу підприємства може бути досягнуто про одночасному використанні цих підходів, оскільки кожен з них окремо не може повністю охарактеризувати інноваційний потенціал підприємства. Ресурсний підхід до оцінки інноваційного потенціалу підприємства слід розглядати як сукупність ресурсів, які застосовуються в інноваційній діяльності [7].

Величина потенціалу у вартісному виразі в межах цього підходу може бути розрахована як сума витрат усіх складових потенціалу. Так, матеріально-технічна складова може бути визначена у вигляді суми витрат на придбання основного та допоміжного устаткування. Інформаційна складова потенціалу може бути визначена як витрати на діяльність усіх інформаційних служб або сумарними витратами на наукові видання. Організаційна складова може розраховуватися як сумарні витрати на наукові відрядження, придбання книг для бібліотеки тощо.

З метою розробки стратегії реалізації інноваційного потенціалу підприємства необхідно визначити його релевантність, тобто відповідність комплексу спеціально виокремлених властивостей інноваційного потенціалу умовам досягнення конкретної мети або вирішення певного стратегічного завдання.

Таким чином, основними видами інноваційного потенціалу підприємства є кадровий, технологічний, науково-технічний, інтелектуальний, фінансовий та виробничий потенціали, а безпосередньо інноваційний потенціал – це складова економічного потенціалу.

Отримані результати дослідження передбачається використати в процесі подальшої розробки методики оцінки інноваційного потенціалу промислових підприємств.

Література: 1. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення – Львів: Вид. Нац. університету "Львівська політехніка", 2002. – 316 с. 2. Галушко Є. С. Підвищення ефективності використання інноваційного потенціалу в умовах переходу до ринкових відносин (на прикладі промислових підприємств Донбасу): Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. к. е. н. – Донецьк: Інститут економіки промисловості, 1999. – 24 с. 3. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2003. – 308 с. 4. Ландик В. Управління інноваційним потенціалом підприємства в умовах перехідної економіки: проблеми і досвід // Економіст. – 2001. – №12. – С. 52 – 57. 5. Верещагіна Г. В. Аналіз системи показників інноваційної діяльності підприємств // Економіка розвитку. – 2006. – №4(40). – С. 20 – 22. 6. Россоха В. В. Методика оцінювання потенціалу інновацій // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №5(47). – С. 68 – 75. 7. Науково-технічний потенціал України: структура, динаміка, ефективність (1991 – 1998). – К.: ЦДПІН ім. Доброта, 1998. – 48 с.

ПАРАДИГМА УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ЗА ВАРТІСНИМИ КРИТЕРІЯМИ (НА ПРИКЛАДІ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ АР КРИМ)

The problems of agroindustrial enterprises of Crimea, related to strengthening of competition, are examined in the article. The necessity of search of new management instruments and levers of increase of enterprises' competitiveness are determined. The author offers the basic criteria of interenterprise comparison which control the system and enterprises on which management carried out on the basis of cost by quality is inculcated on.

Проведення наукового дослідження з метою визначення вихідної, концептуальної схеми, моделі постановки проблем та їх розв'язання, методів дослідження, що існують упродовж певного історичного періоду в науковому суспільстві з приводу управління потенціалом агропромислових підприємств за вартісними критеріями є не тільки найважливішим фактором забезпечення високої якості кінцевої продукції та однією з результативних форм підвищення ефективності функціонування організаційної структури, але й дозволяє досягти необхідного рівня конкурентоспроможності.

Багаторічний досвід розвитку сільського господарства переконливо свідчить, що забезпечення зростання обсягів виробництва продукції має супроводжуватися підвищенням доходності (прибутковості) галузі як необхідної умови відшкодування матеріальних та фінансових витрат і забезпечення необхідних нагромаджень для подальшого прискореного вдосконалення суспільного виробництва.

У сучасних умовах роль досліджень проблем агропромислових підприємств ще більше зростає, відкриваються їх нові напрямки, обумовлені вимогами інформаційно-технічного розвитку.

Сільське господарство – одна з основних галузей економіки суверенної України. Його завдання полягає в задоволенні щораз більших потреб населення в продуктах харчування, а промисловості – в сировині для виробництва продовольчих і промислових товарів широкого вжитку. Адаптувати та промислові товари народного споживання на 3/4 формуються із сільськогосподарської продукції, і від темпів розвитку аграрного сектору залежать темпи розвитку легкої та харчової промисловості [1, с. 5].

Виходячи з цього, інформування суб'єктів господарювання і працівників органів державної влади та управління про результати наукових досліджень щодо управління потенціалом підприємств за вартісними критеріями, визначення шляхів упровадження цих результатів у практику стає однією з найважливіших умов модернізації агропромислового комплексу України в цілому та АР Крим зокрема.

У середині 80-х років минулого сторіччя американський економіст Альфред Раппапорт запропонував сім факторів, які впливають на вартість: зростання продажу, операційний маргінальний прибуток, ставка податків, інвестиції в діючий капітал, інвестиції в постійні активи, середньовагова вартість капіталу, а також період конкурентної переваги. У теорії, що кращий будь-який із цих показників, тим вища акціонерна вартість.

У свою чергу, вартісні критерії найчастіше використовують у сукупності, поєднуючи в єдиний показник типу EVA чи SVA або один з інших вартісних критеріїв, кількість яких кожен день зростає.

Сьогодні вартісний підхід в управлінні (value based management – VBM) реалізується за допомогою трьох методів: методу доданої вартості акціонерного капіталу, впровадженого в науковий обіг Альфредом Раппапортом (shareholder's value added – SVA), методики економічної доданої вартості Стерна – Стюарта (economic value added – EVA), методу доданої ринкової вартості (market value added – MVA).

У той же час такі методи, як Balanced Scorecard, прагнуть поширити критерії виміру, охопивши нефінансові сфери й власників капіталу. На відміну від них вартісні критерії акцентують увагу на фінансових показниках і акціонерах. Подібні вартісні показники поєднують у собі три основні фінансові характеристики будь-якої організації: грошові потоки організації, капітал, інвестований для отримання цих грошових потоків, та вартість інвестованого капіталу. Дані показники надають у певному сенсі суттєві теоретичні переваги порівняно з більш традиційними критеріями діяльності, такими, як прибуток і віддача на капіталовкладення (ROCE) [2; 3].

Мета даної статті полягає в розробці й обґрунтуванні методологічних засад і практичних підходів щодо управління потенціалом підприємства за вартісними критеріями.

Для досягнення зазначеної мети в роботі були поставлені та розв'язувалися такі основні завдання:

здійснити теоретико-методологічне обґрунтування сутнісно-змістовної характеристики агропромислового комплексу та сформулювати стратегічну мету розвитку харчової промисловості на прикладі АР Крим;

визначити теоретико-методологічні засади розбудови сільського господарства за умови забезпечення конкурентоспроможності підприємств;

розкрити особливості розвитку агропромислових підприємств Криму в контексті впровадження системи управління якістю;

обґрунтувати необхідність використання методичного підходу до управління потенціалом підприємств, заснованих на вартісному критерії;

здійснити порівняльний аналіз підприємств з упровадженою системою управління якістю та підприємств, на яких управління здійснюється на основі вартості;

визначити напрями вдосконалення наявних підходів до управління потенціалом суб'єктів господарювання, в тому числі агропромислових підприємств Криму.

Відповідно до розробленої довгострокової програми "Україна – 2010" стратегія аграрної політики спрямована на подолання кризових процесів, відновлення обсягів сільськогосподарського виробництва до рівня початку 1990-х років і навіть їх перевищення, забезпечення необхідної адаптації підприємств агропромислового комплексу до умов ринкової кон'юнктури, зміцнення фінансового стану, утвердження в перспективі України як держави з високоєфективним експортоспроможним сільським господарством [1, с. 5].

Харчова галузь Криму, що завжди була орієнтована на виробництво продукції за межі регіону (плодоовочевих консервів, рибної продукції, продукції птахівництва, макаронних виробів), виявилася не в змозі конкурувати за багатьма критеріями з товарами інших виробників. Ще 15 років тому консервна промисловість була однією з найпотужніших в Україні, виробляла 20% від загального державного обсягу консервів. Через скорочення сировинних ресурсів, обмежені фінансові можливості, наявність застарілого та спрацьованого обладнання, звуження ринків збуту виробництво плодоовочевих консервів за останні 5 років знизилось на одну четверту. Аналіз розвитку харчової промисловості свідчить, що її ефективне функціонування неможливе без збалансованого розвитку сировинної бази регіонального агропромислового комплексу та обсягів виробництва основних видів сільськогосподарської продукції. Сьогодні підприємствами Криму виробляється дещо більше половини консервів порівняно з 1995 роком (60%), а питома вага переробки овочів і фруктів у структурі виробництва харчової промисловості та переробки сільськогосподарських продуктів катастрофічно знизилася за останні роки (як приклад, тільки за три роки більш ніж у три з половиною рази: 2,10% у 2002 р. порівняно з 7,62% у 2000 р.). За період 1995 – 2005 рр. значно ско-

ротились обсяги випуску ковбасних виробів, хліба та хлібобулочних виробів, круп, олії, продукції з незбираного молока та іншої продукції, яку традиційно відносять до розряду основних продуктів харчування.

У той же час основу експортного потенціалу регіону у виробництві харчової продукції становлять рибопродукти, алкогольні та безалкогольні напої, а великими експортерами на сьогодні є фірми "Союз-Віктан Лтд" та НВАТ "Масандра" [4, с. 46].

Таким чином, стратегічною метою розвитку харчової промисловості АР Крим є формування такої структури випуску харчової продукції, яка б відповідала потребам ринку, збалансованості виробничих потужностей харчової промисловості автономії в умовах конкуренції та спиралася на використання, головним чином, власних продовольчих ресурсів.

У сучасних умовах в Україні відбувається посилення конкуренції, внаслідок чого керівники агропромислових підприємств перебувають у постійному пошуку нових (адекватних умовам конкуренції) інструментів управління підприємствами та важелів підвищення конкурентоспроможності.

Завдяки впровадженню стратегічного планування та розвитку теорії конкуренції з'явився підхід щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємств, заснований на стратегіях конкуренції. Незважаючи на подробиці, варто зазначити, що такий підхід забезпечує можливість проведення аналізу досягнення конкурентних переваг підприємством, хоча не дає відповідного кількісного виразу результатів оцінки, й тому, на думку автора, його не варто використовувати як основу сучасної системи забезпечення конкурентоспроможності.

Сільське господарство має багато особливостей, які необхідно враховувати. Вони зумовлені насамперед тим, що в цій галузі головним засобом виробництва є земля. На відміну від інших засобів вона не тільки не зношується в процесі виробництва, а й за умов правильного використання поліпшується.

Наука відкриває закони природи та розвитку суспільства на підставі узагальнення практики. Цим вона збагачується сама й надає допомогу виробництву. Наука стає безпосередньою продуктивною силою, а її застосування – вирішальним фактором прискореного розвитку продуктивних сил суспільства. На сучасному етапі особливого значення набуває використання економічної науки, в тому числі управління потенціалом підприємств.

Протягом останнього десятиріччя на вітчизняних агропромислових підприємствах для підвищення конкурентоспроможності підприємств і продукції впроваджуються системи якості з подальшою їхньою сертифікацією щодо відповідності стандартам серії ISO 9000. Під системою якості мається на увазі сукупність організаційної структури, методик, процесів і ресурсів, необхідних для загального управління якістю на підприємстві. Широкого розповсюдження за умови побудови систем якості отримують концепція суцільного управління якістю TQM (total quality management) та концепція управління якістю в межах компанії CWQC (company wide quality control). З практики впровадження й сертифікації систем управління якістю на досліджуваних 47 агропромислових підприємствах Криму відомо, що не менш ніж одна третина (16 підприємств, що становить 34,04%) сертифікованих підприємств суто формально відносяться до впроваджених систем якості, не розуміючи сутності концепції TQM. Для такого роду підприємств, котрі намагаються вийти своєю продукцією на зовнішній ринок, система якості слугує лише засобом на шляху отримання відповідного сертифіката, що вимагають зовнішні споживачі. Зрозуміло, що формальне впровадження системи якості та отримання сертифіката на дану систему й вироблену продукцію може бути лише однією з необхідних, але зовсім не достатньою умовою забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Багаторічний західний та вже напрацьований вітчизняний досвід свідчать, що компанії, зосереджені на прибутку поточного року або на забезпеченні рентабельності, страждають на недалекоглядність. Для кримських підприємств АПК типовими є ситуації, коли за умови прибутку підприємство є неплатоспроможним, тобто не може виконати свої поточних зобов'язань, і, навпаки, маючи збитки, підприємство акуратно розраховується

з постачальниками, співробітниками, державою й кредиторами. Дані приклади свідчать, що отримання прибутку не може розглядатися як стратегічна мета та критерій успішного функціонування підприємства. Але якщо не прибуток, то що ж можна взяти за мету та критерій ефективності діяльності підприємства?

Світова економічна практика пропонує відповідь – зростання добробуту власників (акціонерів, власників частки чи паю) або, інакше кажучи, зростання вартості бізнесу. Простіше таке зростання можна визначити як різницю між вартістю капіталу, внесеного акціонером (власником частки) у період заснування підприємства, й вартістю цієї ж частки за умови її можливого продажу. Якщо капітал був збільшений – менеджмент розв'язав свої завдання.

Мова йде про те, що менеджери, зосереджуючи увагу на відтворенні добробуту власників (акціонерів), мають аналізувати кожен крок з точки зору його впливу на зростання вартості підприємства.

Як відомо, без визначення вихідної, концептуальної схеми, моделі постановки проблем та їх рішень, методів дослідження, панівних упродовж певного історичного періоду, в науковому суспільстві неможливо ефективно управляти. Це є основою управління, обов'язковою передумовою ухвалення правильних управлінських рішень. Діловий керівник (господар) завжди проаналізує факти, цифри, власну практичну діяльність, виявить помилки і знайде шляхи їх виправлення.

Саме зараз управління потенціалом підприємств з позицій максимізації вартості бізнесу потребує від менеджерів особливого підходу, заснованого на вартісних критеріях. Це також важливо й тому, що не тільки абсолютний фінансовий результат функціонування підприємства (чистий прибуток, у тому числі й на одну акцію), а й відносні показники (рентабельність активів, інвестицій, власного капіталу, показники оборотності та ліквідності, а також показники динаміки частки ринку) не корелюють з ринковою вартістю достатньо стійко, тому що не враховують:

- обсягів реальних і фінансових інвестицій;
- величини чистого оборотного капіталу;
- потреби підприємства в додатковому фінансуванні;
- операційного, фінансового та інших ризиків, характерних для підприємства;
- фактора часової дистанції між інвестиціями та отриманням віддачі на вкладений капітал.

Вартісні критерії базуються на ідеї визначення акціонерної вартості шляхом порівняння грошових потоків компанії з вартістю капіталу, витраченого на створення цих потоків. Отже, ринкова вартість бізнесу значною мірою пов'язана з показником грошового потоку. Це означає, що вартісний підхід до управління має на увазі концентрацію менеджменту підприємства не на поточних змінах величини прибутку, а на довгострокових грошових потоках. У цьому випадку підприємство, постійно підвищуючи вартість бізнесу, завжди зможе запобігти витоку капіталу до рук конкурентів.

Показник ринкової вартості компанії сам по собі є важливою комплексною оцінкою ефективності діяльності підприємства, адекватно відображаючи якість управління ним (якість менеджменту), його фінансовий добробут і майбутні очікування. Даний параметр реагує на будь-які зміни ситуації: зниження рентабельності випуску, погіршення платоспроможності, збільшення інвестиційного ризику, втрати конкурентної переваги – все це викликає зменшення ринкової вартості підприємства. У багатьох іноземних країнах і в деяких українських компаніях (великих промислових підприємствах, природних монополіях та фінансово-промислових групах) ринкова вартість бізнесу є найважливішим об'єктом управління. Практично всі ключові управлінські рішення (від зміни постачальника до повної реструктуризації виробництва та ліквідації підрозділів) ухвалюються з метою збільшення вартості компанії. На основі цього критерію змінюються підходи до шкали оцінок і рейтингу компаній. Показники приросту вартості компанії потрапляють до відомих у світі рейтингових систем.

Для більш повного розуміння вартісного підходу до управління й забезпечення конкурентоспроможності попонується порівняльний аналіз підприємства (таблиця), на якому впрова-

джена система менеджменту якості (TQM), і підприємства, на якому впроваджене управління його вартістю.

Таблиця

Порівняльний аналіз підприємства з впровадженою системою управління якістю та підприємства, управління котрим здійснюється на основі вартості

Критерій порівняння	Підприємство із системою управління якістю	Підприємство, управління яким здійснюється на основі його вартості
Основна мета функціонування системи	"задоволеність замовника"; безперервне поліпшення якості	забезпечення інвестиційної привабливості (зростання вартості бізнесу); підвищення конкурентоспроможності підприємства
Спрямованість функціонування	фокусування на замовнику	спрямованість на акціонерів, власників, інвесторів
Підхід до ухвалення рішень	базується на фактах і результатах	базується на виявленні можливостей та прогнозі
Мотивація персоналу	залучення робітників (уможливило використання їхніх здібностей з максимальною користю для підприємства); заохочуються результати минулої діяльності	залучення робітників (за рахунок мотивації, заснованої на вартісних принципах); заохочення творчості та ініціативи персоналу, спрямованих на зростання вартості підприємства в майбутньому
Відносини з контрагентами	взаємовигідні відносини з постачальниками, споживачами, інвесторами, урядом	взаємовигідні відносини з усіма зацікавленими сторонами (споживачами, робітниками, постачальниками, інвесторами, урядом, акціонерами)
Ставлення до ризику	ризик враховується незначною мірою; прагнення до мінімізації ризику на основі використання минулого досвіду	готовність іти на ризик; облік ризиків; твірні функції ризику (інноваційна, аналітична, захисна, регулятивна)
Урахування ціни капіталу	не враховується	враховується
Інформація	інформація про результати діяльності; зовнішня інформація про старі можливості	внутрішня інформація про можливості або потенціали; зовнішня інформація про нові можливості
Принципи побудови, функціонування, управління системою	процесуальний підхід (відповідальність керівництва, управління ресурсами, виробництво продукції, вимірювання, аналіз і поліпшення); системний підхід до менеджменту; безперервне поліпшення системи	процесуальний підхід до створення вартості; системний підхід до управління вартістю бізнесу; постійний моніторинг і управління вартістю
Критерій ефективності	відсутній фундаментальний критерій ефективності	критерій ефективності – зростання вартості бізнесу

Відсутність систематичного критерію ефективності в концепції управління якістю є суттєвою перешкодою у використанні методик даної теорії для забезпечення конкурентоспроможності підприємств, у тому числі агропромислових, тому що неможливо кількісно (бажано у грошовому вигляді) оцінити вплив на конкурентоспроможність підприємства, на якому впроваджене управління якістю. Адаже концепція управління якістю у явному вигляді не враховує ціни запозиченого капіталу та пов'язаних з ним ризиків, а отже, й інтересів інвесторів і кредиторів. Тому, звертаючи особливу увагу на те, що сьогодні для науки, в

тому числі в економічній, характерною є тенденція об'єднання, інтеграції наявних підходів, пріоритетним завданням для подальших досліджень, на думку автора, є:

- наукове обґрунтування необхідності вдосконалення діючих методичних підходів до управління потенціалом господарювання суб'єктів, у тому числі агропромислових підприємств Криму;
- пошук тісного зв'язку й ефективної взаємодії запропонованих у таблиці критеріїв порівняння для більш плідної діяльності підприємств у подальшій боротьбі за підвищення рівня конкурентоспроможності;
- розробка дієвого організаційно-економічного механізму впровадження новітніх теоретико-методологічних підходів до управління потенціалом у практичну діяльність агропромислових підприємств.

Література: 1. Долинський В. П. Економічний аналіз господарської діяльності сільськогосподарських підприємств. – К.: ІАЕ УААН, 2003. – 260 с. 2. Кротков А. М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А. М. Кротков, Ю. А. Еленева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – №6. – С. 35 – 42. 3. Грэхем Френсис. Стоимостный менеджмент на практике / Грэхем Френсис, Клэр Минчингтон // Management Accounting. – 2000. – Февраль. – www.ou-link.ru/oupub/2000ma02.htm). 4. Схема-прогноз розвитку і розміщення продуктивних сил Автономної Республіки Крим на період до 2015 року. – К.: РВПС України НАН України, 2005. – 196 с. 5. Управління потенціалом підприємства. Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 364 с.

Стаття надійшла до редакції 18.02.2008 р.

УДК 65.012.323

Печерська О. М.

ВІДТВОРЕННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА ЙОГО МІСЦЕ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

The article considers the essence of labor potential reproduction process and its interrelation with the level of enterprise's innovative development. Also the article gives the characteristic of the basic reproduction process phases from the point of view of their target orientation and the basic types of that process.

Сучасний етап соціально-економічного розвитку більшості країн можна охарактеризувати як перехід до постіндустріального суспільства, основу якого складає економіка знань і в якому людині з її творчим та трудовим потенціалом належить усе більш значуща роль. Розвинений трудовий потенціал виконує тріедину функцію: інноваційну – носії трудового потенціалу є активними суб'єктами оновлення, інноваційного розвитку виробництва, науково-технічного прогресу; економічну – від кількісних і якісних характеристик трудового потенціалу залежать продуктивність праці, якість вироблюваної продукції, рентабельність, окупність витрат; корпоративну – імідж підприємства в основному формується ступенем професіоналізму персоналу, типом його трудової поведінки, рівнем довіри керівництву, прихильністю цілям виробничої діяльності та рівнем корпоративної культури [1]. Також в умовах постіндустрі-

льного суспільства пред'являються нові вимоги до працівника як носія трудового й інтелектуального потенціалу підприємства, його рівня освіти та кваліфікації. Ці і ряд інших аспектів обумовлюють актуальність подальшого вивчення й удосконалення методичних основ управління, а також формування трудового потенціалу підприємства.

Слід зазначити, що формування й використання трудового потенціалу займає істотне місце в економічних дослідженнях таких зарубіжних та вітчизняних авторів: Д. Андрєєва, Ж. Бовера, Т. Варна, В. Гриньової, Ш. Гофера, Р. Дмитренка, М. Долішного, О. Кендрюхова, І. Маслова, Ю. Одегова, А. Панкратова, С. Писаренко, В. Пономаренка та ін. Проте ряд питань, особливо тих, що стосуються якісних характеристик трудового потенціалу, особливостей умов і чинників його відтворення залежно від галузі, в якій функціонує підприємство, в сучасних наукових публікаціях розглянуто недостатньо й потребує подальшого вивчення.

Метою даної статті є аналіз основних фаз процесу відтворення трудового потенціалу та обґрунтування його взаємозв'язку з рівнем інноваційного розвитку країни, регіону і підприємства.

Як науковий термін поняття "трудоий потенціал" почало застосовуватися в період переходу економіки до інтенсивного типу розвитку.

У різних наукових публікаціях дається неоднозначне тлумачення поняттю "трудоий потенціал", що перешкоджає розгляду його внутрішньої структури як об'єкта дослідження та виявленню закономірностей механізму відтворення трудового потенціалу підприємства.

Аналіз наукової літератури [2 – 12] дозволив виділити декілька основних підходів до визначення категорії "трудоий потенціал підприємства" (рис. 1).

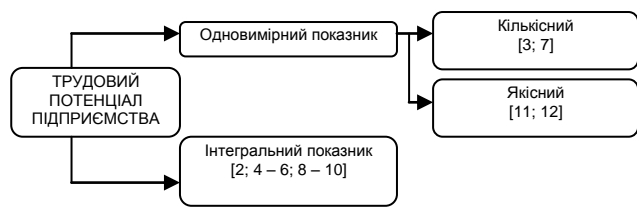


Рис. 1. Підходи до визначення змісту категорії "трудоий потенціал"

Так, одна група авторів [3; 7; 11; 12] розглядає трудоий потенціал як одновимірний показник. У рамках даної групи виділяють авторів [3; 7], що визначають трудоий потенціал як кількісний показник, речовинним змістом якого виступає загальна чисельність працівників підприємства, а також авторів [11; 12], котрі трактують трудоий потенціал як якісний показник, виразом якого є сукупність різних якостей, що визначають працездатність співробітників підприємства.

Інша група авторів [2; 4 – 6; 8 – 10] зробила спробу об'єднати зазначені вище погляди і пропонує розглядати трудоий потенціал підприємства як інтегральний показник, що об'єднує в собі як кількісну, так і якісну характеристики даної категорії.

Таким чином, трудоий потенціал підприємства, з позиції поставлених у рамках даного дослідження цілей, може трактуватися як сукупна чисельність працівників підприємства, що володіють певними характеристиками (освітній, професійний, інтелектуальний рівень, стан здоров'я, психофізіологічні особливості та ін.), у розпорядженні яких знаходяться реальні й потенційні можливості здійснення доцільної діяльності, направленої на створення інноваційного продукту.

Відтворення трудового потенціалу є необхідною умовою забезпечення стійких темпів соціально-економічного розвитку підприємства і суспільства в цілому.

До недавнього часу в соціально-економічній літературі відтворення трудового потенціалу трактувалося як процес забезпечення зростання чисельності працівників, зайнятих на виробництві, або ототожнювалося з планомірною підготовкою,

розподілом і використанням кваліфікованої робочої сили [13]. Проте помилковість даного підходу згодом була доведена рядом чинників: переходом до інтенсивного методу господарювання, появою дефіциту робочої сили, зниженням народжуваності і темпів зростання населення, скороченням тривалості життя, високими показниками смертності, зростанням міграційних потоків усередині країни. Іншими словами, цей підхід не враховував процес відновлення самої робочої сили як сукупності індивідуально-особових характеристик і установок працівників, а також необхідність створення відповідних умов праці. Все це призвело до виникнення об'єктивної потреби в новому осмисленні теорії і практики формування й використання трудового потенціалу підприємства. Таким чином, відтворення трудового потенціалу в сучасному його трактуванні – це процес безперервного постійного оновлення, відновлення і створення можливостей та умов здійснення трудової діяльності людини.

Відносно такої категорії, як трудоий потенціал процес відтворення включає наступні стадії: формування, розподіл, перерозподіл і оптимальне використання (функціонування). Розподіл відтворення трудового потенціалу на ряд самостійних фаз викликаний необхідністю теоретичного обґрунтування та систематизації економічних відносин і зв'язків, що використовуються в процесі дослідження даної категорії [9, с. 16]. Залежно від рівня, на якому розглядається трудоий потенціал – мікро-, макро- або мезорівень, – цілі і завдання його відтворювального процесу відрізнятимуться один від одного. В рамках даного дослідження трудоий потенціал аналізується на рівні підприємства, тобто мікрорівні, що обумовлює виділення тільки тих цілей і завдань кожної фази відтворення, які властиві руху персоналу в рамках підприємства (рис. 2).

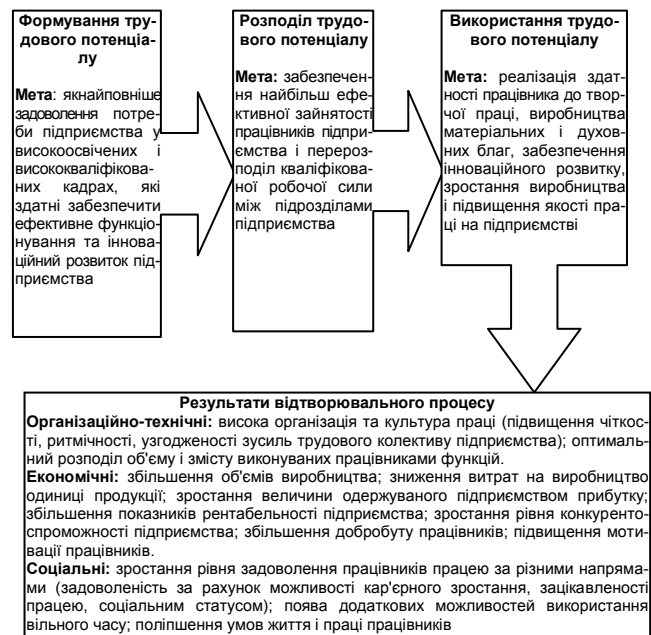


Рис. 2. Процес відтворення трудового потенціалу підприємства

Початковою фазою відтворювального процесу виступає формування трудового потенціалу. Основною метою даного етапу є якнайповніше задоволення потреби підприємства у високоосвічених і висококваліфікованих кадрах, які здатні забезпечити ефективне функціонування й розвиток підприємства. Реалізація цієї мети досягається шляхом вирішення ряду завдань: постійне кількісне збільшення контингенту тих, що працюють на підприємстві, а також підтримка його в стані нормальної життєдіяльності; виробництво життєвих засобів, необхідних для відновлення здібностей людини до праці; всебічний розвиток особи працівника на основі зростання мате-

ріального добробуту і культурного рівня; підготовка й перепідготовка кваліфікованих працівників; якісний розвиток і вдосконалення системи, що забезпечує відповідність персоналу підприємства вимогам виробничих умов.

Таким чином, формування трудового потенціалу підприємства має кількісну і якісну сторони: перша тісно пов'язана з формуванням певного чисельного складу працівників підприємства; друга – з відтворенням у рамках підприємства виробничих відносин і соціальної сфери, яка забезпечує інтелектуалізацію праці працівника.

Особливе місце в системі відтворення трудового потенціалу належить проблемі раціонального його розподілу. Розподіл трудового потенціалу підприємства є складним соціально-економічним процесом розміщення носіїв трудового потенціалу всередині самого підприємства по його підрозділах відповідно до їх професійно-кваліфікаційного складу. Мета цього відтворювального етапу — забезпечення найбільш ефективною зайнятості працівників підприємства і перерозподіл кваліфікованої робочої сили між його підрозділами. У вузькому сенсі фаза розподілу трудового потенціалу включає наступні елементи: соціально-демографічний і професійно-кваліфікаційний розподіл; розміщення працівників по підрозділах підприємства, робочих місцях; організований (з використанням конкурсної основи) розподіл підготовлених працівників, що вивільняються.

Завершальна фаза відтворювального процесу — використання трудового потенціалу підприємства. Вона включає відносини, які складаються в процесі функціонування особистого чинника у виробництві на основі забезпечення повної зайнятості і створення умов для раціонального й ефективного споживання трудових ресурсів підприємства. Основною метою використання трудового потенціалу виступає реалізація здатності працівника до творчої праці, виробництва матеріальних і духовних благ, забезпечення зростання виробництва й підвищення якості праці на підприємстві. Для реалізації цієї мети необхідно вирішити ряд завдань: дослідження резервів і шляхів ефективного використання праці працівників; забезпечення повної та раціональної зайнятості в рамках підприємства; створення необхідних соціально-економічних, організаційно-технічних, морально-психологічних та інших умов для високопродуктивної праці; раціональне використання професійно підготовлених працівників у розрізі окремих підрозділів підприємства.

Розглянуті фази процесу відтворення трудового потенціалу знаходяться в тісному взаємозв'язку. Так, чим більший трудовий потенціал сформований, тим вище його віддача у фазі використання, а використання трудового потенціалу у вигляді отриманого результату, у свою чергу, безпосередньо впливає на формування нової робочої сили. Аналогічним чином, чим раціональніше розподілені носії трудового потенціалу в розрізі окремих підрозділів підприємства, тим більший результат може бути досягнутий від застосування однієї й тієї ж величини сформованого трудового потенціалу. Схемний взаємозв'язок основних етапів процесу відтворення трудового потенціалу підприємства можна подати у вигляді рисунка (рис. 3).

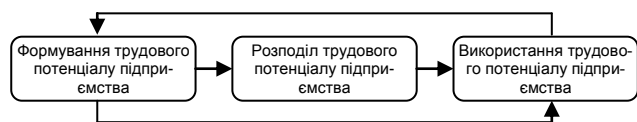


Рис. 3. Схеми взаємозв'язку фаз процесу відтворення трудового потенціалу підприємства

Забезпечення інноваційного процесу на підприємстві вимагає наявності певних матеріальних і людських ресурсів (суб'єктів інновації). Причому в сучасних умовах знання, вміння, трудові навички, ініціатива та інші особові характеристики працівників підприємства стають усе більш важливим стратегічним ресурсом у порівнянні з фінансовим і виробничим капіталом. У даному випадку йдеться не тільки про кількісну характеристику суб'єктів інновації, а й також і про сукупність їх якісних характеристик, реалізованих та нереалізованих можливостей здійснення трудової діяльності, тобто їх потен-

ціал. Під впливом науково-технічного прогресу (НТП) відбувається зміна змісту праці, підвищується загальноосвітній та культурно-технічний рівень і кваліфікація працівників, що, у свою чергу, підвищує інтелектуальний зміст праці та пред'являє нові вимоги до відповідальності й рівня їх кваліфікації. Тобто в даному випадку має місце діалектична взаємодія між рівнем інноваційного розвитку підприємства і станом трудового потенціалу: з одного боку, інноваційний тип розвитку та виробництва впливає на величину і якісний склад трудового потенціалу, а з іншого – стан трудового потенціалу визначає досягнутий підприємством рівень інноваційного розвитку.

Дослідження статистичної інформації дозволило зробити ряд висновків. Наукові і науково-технічні роботи в Україні за даними на 2006 р. здійснювали 1 452 організації, з якої 228, або 15%, розташовані на території Харківської області. У 2005 р. їх величина складала 1 510 та 227 організацій відповідно. Аналізуючи ці дані, можна зробити висновок про те, що, не дивлячись на скорочення загальної кількості організацій, які здійснюють наукові та науково-технічні роботи, частка Харківських підприємств залишається незмінною (15%), і це свідчить про достатньо високий науково-технічний потенціал Харківського регіону та стабільні темпи його розвитку.

Інноваційну активність вітчизняних підприємств можна оцінити також і за допомогою показників, що характеризують частку підприємств, які займаються розробкою та впровадженням інновацій (рис. 4).

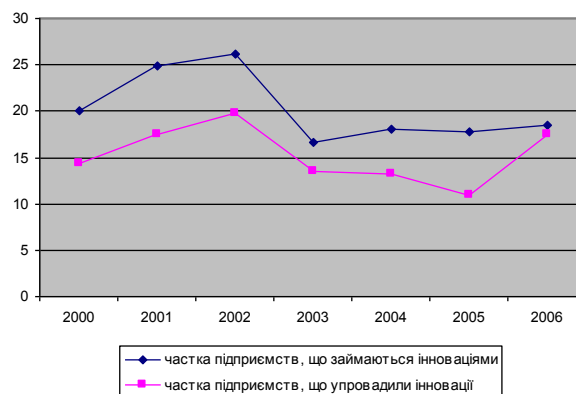


Рис. 4. Динаміка інноваційної активності підприємств Харківської області

Так, у 2006 р. у цілому по Україні частка підприємств, які займаються інноваціями, склала 11,2%, а що упровадили їх, — 10%, що приблизно в 1,5 раза нижче, ніж у 2000 р. Для харківських підприємств ці показники дещо вищі (у 2000 р. частка підприємств, що займаються інноваціями, склала 20%, а у 2006 р. — 18,5%, що в 1,08 раза менше). Зниження даного показника може бути пояснено низьким рівнем мотивації працівників до розробки і впровадження інновацій, що обумовлений недостатнім фінансуванням наукових досліджень з боку держави (рис. 5).

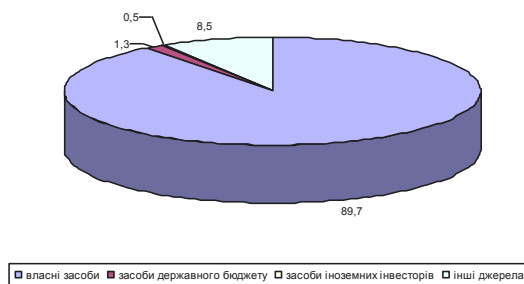


Рис. 5. Джерела фінансування технологічних інновацій на підприємствах Харківської області у 2006 р.

Відносно другого показника (частка підприємств, що упровадили інновації) можна відзначити протилежну загальноукраїнській тенденцію — у 2006 р. частка підприємств, які упровадили інновації, склала 17,5%, що в 1,22 раза більше, ніж у 2000 р. Це говорить про перехід харківських підприємств до інноваційного типу розвитку як такого, що найбільш сприяє підвищенню рівня їх конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішніх ринках.

Ще одним показником, що характеризує науково-технічний потенціал на макрорівні, є показник GERD (Gross Domestic Expenditure on R&D — показник частки витрат на НДДКР у ВВП країни). Для України він також має тенденцію до зниження. На сьогодні його величина практично у 2 рази нижче за середнє показника країн ЄС і США, який складає 1,85% і 2,64% відповідно, і в 3 рази нижче, ніж у Японії (3,04%). Проте порівняно з такими країнами ЄС, як Греція (0,65%), Португалія (0,94%) і Польща (0,56%), цей показник дещо вищий, що свідчить про наявність потенційних можливостей подальшого науково-технічного розвитку України.

Таким чином, перехід вітчизняних підприємств на інноваційний тип розвитку змінює форми організації і зміст праці, зумовлює нові вимоги до працівників, що впливає на відтворювальний процес трудового потенціалу, який складається з трьох послідовних фаз — фази формування, розподілу й використання. Крім змісту цих фаз, у статті також виявлені цілі та завдання, що стоять перед підприємством на кожній з них, і розкритий діалектичний взаємозв'язок між станом трудового потенціалу підприємства та рівнем його інноваційного розвитку.

Література: 1. Шаульська Л. В. Стратегічне управління розвитком і ефективним використанням трудового потенціалу підприємства // Економіка промисловості. — 2004. — №4. — С. 182 — 189. 2. Указ Президента України "Основні напрями розвитку трудового потенціалу в Україні до 2010 року" від 03.08.99 №958/99 // www.rada.gov.ua. 3. Варна Т. Економіка труда / Т. Варна, П. Кокин, В. Маслова, С. Подгаецкий, М. Сорокина. — М.: Юристъ, 2002. — 588 с. 4. Криклій А. С. Теоретико-методологічні основи дослідження трудового потенціалу // Економіка та держава. — 2005. — №8. — С. 61 — 67. 5. Одегов Ю. Г. Трудовой потенциал предприятия: пути эффективного использования / Ю. Г. Одегов, В. Б. Бычин, К. Л. Андреев. — Саратов: Изд. Саратовского университета, 1991. — 336 с. 6. Панкратов А. С. Управление воспроизводством трудового потенциала. — М.: Изд. МГУ, 1988. — 260 с. 7. Петроченко П. Ф. Економіка труда в промышленности / П. Ф. Петроченко, И. Я. Лясников. — М.: Экономика, 1978. — 432 с. 8. Пономаренко В. С. Управление трудовым потенциалом. Научное издание / В. С. Пономаренко, В. М. Гриньова, М. М. Салун, М. М. Новікова, А. Г. Гольдфарб, І. А. Грузіна, О. М. Красносова, С. М. Самійленко, С. І. Струк. — Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. — 348 с. 9. Гармаш А. Підготовка персоналу промислових підприємств / А. Гармаш, Ле Ван Шон // Бізнес-Інформ. — 1997. — №19. — С. 48. 10. Смолінська Т. Дослідження якості трудового потенціалу / Т. Смолінська, С. Л. Решміділова // Вісник Технологічного університету Поділля. — 2001. — №1. — Ч. 2: Економічні науки. — С. 20 — 24. 11. Апостолов О. П. Управление трудовыми ресурсами: справочная помощь / О. П. Апостолов, Л. С. Бляхман, Г. Х. Гендлер. — М.: Экономика, 1987. — 368 с. 12. Щербак В. Г. Управление персоналом предприятия. Научное издание. — Харків: Вид. ХНЕУ, 2005. — 220 с. 13. Панкратов А. С. Трудовой потенциал: социально-экономические аспекты управления процессом его воспроизведения // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. — 1999. — №3. — С. 72 — 86.

УДК 65.011.47

Іпполітова І. Я.

ФОРМУВАННЯ УЗАГАЛЬНЮЮЧОГО ПОКАЗНИКА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

In the given article the author offers the methodical approach to the definition of influence of a level resources output ratio on financial and economic activity of the enterprise, and also a design procedure of a latent parameter which characterizes a level resources output ratio.

В умовах ринкових відносин зростають складність і важливість проблеми управління ресурсозбереженням на підприємствах. На ефективність використання ресурсів підприємства значно впливають ринкові механізми, невизначеність і динамізм зовнішнього середовища, в якому функціонує підприємство. Ефективність видобутку паливно-енергетичних ресурсів є важливим аспектом проблем підприємств нафтогазового комплексу. Проблеми підвищення ефективності нафтогазової галузі тісно пов'язані із завданням скорочення виробничих витрат, зокрема, на видобуток паливно-енергетичних ресурсів. Рівень ресурсоємності видобутку в цей час є серйозною перешкодою для конкурентоспроможності підприємств нафтогазового комплексу [1]. Тому останнім часом виникає потреба у виявленні факторів, що впливають на рівень ресурсоємності видобутку паливно-енергетичних ресурсів, а також у визначенні узагальнюючого показника, що оцінює рівень ресурсоємності. Так, у роботах авторів [2 — 5] значна частина досліджень присвячена аналізу ефективності використання окремих видів виробничих ресурсів: фінансових, трудових, матеріальних, основних фондів; запропонована методика аналізу резервів економії ресурсів [3]; визначені фактори ресурсозбереження підприємств [3, 5], однак вони не дозволяють оцінити рівень впливу ресурсоємності на ефективність фінансового-господарської діяльності та не визначають узагальнюючий показник, який оцінює рівень ресурсоємності в цілому по підприємству.

Отже, виникає необхідність у розробці методичного підходу до визначення впливу рівня ресурсоємності на фінансово-господарську діяльність підприємства та розрахунку узагальнюючого показника, що характеризує рівень ресурсозбереження. Для досягнення поставленої мети необхідно визначити систему вихідних показників для проведення факторного аналізу й формування узагальнюючого показника; провести дослідження статистичних даних підприємств нафтогазового комплексу, використовуючи метод головних компонентів і факторний аналіз для виявлення основних факторів, що відображають вплив рівня ресурсоємності на фінансово-господарську діяльність підприємства; здійснити економічну інтерпретацію отриманих результатів; оцінити рівень ресурсозбереження за допомогою узагальнюючого показника.

Інтерпретація системи показників, що описує рівень ресурсоємності, є досить складною, тому виникає необхідність формування ряду факторів, які дозволять скоротити інформаційну сукупність даних, але при цьому не спотворити вихідну інформацію. Застосування методу головних компонентів і факторного аналізу в проведених дослідженнях дасть можливість виділити головні напрямки зниження ресурсоємності видобутку паливно-енергетичних ресурсів для підприємств даної галузі.

Завдання виділення внутрішніх факторів, що визначають рівень ресурсоємності на підприємстві, вирішуються на персональній ЕОМ за допомогою пакета програм SGW.

Стаття надійшла до редакції
7.12.2007 р.

© Іпполітова І. Я., 2008

Значну частину факторного аналізу становить метод головних компонентів, важливою властивістю якого є ранжирування компонентів за їх внеском у сумарну варіацію (дисперсію) вихідних показників. У перших компонентах відображаються основні закономірності досліджуваного явища, що цікавлять суб'єкт управління. Останні компоненти описують випадкові змінні вихідних показників, що обумовлені малозначними причинами. Основна модель факторного аналізу записується наступною системою рівнянь [6; 7]:

$$x_i = \sum_{j=1}^m I_{ij} f_j + \varepsilon_i; \quad i=1, \quad p; m \leq p, \quad (1)$$

де I_{ij} – навантаження i -ї змінної на j -ї фактор;
 f_j – j -ї фактор;
 ε_i – випадкова величина i -ї змінної;
 m – максимально можлива кількість факторів;
 p – задана кількість ознак.

Виходячи з цієї системи рівностей, передбачається, що значення кожної ознаки можуть бути виражені зваженою сумою латентних змінних f_j , кількість яких менше числа вихідних ознак, і залишковим членом ε_i , з дисперсією ε_i^2 , що діє тільки на x_i , що називають специфічним фактором.

Коефіцієнти I_{ij} називають навантаженнями i -ї змінної на j -ї фактор або навантаженнями j -го фактора на i -ту змінну. Кожен фактор характеризує ті змінні, які мають у ньому максимальне навантаження. У найпростішій моделі факторного аналізу вважається, що фактори f_j взаємно незалежні і їхні дисперсії дорівнюють одиниці, а випадкові величини ε_i теж не залежать від якого-небудь фактора f_j . Максимально можлива кількість факторів m при заданому числі ознак p визначається нерівністю (2), що повинна виконуватися, щоб завдання не вироджувалося в тривіальне:

$$(p + m) \leq (p - m)^2. \quad (2)$$

Суму квадратів навантажень називають спільністю відповідної ознаки x_i , і чим більше це значення, тим краще описується ознака виділеними факторами. Спільність є частиною дисперсії ознаки, що пояснює фактори, а ε_i^2 показує, яка частина дисперсії вихідної ознаки залишається непоясненою при наборі факторів, що використовувалися.

Кількість істотних факторів, які спричиняють характер цілісності виробничого потенціалу підприємств, визначається за умови, що отримані фактори в сумі пояснюють не менше 70% усієї вихідної варіації оцінних показників, скорочуючи при цьому кількість показників без втрати важливої інформації. Шляхом простого виключення вихідних показників, що заважають, подібний ефект не досягається, тому що виключення будь-якого показника означає втрату частини корисної інформації.

Розрахунок головних компонентів здійснюється за наступним алгоритмом (рисунок) [6; 7].



Рис. Блок-схема алгоритму методу головних компонентів

Для проведення факторного аналізу (тип факторизації – головні компоненти) була сформована матриця вихідних даних, рядками якої є об'єкти (кількісні характеристики рівня ресурсоемності), стовпцями – аналізовані показники, тобто критерії оцінки об'єктів.

До показників, які оцінюють різні аспекти використання ресурсів на підприємстві, були відібрані наступні групи показників:

1) показники, що визначають рівень використання матеріальних ресурсів: матеріалоемність, питома вага матеріальних витрат у витратах на виробництво продукції;

2) показники, які визначають рівень використання трудових ресурсів: трудомісткість, питома вага витрат на оплату праці у витратах на виробництво продукції, коефіцієнт витрат на реалізацію й управління, відношення реалізованої продукції до фонду заробітної плати;

3) показники, що визначають рівень використання фінансових ресурсів: співвідношення позикових і власних засобів (коефіцієнт ризику), коефіцієнт автономії, оборотність активів, обігів, коефіцієнт рентабельності активів;

4) показники, які визначають ефективність використання ОВФ: фондодідача, фондоємність;

5) показники, що визначають загальний рівень використання ресурсного потенціалу підприємств: коефіцієнт виробничої собівартості реалізованої продукції, ресурсоемність, рентабельність реалізованої продукції.

Вибір показників здійснювався з урахуванням можливості їх розрахунку на основі існуючої статистичної звітності (форма №1 "Баланс підприємства", форма №2 "Звіт про фінансові результати", форма №11-ОФ "Звіт про наявність та рух основних фондів, амортизації та зносу").

Так, вихідна система показників трансформується в систему нових агрегованих та незалежних між собою факторних показників, які становлять ортогональні компоненти вихідної системи показників.

У якості методу, обраного для оцінювання ефективності використання ресурсів підприємства, виступає метод таксономії. Оцінку рівня ресурсоемності підприємств можна здійснювати за допомогою часткових показників (окремих показників, що входять у групу) або синтезуючого (узагальнюючого) показника, що полегшує процес порівняння досліджуваних підприємств. Для оцінювання ефективності ресурсозбереження було виділено такі ж групи часткових показників, що й для проведення факторного аналізу. Процес моделювання узагальнюючого показника дозволяє привести в порівнянний розмірний вигляд різномірні часткові показники, що характеризують різні складові ресурсоемності. Дане завдання може бути вирішено за допомогою економіко-математичного методу таксономії й використання ПЕОМ. Метою розрахунку таксономічного коефіцієнта оцінки рівня використання різних груп ресурсів підприємства є порівняння підприємства з умовним еталонним підприємством, що має найкращі результати за аналізованими показниками. Істотна перевага розрахунку даного таксономічного показника – застосування для основи розрахунку цього показника не суб'єктивної експертної оцінки, а найбільш високих результатів показників з усієї досліджуваної сукупності підприємств. Таким чином, еталоном є підприємство, що має найкращі показники, тобто з усіх аналізованих підприємств вибираються найкращі показники й з них формується підприємство-еталон. Кращим вважається підприємство з мінімальним значенням таксономічного показника оцінки рівня ресурсоемності. Розрахунок цього показника починається з формування матриці вихідних даних, рядками якої є об'єкти (складової оцінки рівня ресурсоемності), стовпцями – аналізовані показники, тобто критерії оцінки об'єктів, так само, як для проведення факторного аналізу.

Оскільки ознаки об'єктів непорівнянні, то виконується їх перетворення (нормування або стандартизація показників) у безрозмірний вигляд за наступною формулою:

$$Z_{ij} = \frac{X_{ij} - \bar{X}_j}{S_j}, \quad (3)$$

де Z_{ij} – нормована ознака j для i -го об'єкта;
 X_j – середньоарифметичне значення j -го показника;
 S_j – стандартне відхилення показника:

$$S_j = \left[\frac{1}{m} \sum_i (X_{ij} - \bar{X}_j)^2 \right]^{\frac{1}{2}}. \quad (4)$$

Потім формується вектор-еталон, $Z_{0j} = (Z_{01}, Z_{02}, \dots, Z_{0n})$, що визначає умовний об'єкт, якому приписуються найкращі з погляду аналізованих ознак і мети дослідження рівня ресурсоемності підприємств значення параметрів стандартизованої матриці. Після цього визначається багатовимірна евклідова відстань кожного об'єкта до еталона:

$$d_{i0} = \left[\sum_j (Z_{ij} - Z_{0j})^2 \right]^{\frac{1}{2}}. \quad (5)$$

Визначається середнє значення евклідової відстані за всіма об'єктами до еталона:

$$\bar{d}_0 = \frac{1}{m} \sum_i d_{i0}. \quad (6)$$

Обчислюється середньоквадратичне відхилення багатовимірних відстаней:

$$S_0 = \left[\frac{1}{m} \sum_i (d_{i0} - \bar{d}_0)^2 \right]^{\frac{1}{2}}. \quad (7)$$

Визначається параметр:

$$d_0 = \bar{d}_0 + 2S_0. \quad (8)$$

Розраховується таксономічний коефіцієнт ефективності використання ресурсів кожного об'єкта:

$$\eta_i = 1 - \frac{d_{i0}}{d_0}. \quad (9)$$

Після чого відбувається ранжування значень таксономічного коефіцієнта, визначається траєкторія кількісної зміни ефективності використання ресурсів j -го підприємства за певний проміжок часу ΔT у вигляді:

$$f_{U_{R_j}^0}(\Delta T) = \{U_{R_j}^0(t_1), U_{R_j}^0(t_2), \dots, U_{R_j}^0(t_i)\}, \quad t_i \in \Delta T, \quad (10)$$

де $f_{U_{R_j}^0}(\Delta T)$ – траєкторія кількісної зміни ефективності використання ресурсів j -го підприємства за певний проміжок часу;

$U_{R_j}^0(t_i)$ – кількісні значення таксономічного показника ефективності використання ресурсів j -го підприємства на певний момент часу $t = t_i$.

За наведеним алгоритмом знаходиться кожний узагальнюючий таксономічний показник за кожною групою показників, що характеризують різні аспекти використання ресурсів підприємства. Після чого відбувається знаходження узагальнюючого показника ефективності ресурсозбереження на підприємстві:

$$I = \sqrt{I_1 \times I_2 \times I_3 \times I_4 \times I_5}, \quad (11)$$

де I – рівень ресурсозбереження на підприємстві;
 I_1 – ефективність використання матеріальних ресурсів;
 I_2 – ефективність використання трудових ресурсів;
 I_3 – ефективність використання фінансових ресурсів;
 I_4 – ефективність використання ОВФ;
 I_5 – ефективність використання ресурсного потенціалу підприємств.

Останній показник становить таксономічний показник, який синтезує такі часткові показники, як коефіцієнт виробничої собівартості реалізованої продукції, ресурсоемність [1], рентабельність реалізованої продукції за певний період часу та підприємствами. Він дозволяє визначити, наскільки ефективно було використано ресурсні можливості підприємства.

Отже, кількісну оцінку рівня ресурсоемності можна здійснювати за наступними етапами:

- 1) формулювання мети дослідження та постановка завдання відповідно до мети дослідження;
- 2) вибір системи показників для оцінки рівня ресурсоемності;
- 3) збирання та систематизація вихідних даних для проведення аналізу;
- 4) вибір та обґрунтування результуючого показника ефективності використання ресурсів підприємства;
- 5) проведення факторного аналізу за типом факторизації методів головних компонентів для оцінки рівня впливу ресурсоемності на фінансово-господарську діяльність досліджуваних підприємств;
- 6) здійснення оцінки рівня ресурсоемності за допомогою узагальнюючого показника;
- 7) аналіз розрахованого показника в динаміці для виявлення резервів зі зниження ресурсоемності видобутку паливно-енергетичних ресурсів;
- 8) розробка заходів зі зниження ресурсоемності видобутку паливно-енергетичних ресурсів залежно від її рівня;
- 9) реалізація заходів зі зниження ресурсоемності та оцінка її ефективності.

Таким чином, даний методичний підхід до аналізу взаємозв'язку результатів фінансово-господарської діяльності та рівня ресурсоемності на підприємствах, що базується на застосуванні факторного аналізу, дозволяє визначити фактори ресурсоемності, що відображають основні закономірності досліджуваного явища. Запропонований узагальнюючий показник дозволяє об'єктивно оцінити рівень ресурсозбереження та проводити аналіз його відповідності цілям підприємства залежно від значення цього показника.

Практична значущість запропонованого методичного підходу до оцінювання ефективності управлінських рішень щодо ресурсозбереження полягає в його застосуванні при управлінні ресурсозбереженням на підприємствах через розрахований узагальнюючий показник ресурсоемності.

У подальших дослідженнях автор планує зосередити увагу на розробленні методичного підходу до прийняття управлінських рішень із ресурсозбереження на основі розрахованого узагальнюючого показника.

Література: 1. Ипполитова И. Я. Оценка влияния ресурсосбережения на эффективность деятельности предприятия // Сб. науч. тр. "Экономические проблемы и перспективы стабилизации экономики Украины". – Донецк: Институт экономики промышленности НАН Украины, 2002. – С. 217 – 227. 2. Рубан Л. О. Мотивация снижения материальных затрат в системе маркетинга // Придніпровський науковий вісник. – 1998. – №74(141). – С. 22 – 25. 3. Иванов Н. И. Методические подходы к решению проблемы ресурсосбережения / Н. И. Иванов, Л. Т. Хижняк, Д. В. Липницький. – Донецк: Институт экономики промышленности НАН Украины, 1997. – 28 с. 4. Конищева Н. И. Управление ресурсосбережением на предприятиях новых форм хозяйствования / Н. И. Конищева, Р. И. Балашова // Сб. науч. тр. "Современные проблемы управления экономикой". – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1994. – С. 133 – 144. 5. Фатхутдинов Р. А. Производственный менеджмент. – 4-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – 492 с. 6. Иберла К. Факторный анализ. – М.: Статистика, 1980. – 400 с. 7. Сгоршин О. О. Методи багатовимірної статистичного аналізу: Навч. посібник / О. О. Сгоршин, А. М. Зосімов, В. С. Пономаренко. – К.: ІЗМН, 1998. – 208 с.

ОБЪКТНАЯ МОДЕЛЬ ВЫЯВЛЕНИЯ ПРОБЛЕМНЫХ СИТУАЦИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ

Within the limits of the mechanism of diagnostics of problem situations in a control system of the enterprises development the objective model of revealing of problem situations at the enterprise, developed on the basis of cognitive modelling, is offered. The example of construction the situation cognitive card at the enterprise is considered.

Выявление и формулировка проблемной ситуации является одним из наиболее сложных и ответственных этапов ситуационного механизма управления развитием предприятия, требующих учета множества факторов, особенностей развития и функционирования предприятия в современных экономических условиях. В источнике [1] выявление ситуаций сопоставляется с диагностикой деятельности предприятия. Причем, как отмечает Е. В. Раевнева [2], распознавание состояния исследуемого объекта можно трактовать как оценку состояния предприятия, а также как определение принадлежности состояния к тому или иному классу (кластеру). Так, будем рассматривать диагностику как процесс установления и изучения признаков, характеризующих состояние экономической системы, для предсказания возможных отклонений и предотвращения нарушений нормального режима их работы [3]. При этом среди задач диагностики деятельности предприятия выделим следующие:

- идентификацию реального состояния анализируемого объекта;
- исследование состава и свойств объекта, его сравнение с известными аналогами или базовыми характеристиками, нормативными величинами;
- выявление изменений в состоянии объекта в пространственно-временном разрезе;
- установление основных факторов, вызвавших изменения в состоянии объекта, и учет их влияния.

Анализ методических подходов к проведению диагностики финансово-хозяйственной деятельности предприятия показал, что экономическая диагностика имеет богатый методический аппарат и инструментарий [4; 5]. Однако большинство подходов, моделей и методов анализа эффективности и определения состояния предприятия приводит к тому, что сами процессы данного анализа "лежат в разных плоскостях", несинхронизированы либо включают эвристические экспертные методы, что обуславливает отсутствие четких общепринятых методик измерения показателей и неоднозначность представления о ситуации на предприятии вследствие ее субъективной интерпретации специалистами. В связи с этим требуется использование новых подходов к разработке формальных моделей и методов идентификации проблем, формирование целей и множества альтернатив их достижения в системе управления развитием предприятия.

Целью данной статьи является разработка такой объектной модели выявления проблемных ситуаций, которая позволяла бы качественно различать ситуации, определять источники возникновения проблемных ситуаций и их влияние на деятельность и развитие предприятий.

В работе [1] Р. Н. Лепа отмечает, что, анализируя деятельность предприятия, ситуации следует моделировать в текущем моменте времени, что учитывается при определении текущего состояния системы, и агрегировать их с начала отчетного или планового периода с целью определения ситуации в целом, а после – глобальной ситуации (обстановки).

Так, введем вектор $S(t)$ – некоторый набор сигналов, представляющий статический срез информации о предприятии в момент времени t ; $\hat{S}(\cup S(t)|t \in [0; \hat{t}])$ – совокупность ситуаций $S(t)$ до момента времени \hat{t} ; $O(\hat{S}, I_{\hat{S}})$ – глобальная ситуация или обстановка, которая характеризуется набором ситуаций, произошедших к моменту времени \hat{t} , и представлением субъекта управления о \hat{S} .

В силу того, что процессы развития, происходящие на предприятии, характеризуются многоаспектностью, взаимосвязанностью, динамичностью, неопределенностью и, как результат, слабоструктурированностью системы в целом, для определения состояния предприятия предлагается использовать объектную модель выявления проблемных ситуаций на предприятии (рис. 1), построенную на базе инструментария когнитивного моделирования, который позволяет формализовано описать качественные и количественные элементы системы и связи между ними, исследовать поведение системы, а также ее структурные свойства.

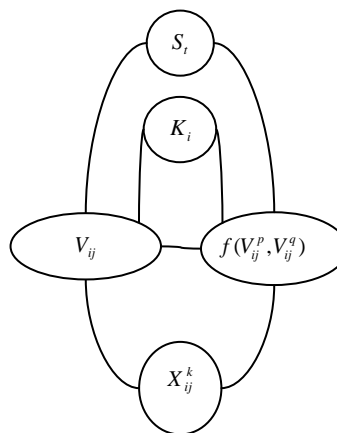


Рис. 1. Объектная модель выявления проблемных ситуаций в системе управления развитием предприятия

В рамках объектной модели выявления ситуаций в управлении развитием на предприятии автором предлагается построение когнитивной карты ситуации.

В качестве примера структурного представления ситуации в системе управления развитием предприятия рассмотрим когнитивную карту ситуации, представленную на рис. 2. Множество процессов и функций предприятия изначально объединяются в общие отличительные друг от друга группы — *направления отслеживания деятельности предприятия* ($K_i, i = 1, \bar{n}$), по которым и будет производиться оценка эффективности функционирования предприятия. В качестве направлений отслеживания деятельности предприятия в рассматриваемой когнитивной карте использованы ключевые сферы управления, предложенные авторами BSC – Balance Scorecard [6]: "финансы", "рынок/клиенты", "процессы" и "обучение и рост". В свою очередь, блок "процессы" разделен еще на три направления: стратегические, основные и обеспечивающие процессы [1]. Таким образом, множество процессов и функций предприятия в когнитивной карте объединены в шесть основных направлений, которые будут использоваться для дальнейшего отслеживания состояния предприятия.

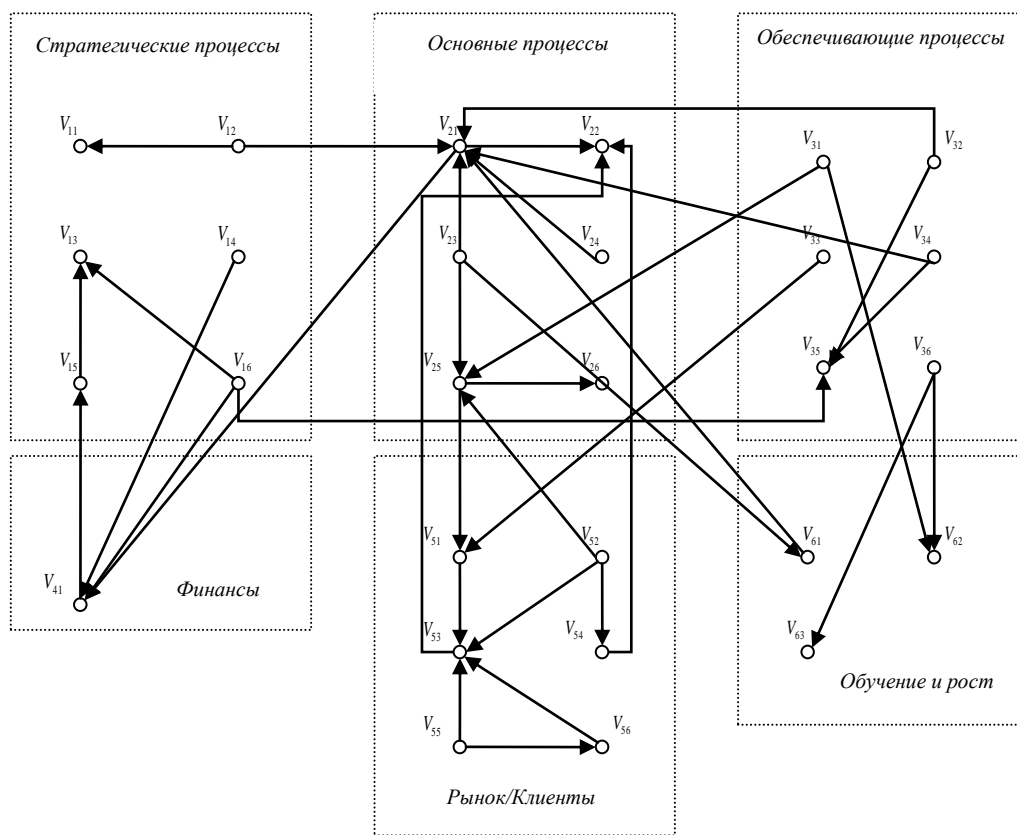


Рис. 2. Когнитивная карта ситуации на предприятии

Далее по каждому из направлений отслеживания K_i выделяются узлы отслеживания деятельности предприятия (V_{ij}) – определенные процессы, объекты или функции на предприятии, которые требуют постоянного наблюдения и выявления отклонений. Их количество для каждого направления должно быть аргументировано и обосновано. При этом для каждого направления отслеживания характерны собственные узлы отслеживания деятельности предприятия, причем не обязательно для разных направлений отслеживания должно быть равное количество узлов отслеживания. Так, например, для направления "основные процессы" узлами являются: V_{21} – производство, V_{22} – сбыт, V_{23} – инвестиции, V_{24} – МТС, V_{25} – маркетинг, V_{26} – сервис. Аналогично для оставшихся пяти направлений отслеживания деятельности предприятия также определены узлы отслеживания: для "стратегических процессов" – управление проектами, определение бизнес-процессов, разработка целей, аудит, стратегическое и тактическое планирование, контроль; для "обеспечивающих процессов" – техническая подготовка производства, техническая поддержка производства, управление качеством, инновации, экологическая безопасность, информационные ресурсы; для "финансов" – учет и отчетность; для "рынка" – конкурентоспособность, исследование рынка, формирование спроса, каналы товарооборота, реклама, стимулирование покупателей; для "обучения и роста" – человеческие ресурсы, системы, организационные процедуры. Выделенные узлы отслеживания деятельности предприятия выступают в качестве вершин когнитивной карты ситуации.

Каждому из таких узлов ставится в соответствие набор параметров X_{ij}^k (1):

$$V_{ij} = \{X_{ij}^1, X_{ij}^2, \dots, X_{ij}^k, \dots, X_{ij}^K\}, k = \overline{1, K}. \quad (1)$$

Если $k > 1$, тогда для узла отслеживания V_{ij} рассчитывается значение интегральной характеристики узла отслеживания деятельности предприятия (2):

$$V_{ij}^t = \sum_{k=1}^K X_{ij}^{kt} \alpha, k = \overline{1, K}, t = \overline{0, \hat{t}}, \quad (2)$$

где α – весовые коэффициенты характеристик X_{ij}^{kt} . При этом обеспечение соизмеримости характеристик достигается за счет нормализации в диапазоне $[\underline{x}, \overline{x}]$ или масштабирования их значений с помощью формул (3) и (4) соответственно [5]:

$$\hat{X}_{ij}^{kt} = \frac{X_{ij}^{kt} - \underline{X}_{ij}^{kt}}{\overline{X}_{ij}^{kt} - \underline{X}_{ij}^{kt}} (\overline{x} - \underline{x}) + \underline{x}, \quad (3)$$

$$\hat{X}_{ij}^{kt} = \frac{X_{ij}^{kt} - \mu}{\sigma}, \quad (4)$$

где \overline{X}_{ij}^{kt} – максимальное значение характеристики X_{ij}^{kt} ; \underline{X}_{ij}^{kt} – минимальное значение характеристики X_{ij}^{kt} ; μ и σ – среднее значение и среднеквадратическое отклонение характеристик, вычисляемые по следующим формулам:

$$\mu = \frac{1}{K} \sum_{k=1}^K X_{ij}^{kt}, \quad (5)$$

$$\sigma = \sqrt{\frac{1}{K-1} \sum_{k=1}^K (X_{ij}^{kt} - \mu)^2}. \quad (6)$$

Далее когнитивной картой ситуации определяются непосредственные взаимосвязи между узлами путем рассмотрения причинно-следственных цепочек, описывающих распространение влияния процессов, объектов или функций на предприятии друг на друга. Каждая связь между узлами когнитивной карты раскрывается до соответствующего уравнения или совокупности функций. Формализовано такие взаимосвязи представляются функциями преобразования дуг $(f(V_{ij}^p, V_{ij}^q), p \neq q)$ и отражают взаимосвязь между узлами отслеживания деятельности предприятия (V_{ij}^t) .

Таким образом, результатом применения объектной модели выявления ситуаций на предприятии будет вектор $S(t)$, содержащий множество нормированных характеристик \hat{X}_{ij}^{kt} , формирующих статический срез состояния предприятия в некоторый момент времени t . В таком случае $\hat{S}(\cup S(t)|t \in [0; \hat{t}])$ — совокупность ситуаций $S(t)$, произошедших к моменту времени \hat{t} , можно представить в следующем виде:

$$\hat{S} = \left\| \begin{array}{l} \kappa_i, \forall K_i^t, i = \overline{1, n} \\ v_j, \forall V_{ij}^t, j = \overline{1, m} \\ \chi_k, \forall X_{ij}^{kt}, k = \overline{1, K} \\ \varphi_r, \forall f_{(ij)2}^{(ij)1}(V_{ij}^p, V_{ij}^q), p \neq q, r = \overline{1, R} \end{array} \right\|, t = \overline{0, \hat{t}}. \quad (7)$$

Динамический анализ последовательности \hat{S} за период $[0; \hat{t}]$ дает представление о ситуации в целом. При этом матрица \hat{S} содержит характеристики по каждому из узлов отслеживания деятельности предприятия V_{ij} за период времени $[0; \hat{t}]$.

Таким образом, предпосылкой подготовки и принятия решений о создании управленческих воздействий является наличие проблемной ситуации, то есть неприемлемое отклонение в значениях показателей развития предприятия от целевых (желаемых) или стандартных (допустимых) значений, результатом этого процесса — реализация самого управленческого решения. В связи с этим после применения объектной модели выявления проблемных ситуаций необходимыми становятся инициализация и ранжирование ситуаций в зависимости от степени проблемности, а также идентификация ситуации по выявленным наборам характеристик. Так, получив соответствующее развитие, механизм диагностики проблемных ситуаций на предприятии позволит эффективно организовывать процесс отслеживания деятельности предприятия, качественно различать ситуации, определять источники возникновения проблемных ситуаций и их влияние на развитие предприятий.

Литература: 1. Лепя Р. Н. Ситуационный механизм подготовки и принятия управленческих решений на предприятии: Монография. — Донецк: ООО "Юго-Восток, Лтд", 2006. — 308 с. 2. Расневна О. В. Управление развитием предприятия: методология, механизмы, модели: Монография. — Харьков: ВД "ИНЖЕК", 2006. — 496 с. 3. Диагностический метод исследования систем управления // <http://examen.od.ua/uvpravlenn/page120.html> 4. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 216 с. 5. Крепкий Л. М. Экономическая диагностика предприятия. Методология, методика, организация, диагнозы, пути совершенствования. — М.: ЗАО "Изд. "Экономика", 2006. — 216 с. 6. Коробков А. The Balanced Scorecard — новые возможности для эффективного управления // <http://cfm.ru/management/bsc.shtml>

Стаття надійшла до редакції
30.01.2008 р.

УДК 658.78

Овсянкіна А. Ю.
Бабіч І. В.

АНАЛІЗ ІСНУЮЧИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ СКЛАДСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

In this article the authors analyze the existing approaches to the estimation of warehousing at enterprises, expediency of their application. Formulas for accounting concrete parameters are offered.

Сьогодні вітчизняні підприємства мають розв'язувати гостру проблему нестачі коштів на фоні тяжкої конкурентної боротьби та недосконалого законодавства. Значна частина витрат торгівельних підприємств пов'язана зі складуванням. Ці витрати також мають місце й у промислових підприємств. Тому вдосконалення процесу складування є важливим для них з метою підвищення ефективності їх функціонування в ринковому середовищі.

В економічній літературі існують різні підходи до оцінки ефективності роботи складу [1 – 7]. Вибір системи економічних показників впливає як на ефективність управління й планування складської діяльності, так і на ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства в цілому.

Метою статті є аналіз існуючих підходів до оцінки складської діяльності підприємства.

Для оцінки стану складської діяльності підприємства В. Волгін використовує ряд економічних показників, які наведені в табл. 1 [2, с. 52 – 54]. Ці показники, на думку В. Волгіна, мають забезпечувати комплексну оцінку ефективності роботи складу. Такий підхід є загальним і відповідає сучасним умовам.

С. Ільєнкова для оцінки роботи складу пропонує розрахувати деякі інші економічні показники, які зведені в табл. 2 [5]. Цей підхід є фрагментарним, оскільки не відображає загальну картину про рівень складської діяльності в цілому на підприємстві. Автор приділяє значну увагу оцінці ефективності використання устаткування. Але, враховуючи те, що на складську техніку підприємства витрачають великі кошти, увага до цієї сторони витрат є доцільною.

Г. Демічев пропонує розраховувати шість груп економічних показників [3, с. 191 – 202], за допомогою яких можна оцінити рівень складської діяльності підприємства (табл. 3).

Таблиця 1

Економічні показники оцінки ефективності роботи складу, що запропоновані В. Волгіним [2]

№ рядка	Найменування показника	Умовне позначення показника	Умовне позначення елементів показника	Формула розрахунку показника
1	2	3	4	5
1. Узагальнюючі показники, що характеризують ефективність роботи складу				
1.1	Загальний вантажообіг складу, т/рік	Гз	Нп – кількість отриманих вантажів, т; No – кількість відправлених вантажів, т; Т – період часу, що аналізується, рік/день/місяць	$G_z = \frac{Nn + No}{T}$
1.2	Вантажообіг складу по прибуттю, т/рік	Гп	Нп – кількість отриманих вантажів, т; Т – період часу, що аналізується, рік/день/місяць	$G_n = \frac{Nn}{T}$
1.3	Вантажообіг по відправленню, т/рік	Го	No – кількість відправлених вантажів, т; Т – період часу, що аналізується, рік/день/місяць	$G_o = \frac{No}{T}$

Закінчення табл. 1

Закінчення табл. 2

1	2	3	4	5
14	Питомий вантажообіг складу, т/рік/м ²	Гпит	Гз – загальний вантажообіг складу, т/рік; S – площа складу, м ²	$G_{пит} = \frac{G_z}{S}$
15	Коефіцієнт нерівномірності завантаження складу	Кн	Gmax – вантажообіг найбільш напруженого місяця, т; Gcp – середньомісячний вантажообіг складу, т	$K_n = \frac{G_{max}}{G_{cp}}$
16	Показник зберігання вантажу, т-дб	Qз	Pс – кількість тонн вантажу в партії, т; C – кількість дб зберігання, дб	$Q_z = P_c \times C$
17	Коефіцієнт оборотності вантажів на складі	Ко	Gз – загальний вантажообіг складу, т/рік; Ng – кількість вантажу, що може вмістити склад, т (м ³)	$K_o = \frac{N_s}{N_c}$
18	Витрати складу, грн.	A	Aз – витрати на організацію зберігання вантажу, грн.; Aадм – адміністративні витрати, грн.	$A = A_z + A_{адм}$
19	Собівартість зберігання вантажу, грн.	Cз	A – витрати складу, грн.; Qз – показник зберігання, т-дб	$C_z = \frac{A}{Q_z}$
1.10	Прибуток складу (для складів, що надають послуги зі зберігання), грн.	Пс	Ст. – ставка за послуги зберігання за тижня-добу зберігання, грн./т-дб; Cз – собівартість зберігання вантажу, грн.; No – кількість оплачених т-дб, шт.	$P_c = (C_m - C_z) \times N_o$
1.11	Продуктивність праці робітників, зайнятих на складських роботах	Птр	Gз – вантажообіг складу загальний, т/рік; P – кількість усіх оперативних та підсобних робітників складу	$P_{тр} = \frac{G_z}{P}$
1.12	Коефіцієнт оборотності запасів за вартістю	Коз	Co – вартість відвантажених товарів у період, що аналізується, грн.; Ccp – середня вартість запасів у той самий період, грн.	$K_{oz} = \frac{C_o}{C}$
1.13	Забезпеченість товарообігу товарними запасами	Z	zk – запас на кінець періоду, т; T1 – одноденний товарообіг, т	$Z = \frac{z_k}{T_1}$
1.14	Період оновлення запасів	To	Ко – коефіцієнт оборотності вантажів на складі	$T_o = \frac{12}{K_o}$
1.15	Запасомістість	Ze	zk – запас на кінець періоду, т; Gз – вантажообіг складу за період, т/період	$Z_e = \frac{z_k}{T_z}$
2. Показники, що характеризують ефективність використання складських площ				
2.1	Місткість складу	Ng	Ng – кількість вантажу, що може вмістити склад, т (м ³)	
2.2	Корисна площа складу	Sk	Ng – кількість вантажу, що може вмістити склад, т; Hг – висота укладання вантажу, м	$S_k = \frac{N_c}{H_c}$
2.3	Коефіцієнт використання місткості складу	Ks	Ni – кількість вантажу в і-й період, що аналізується, т (м ³); Ng – кількість вантажу, що може вмістити склад, т (м ³)	$K_s = \frac{N_i}{N_c}$
2.4	Вантажнонапруженість складу	Rc	Ni – кількість вантажу в тоннах чи м ³ у період, що аналізується, т; Sз – площа складу, що використовується для зберігання, м ²	$R_c = \frac{N_i}{S_z}$
3. Показники, що характеризують рівень збереженості вантажу на складі				
3.1	Кількість випадків небережності та псування вантажу з вини працівників складу, шт.	X		
3.2	Коефіцієнт неліквідів	Кнл	zl – запас неліквідів за вартістю (вагою, обсягом), грн.; z3 – загальний запас за вартістю (вагою, обсягом), грн.	$K_{нл} = \frac{z_1}{z_3} \times 100\%$

Таблиця 2

Економічні показники оцінки ефективності роботи складу, що запропоновані С. Ільською [5]

№ рядка	Найменування показника	Умовне позначення показника	Умовне позначення елементів показника	Формула розрахунку показника
1	2	3	4	5
1. Показники, що характеризують ефективність використання машин				
1.1	Коефіцієнт використання парку машин	Кв. п.	H1 – кількість машин, що знаходяться в експлуатації; H2 – списочна кількість машин	$K_{в.п.} = \frac{H_1}{H_2}$
1.2	Коефіцієнт використання машин протягом доби	Кв. д.	П1 – втрати часу через неповне використання змін, год.; Тсм – продуктивність роботи машин протягом доби, т/год.	$K_{в.д.} = \frac{24 - П_1}{24} = \frac{T_{см}}{24}$
1.3	Коефіцієнт екстенсивного завантаження машин	Кек	Тсм – продуктивність роботи машин протягом доби, т/год.; H1 – кількість машин, що знаходяться в експлуатації; H2 – списочна кількість машин; Тфакт – фактичне завантаження машин; Тмакс – максимальне завантаження машин	$K_{ек} = \frac{T_{см}}{24} \times \frac{H_1}{H_2}$, тобто $K_{ек} = K_{в.п.} \times K_{в.д.}$, тобто $K_{ек} = \frac{T_{факт}}{T_{макс}}$

1	2	3	4	5
1.4	Коефіцієнт використання робочого часу машин	a	Tr – час корисної роботи машин; Tф – фактичний час роботи машин	$a = \frac{T_r}{T_f}$
1.5	Продуктивність машин періодичної дії, т/год.	П	Tц – час одного циклу роботи; y – фактична вага підйому вантажу механізмом за цикл, т	$P = \frac{3600}{T_c} \times y$
1.6	Кількість циклів, що робляться механізмом за годину роботи, шт.	n	Tц – час одного циклу роботи	$n = \frac{3600}{T_c}$
1.7	Коефіцієнт ефективності завантаження машин	Кеф	Op – фактично виконаний обсяг роботи, т; Tм – максимальний час використання машин, год.; Чр – година продуктивності механізму, т/год.	$K_{еф} = \frac{O_p}{T_m \times Ч_r}$
1.8	Тривалість циклу роботи механізму періодичної дії, сек.	Tц	t1, t1 – час захоплення та встановлення вантажу, сек.; h1, h2 – висота підйому та опускання вантажу, сек.; Vп – швидкість підйому вилок, м/сек.; l1, l2 – відстань переміщення навантажувача з вантажем та без вантажу, м; Vr, Vh – швидкість руху навантажувача з вантажем та без вантажу, м/сек.; Vo – швидкість опускання вантажу, м/сек.	$T_c = t_1 + \frac{h_1}{V_p} + \frac{l_1}{V_r} + \frac{h_2}{V_o} + t_2 + \frac{l_2}{V_h}$
1.9	Коефіцієнт продуктивності машин	КП	K ^ф _ц – фактична кількість циклів за годину; K ^р _ц – розрахункова кількість циклів за годину; Уф – фактична вага підйому вантажу механізмом за цикл, т; Ур – вантажопідйомність механізму, т	$K_{П} = \frac{K_{ц}^f \times У_f}{K_{ц}^r \times У_r}$
1.10	Коефіцієнт інтенсивного завантаження машин	Кін	a – коефіцієнт використання робочого часу; КП – коефіцієнт продуктивності машин; Tr – час корисної роботи машин; Tф – фактичний час роботи машин; K ^ф _ц – фактична кількість циклів за годину; K ^р _ц – розрахункова кількість циклів за годину; Уф – фактична вага підйому вантажу механізмом за цикл, т; Ур – вантажопідйомність механізму, т	$K_{ін} = a \times K_{П} = \frac{T_r}{T_f} \times \frac{K_{ц}^f \times У_f}{K_{ц}^r \times У_r}$
2. Узагальнюючі показники, що характеризують ефективність роботи складу				
2.1	Корисна площа складу, м ²	Sk	qз – розмір встановленого запасу на складі, т; σ – навантаження на 1 м ² площі складу, т/м ²	$S_k = \frac{q_z}{\sigma}$
2.2	Місткість складу, т	Ng	Fс – площа, що використовується безпосередньо для складування вантажу, м ² ; qt – вагоме навантаження, т/м ²	$N_c = F_c \times q_m$
2.3	Середній термін зберігання вантажів на складі, дб	t ^{ср} _{зп}	Qз – показник зберігання, т-дб; Gз – вантажообіг складу загальний, т/рік	$t_{зп}^{ср} = \frac{Q_z}{G_z}$
2.4	Коефіцієнт використання місткості складу	Kс	Ng – кількість вантажу, що може вмістити склад, т (м ³); T – період роботи складу, днів; Gз – вантажообіг складу загальний, т/рік	$K_c = \frac{N_c \times T}{G_z}$
2.5	Обіг складу (кількість обертів)	По	t ^{ср} _{зп} – середній термін зберігання вантажів на складі, дб; T – період роботи складу, днів	$P_o = \frac{T}{t_{зп}^{ср}}$
2.6	Пропускна спроможність складу, т	Зп	Ng – кількість вантажу, що може вмістити склад, т (м ³); T – період роботи складу, днів; t ^{ср} _{зп} – середній термін зберігання вантажів на складі, дб; По – обіг складу	$Z_p = \frac{N_c \times T}{t_{зп}^{ср}} = N_c \times P_o$
3. Показники, що характеризують рівень використання навантажувально-розвантажувального устаткування				
3.1	Коефіцієнт використання устаткування за часом	Квр	Tк – загальний календарний період, год.; Tпл – плановий ремонт, год.; Tф – фактичний час роботи машин	$K_{вр} = \frac{T_f}{T_k - T_{пл}}$
3.2	Коефіцієнт використання устаткування за продуктивністю	Кпр	Rф – фактична продуктивність, т; Rпл – планова продуктивність, т	$K_{пр} = \frac{R_f}{R_{пл}}$
3.3	Коефіцієнт використання підйомно-транспортного устаткування за часом за зміну	Кч	To – час роботи механізму за зміну, год.; tz – час зміни, год.	$K_{ч} = \frac{T_o}{t_z}$

Таблиця 3

Закінчення табл. 3

Показники оцінки ефективності роботи складу, що запропоновані Г. Демічевим [3]

№ рядка	Найменування показника	Умовне позначення	Умовне позначення складових формули розрахунку показника	Формула розрахунку показника
1	2	3	4	5
1. Узагальнюючі показники, що характеризують ефективність роботи складу				
1.1	Складський товарообіг, т/період	Ti	No – кількість відправлених вантажів, т; T – період часу, що аналізується, рік/день/місяць	$Ti = \frac{No}{T}$
1.2	Складський вантажообіг, т/період	Gз	Nп – кількість отриманих вантажів, т; No – кількість відправлених вантажів, т; T – період часу, що аналізується, рік/день/місяць	$Gз = \frac{Nп + No}{T}$
1.3	Коефіцієнт переробки	Kп	Gз – вантажообіг складу загальний, т/рік; ρ – кількість перевалок за ходом вантажопотоку	$Kп = \frac{\rho}{Gз}$
1.4	Коефіцієнт нерівномірності надходження/відпуску вантажу зі складу	Kнв	Qмакс – максимальне надходження/відпуск, т; Qср – середнє надходження/відпуск, т	$Kнв = \frac{Qмакс}{Qср}$
1.5	Вагомий складський вантажообіг	Gв	Gср – середній вантажообіг; S – площа складу, м²	$Gв = \frac{Gср}{S}$
1.6	Коефіцієнт оборотності матеріалів	Коб	No – кількість відправлених вантажів, т; q1 – залишок матеріалу на складі на 1-ше число 1-го місяця; q2 – залишок матеріалу на складі на 1-ше число 2-го місяця; qn – залишок матеріалу на 1-ше число останнього місяця; n – кількість залишків, використаних для розрахунку	$Kоб = \frac{No \times n}{\frac{q1}{2} + q2 + \dots + q_{n-1} + \frac{qn}{2}}$
1.7	Собівартість переробки 1 т вантажу, грн./т	C1	Собщ – загальний розмір річних експлуатаційних витрат, грн.; Gз – вантажообіг складу загальний, т/рік	$C1 = \frac{Cобщ}{Gз}$
2. Показники, що характеризують ефективність використання складських площ				
2.1	Використання площі складських приміщень	Ks	Sk – корисна площа складу, м²; S – загальна площа складу, м²	$Ks = \frac{Sk}{S}$
2.2	Середнє навантаження на 1 м² складської площі, т/м²	αср	Ni – кількість вантажу в i-й період, що аналізується, т (м³); S – загальна площа складу, м²	$\alphaср = \frac{Ni}{S}$
2.3	Відношення корисного обсягу до загального обсягу складу	β	Vп – корисний обсяг складу, зайнятий вантажем, м³; Vo – загальний обсяг складу, м³	$\beta = \frac{Vп}{Vo}$
2.4	Вантажонапруженість, т/м²	Г	αср – середнє навантаження на 1 м² складської площі, т/м²; Коб – коефіцієнт оборотності матеріалів	$Г = \alphaср \times Kоб$
3. Показники, що характеризують рівень використання підійомно-транспортного устаткування на складі				
3.1	Коефіцієнт використання за вантажопідійомністю	aр	qф – вага вантажу, що підіймається, т; qn – номінальна вантажопідійомність, т	$aр = \frac{qф}{qn}$
3.2	Коефіцієнт використання у часі	Kвр	Tфакт – час знаходження механізму в роботі, год.; Тобщ – загальний час, год.	$Kвр = \frac{Tфакт}{Тобщ}$
3.3	Фактичний час простою рухомого складу під вантажними операціями, год	Tфп	Qпод – кількість вантажу в одній подачі, що має бути переробленою; Qмех – година продуктивності механізму	$Tфп = \frac{Qпод}{Qмех}$
3.4	Зменшення часу простою рухомого складу години (авто-години)	ΔT	Tв.п. – час простою вагону (авто) до введення нової механізації чи за нормою, год.; Tф.п. – фактичний простій після введення нової механізації, год.; m – кількість оброблених вагонів (авто) за календарний період, шт.; Gз – вантажообіг складу загальний, т; qв – середня вантажопідійомність вагону (авто)	$\Delta T = m \left(\frac{Tв.п. - Tф.п.}{qв} \right) = \frac{Gз}{qв} (Tв.п. - Tф.п.)$

1	2	3	4	5
4. Показники, що характеризують продуктивність та механізацію праці складських робітників				
4.1	Кількість переробленого матеріалу одним працівником, т	Qпр	Gз – вантажообіг складу загальний, т; Чр × p – кількість людино-змін для переробки вантажу	$qпр = \frac{Gз}{Чр \times p}$
4.2	Ступінь охоплення робітників механізованою працею, %	Qм	Ч – кількість робітників, зайнятих на вантажно-розвантажувальних та внутрішньо складських роботах, под.; Чм – кількість робітників, що зайняті механізованою працею	$Qм = \frac{Чм}{Ч} \times 100\%$
4.3	Рівень механізації робіт	Умех	Qмех – обсяг механізованих робіт; Qзаг – загальний обсяг робіт	$Uмех = \frac{Qмех}{Qзаг}$
4.4	Обсяг механізованих робіт, т	Qмех	Qм.п. – розмір вантажопотоку, переробленого механізмами, т; nмех – кількість перевантажу вантажів механізмами	$Qмех = Qм.п. \times nмех$
4.5	Обсяг ручних робіт, т	Qруч	Qр.п. – розмір вантажопотоку, переробленого вручну, т; nруч – кількість перевантажу вантажів вручну	$Qруч = Qр.п. \times nруч$
5. Показники, що характеризують рівень збереженості матеріальних цінностей та якості обслуговування споживачів				
5.1	Розмір природного зменшення при зберіганні	Eу	No – кількість відправлених вантажів (матеріалу), т; Qo – залишок матеріалу на дану дату, т; tср – середній термін зберігання вантажів на складі, дбб; m – вимірювач природного зменшення (за нормами природного зменшення); Txp – термін зберігання до якого встановлена норма природного зменшення	$Eу = \frac{(No + Qo) \times tср^m}{Txp}$
5.2	Рівень централізованості доставки	Уцд	Qцд – кількість матеріалу, що доставляється централізовано, т; No – кількість відправлених вантажів, т	$Uцд = \frac{Qцд}{No}$
6. Показники, що характеризують розмір та строк окупності капіталовкладень				
6.1	Ваговий розмір капіталовкладень, грн./т/рік	Kуд	Σ K – сума капіталовкладень, грн.; Gз – вантажообіг складу загальний, т/рік	$Kуд = \frac{\Sigma K}{Gз}$
6.2	Загальна річна економія при різних способах механізації, грн.	ΔCр	C1м, C2м – собівартість переробки 1 т матеріалу при першому та другому способі механізації, грн.	$\Delta Cр = (C1м - C2м) \times Gз$
6.3	Період окупності капіталовкладень, років	Tок	Kм1, Kм2 – вагомий капіталіні витрати на 1 т матеріалу при першому та другому способі механізації, грн.; C1м, C2м – собівартість переробки 1 т матеріалу при першому та другому способі механізації, грн.	$Tок = \frac{Kм1 - Kм2}{C2м - C1м}$

У деяких літературних джерелах [1; 4; 7], де міститься інформація про складську діяльність підприємств, не приділяється достатньої уваги розрахунку економічних показників ефективності роботи складу.

Таким чином, розглянуті в статті підходи до оцінки роботи складу є найбільш поширеними. Комплексним та систематизованим є підхід до оцінки ефективності роботи складу, що запропонований Г. Демічевим. Розроблена ним система економічних показників охоплює різні аспекти оцінки складської діяльності підприємств, зокрема, дає можливість визначити рівень використання складських площ та підійомно-транспортного устаткування, рівень продуктивності праці робітників складу, рівень ефективності капіталовкладень тощо. Розрахунок цих показників промисловими підприємствами дозволить

ім більш глибоко й обґрунтовано оцінити стан складської діяльності та визначити напрямки підвищення ефективності господарчої діяльності, створити засади для їх успішного функціонування сьогодні та розвитку в майбутньому.

Література 1. Бауэрсокс Доналд Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок Пер. с англ. / Доналд Дж. Бауэрсокс, Дейвид Дж. Клосс. – 2-е изд. – М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2005. – 640 с. 2. Волгин В. В. Кладовщик: Устройство складов. Складские операции. Управление складом. Нормативные документы. – 4-е изд. – М.: Ось-89, 2006. – 544 с. 3. Демичев Г. М. Складское, тарное хозяйство и технология транспортно-складских процессов: Учебник. – М.: Высшая школа, 1978. – 248 с. 4. Дэниел Л. Вордлоу. Современная логистика: Пер. с англ. / Дэниел Л. Вордлоу, Дональд Ф. Вуд, Джеймс Джонсон, Поль Р. Мерфи мл. – 7-е изд. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2002. – 624 с. 5. Производственный менеджмент: Учеб. для студ. вузов / Под ред. С. Д. Ильенковой. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 584 с. 6. Сковронек И. Логистика на предприятии. Учеб.-метод. пособие: Пер. с польск. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 400 с. 7. Таньков К. М. Виробнича логістика: Навчальний посібник / К. М. Таньков, О. М. Трилід, Т. О. Колодязева – 2-ге вид., перероб. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2006. – 352 с.

Стаття надійшла до редакції
21.12.2007 р.

УДК 339

**Красников В. Н.
Фильштинский В. А.**

АНАЛИТИЧЕСКОЕ РЕШЕНИЕ ОДНОЙ ЗАДАЧИ ПАРИРОВАНИЯ РИСКА ТОРГОВЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

There are a lot of complex tasks which a businessman faces during his practical activity. In this article author gives strict mathematical solution of economical lost minimization task in case of market condition changes.

Не секрет, что в сфере экономики ещё недостаточно полно используются математические и формальные подходы к решению практических задач, и по этой причине математические методы, относительно которых даже разумные люди имеют противоположные мнения, не могут быть панацеей. Однако, и это очень важно, математические модели позволяют помочь в выборе из множества решений наиболее разумных. Полагаем, что применение математических методов к экономическим задачам, которые связаны с неизбежной возможностью возникновения различных видов риска, позволит получить некоторые качественно новые результаты. Часто подобного рода задачи усложняются ещё и тем, что риск торгового предприятия, например, является общественным феноменом и имеет место в рамках определённых общественных и экономических отношений. Практическая деятельность предпринимателя часто предлагает довольно сложные задачи, однозначные ответы на которые найти весьма затруднительно [1]. По этой причине, по мнению авторов, и возникают неразрешимые проблемы в малом и среднем бизнесе, заканчивающиеся экономическим провалом. В данной статье решается задача минимизации потерь путем аналитического подхода к проблеме парирования риска торговым предприятием при изменении конъюнктуры рынка.

Ниже дается строгое математическое решение частной, но важной экономической задачи исключения или минимизации потерь, вызванных непредвиденным насыщением рынка каким-либо видом товара.

Задача. Пусть имеется m наименований товаров T_1, T_2, \dots, T_m , реализуемых в количествах $n_i, i = 1, \dots, m$, по ценам $c_i, i = 1, \dots, m$. По некоторым причинам часть товаров $T_{k+1}, T_{k+2}, \dots, T_m, 0 < k \leq m$, вынужденно реализуется по более низким ценам $d_i < c_i, i = k + 1, \dots, m$, в результате чего вместо запланированного дохода

$$P = \sum_{i=1}^m n_i c_i \quad (1)$$

будет получен меньший доход

$$Q = \sum_{i=1}^k n_i c_i + \sum_{i=k+1}^m n_i d_i \quad (2)$$

С целью компенсации потерь следует поднять цены на товары T_1, T_2, \dots, T_k настолько, чтобы повышение цен было "минимально заметно". Так, если $d_i = c_i (1 + 0,01\delta_i)$, где $\delta_i, i = 1, \dots, k$, – процентные повышения цен, то потребуем, чтобы $\max\{q_i\delta_i; 1 \leq i \leq k\} \rightarrow \min$

$$\left\{ \text{при условии } \sum_{i=1}^m d_i n_i = R \right\}, \quad (3)$$

где $q_i > 0$ – весовые коэффициенты важности товаров $T_i, i = 1, \dots, k$ (то есть чем больше ценность товара T_i в глазах потребителя, тем больше коэффициент q_i , а δ_i – меньше);

R – желаемый доход, получаемый после повышения цен на товары T_1, \dots, T_k (и понижения цен на товары T_{k+1}, \dots, T_m). Запомним, что R может быть равным, большим либо меньшим P .

Решение. Решаем минимаксную задачу. Обратим внимание на тот факт, что целевая функция не является гладкой и по этой причине классический анализ неприменим. Кроме того, это задача на условный экстремум, поскольку необходимо учитывать условие (3).

Напомним [2], что в n -мерном пространстве C_n для векторов с вещественными координатами $(a_1, a_2, \dots, a_n) = \vec{a}$ вводится норма $\|\vec{a}\|_\infty = \max_{1 \leq i \leq n} \{a_i\}$.

С другой стороны, в векторном пространстве I_n^p , состоящем из векторов \vec{a} , норма иная $\|\vec{a}\|_p = \left[\sum_{i=1}^n |a_i|^p \right]^{1/p}, 1 \leq p < \infty$.

Известно [2], что $\lim_{p \rightarrow \infty} \|\vec{a}\|_p = \|\vec{a}\|_\infty$, то есть норма вектора в пространстве I_n^p при $p \rightarrow \infty$ стремится к C_n -норме того же элемента:

$$\left[\sum_{i=1}^n |a_i|^p \right]^{1/p} \rightarrow \max_{1 \leq i \leq n} \{a_i\}.$$

На основе этого факта будем решать не задачу (3), а задачу максимизации элемента в пространстве I_n^p (целевая функция становится дифференцируемой и возможно решение задачи на условный экстремум классическим методом Лагранжа). Таким образом, аппроксимирующей задачу (3) будет следующая задача:

$$\max \left\{ \left[\sum_{i=1}^k (q_i \delta_i)^p \right]^{1/p} \right\} \rightarrow \min \left\{ \text{при условии } \sum_{i=1}^m d_i n_i = R \right\}. \quad (4)$$

В задаче (4) δ_i зависят от параметра p . Далее если $d_i = c_i (1 + 0,01\delta_i)$, то (2) можно переписать в виде:

$$\sum_{i=1}^k n_i c_i \left(1 + \frac{\delta_i}{100}\right) + \sum_{i=k+1}^m n_i d_i = R,$$

откуда

$$\sum_{i=1}^k n_i c_i \delta_i = A = 100 \left[R - \sum_{i=1}^k n_i c_i - \sum_{i=k+1}^m n_i d_i \right]. \quad (5)$$

Тогда задача (4) принимает вид:

$$\max \left\{ \left[\sum_{i=1}^k (q_i \delta_i)^p \right]^{1/p} \right\} \rightarrow \min \left\{ \text{при условии } \sum_{i=1}^k c_i n_i \delta_i = A \right\}. \quad (6)$$

Для решения задачи на условный экстремум запишем функцию Лагранжа $F(\delta_i) = \left[\sum_{i=1}^k (q_i \delta_i)^p \right]^{1/p} - \lambda \left[\sum_{i=1}^k c_i n_i \delta_i - A \right]$, где λ — множитель Лагранжа.

Координатами точки экстремума является решение системы уравнений

$$\left\{ \frac{\partial F(\delta_i)}{\partial \delta_i} = 0 \right\}_{i=1}^k \quad (7)$$

и условие связи $\sum_{i=1}^k c_i n_i \delta_i = A$.

Таким образом, имеем $k+1$ уравнение для $k+1$ неизвестной $\delta_1, \delta_2, \dots, \delta_k$ и λ . Дифференцируем систему уравнений (7) k раз и получим:

$$\left[\sum_{j=1}^k (q_j \delta_j)^p \right]^{-1+p} \cdot (q_j \delta_j)^{p-1} q_j - \lambda c_j n_j = 0, \quad j=1, \dots, k. \quad (8)$$

Умножим каждое из этих уравнений на δ_i и сложим их, получая при этом

$$\left[\sum_{j=1}^k (q_j \delta_j)^p \right]^{1/p} = \lambda \left[\sum_{i=1}^k c_i n_i \delta_i \right].$$

Тогда

$$\min \left[\sum_{j=1}^k (q_j \delta_j)^p \right]^{1/p} = \lambda \left[\sum_{i=1}^k c_i n_i \delta_i \right], \quad (9)$$

где $\sum_{i=1}^k c_i n_i \delta_i = A$, то есть условие связи из (6).

Обратим внимание, что λ зависит от параметра p , то есть (9) можно записать так:

$$\min \left[\sum_{j=1}^k (q_j \delta_j)^p \right]^{1/p} = \lambda(p) A. \quad (10)$$

Используем (10) для преобразований в (8), в частности:

$$\left[\sum_{j=1}^k (q_j \delta_j)^p \right]^{-1+p} = \frac{\left[\sum_{j=1}^k (q_j \delta_j)^p \right]^{1/p}}{\left[\sum_{j=1}^k (q_j \delta_j)^p \right]} = \frac{\lambda A}{(\lambda A)^p},$$

и тогда $\frac{1}{(\lambda A)^{p-1}} \cdot q_i^p \delta_i^{p-1} = \lambda c_i n_i, \quad i = \overline{1, k}$.

Отсюда после несложных преобразований находим экстремальные значения $\delta_i(p)$:

$$\delta_i = A \lambda^{1/p-1} (c_i n_i)^{1/p-1} q_i^{-1/p-1},$$

$$q_i \delta_i = A \lambda^{1/p-1} \left(\frac{c_i n_i}{q_i} \right)^{1/p-1} = A \lambda^{1/p-1} \left(\frac{c_i n_i}{q_i} \right)^{1/p-1}. \quad (11)$$

Согласно [2], как было упомянуто ранее, устремляем $p \rightarrow \infty$. Тогда $\lambda(p) \rightarrow \lambda_\infty$, а из (11) следует $q_i \delta_i = A \lambda_\infty = \text{const}$, то есть нет зависимости от i .

Таким образом, наилучшее решение получается, когда все произведения δ_i (процентные повышения цен) на q_i (коэффициенты важности товаров) будут одинаковыми, то есть $\delta_1 q_1 = \delta_2 q_2 = \dots = \delta_k q_k$.

Из уравнения связи $\sum_{i=1}^k c_i n_i \delta_i = A$ находим экстремальные значения процентных надбавок δ_i к начальным ценам:

$$\delta_i q_i = \frac{A}{\sum_{i=1}^k \frac{c_i n_i}{q_i}},$$

откуда

$$\delta_i^{\text{extr}} = \frac{A}{q_i \sum_{j=1}^k \frac{c_j n_j}{q_j}}, \quad i = \overline{1, k}. \quad (12)$$

Пример. Пусть к продаже наметили пять наименований товаров T_1, \dots, T_5 , в количествах 10, 20, 5, 10, 10 штук по ценам 100, 150, 200, 120, 130 д. е. соответственно. После некоторых событий цены на товары T_4 и T_5 пришлось снизить до 100 д. е. Ранее от продажи всех товаров предполагалось получить (см. формулу (1)) 7 500 д. е., а после вынужденного понижения цен — только 7 000 д. е. Пусть есть желание компенсировать 500 д. е. за счет минимального повышения цен на T_1, T_2, T_3 .

Пусть $q_1 = 1, q_2 = 4, q_3 = 2$. Последнее означает, что наибольшее значение придается реализации товара T_2 . Тогда согласно формулам (5) и (12) имеем:

$$A = 5000, \quad \sum_{j=1}^3 c_j n_j / q_j = 2250,$$

$$\delta_1^{\text{extr}} = 22,22\%, \quad \delta_2^{\text{extr}} = 5,56\%, \quad \delta_3^{\text{extr}} = 11,11\%.$$

Таким образом, используя предложенную методику, возможно компенсировать потери, возникшие в силу изменения ситуации на рынке, причем, естественно, при большом количестве видов товаров процентное повышение цен будет действительно "малозаметно".

Отметим, что один из промежуточных результатов (о равенстве произведений коэффициента важности товара q_i на процентное повышение цен δ_i , то есть $\delta_1 q_1 = \delta_2 q_2 = \dots = \delta_k q_k$) является интересным качественным выводом, который, возможно, есть общим при выборе оценочного функционала в виде $\max \{q_i \cdot \delta_i\}$.

Иная (в некотором смысле противоположная) точка зрения на оценочный функционал приводит к задаче

$$J = \sum_{i=1}^k (q_i \delta_i) \quad (13)$$

при условии (3). Заметим, что обе задачи являются задачами линейного программирования или сводятся к ней, но они допускают и аналитические решения, что позволяет го-

раздо удобнее давать качественные оценки полученным результатам.

Переформулируем задачу (13).

Положим $x_i = c_i \cdot n_i \cdot \delta_i$, $\alpha_i = \frac{q_i}{c_i \cdot n_i}$, $i = \overline{1, k}$.

Тогда задача может быть сформулирована так:

$$\sum_{i=1}^k \alpha_i \cdot x_i \rightarrow \min \{ \text{при условии } \sum_{i=1}^k x_i = A, x_i \geq 0, \quad (14)$$

где $A = 100 \cdot \left[R - \sum_{i=1}^k c_i \cdot n_i - \sum_{i=k+1}^m d_i \cdot n_i \right]$ (см. формулу (5)).

Пусть $\alpha_s = \min \{ \alpha_i; 1 \leq i \leq k \}$, то есть среди всех α_i выбираем минимальное. Ясно, что $x_s = A - \sum_{i=1}^k \{ x_i \}$, $i \neq s$,

$$\sum_{i=1}^k \alpha_i x_i = \sum_{i=1}^k \{ [\alpha_i - \alpha_s] x_i \}, \quad i \neq s.$$

Так как $\alpha_i - \alpha_s \geq 0$, $x_i \geq 0$ для всех, то $\min \sum_{i=1}^k \alpha_i x_i$ достигается, когда $x_1 = x_2 = \dots = x_{s-1} = x_{s+1} = \dots = x_k = 0$, $x_s = A$, и равен $\min \sum_{i=1}^k \alpha_i x_i = \alpha_s A$.

Переходя к первоначальной формулировке (в терминах c_i , d_i , n_i), находим $\min \sum_{i=1}^k q_i \delta_i = \frac{q_s A}{c_s n_s}$, при условии

$$\sum_{i=1}^k c_i \cdot n_i \delta_i = A, \quad \delta_i \geq 0, \quad (15)$$

и достигается при

$$\delta_1 = \delta_2 = \dots = \delta_{s-1} = \delta_{s+1} = \dots = \delta_k = 0, \quad \delta_s = \frac{A}{c_s n_s}. \quad (16)$$

Пример. К продаже намечалось десять наименований товаров T_1, \dots, T_{10} , в количестве 10, 20, 5, 10, 10, 12, 13, 14, 20, 10, шт. по ценам 100, 150, 200, 120, 130, 50, 50, 40, 100, 35 д. е. соответственно. После изменения ситуации на рынке цены на товары T_9 и T_{10} пришлось снизить до 90 и 30 д. е. соответственно. Ранее от продажи всех товаров предполагалось получить (см. формулу (1)) 11 660 д. е., а после вынужденного понижения цен – только 11 410 д. е. Пусть имеем естественное желание компенсировать 250 д. е. за счет минимального повышения цен на товары T_1, \dots, T_8 .

Пусть $q_1 = 1$, $q_2 = 4$, $q_3 = \dots = q_8 = 2$, что означает наибольшее значение товара T_2 при реализации. Тогда (см. формулы (14), (16)) $A = 15000$; $\alpha_1 = 0,001$; $\alpha_2 = 0,0013$; $\alpha_3 = 0,002$; $\alpha_4 = 0,0017$; $\alpha_5 = 0,0014$; $\alpha_6 = 0,0033$; $\alpha_7 = 0,0031$; $\alpha_8 = 0,0036$.

$$\min \{ d_i \} = 0,001; \quad s = 1;$$

$$\delta_1^{\text{extr}} = \delta_3^{\text{extr}} = \dots = \delta_8^{\text{extr}} = 0\%, \quad \delta_2^{\text{extr}} = 15\%.$$

Таким образом, выбирая разные оценочные функционалы (продиктованные ситуацией на рынке), получаем качественно отличные результаты, что дает надежду на использование полученных алгоритмов в практической деятельности.

Литература: 1. Боровкова В. А. Управление рисками в торговле. – СПб.: Изд. дом "Питер", 2004. – 284 с. 2. Данфорд Д. Линейные операторы. Общая теория / Д. Данфорд, Дж. Шварц. – М.: Иностранная литература, 1962. – 896 с.

УДК 658.012.4

Пушкар О. І.
Сібілев К. С.

АНАЛІЗ ПОНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ТА ФОРМУВАННЯ МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ НИМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

The article is dedicated to the study of information and information resources (IR). As the result of the work completed the notion of IR has been specified and more exact structure of corporate IR has been built. Also the characteristic features of IR have been marked out. The analysis of the notion of information work has helped to present a methodic approach to the development of corporate IR management conception.

Підхід до інформації як до самостійного економічного ресурсу привів до появи нового напрямку економічної науки – теорії інформаційної економіки, вивчення якої проводиться в рамках багатьох сучасних досліджень, наприклад у роботах [1 – 4]. Зростаюча залежність підприємств від джерел інформації, а також від рівня розвитку й ефективності використання засобів її передачі та обробки спричинила появу принципово нового поняття – інформаційні ресурси (ІР), які поряд із традиційними видами ресурсів починають відігравати ключову роль у діяльності підприємства. Вивченню специфіки ІР присвячена значна кількість робіт, наприклад [5 – 8], але поняття ІР дотепер перебуває на стадії формування, що пов'язано з наявністю різних підходів до визначення складових та змістовних його компонентів, таких, як інформація, знання, дані. Тому з'ясування сутності ІР підприємства залишається актуальною науковою проблемою. Для більшості підприємств нової формации ІР починає відігравати все зростаючу роль як вирішальний чинник забезпечення ефективності функціонування, зростання й забезпечення конкурентних переваг, тому виникає об'єктивна необхідність у розробці нових та модифікації старих механізмів управління цим видом ресурсів на підприємстві.

Метою даної статті є аналіз категорії "інформаційні ресурси", виявлення ключових особливостей ІР та формування підходу до управління ІР підприємства на основі концепції інформаційної роботи.

Поняття "інформаційні ресурси" як одна з ключових категорій, що визначають розвиток соціальних та економічних систем на сучасному етапі, пов'язане з включенням інформації у виробничий процес, тобто з визнанням інформації засобом для створення інших ресурсів. Поняття ресурс використовують для позначення елементів економічного потенціалу, які за потреби можуть бути застосовані для досягнення конкретної мети господарської діяльності й соціального розвитку. З огляду на специфіку ІР стає очевидним, що він займає одне з ключових місць у системі категорій інформаційної економіки.

При аналізі сутності ІР вихідним поняттям виступає поняття "інформація", визначення якого становить предмет вивчення багатьох дослідників у рамках різних теоретико-методологічних підходів. Незважаючи на це, широке використання даного поняття, як і раніше, вимагає універсального визначення. Для з'ясування сутності інформації проведемо аналіз поняття "інформація" (табл. 1).

Таблиця 1

Розгляд визначення поняття "інформація"

Дослідник	Визначення
В. Я. Яковенко [8]	Інформація – це відомості про суб'єкти, об'єкти, явища й процеси
І. А. Стрілець [9]	Інформація становить особливий специфічний ресурс, що легко проникає через усі кордони й перешкоди та стає каталізатором економічних процесів
Т. П. Миколаєва [10]	Інформація становить знання про кого-небудь або що-небудь, прямо або непрямо передане одним суб'єктом іншому з метою зняття невизначеності ситуації для зацікавленої сторони
ЮНІСІСТ (Міжурядова програма міжнародного співробітництва в області науково-технічної інформації)	Інформація – знання, що є продуктом дослідницької діяльності в області природних і суспільних наук або таких, що пов'язані з цією діяльністю, з одного боку, і знання, що мають відношення до техніки, – з іншого
В. Л. Тамбовцев [11]	Інформація — це продукти або послуги, пристосовані для передачі знань у максимально зручній для споживача формі

При всьому різноманітті підходів до вивчення теоретичних питань, що характеризують ключові поняття, такі, як інформація, знання, дані, а також наявності значної кількості емпіричних досліджень у цій сфері головним їхнім недоліком є те, що вони не досить повно охоплюють усю область прояву даних понять, крім того, вони обмежені певною групою споживачів, у

якості яких найчастіше виступають науковці, а інститутами, що спеціалізуються на нагромадженні й обробці масивів даних, — бібліотеки та служби ІС підприємств. Вивчення інформаційних потреб працівників підприємств, не пов'язаних зі сферою освіти, а також методів їхнього задоволення не знаходить належного відображення в науковій літературі, в той же час назріла об'єктивна необхідність аналізу методів управління ІР, що використовуються на сучасних підприємствах.

Формуванню ресурсного підходу стосовно інформації сприяли концепції постіндустріального суспільства, розроблені А. Туреном, Е. Тоффлером, Д. Беллом, Дж. Гелбрейтом, М. Кастельсом та ін. Їхнє передбачення тенденцій розвитку суспільства, а також фіксування нової ролі інформації як особливого продукту, що є об'єктом купівлі-продажу, але не є матеріальним об'єктом, сприяло підвищенню уваги до інформації як об'єкта наукового вивчення. Власне поняття "інформаційні ресурси" з'явилося лише у 80-ті роки ХХ ст. та пов'язане з ім'ям Г. Громова, який дав визначення ІР як продукту інтелектуальної діяльності найбільш кваліфікованої й творчо активної частини працездатного населення.

На сьогоднішній день поняття ІР не є достатньо дослідженим. Учені й дослідники не прийшли до остаточної згоди щодо його обсягу та змісту. Про недостатню дослідженість сутності ІР свідчить численність визначень даної категорії. Фахівці різних галузей знань, що так чи інакше пов'язані з проблемами інформатизації суспільства, дають особисте тлумачення сутності ІР.

Для визначення сутності ІР підприємства скористуємось морфологічним методом аналізу. У табл. 2 наведені визначення поняття "інформаційні ресурси" за основними його категоріями.

Таблиця 2

Морфологічний аналіз визначення сутності ІР підприємства

Основна категорія	Характеристика	Визначення поняття ІР	Джерело
Документ	документи всіх видів, на будь-яких видах носіїв (у тому числі всі види машиночитуваних носіїв, що використовуються в обчислювальній техніці й техніці засобів зв'язку)	ІР – це сукупність документів в інформаційних системах управління підприємством	В. Я. Яковенко [8]
		Окремі документи й масиви документів, оброблені й самостійно оформлені ІР – документована сукупність відомостей, які зібрані, оброблені й зберігаються у відповідній формі та придатні для задоволення інформаційних потреб фізичних і юридичних осіб	С. І. Парінов [3] О. Н. Щедрін [4]
Ресурс	ресурсний підхід до тлумачення	Інформація стає особливим видом ресурсів, що істотно відрізняється від традиційних, які підкоряються суворим законам збереження	Л. С. Вінарик [12]
Персонал (пам'ять людей)	який володіє знаннями й кваліфікацією в різних галузях науки та техніки	Персонал підприємства стає носієм ІР, включаючи осіб (фахівців), які володіють комплексом спеціальних теоретичних знань і практичних навичок, що придбані в результаті професійної підготовки й досвіду роботи	А. П. Верьовченко [13]
		Персонал є найбільш мобільним джерелом інформації. Через нього здійснюється активний і діючий внутрішньо- та міжорганізаційний обмін знаннями й технологіями, особливо в умовах, коли існують бар'єри поширення інформації	Б. Гарфілд [14]
Знання	об'єктивне наукове знання	ІР становить симбіоз знань і інформації. Поняття ІР зводиться до того, що це знання, яке володіє всіма атрибутами поняття інформації в шеннонському розумінні, і, навпаки, це інформація, що має всі властивості поняття знання в традиційно-філософському контексті. ІР – це семантична інформація, тобто інформація у вигляді понятійних знань	В. В. Годін, В. К. Корнеєв [5]
		ІР становлять наукове знання, зафіксоване на матеріальних носіях і пристосоване для використання в практичній діяльності	Ю. Д. Денисов [15]
		ІР – це знання, підготовлені людьми для відповідного (соціального, економічного) використання в суспільстві й зафіксовані на мат. носії	[1]
Інформація, якою володіють організаційні одиниці	наукові, виробничі, управлінські й інші організації	Наукові, виробничі, управлінські й інші організації, не маючи прямого відношення до підприємства, можуть мати інформацію, що може бути використана для вирішення певного кола проблем і завдань підприємства	[7]
Продукт трудової діяльності	відомості про промислові зразки, технології, матеріали, програмні продукти, технічні системи	ІР становить продукт трудової діяльності, в якому інформація про способи й технологію виробництва є основним компонентом	А. Г. Мельник [2]
Бази даних, знань	автоматизовані системи наукових досліджень, автоматизовані робочі місця науковців і проєктувальників, експертні системи й бази знань	ІР – це набір баз даних або баз знань разом із пов'язаною з ними документацією	В. Я. Яковенко [8]
		Сукупність відомостей, що функціонують в онлайн-режимі, які зібрані, оброблені зберігаються й передаються за допомогою електронних та програмних засобів і пристосовані для задоволення співробітниками своїх інф. потреб	І. А. Стрілець [9]
		До ІР варто відносити бази даних з документацією стосовно їх використання, інформаційні технології, а також персонал, що виконує обробку інформації	М. В. Ларін [16]

ІР — це єдиний вид ресурсів, що не тільки не вичерпується, а й збільшується, вдосконалюється і разом з тим сприяє найбільш раціональному та ефективному використанню всіх інших ресурсів підприємства. ІР — це інтегральне поняття, що включає в себе повну сукупність відомостей, сформованих у процесі життєдіяльності підприємства. Про це наочно свідчать визначення, що приводяться різними авторами для опису даного поняття (табл. 2). З одного боку, ІР — це окремі документи та їх масиви в ІС (архівах, банках даних). З іншого — вони можуть містити в собі знання персоналу про діяльність підприємства й про процеси, що протікають у зовнішньому середовищі, оскільки ці відомості можуть бути використані для вирішення завдань діяльності підприємства, і крім того, перенесені на матеріальний носій (паперовий, цифровий). Проведений аналіз свідчить про те, що більшість дослідників відносять до ІР знання та результати інтелектуальної праці, зафіксовані на матеріальних носіях, що недостатньо повно відображає всі аспекти даного явища. Такий погляд на ІР значно звучує їхню природу й свідчить про перевагу технократичного підходу до їхнього тлумачення. В умовах інформаційної економіки ІР набувають більш глибокого значення. Доцільно розуміти ІР підприємства як усю сукупність можливої інформації в усіх формах її існування, що прямим або непрямим чином бере участь у відтворювальних процесах підприємства. Найбільш повно концепція ІР підприємства розроблена в роботі [6], але головним недоліком є те, що сфера застосування ІР обмежена лише інтелектуальною діяльністю людини, до того ж неповно досліджено форми існування ІР на підприємстві. Враховуючи результати аналізу, представлені в табл. 2 та викладені в роботі [6], автори вважають, що під ІР варто розуміти такий вид ресурсів підприємства, який має інформаційну основу, продукується на підприємстві або в зовнішньому середовищі, може існувати на носіях різної природи, якими є знання, вміння людей, ІС, бази знань, друковані матеріали, технології, програмні продукти, та такий, що лежить в основі виробничої й інтелектуальної діяльності як персоналу підприємства, так і агентів зовнішнього середовища, пов'язаних з підприємством для досягнення цілей економічної або соціальної діяльності. Відповідно до роботи [6] структура ІР підприємства включає (рис. 1):

- 1) інформаційні ресурси, представлені у вигляді інформації в ІС підприємства (ІР1);
- 2) знання й досвід діяльності персоналу підприємства (ІР2);
- 3) знання партнерів, споживачів та інших контрагентів підприємства в зовнішньому середовищі про підприємство, що проявляються в іміджі, брендї, прихильності торговельній марці, тривалих схемах взаємодії (ІР3).

На погляд авторів, до структури ІР підприємства варто включити ще один специфічний вид ІР — організаційні ІР підприємства (ІР4) (рис. 1). Носієм такого ІР є організаційні одиниці (ОО), що знаходяться за межами підприємства: наукові, виробничі, управлінські й інші організації, які мають кадрові, технічні, виробничі, матеріальні, фінансові та інші можливості для вирішення певного кола проблем і завдань підприємства. Організаційні ІР становлять такий спеціалізований вид ресурсів підприємства, що розташований у зовнішньому середовищі у вигляді знань, навичок та досвіду персоналу ОО й містить у собі методологічні, наукові, технологічні, організаційні та технічні підходи до вирішення завдань у різних сферах діяльності підприємства.

ОО як носії ІР мають такі основні системні властивості: сформовану, стійку й юридично оформлену організаційну структуру;

наявний персонал заданої кваліфікації, що об'єднаний у рамках постійних або тимчасових груп, який може бути використаний для вирішення завдань підприємства;

необхідний рівень забезпеченості виробничим і технологічним устаткуванням, засобами дослідження (науковим інструментарієм) та робочими приміщеннями;

ефективну систему необхідних внутрішніх та зовнішніх зв'язків, що забезпечують інформаційну взаємодію з усіма доступними для даної організаційної одиниці ІР і науково-

виробничими ресурсами, потрібними для успішного вирішення завдань, які постають перед підприємством.

ІР4 займає особливе місце в структурі ІР, тому що є формою, в якій персонал ОО безупинно актуалізує інформацію в проблемній області, що входить до сфери діяльності підприємства, і підтримує її на рівні дієздатності, прийнятної для завдань, що постають перед підприємством. В якості ОО можуть виступати науково-технічні й професійні товариства, наукові асоціації, наукові фонди, незалежні дослідницькі інститути, дослідницькі компанії, лабораторії, консультативно-експертні фірми й т. д. Таким чином, модифіковану структуру ІР підприємства можна представити в такому вигляді (рис. 1).

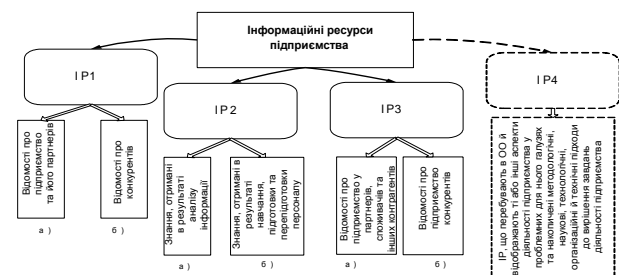


Рис. 1. Модифікована структура ІР підприємства

Виходячи зі специфіки ІР підприємства, авторами статті виділено їх наступні характерні риси:

1. На відміну від інших видів ресурсів ІР практично невичерпний. Невичерпність ІР проявляється в тому, що при передачі від одного носія до іншого ІР може, як і раніше, залишитися на першому носії (паперовому, електронному, у вигляді знань персоналу), іншими словами, кількість ІР не зменшується в результаті використання. Унаслідок цього ІР може мати необмежену кількість користувачів та при цьому залишатися незмінним.

2. У міру використання ІР не зникає, а зберігається й навіть збільшується. Ця фундаментальна властивість ІР, що відноситься до класу синергетичних ресурсів, полягає в тому, що на відміну від матеріальних ресурсів вони не витрачаються й не вичерплюються під час використання, а, навпаки, збагачуються, вдосконалюються та множаться в цьому процесі.

3. ІР не є самостійним і сам по собі має лише потенційне значення. Тільки поєднуючись з іншими видами ресурсів — досвідом, працею, кваліфікацією, технікою, енергією, сировиною — він стає рушійною силою.

4. Ефективність використання ІР пов'язана з ефектом повторного виробництва знань. Інформаційна взаємодія дозволяє одержувати нові знання ціною менших витрат у порівнянні з прямими витратами праці, енергії, часу на їхнє пряме генерування.

5. ІР є формою безпосереднього включення науки до складу продуктивних сил підприємства. В інформаційній економіці наука виступає безпосередньо продуктивною силою. Змінюється характер дії ІР: продуктивність праці збільшується не на відсотки, а на порядки в 10 — 100 разів.

6. У багатьох випадках ІР виникає не тільки в результаті накопичення та обробки інформації, а й під час інтелектуальної діяльності людини, її безпосередньої творчої частини.

7. Перетворення знань та досвіду в ІР залежить від можливостей його використання для досягнення конкретних цілей функціонування підприємства. Інформація, що зберігається в ІС підприємства й представлена у вигляді досвіду персоналу, а також знання про підприємство в зовнішньому середовищі стають ресурсом у випадку активного використання в бізнес-процесах підприємства. В протилежному випадку ефект від наявності на підприємстві тієї або іншої інформації дорівнює нулю. ІР, що не використовуються, іноді називають прихованими. Трансформація інформації й знань у ІР здійснюється в процесі наступної багатостадійної підготовки, спрямованої на підвищення їх готовності до кінцевого споживання.

Поняття інформаційних ресурсів тісно пов'язане з поняттям інформаційної роботи. Саме поняття інформаційної роботи

не є новим і використовувалося дослідниками для вивчення питань управління інформацією в рамках індустріального напрямку економічної науки. Зокрема, під інформаційною роботою розумілася діяльність окремих фахівців із забезпечення зацікавлених осіб відомостями, необхідними для вирішення покладених на них завдань [17]. Однак в умовах інформаційної економіки не тільки окремі фахівці, але й цілі колективи та підприємства в цілому стають перед необхідністю постійно й систематично займатися інформаційною роботою. При цьому саме поняття інформаційної роботи набуває нового значення та здобуває ті специфічні ознаки, які були відсутні раніше, і в такий спосіб розширює свій зміст. Прикладом нового погляду на сутність інформаційної роботи можна вважати роботу [18], де під даним видом роботи розуміється розумова діяльність кожного робітника підприємства з обробки інформації, в тому числі за допомогою комп'ютерної техніки, що дозволяє приймати рішення на новому якісному рівні.

У рамках індустріальної економіки інформаційна робота полягала у здійсненні операцій з ІР у статичній формі — пошук, доставка, обробка документованої інформації й відомостей. В інформаційній економіці більша частина цих операцій виконується в автоматичному режимі відповідними комп'ютерними системами й технологіями. Виникає ситуація, коли інформація про виконувані на підприємстві роботи стає більш важливою, ніж самі роботи: інформація про продукти й технології, способи просування продукції та продажу, особливості взаємодії з партнерами й т. п. За оцінками фахівців, інформаційна складова робіт досягає 60 – 70% у загальній вартості створеної продукції та наданих послуг у розвинених країнах [1]. У той же час інформаційні ресурси розширюють свою форму, яка починає містити в собі активну складову у вигляді таких невлесних об'єктів, як знання, досвід, репутація й тощо. Виникає необхідність урахувати й ці види ІР у рамках здійснення інформаційної роботи. Оскільки дана складова ІР у більшості випадків носить індивідуальний характер (знання, досвід), тому й сама інформаційна робота виходить за рамки компетенції окремих фахівців і стає невід'ємною частиною діяльності кожного окремого працівника, починаючи зі звичайного робітника й закінчуючи топ-менеджментом підприємства. На думку авторів, під інформаційною роботою варто розуміти практичну або розумову діяльність окремого індивіда, колективу й усього підприємства в цілому, що виконується індивідуально або за допомогою технічних засобів для одержання, обробки, використання ІР для забезпечення цілей економічної або соціальної діяльності.

Інформаційна робота може носити як окремих характер у рамках забезпечення функцій інформаційного менеджменту, так і загальний, будучи обов'язковим попереднім етапом, що забезпечує здійснення всіх видів робіт та протікання всіх процесів на підприємстві. Саме характер інформаційної роботи на конкретному рівні підприємства визначає потребу й специфіку необхідних ІР. На думку авторів, управління ІР підприємства повинно будуватися на основі аналізу видів інформаційної роботи на тому або іншому рівні, виявлення специфічних видів ІР, характерних для даного рівня, і проведений діагностики потреб у ІР для забезпечення конкретного виду інформаційної роботи на певному рівні підприємства (рис. 2).

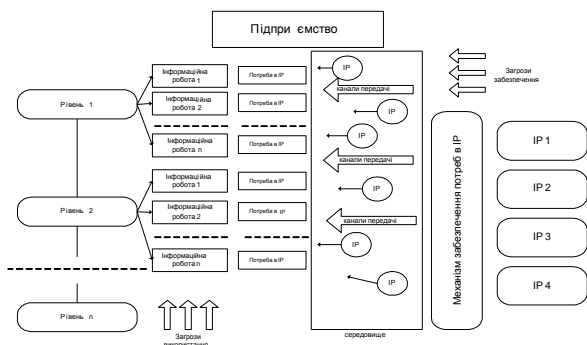


Рис. 2. Механізм управління ІР підприємства

Тому ключовими завданнями управління ІР стає постійний аналіз наявних ІР, визначення потреб в ІР для забезпечення конкретного типу інформаційної роботи й розробка ефективного механізму одержання та доставки необхідного ІР на даний рівень управління. На шляху проходження ІР до кінцевого користувача, а також у процесі його використання можуть виникнути певні загрози зовнішнього (в рамках підприємства або середовища) або внутрішнього (окремих індивідів) характеру, що може призвести до неотримання ІР у необхідному обсязі або до недовикористання його в повній мірі. Дані питання також повинні стати ключовими при розробці системи управління ІР на підприємстві.

ІР стають основою життєдіяльності та ефективності функціонування підприємств в умовах інформаційної економіки. У роботі досліджено й визначено сутність таких понять, як інформація та ІР. Використання методу морфологічного аналізу дало змогу скоригувати визначення ІР підприємства й побудувати їх оновлену структуру. На основі дослідження таких понять, як інформація, дані, знання, виділено ключові особливості ІР підприємства. На основі аналізу поняття "інформаційна робота" розроблено методичний підхід до формування концепції управління ІР. Наступним кроком на шляху до розробки механізму управління ІР повинно стати формування концепції управління ІР та аналіз факторів управління даним ресурсом на підприємстві.

Література: 1. Винарик Л. С. Информационная экономика: становление, развитие, проблемы. — Донецк: ІЭП НАН України, 2003. — 312 с. 2. Мельник А. Г. Информационная экономика. — Сумы: Университетская книга, 2005. — 304 с. 3. Паринов С. И. Экономика в новом информационном пространстве. — Новосибирск: ІЭОПП СО РАН, 2000. — 160 с. 4. Шедрин А. Н. Электронные информационные ресурсы в информационной экономике. — Донецк: ІЭП, 2003. — 232 с. 5. Годин В. В. Модуль "Управление информационными ресурсами" / В. В. Годин, В. К. Корнеев. — М.: ІНФРА-М, 2001. — 352 с. 6. Пушкар А. И. Стратегическое управление развитием электронного бизнеса и информационных ресурсов предприятия (модели, стратегии, механизмы). Научное издание / А. И. Пушкар, Е. Н. Грабовский, Е. В. Пономаренко. — Харьков: Изд. ХНЭУ, 2005. — 480 с. 7. Хорошилов А. В. Управление информационными ресурсами / А. В. Хорошилов, С. Н. Селетков, Н. В. Днепровская. — М.: Финансы и статистика, 2006. — 252 с. 8. Яковенко В. Я. Информационные ресурсы: Навч. посібник. — Донецьк: ДонНУ, 2005. — 204 с. 9. Стрелец И. А. Новая экономика и информационные технологии. — М.: Экзамен, 2003. — 256 с. 10. Николаева Т. П. Основы информационной экономики: Учебн. пособие. — СПб.: ООО "Лекс Стар", 2001. — 128 с. 11. Тамбовцев В. Л. Институциональная экономика. Новая институциональная экономическая теория: Учебник для вузов. / В. Л. Тамбовцев, А. Е. Шаститко, Е. Н. Кудряшова. — М.: ІНФРА-М, 2005. — 416 с. 12. Винарик Л. С. Информатизация в аспекте социальной трансформации общества: Монография. — Донецк, 2004. — 272 с. 13. Вереженко А. П. Информационные ресурсы для принятия решений. — М.: ІнфоАрт, 2003. — 280 с. 14. Гарфилд Б. Десять заповедей рекламы. — СПб.: Питер Прес, 2006. — 256 с. 15. Денисов Ю. Д. Информационные ресурсы в японской экономике. — М.: Наука, 1994. — 208 с. 16. Ларин М. В. Управление документацией в организации. — М.: Научная книга, 2002. — 188 с. 17. Яценко М. Г. Информация (сбор, защита, анализ): Учебник по информационно-аналитической работе. — М.: МВГА, 1996. — 208 с. 18. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. — М.: ЭКСМО-ПРЕСС, 2002. — 480 с.

Стаття надійшла до редакції 7.11.2007 р.

ІННОВАЦІЇ: УЗАГАЛЬНЕННЯ СУТНОСТІ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ЇХ ХАРАКТЕРНИХ ОЗНАК

The concrete circle of aspects which characterize the essence of concept "innovation" is determined on the basis of different scientists' researches. It is studied from the point of its two different Russian/Ukrainian equivalents.

У сучасних умовах розвитку економіки України, спрямування на підвищення її конкурентоспроможності надзвичайно важливого значення набуває активізація інноваційної діяльності. Оскільки без цього стає неможливим здійснення прогресивних структурних зрушень у країні, оновлення підприємств реального сектору й загалом забезпечення сталого соціально-економічного розвитку її економіки. Актуальність теми досліджень є безперечною і свідчить про об'єктивну необхідність подальшого дослідження сутності та вдосконалення термінологічного трактування категорії.

Дослідженню проблеми розвитку інноваційної діяльності приділяється значна увага в наукових працях багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів, таких, як: С. Абрамов, Ф. Валента, С. Вовканич, Г. Ковальов, М. Крупка, В. Мединський, О. Ястремська та ін.

П. Завлін та О. Васильєв зазначають, що "в літературі зустрічається декілька підходів до визначення сутності інновації. Найрозповсюдженішими є дві точки зору, коли в одному випадку нововведення вважається результатом творчого процесу у вигляді нової продукції, технології, методу тощо, а в іншому – процесом введення нових виробів, елементів, підходів замість діючих" [1, с. 4].

Більш однозначно науковцями трактується термін "інноваційний процес". Так, у роботі [2] інноваційний процес визначається як процес, що має місце "в будь-якій складній виробничо-господарській системі, є сукупністю прогресивних, якісно нових змін, що безперервно виникають у часі та просторі. Інноваційні процеси започатковуються певними галузями науки, а завершаються у сфері виробництва..." [2, с. 204]. У роботі [1] – як "...послідовний ланцюг подій, у ході яких інновація визріває від ідеї до конкретного продукту, технології чи послуги..." [1, с. 7].

Відповідно до міжнародних стандартів інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, що втілюється у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або ж удосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності чи в новому підході до соціальних послуг. Установлення конкретного кола аспектів, що характеризують сутність поняття "інновація", є вихідним моментом у подальшому дослідженні.

Як у вітчизняній, так і в зарубіжній літературі останніх років усе частіше можна помітити отождошення поняття "інновація" з поняттям "нововведення". Це цілком зрозуміло, оскільки будь-які винаходи, нововведення тільки тоді одержують суспільне визнання, коли будуть прийняті до широкого вжитку, і вже в новій якості вони виступають як інновації з метою зміни об'єкта управління та одержання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого вигляду ефекту. Однак слід зазначити, що сутність цих понять має деякі принципи відмінності, які необхідно виявити на основі дослідження точок зору авторів та їх подальшого узагальнення (табл. 1).

Визначення поняття "нововведення"

Автор	Поняття "нововведення"	Джерело
Б. Твісс	Нововведення – це процес створення і впровадження нового	[3]
Й. Шумпетер	Нововведення – тільки частина процесу, "ідея, її реалізація, споживання нового продукту"	[4]
М. Мескон, М. Альберт	Нововведення – це результат наукової праці, спрямований на вдосконалення суспільної практики і призначений для безпосередньої реалізації в суспільному виробництві	[5]
Д. Черваньов, Л. Нейкова	Нововведення – це процес доведення наукової ідеї або технічного винаходу до стадії практичного використання, що приносить дохід, а також пов'язані з цим процесом техніко-економічні й інші зміни в соціальному середовищі	[6]
П. Уайт	Нововведення йде за винаходом і завершує успішні розробки	[7]
Д. Гвішіани, В. Громека	Процес доведення технічного винаходу або відкриття до стадії практичного використання, коли воно починає давати економічний ефект, або як кінцевий результат цього процесу, тобто винахід, доведений до стадії комерційного використання	[8]
Е. Уткін	Нововведення – це прибуткове використання науково-технічних та інших досягнень за допомогою виробництва нової споживчої вартості	[9]
Ф. Валента	Нововведення – це зміна, перехід	[10]
М. Іванов, С. Колупаєва, Г. Кочатков	Нововведення – це процес, що включає безліч стадій і зв'язків, починаючи з відкриттів і закінчуючи появою на ринку нових товарів; це безперервне розширення організованого людського знання й застосування його до розробки нових підходів щодо задоволення людських потреб; процес, що веде до більш ефективного виробництва й завершується новими та істотно модифікованими товарами або послугами	[11]
Г. Гольдштейн	Нововведення – заміна старого об'єкта новим, тобто становить певну новину, якої не було раніше	[12]

Приклади наведених визначень дозволяють наголосити на наявності принципово різних точок зору щодо визначення терміна "нововведення". Деякі автори [3; 4; 6; 8] вважають, що нововведення – це процес. На думку інших [5], нововведення – це результат; нововведення – це цілеспрямована зміна [10; 12].

На підставі дослідження робіт і аналізу узагальнення існуючих підходів (табл. 1) пропонується наступне тлумачення терміна "нововведення". Нововведення – це оформлений результат фундаментальних, прикладних досліджень, розробок або експериментальних робіт у певній сфері діяльності з підвищення її ефективності.

Доцільним, на нашу думку, є визначення також сутності поняття "інновація".

Слово *innovation* (англ.) утворене з латинського "новація" (новизна, нововведення) і англійського префікса "ін", що означає "в", "введення". Отже, в перекладі з англійської інновація означає введення нового або відновлення.

Впровадження нового в господарську практику визначається як нововведення, тобто з моменту прийняття до поширення новація здобуває нову якість і стає інновацією. Закономірності трансформації нововведення в економіці стали вивчати й застосовувати тільки на початку ХХ ст. [4].

Сьогодні термін "інновація" трактується залежно від об'єкта і предмета дослідження, що здійснюється.

Для більш зручного порівняльного аналізу існуючі авторські варіанти визначення інновації наведені в табл. 2.

Систематизуюча таблиця сутності поняття "інновація"

Автор	Поняття "інновація"	Джерело	Примітка
Й. Шумпетер	Зміни з метою впровадження й використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих і транспортних засобів, ринків та форм організації в промисловості	[4]	Не враховані можливості, використання нових видів сировини, внесення змін у якісний і кількісний склад кадрів, не зазначена обов'язковість підвищення ефективності
Х. Хауштайн	Упровадження в практику здійснення й використання ідеї, пропозиції, науково-дослідного рішення, моделі	[13]	Не простежено рух ідей до ринку, не розглянуто можливість змін у структурі організації виробництва, у складі кадрів, обов'язковість оцінки ефективності прийнятої ідеї
В. Н. Лапін	Комплексний процес створення, поширення й використання нового практичного засобу для кращого задоволення відомої потреби людей	[14]	Не розглянуто інновацію як конкретний матеріальний об'єкт, не розглянуті організаційно-управлінські, соціальні та інші інновації
Ф. Валента	Зміна в початковій структурі виробничого механізму, тобто перехід його внутрішньої структури до нового стану: стосується продукції, технології, засобів виробництва, професійної та кваліфікаційної структури робочої сили, організації; зміни як з позитивними, так і з негативними соціально-економічними наслідками	[10]	Не обговорено можливість використання нових видів сировини, нових ринків збуту. Відзначена імовірність негативних наслідків, що позбавляють інновацію змісту
Т. Брайан	Процес, у якому інтелектуальний товар – винахід, інформація, ноу-хау або ідея – набуває економічного змісту	[15]	Необхідно визначити, що ефект – обов'язковий, а також те, що ідея має бути реалізованою (на ринку)
Л. Волдачек	Цільова зміна у функціонуванні підприємства як системи (кількісна, якісна, у будь-якій сфері діяльності підприємства)	[16]	А також нова сировина, нові види товарів і послуг, нові ринки збуту й ефект від внесених змін
Б. Санто	Суспільний, технічний, економічний процес: практичне використання ідей, винаходів, що призводять до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій, орієнтованих на економічну вигоду, прибуток, додатковий прибуток, охоплює весь спектр видів діяльності – від досліджень і розробок до маркетингу	[17]	Не розглянуто рух продукції на ринку, не враховані виробничі кадри, виробничі й транспортні засоби, структура виробництва
І. Н. Молчанов	Результат наукової праці, спрямований на вдосконалення суспільної практики й призначений для безпосередньої реалізації в суспільному виробництві	[18]	Не простежений шлях від ідеї до її реалізації на ринку
Л. М. Голберг	Кінцевий результат інноваційної діяльності, що одержав втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або вдосконаленого процесу, використовуваного в практичній діяльності чи в новому підході до соціальних послуг	[19]	Необхідно, щоб ідея пройшла шляхом від моменту виникнення до етапу реалізації, без нагадування на розвиток визначення не буде повним
Ф. Піксон	Сукупність технічних, виробничих, комерційних заходів, що призводять до появи на ринку нових процесів і устаткування	[20]	До проведення перелічених заходів має зародитися ідея, яка й приведе до необхідності здійснення наступних дій; також варто враховувати можливість упровадження нових видів сировини, що приводить до одержання нових або кращих продуктів
В. Г. Мединський	Суспільний, технічний, економічний процес, що приводить до створення кращих за своїми властивостями товарів (продуктів, послуг) і технологій шляхом практичного використання нововведень	[21]	Товари мають бути реалізовані на ринку
П. Н. Завлін	Використання в будь-якій сфері суспільства результатів інтелектуальної (науково-технічної) діяльності для вдосконалення процесу діяльності або його результатів (виробництво, економічні, правові, соціальні відносини, галузі науки, культури, освіти та інші сфери діяльності суспільства)	[22]	Таке використання мусить привести до одержання економічної вигоди через реалізацію на ринку
С. В. Валдайцев	Освоєння нової продуктової лінії, заснованої на спеціально розробленій оригінальній технології, що здатна вивести на ринок продукт, який задовольняє незабезпечені існуючими пропозиціями потреби	[23]	Не підвищено організаційно-управлінські, соціальні, інформаційні інновації, не розглянуто шлях від ідеї до виходу на ринок, внесення змін до складу кадрів та структури виробництва
В. Л. Макаров	Форма розв'язання суперечності, явище прогресу в будь-якій сфері людської діяльності, а не лише в техніці й технології	[24]	Не розглянуто інновацію як складову частину життєвого циклу (наука – виробництво – реалізація)
Л. В. Канторович	Наукові відкриття або винаходи, що мають практичне застосування і задовольняють соціальні, економічні й політичні вимоги, дають ефект у відповідних галузях	[25]	Не враховано можливість ризику при реалізації інновації
Д. М. Гвішиані	Комплексний процес створення, поширення й використання нового практичного засобу (нововведення) для нової (або кращого задоволення вже відомої) суспільної потреби; водночас це процес сполучених із цим нововведенням змін у тому соціальному й речовинному середовищі, де відбувається його життєвий цикл	[26]	Не обговорено роль ринку збуту
Н. Н. Лапін	Конструювання нових способів виробництва й продуктів. У більш широкому, філософському змісті – це функція розвитку культури як сукупності життєдіяльності людини. Нововведення є цілісною, внутрішньо-суперечливою й динамічною системою	[27]	Необхідно підкреслити особливості інновації й виробництва
В. С. Кабаков	Процес формування якісно нового стану системи, а також зв'язків між її елементами, спрямований на підвищення ефективності її функціонування	[28]	Інновація має бути реалізованою на ринку
В. Раннопорт	Практичне здійснення якісно нових рішень, сутність і зміст стратегії підприємства	[29]	Не зумовлена можливість, використання інновацій
І. П. Піннінго	Нові способи й методи роботи; розподіл ресурсів і фондів у організації; процес упровадження нових продуктів, послуг та виробничих процесів	[30]	Інновація у своєму розвитку змінює форми, просуваючись від ідеї до впровадження
М. Блауг	Будь-яке вдосконалення технічних способів виробництва, будь-яке доповнення до існуючого обсягу технологічних знань	[31]	Під інновацією мається на увазі об'єкт, впровадження у виробництво
Б. Твісс	Процес, у якому винахід або ідея набуває економічного змісту	[3]	Не розглянуто організаційно-управлінські, соціальні та інші інновації
А. Левінсон	Результати, підсумок попередньо проведеної наукової, практичної, організаційної роботи	[32]	Не відзначена ймовірність негативних наслідків
Ю. В. Яковець	Якісні зміни у виробництві можуть належати як до техніки й технології, так і до форм організації виробництва та управління	[33]	Не простежений шлях від ідеї до її реалізації на ринку
С. Бешелев, Ф. Гурвіч	Реалізований у суспільному виробництві науковий або технічний результат, а також процес його одержання	[34]	Інновації – це особливий інструмент підприємства
С. Ю. Глазьев	Інновація має чітку орієнтацію на кінцевий результат прикладного характеру, вона має завжди розглядатися як складний процес, що забезпечує визначений технічний, соціально-економічний ефект. Інновація у своєму життєвому циклі змінює форми, просуваючись від ідеї до впровадження	[35]	Не врахована можливість ризику при реалізації інновації

Узагальнення результатів дослідження дозволяє зробити наступні висновки: деякі автори розглядають інновацію, як процес [3; 13 – 15; 17; 20; 21; 23; 24; 26 – 30], другі – як зміну [4; 10; 16; 31; 33], а інші – як результат [18; 19; 22; 25; 32; 35]. На думку авторів статті, інновацію слід розглядати як об'єкт, упроваджений у виробництво в результаті використання наукового дослідження або відкриття, якісно відмінного від попереднього аналога, що характеризується більш високим технологічним рівнем, новими споживчими якостями товару або послугами порівняно з попереднім продуктом; виробничі, організаційні, фінансові, науково-дослідні, навчальні та інші сфери, що забезпечують економію або формують умови для економії.

Таким чином, інновація – це нововведення, яке пов'язане з науково-технічним прогресом (НТП) і полягає у відновленні основних фондів та технологій, удосконаленні управління й покращенні економічних показників підприємства.

На підставі проведеного дослідження існуючих підходів до визначення таких категорій, як нововведення та інновація, авторами обґрунтовано, що між цими поняттями є принципова різниця. Так, поняття "нововведення" визначає більш загальне явище відносно категорії "інновація". Визначення поняття "нововведення" перебувають у постійній трансформації та розвитку й доповнюються певними якостями, які враховують особливості та вимоги певного етапу розвитку економіки держави. Інновація вважається необхідною умовою для впровадження нововведення.

Література: 1. Завлин П. Н. Оценка эффективности инноваций / П. Н. Завлин, А. В. Васильев. – М.: Бизнес-пресса, 1998. – 388 с. 2. Економіка підприємства: Підручник / За ред. С. Ф. Покропівного. – К.: КНЕУ, 2000. – 432 с. 3. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями / Пер. с англ.; [Авт. пред. и науч. ред. К. Ф. Пузыня. – М.: Экономика, 1989. – 272 с. 4. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 456 с. 5. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; [Пер. с англ. – М.: Дело, 1992. – 704 с. 6. Черваньов Д. М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства в Україні / Д. М. Черваньов, Л. І. Нейкова. – К.: Знання, 1999. – 156 с. 7. Уайт П. Управление исследованиями и разработки / Сокр. пер. с англ.; [Под. ред. Д. Н. Бобрышева. – М.: Экономика, 1982. – 24 с. 8. Гвишиани Д. М. Теоретические аспекты исследований инновационных процессов и формирование инновационной политики: Инновационная политика развитых капиталистических государств / Д. М. Гвишиани, В. И. Громека. – М.: Знание, 1990. – 84 с. 9. Уткин Э. А. Курс менеджмента: Учебник для вузов. – М.: Зеркало, 1998. – 448 с. 10. Валента Ф. Управление инновациями. – М.: Прогресс, 1985. – 440 с. 11. Иванов М. М. США: управление наукой и нововведениями / М. М. Иванов, С. Р. Колупаева, Г. В. Кочетков. – М.: Наука, 1940. – 216 с. 12. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие / Под ред. Г. Я. Гольдштейн. – Таганрог: Изд. ТРТУ, 1998. – 132 с. 13. Хауштайн Х. Leitung industrieller Forehung. – Berlin, 1979. 14. Лапин В. Н. Социальные аспекты управления нововведением. – М.: Наука, 1981. – 520 с. 15. Братан Т. Управление научно-техническими нововведениями. – М.: Экономика, 1989. – 712 с. 16. Волдачек Л. Стратегия управления инновациями на предприятии. – М.: Экономика, 1989. – 444 с. 17. Санто Б. Инновация как средство экономического развития. – М.: Прогресс, 1990. – 212 с. 18. Молчанов И. Н. Инновационный процесс. – СПб.: Наука, 1995. – 152 с. 19. Голберг Л. М. Статистика науки и инноваций. Краткий терминологический словарь. – М.: Акалис, 1996. – 340 с. 20. Пиксон Ф. Инновационный менеджмент. – М.: Экономика, 1997. – 240 с. 21. Медынский В. Г. Инновационное предпринимательство. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 536 с. 22. Завлин П. Н. Инновационный менеджмент. Справочное пособие. – СПб.: Наука, 1997. – 432 с. 23. Валдайцев С. В. Оценка бизнеса и инновации. – М.: Филинь, 1997. – 272 с. 24. Макаров В. Л. Введение нетехнических нововведений // Экономика и организация промышленного производства. – 1983. – №10. – 52 с. 25. Канторович Л. В. Системный анализ и некоторые про-

блемы научно-технического прогресса // Диалектика и системный анализ. – М.: Наука, 1983. – 76 с. 26. Гвишиани Д. М. Диалектикоматериалистические основания системных исследований // Диалектика и системный анализ. – М.: Наука, 1986. – 136 с. 27. Лапин Н. Н. Системно-деятельная концепция исследования нововведений // Диалектика и системный анализ. – М.: Наука, 1986. – 536 с. 28. Кабаков В. С. Менеджмент: проблемы – программы – решение. – Л.: Лениздат, 1990. – 248 с. 29. Раннопорт В. Диагностика управления: практический опыт и организации. – М.: Экономика, 1998. – 80 с. 30. Пиннинг И. П. Новая технология и организационные структуры. – М.: Экономика, 1990. – 420 с. 31. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе / Пер. с англ. – М.: Дело ЛТД, 1994. – 720 с. 32. Левинсон А. Экономические проблемы управления научно-техническим прогрессом. Опыт системного анализа. – М.: Экономика, 1973. – 128 с. 33. Яковец Ю. В. Ускорение научно-технического прогресса. Теория и экономический анализ. – М.: Экономика, 1988. – 300 с. 34. Бешелев С. Нововведение и мы / С. Бешелев, Ф. Гурвич. – М.: Наука, 1990. – 512 с. 35. Глазьев С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. – М.: Властелин, 1993. – 380 с. 36. Абрамов С. И. Инвестирование. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2000. – 436 с. 37. Вовканич С. Инновационный розвиток України як стратегія реалізації національної ідеї / С. Вовканич, Х. Копистянська, С. Цапок // Region. Економіка. – 1999. – №2. – С. 40. 38. Ковалев Г. Д. Инновационные коммуникации. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 352 с. 39. Крупка М. І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку України – Львів: Вид. Центр Львів. нац. університету ім. І. Франка, 2001. – 400 с. 40. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади. Наукове видання. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2004. – 472 с.

Стаття надійшла до редакції
7.11.2007 р.

УДК 331.101.3

Лаптев В. І.

МОДЕЛЬ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ЧЛЕНІВ ОРГАНІВ УПРАВЛІННЯ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА

Using existent informal and processual theories of motivation, their advantages and disadvantages – the model of a joint-stock company's top managers' motivation is developed. This model, based on the Porter – Louler's theory, takes into account the top managers' labor distinctions, their motives, inside causes, values and outside causes – stimulus.

Однією з невід'ємних складових управління будь-яким підприємством є система мотивації, яка становить спонукач свідомої координованої діяльності співробітників даного підприємства. Мотивація – базис управління та загальна функція для інших трьох функцій управління (планування, організація та контролю), оскільки її реалізація знаходить місце й при їхньому виконанні. Метою мотивації є спонукання членів організації до праці, виконання поставлених завдань для забезпечення ефективної діяльності компанії в процесі досягнення стратегічних цілей. Запорукою ефективної діяльності виступає висока продуктивність праці. Однак працювати продуктивно протягом робочого дня, представляти результати своєї праці у встановлені строки та вважати цілі компанії вищими за інші є доволі складним завданням, для виконання якого повинна існувати значна спонукальна причина.

Особливого значення це питання набуває сьогодні, коли в умовах трансформації економіки, формування нових економічних відносин існує криза праці: девальвовані трудові цінності й орієнтири, праця перетворилася з основи способу життя в засіб виживання та задоволення власних матеріальних потреб.

Проблеми мотивації та стимулювання присвячена велика кількість праць закордонних і вітчизняних науковців та спеціалістів у сфері управління організацією – М. Мескон [1], А. Кібанов [2], А. Єгоршин [3], А. Колот [4], В. Сумін [5], Л. Балабанова й О. Сардак [6], Н. Д. Лукьянченко, Л. Л. Бунтовська [7], Ю. Г. Одегов [8], С. Шекшня [9] тощо, – проведено плідні дослідження стосовно потреб, мотивів та стимулів людини в процесі економічної діяльності.

У той же час слід зазначити, що в більшості наукових праць та досліджень таким виконувачем виступає робітник або будь-який елемент керованої системи. Однак у зв'язку з формуванням корпоративних відносин і розвитком корпоративної форми господарювання особливий інтерес викликає керуюча система: потреби та мотиви членів органів управління акціонерного товариства, особливості стимулювання їхньої праці. Це пов'язано з тим, що безпосередньо діяльністю членів органів управління є сам процес управління, прийняття управлінських рішень, під яким розуміється творча складова в діях управління. Тобто їх діяльність – це процес формування самостійного, індивідуального умовиводу, отриманого на основі інформації для вирішення певного завдання. Такий процес заздалегідь складно визначити у часі.

Робота в органах управління акціонерного товариства (правлінні або наглядові ради), розуміє під собою статус людини, її заслуги, зроблені кроки кар'єрними сходами. Така діяльність відбувається під впливом певних спонукаючих причин і формує певні ціннісні орієнтири, які дещо відрізняються від мотивів та орієнтацій звичайного працівника.

У зв'язку з цим метою роботи є створення на основі існуючих мотиваційних теорій і досліджень у сфері мотивації та стимулювання моделі мотивації праці членів органів управління акціонерного товариства.

Як було вже зазначено вище, для якісного виконання тієї чи іншої роботи або завдання, дотримання цілей компанії повинна існувати глибинна внутрішня потреба, яка спонукає причини. Такою причиною є мотив – психологічне явище, внутрішній спонукач, який спонукає до дії, пов'язаної з певною метою. Виходячи з цього, мотивація може бути представлена як процес дії мотиву, що виражає спрямованість індивіда, ціннісні орієнтації та визначає його діяльність [10, с. 70 – 71; 11, с. 29]. Мотив формується на основі потреби, яка виникає у людини відповідно до її характерних особливостей, культурного рівня, соціальної позиції тощо. Потреба породжує в людині відчуття відсутності або нестачі чогось і формує її поведінку, орієнтовану на досягнення мети. Ступінь задоволення, який має місце при досягненні мети, впливає на поведінку індивіда в подібних умовах у майбутньому.

Мотив нерозривно пов'язаний із зовнішнім спонукальним фактором – стимулом і, як правило, відображає його [5, с. 103]. Тобто стимул є зовнішнім спонукачем активності працівника, ефект якого опосередкований психікою людини, він відповідає потребам суб'єкта, тобто стимул не є тотожним мотиву, хоча в ряді випадків може перетворюватися в мотив.

Стимул виконує подвійне завдання. З одного боку, він є складовою реальної ситуації й активізує мотиви, а з іншої – в тому випадку, якщо створений ним мотив супроводжує до задоволення потреби людини, викликає відчуття задоволеності. Стимули мають на кожну особу різний вплив, оскільки різним є рівень запитів і структура мотивів індивідів. У зв'язку з цим важливим завданням є створення системи таких стимулів, які відповідають мотивам робітників і направляють їхню діяльність на виконання поставлених завдань.

Саме мотивація та стимулювання, на думку А. Кібанова, є стратегією й тактикою подолання кризи праці. Мотивація виступає стратегією, яка заснована на довгостроковому впливі на робітника з метою зміни за заданими параметрами структури ціннісних орієнтацій та інтересів робітника, формування відповідного мотиваційного ядра й розвитку на цій основі трудового потенціалу.

Стимулювання як тактика вирішення проблеми є орієнтацією на фактичну структуру ціннісних орієнтацій та інтересів робітника, на більш повну реалізацію трудового потенціалу, який існує [2, с. 485].

Мотивація та стимулювання як методи управління працею є різними за напрямками, що пов'язано з тим, що процес мотивації спрямований на зміни існуючого стану, а стимулювання – на його закріплення. Однак при цьому вони взаємодоповнюють один одного. Стимулювання повинно відповідати потребам, інтересам має бути адекватним механізму мотивації працівника.

Проведені плідні дослідження стосовно потреб, мотивів та стимулів людини в процесі економічної діяльності дали змогу виділити дві основні групи теорій мотивації: змістовні (теорії А. Маслоу, Д. МакКлеланда, Ф. Герцберга та К. Альдефера) і процесуальні (теорії очікувань, справедливості та комплексна теорія Портера – Лоулера). Такий розподіл дозволяє врахувати вплив особистості на діяльність організації.

Виконані узагальнення сутності змістовних теорій мотивації свідчать про те, що основні відмінності між ними визначаються ступенем деталізації груп потреб [2, с. 486]. У теорії Маслоу їх п'ять, Алдефера – три, МакКлеланда – три, Герцберга – 2 [4, с. 29].

Однак слід погодитися з відомим російським науковцем А. Кібановим, що дані змістовні теорії не відображають повної картини мотиваційного процесу та мають ряд сумнівних тверджень. Адже потреби по-різному проявляються залежно від багатьох ситуаційних факторів (зміст роботи, положення в організації, вік, стать тощо): не обов'язково пряме слідування однієї потреби за іншою, задоволення поверхніх потреб призводить до послаблення їхньої взаємодії з мотивацією тощо [2, с. 487].

На думку В. Суміна, людина у цих моделях не має індивідуальності та розглядається як автомат, а не той, хто конкретно, відповідно до певної потреби реагує на вплив оточуючого середовища [5, с. 117].

Концепція процесуальних теорій мотивації полягає в тому, що робітник, отримавши завдання та визначивши очікувані винагороди за його виконання, оцінює свої можливості отримання винагороди, вираженої кількісними або якісними показниками. Іншими словами, процесуальні теорії пов'язують поведінку людей з їхнім сприйняттям конкретної ситуації й очікуваннями від можливих наслідків обраної поведінки. І, навіпаки, від того, чому буде надана перевага, залежить поведінка та результати діяльності виконувача.

У той же час, як уже зазначалося раніше, в більшості наукових праць та досліджень таким виконувачем виступає робітник або будь-який елемент керованої системи. Однак у зв'язку з обраним напрямком роботи особливий інтерес викликає керуюча система: потреби й мотиви членів органів управління акціонерного товариства, особливості стимулювання їхньої праці.

Слід погодитися з В. О. Суміним, що автори моделей мотивації не пов'язували проблему розвитку організації з особистості на основі подолання проблем, які постають перед ними. При цьому мотиваційні моделі відповідають майже повній автономії особистості. Від особистості залежить її поведінка, орієнтована на задоволення потреби та очікування справедливої винагороди. Інше, що може вплинути на особистість та її діяльність, не враховується [5, с. 110]. Однак це не так. Діяльність управлінців невід'ємно пов'язана з діяльністю компанії. Адже від того, наскільки успішно є робота членів органів управління, залежить ефективність діяльності всього акціонерного товариства, його стабільність та розвиток. У той же час провідне положення підприємства на ринку формує обличчя його керівництва, надаючи можливість задовольнити свої потреби, досягти сформованих ціннісних орієнтирів. Таким чином, розвиток керівника та розвиток компанії нерозривно пов'язані між собою в процесі подолання труднощів і досягнення кожним визнання та певного статусу.

Така ситуація свідчить про велику відповідальність, яка лежить на працівнику системи управління. У зв'язку з цим дуже важливим є в результаті виникаючих складностей та криз не втратити інтерес до роботи. Проведені дослідження показали, що зниження інтересу до роботи у керівників до критичного рівня з початку роботи на займаній посаді відбувається протягом 3,5 – 5 років. Критичний рівень у дослідженні був

позначений евристичним критерієм, який на мові соціологів визначається на пунктирній шкалі ряду інтервалів "дуже цікава робота – зовсім не цікава робота" відповіддю "Не знаю, робота моя цікава чи ні". До того ж зі зростанням кваліфікації (просуванням по службі) період збільшується в середньому на 2,5 місяця. Це говорить про те, що кар'єрне зростання потребує додаткового інтервалу часу на освоєння нового обсягу робіт на наступній сходинці кар'єри. Слід також відмітити, що 80% працівників системи управління за певних об'єктивних і суб'єктивних причин протягом усього трудового періоду 7 – 10 разів змінюють місце роботи [5, с. 111].

Спираючись на зазначене вище та взявши за основу комплексну процесуальну модель мотивації Портера – Лоулера, можна представити модель мотивації праці членів органів управління акціонерного товариства (рисунок).

Модель Л. Портера й Е. Лоулера показує, що мотивація не є простим елементом у ланцюзі причинно-наслідкових зв'язків. У ній ураховано п'ять елементів, які визначають процес мотивації: витрачені зусилля, здатності, отримані результати, винагорода, що сприймається як справедливість, задоволеність як результат зовнішньої та внутрішньої винагороди з урахуванням їхньої справедливості [4, с. 45].

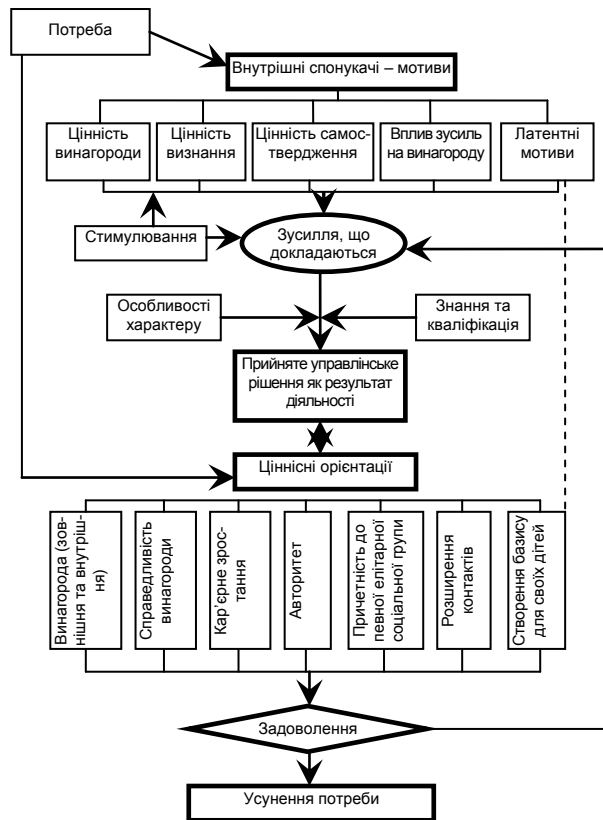


Рис. Модель мотивації праці членів органів управління АТ

Рівень зусиль залежить від цінності винагороди та впевненості робітника в тому, що винагорода залежить від зусиль, яких він докладає.

При досягненні поставлених результатів працівник усвідомлює значущість зробленої роботи, що дозволяє йому внутрішньо заохочуватися, винагороджувати себе за роботу. Також при досягненні результату робітник очікує винагороди з боку керівництва (зовнішня винагорода), яка, на його думку, відповідає витраченим зусиллям і досягнутим від цього результатам порівняно із винагородою іншого працівника за відповідну роботу, адже згідно з теорією справедливості людина завжди піддає суб'єктивній оцінці власну винагороду та порівнює її з тією, що отримали інші за аналогічну роботу. Останнім елементом моделі Портера – Лоулера є задоволення.

Однак модель Портера – Лоулера не відтворює саме таку ситуацію, коли особистість не в змозі задовольнити свою потребу в результаті витрачених зусиль. Це пов'язано з тим, що, на думку авторів даної теорії, результативна праця завжди веде до задоволення працівника. Тобто дана модель не враховує подальшу поведінку людини в даному випадку, що є недоліком, який урахований при побудові моделі мотивації членів органів управління акціонерного товариства. Ще одним недоліком комплексної теорії Портера – Лоулера є відсутність у моделі стимулів – зовнішніх спонукальних факторів, які невід'ємно пов'язані з мотивами людини, відображають їх та направляють діяльність для вирішення поставлених завдань. Стимулювання є частиною системи мотивації, її функцією.

Ураховуючи зазначене вище, на рисунку відображена модель мотивації праці членів органів управління акціонерного товариства, згідно з якою особа, яка входить до системи органів управління, в процесі своєї трудової діяльності, використовуючи свої здібності та спираючись на необхідну інформацію, докладає певні зусилля, що залежать від певних спонукальних причин, які формуються як під впливом власних внутрішніх очікувань, так і в результаті системи стимулів, що формуються та впроваджуються компанією.

До внутрішніх спонукачів, що спонукують управліня до праці, відносяться визнання ним цінності винагороди, яку він отримає за свою роботу, та розуміння залежності даної винагороди від витрачених зусиль. До таких мотивів слід також віднести цінність причетності до певної соціальної (елітної) групи та усвідомлення у зв'язку з цим важливості самоствердження й визнання, отримання авторитету, влади та статусу. Також окремо можна виділити групу латентних мотивів, які є прихованими або частково прихованими для людини. Вони не лежать на поверхні його розуміння причин дії, такі мотиви є глибинними для свідомості. Спираючись на ці мотиви, особа підсвідомо приймає те або інше рішення.

Однак усі ці мотиви не є автономними – вони не виникають з нічого. Формування мотивів відбувається в процесі соціалізації індивіда під впливом соціокультурного середовища його життя. Соціалізація й індивідуалізація починаються з дитинства та продовжуються в процесі навчання, роботи, підвищення кваліфікації, просування кар'єрними сходами тощо. Тому завданням підприємства є створення такої системи стимулів, яка б відповідала внутрішнім потребам індивіда та направляла його. Так, можна виділити два основних види стимулювання: матеріальне та моральне. Згідно з П. Капустянським, дієвість матеріального стимулювання можливо підтримувати на досить високому рівні шляхом розширення спектра матеріальних стимулів (окрім заробітної плати, отримання бонусів, можливості участі в прибутках, акціонерному капіталі тощо) з таким розрахунком, що як тільки рівень споживання одного виду благ наближається до можливого максимуму, то в цей момент необхідно здійснити перехід до використання інших матеріальних стимулів. При високому рівні матеріального благополуччя й споживання матеріальних благ більш сильним (дієвим) стимулюючим ефектом порівняно з додатковими грошовими виплатами за досягнуті в роботі успіхи володіють методи, пов'язані зі зменшенням гарантованої частини оплати праці за допомогою позбавлення премій і різних доплат при погіршенні діяльності [12, с. 63]. В організації матеріального стимулювання необхідно розуміти оптимальний рівень споживання, при наблизенні до якого можливо активно використовувати заохочення. Однак при подоланні цього рівня грошові виплати й пільги припиняють відігравати вирішальну роль у системах стимулювання. У такому випадку дієвими стають нематеріальні методи стимулювання, до яких можна віднести: побудову ефективної корпоративної культури (впровадження корпоративних принципів, які формують колективний дух, надають можливість відчувати себе причетним до загальної справи, спільної мети); публічне визнання заслуг і результатів (вручення грамот, дипломів, присвоєння почесних звань, розміщення фотографій на дошці пошани, публікація в газеті то-

що); впровадження психологічних консультацій (організація консультаційних служб або залучення спеціалістів із зовні) і програм медичного обслуговування програм професійного навчання; стимулювання вільним часом (надання за активну та творчу роботу додаткових вихідних, відпусток, організація гнучкого графіка праці) тощо.

Також деяку роль у стимулюванні відіграють нормативно-правові (адміністративні) аспекти, такі, як закріплення у внутрішніх документах чіткого розподілу повноважень і компетенцій органів управління, прав, обов'язків та відповідальності.

Результатом докладених зусиль є прийняте управлінське рішення, яке також залежить від знань, кваліфікації особи, властивостей її характеру. Результат діяльності нерозривно пов'язаний із ціннісними орієнтирами, які формуються на основі мотивів і потреб особи. Серед таких орієнтирів можна виділити винагороду, що управлінець отримує від компанії, як визнання результативності затрачених ним зусиль та внутрішню винагороду як емоції щодо виконаної роботи, почуття самореалізації та самоствердження, причетність до спільної мети та входження в певне "елітне коло". Спираючись на зазначене, можна сказати, що зв'язок між результатами діяльності та ціннісними орієнтирами визначається ступенем задоволення людиною процесом і результатами діяльності. Значний зв'язок дає змогу особі усунути свою потребу. У випадку, коли такий зв'язок слабкий, зусилля, що докладаються, є недостатніми для отримання позитивного результату, а відповідно очікування не реалізуються або реалізуються частково. Така ситуація свідчить про те, що процес мотивації діяльності є динамічним і потребує постійного аналізу та оцінки.

Таким чином, проаналізувавши існуючі дослідження і теорії у сфері мотивації праці та взявши за основу комплексну процесуальну модель Портера – Лоулера була розроблена модель мотивації праці членів органів управління акціонерного товариства. В даній моделі визначено ціннісні орієнтири (причетність до елітарної соціальної групи, наділення владою, авторитет), які відображають специфіку корпоративних відносин та особливості діяльності органів управління товариством, зазначено стимулюючий вплив з урахуванням причинно-наслідкових зв'язків і фактора часу.

Подальшого дослідження потребує питання матеріально-стимулювання як найбільш вагомого чинника впливу на результати праці, визначення оптимальної форми та системи оплати праці членів органів управління акціонерного товариства.

Література: 1. Мескон М. Основы менеджмента: Пер. с англ. / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1992. – 704 с. 2. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 640 с. 3. Егоршин А. П. Управление персоналом: Учебник. – 3-е изд. – Н. Новгород: НИМБ, 1997. – 312 с. 4. Колот А. М. Мотивация персонала. – К.: КНЕУ, 2002. – 336 с. 5. Сумин В. А. Регулирование деятельности персонала управления: Монография. – Донецьк: ДонНТУ, 2006. – 308 с. 6. Балабанова Л. В. Управление персоналом: Навч. посіб. /Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. — К.: ВД "Професіонал", 2006. — 512 с. 7. Лукьянченко Н. Д. Мотивация персонала: Учебн. пособие / Н. Д. Лукьянченко, Л. Л. Бунтовская. – Донецьк, ДонНТУ, 2004. – 324 с. 8. Одегов Ю. Г. Управление персоналом в структурно-логических схемах: Учебник. – М.: Академический Проект, 2005. – 1088 с. 9. Шекшня С. В. Управление персоналом современной организации. – М.: Бизнес-школа "Интел-Синтез", 1996. – 496 с. 10. Платонов К. К. Краткий словарь системы психологических понятий. – М.: Высшая школа, 1984. – 176 с. 11. Трёмбач К. О. Структурні елементи мотивації, їх взаємозв'язок // Економіка розвитку. – 2002. – №2. – С. 29 – 31. 12. Капустянський П. З. Мотивация праці персоналу сучасних організацій (організаційно-управлінський аспект): Монографія. – К.: ІПК ДСЗУ, 2007. – 156 с.

Стаття надійшла до редакції
12.11.2007 р.

УДК 005.32:331.101.3

Міцкевич Н. А.

ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА МОТИВАЦІЮ ДО ПРАЦІ РОБІТНИКІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

There are peculiarities in the labour motivation of the industry enterprises factory staff. The research was made to investigate the fundamental factors, which make an influence on the industry enterprises workers' behaviour. The results of the research of labour motivation controlling factors were analyzed in the article.

Персонал сьогодні є одним із найважливіших ресурсів для будь-якого підприємства. Мотивація працівників до ефективної роботи є актуальною для забезпечення досягнення цілей підприємства незалежно від його розміру, форми власності та сфери діяльності. Однак існують галузі, де необхідність виживання бізнесу в умовах жорсткої конкуренції [1, с. 78] обумовлює важливість особистого внеску кожного працівника.

Такою сферою є, звичайно, промисловість. В умовах висококонкурентного ринкового середовища перед керівництвом промислових підприємств постає завдання отримання найбільшої віддачі від усіх наявних ресурсів, у тому числі від персоналу [1, с. 237; 2, с. 252, с. 315].

Наукові і практичні проблеми мотивації працівників розглянуті в роботах таких вчених, як А. Я. Кібанов, Л. В. Балабанова, В. М. Данюк [3 – 5] та ін.

Завдяки тому, що на сьогодні промислові підприємства зазнають впливу багатьох зовнішніх чинників, серед яких і зміни в законодавчому колі, і необхідність конкурувати не тільки з вітчизняними, а й із закордонними підприємствами, і вимоги відповідності до постійно зростаючих стандартів якості, і швидке моральне старіння засобів виробництва та обладнання, яке спонукає до інноваційних заходів, участь кожного працівника набуває істотного значення для досягнення стратегічних цілей організації та взагалі для її виживання в мінливому середовищі.

Метою дослідження є визначення факторів, які значно впливають на мотивацію до праці робітників основного виробництва промислових підприємств.

Для підвищення ефективності праці робітників підприємства використовують різноманітні методи впливу на поведінку найманих працівників. Засобами, якими підприємство спроможне впливати на трудову поведінку найманого персоналу з метою досягнення цілей бізнесу, є фактори мотивації персоналу. Зазвичай серед факторів мотивації виділяють, по-перше, матеріальні фактори, які мають вигляд грошових або негрошових матеріальних винагород працівникам з боку роботодавця, та, по-друге, нематеріальні фактори, що задовольняють потреби у причетності, визнанні, пошані тощо. Фактори мотивації мусять підвищувати задоволеність робітників працею, стимулювати їхнє відчуття причетності до організації, забезпечувати потрібний рівень лояльності персоналу [2, с. 244].

На думку сучасних вчених, працівник сьогодні вже не є пасивною істотою, яка прагне працювати тільки заради грошей, не отримуючи інших винагород [2, с. 565; 6, с. 301]. Сучасний робітник бажає мати роботу, якою він міг би пишатися, завдяки якій він може почувати себе захищеним, відчувати себе значним членом суспільства [7, с. 10]. Власне, це дійсно

так! Для найманого персоналу промислово розвинутих країн це абсолютно правильний висновок [8, с. 15].

Спробуємо з'ясувати, чи схожу ситуацію маємо ми в Україні. У будь-який час переважно більшість працівників певної професійної групи здатні стимулювати якісь окремі фактори. Згідно з статистичними даними на цей час у значній кількості населення ще не досить забезпечені вітальні потреби (потреби першого рівня, якщо користуватися теорією ієрархії потреб А. Маслоу [2, с. 274; 9, с. 461]) у власному житті, якісному харчуванні, можливості отримати освіту й медичну допомогу та ін. Таким чином, навіть якщо спиратися на думку А. Маслоу, для України ще зарано сприймати моральні винагороди в якості найбільш дієвих [2, с. 323], особливо якщо мова йде про стимулювання праці робітників, тобто найнижчої ланки управління будь-якого промислового підприємства.

Якщо при вирішенні завдання мотивації керуючого персоналу та провідних спеціалістів підприємства доцільно використовувати такі засоби підвищення результативності праці, як надання більшості самостійності та відповідальності в роботі [7, с. 7], розширення кола обов'язків і повноважень, збільшення відповідальності за кінцеві результати роботи [2, с. 284 – 285], то при необхідності управління трудовою поведінкою робітників промислових підприємств, як свідчать результати дослідження, проведеного на підприємствах галузі машинобудівної промисловості м. Харкова та Харківської області, на перший план виходить задоволення їх матеріальних потреб та потреб у безпеці.

Наприклад, згідно з опитуванням персоналу ВАТ "Турбоатом", у якому були задіяні 332 представники робочих спеціальностей, частка респондентів обрали в якості головних мотивів праці такі фактори, як можливість професійної реалізації (16%), безпечні та комфортні умови праці (16%), відчуття причетності до трудового колективу (15%); однак для 51% респондентів рівень заробітної плати й задоволення інших матеріальних потреб (вирішення житлових та інших соціальних проблем) є найважливішим за значущістю мотивом трудової діяльності.

Вважається, що змінний характер оплати праці завжди позитивно впливає на вмотивованість до ефективної праці. За показниками з оплати праці ВАТ "Турбоатом" частка основної заробітної плати робітників складає 54,82% у їхньому загальному фонді оплати праці, що свідчить про важливу роль, яка надається змінній частині матеріальної винагороди.

За фактичними даними ДП "Завод "Електроважмаш" матеріальне стимулювання праці також оцінюється керівництвом підприємства як таке, що має найважливіше значення в мотивації робітників.

Як показали результати іншого дослідження, проведеного на підприємствах галузі машинобудівної промисловості м. Харкова та Харківської області (в опитуванні взяли участь 275 респондентів чотирьох промислових підприємств), в умовах сучасної України виробничий персонал найбільш орієнтований на отримання в якості винагороди матеріальних винагород (грошової та негрошової компенсації), хоча й указує серед уже отриманих винагород моральні заохочення.

Так, переважна більшість респондентів (58,1% із усіх опитаних) протягом останніх трьох років отримували за свою працю таке заохочення, як усна похвала, при цьому матеріальні заохочення – підвищення заробітної плати та отримання премії – отримували в минулому лише 11,8% аудиторії, в той час як 20,7% з опитуваних при здійсненні вибору на перше місце ставлять можливість отримання матеріальних винагород; 37,9% респондентів звернули увагу на необхідність застосування факторів нематеріальної мотивації та для 41,4% персоналу найнеобхіднішим є надання соціальних пільг і гарантій, відчуття безпеки та впевненості у збереженні їхнього робочого місця. (Тут і надалі фактичні дані, наведені у відсотках, означають частку респондентів з усіх опитаних працівників, які

при анкетуванні відзначили наявність чи важливість для себе запропонованих варіантів відповідей на запитання анкети).

Серед матеріальних факторів мотивації до праці для робітників основного виробництва досліджуваних промислових підприємств найбільше значення мають такі матеріальні заохочення, як надання матеріальної допомоги до відпустки та підвищення заробітної плати (ці винагороди найвище оцінили відповідно 27,8% та 22,2% опитуваних). Також чуттєвим для багатьох є виплата премії (16,7% респондентів вважають цей фактор матеріальної мотивації найбільш дієвим).

Агрегована думка опитуваного виробничого персоналу промислових підприємств щодо застосування факторів матеріальної мотивації надана на рис. 1.

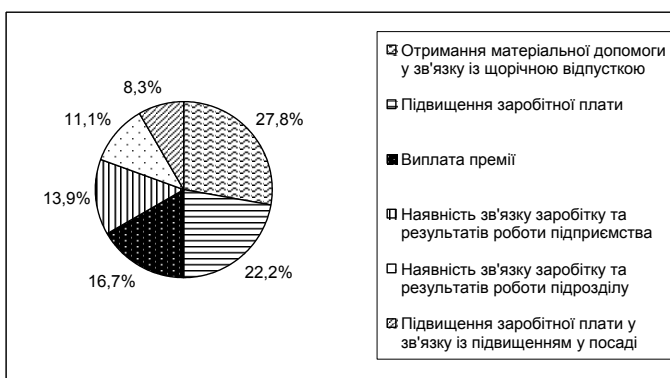


Рис. 1. Розподіл важливості факторів матеріальної мотивації (на думку робітників промислових підприємств м. Харкова та Харківської області)

Серед нематеріальних факторів мотивації до праці робітників основного виробництва досліджуваних промислових підприємств найбільше значення мають такі нематеріальні винагороди, як покращення відносин у колективі (17,3% респондентів вказали на найвищу важливість цього фактора серед усіх факторів нематеріальної мотивації).

Занепокоєність викликає той факт, що працівників слабо мотивує зв'язок між результатами роботи підрозділу, результатами роботи всього підприємства та розміром винагороди (відповідно 11,1% та 13,9% респондентів вказали на важливість наявності такого зв'язку для якості їхньої роботи.) Це має бути пов'язано з відсутністю у працюючих у промисловому секторі робітників диспозиції прагнення до результату [9, с. 463], а також із багаторічними традиціями управління на радянських підприємствах, коли загальний результат роботи підприємства був не важливим у зв'язку з відсутністю інституту приватної власності та коли все майно належало державі, в керівників насправді не було підстав для отримання прибутку, а отже, й умов для одержання досвіду виживання у висококонкурентному середовищі.

Однак традиції радянського управління, як очікувалося, зробили вплив і на відношення працівників до факторів нематеріальної мотивації. В умовах, коли застосування матеріальних стимулів було обмежено державними наказами, фактори нематеріальної мотивації застосовувалися досить широко. Тому й сьогодні вплив нематеріальних факторів, таких, як відносини в колективі, умови й організація праці, можливість брати участь у вирішенні проблем підприємства та підрозділу праці, значно відображається на трудовій поведінці найманих працівників.

Колективна думка опитуваного виробничого персоналу промислових підприємств щодо застосування факторів нематеріальної мотивації надана на рис. 2.

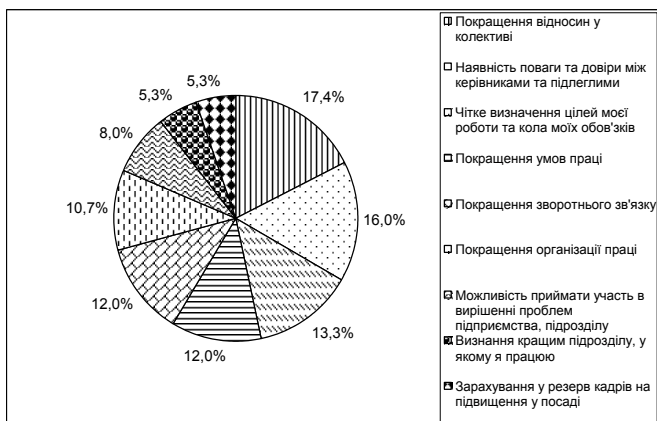


Рис. 2. Розподіл важливості факторів нематеріальної мотивації (на думку робітників промислових підприємств м. Харкова та Харківської області)

Також, як свідчать результати дослідження, для робітників промислових підприємств сьогодні дуже важливим є відчуття захищеності та впевненості в майбутньому, яке їм можуть забезпечити роботодавці за допомогою надання працівникам та членам їх сімей соціальних гарантій і компенсацій. Умовою отримання цих заохочень, звичайно, є сам факт роботи на даному підприємстві, тому у багатьох випадках працівники, відчувачи турботу роботодавців, пишанються фактом причетності до організації-роботодавця та виказують значно більшу лояльність до підприємства навіть у часи складного матеріального становища. Розподіл заохочень, які працівники бажали б отримати в якості соціальних гарантій та які задовольняють їхні потреби у захищеності, безпеці, впевненості в майбутньому, особистому розвитку та самоповазі, надано на рис. 3.

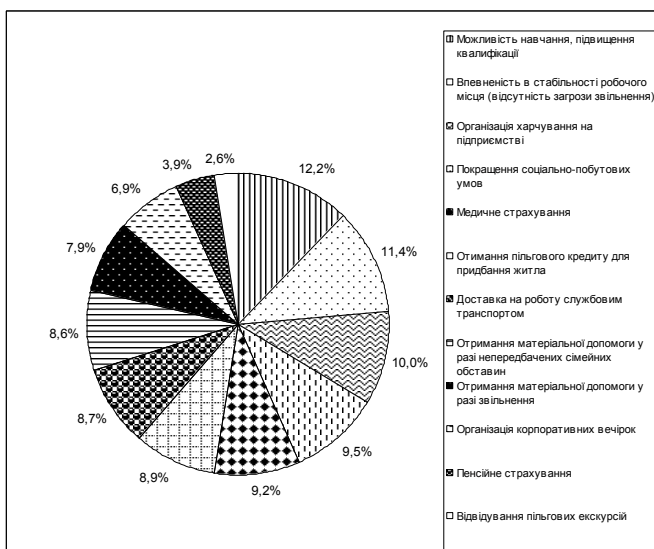


Рис. 3. Розподіл важливості факторів надання соціальних пільг і гарантій (на думку робітників промислових підприємств м. Харкова та Харківської області)

Ураховуючи, що на запитання про задоволеність нинішніми умовами праці більшість (52,9%) респондентів відмітили свою задоволеність існуючим психологічним кліматом та відносинами в колективі, а 33% працівників задоволені змістом праці та їм подобається те, чим вони займаються, має сенс

надати деякі рекомендації щодо покращення стану вмотивованості виробничого персоналу промислових підприємств.

Спираючись на результати досліджень, потрібно наголосити, що чіткий розподіл переваг робітників при виборі матеріальних та нематеріальних факторів мотивації надає керівництву підприємства дуже дієвий важіль для управління поведінкою робітників.

З метою забезпечення бажаної ефективності впливу впроваджуваних організаційних заходів на трудову поведінку робітників основного виробництва промислових підприємств потрібно розробити положення про преміювання цієї категорії персоналу, де вказати, за які конкретно трудові результати працівники зможуть розраховувати на отримання певного розміру грошової винагороди та інших матеріальних і нематеріальних заохочень.

Система оплати та стимулювання праці, по-перше, має бути побудована з урахуванням факторів мотивації, що, як виявило дослідження, найбільш спроможні здійснювати вплив на виробничий персонал промислових підприємств.

По-друге, для того щоб введення вдосконаленої системи стимулювання не блокувалось персоналом, який, як відомо, апріорі протидіє будь-яким змінам, робітники повинні бути заздалегідь проінформовані про її реалізацію, необхідно проводити бесіди з колективом, роз'яснюючи основні принципи цієї системи, та переконати робітників у тому, що нова система преміювання у будь-якому разі не спрямована на зниження їхньої оплати, а, навпаки, розроблювалася за принципом "краща оплата за кращу працю."

По-третє, для того щоб система стимулювання мала постійний стимулюючий ефект, потрібно постійно досліджувати стан задоволеності працівників та вносити необхідні корективи, обумовлені зміною факторів середовища, які діють як із зовні, так і в самому підприємстві.

У результаті дослідження було узагальнено фактори, що найбільше впливають на трудову мотивацію робітників промислових підприємств. Фактори, високу валентність яких виявило опитування, розумно використовувати в якості мотиваторів персоналу до високоєфективної праці.

Література: 1. Колот А. М. Мотивація персоналу: Підручник. – К.: КНЕУ, 2002. – 336 с. 2. Тимошенко І. І. Мотивація людини та людських ресурсів / І. І. Тимошенко, А. С. Соснин. – К.: Изд. Европейского университета, 2002. – 576 с. 3. Балабанова Л. В. Управління персоналом: Навч. посібник / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак – К.: ВД "Професіонал", 2006. – 512 с. 4. Кибанов А. Я. Основи управління персоналом: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 304 с. 5. Данюк В. М. Менеджмент персоналу: Навч. посібник / В. М. Данюк, В. М. Петюх, О. О. Цимбалюк; [За заг. ред. В. М. Данюка, В. М. Петюха. – К.: КНЕУ, 2006. – 400 с. 6. Шаховой В. А. Мотивация трудовой деятельности: Учеб.-метод. пособие / В. А. Шаховой, С. А. Шапиро. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Изд. "Альфа-Пресс", 2006. – 332 с. 7. Сладкевич В. П. Мотивационный менеджмент: Курс лекций. – К.: МАУП, 2001. – 168 с. 8. Методичні рекомендації щодо організації матеріального стимулювання праці працівників підприємств і організацій, рекомендовані Наказом Міністерства праці та соціальної політики України від 29 січня 2003 р. – 60 с. 9. Егоршин А. П. Управление персоналом: Учебник для вузов. – 5-е изд., доп. и перераб. – Н. Новгород: НИМБ, 2005. – 720 с.

Стаття надійшла до редакції 19.11.2007 р.

ЕТАПИ РЕАЛІЗАЦІЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ МЕТОДИКИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ РОСТУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

To provide the efficiency of administrative decisions during the process of owner's equity increasing it is necessary to adhere to scientific-and-practical methods, the peculiarity of which is complexity of management object consideration.

Для забезпечення дієвості управлінських рішень у процесі росту власного капіталу необхідно дотримуватися розробленої науково-практичної методики, яка відрізняється комплексністю розгляду об'єктів управління. Науково-практична методика має аналітичне забезпечення, що ґрунтується на методах багатовимірної статистичного аналізу, а саме: кластерного аналізу, факторного аналізу, багатофакторного регресійного аналізу й системного підходу та математичного методу побудови узагальнюючого таксономічного показника й лінійного програмування [1; 2].

У таблиці поданий зміст методики в розрізі задач, методів вирішення задач та завдання до відповідних управлінських рішень.

Таблиця

Основні етапи науково-практичної методики управління процесом росту власного капіталу підприємства

№ з/п	Етапи	Завдання	Методи вирішення задач	Завдання до управлінських рішень
1	2	3	4	5
1	Теоретичне обґрунтування та структурізація проблеми управління процесом росту власного підприємства	Систематизувати дії щодо оцінки та управління власним капіталом підприємства	Структурна модель управління власним капіталом підприємства	Визначення об'єктів та суб'єктів управління, їх елементів
2	Збір інформації за даними бухгалтерсько-статистичної звітності щодо об'єктів управління власним капіталом, а саме: активів та джерел формування власного капіталу підприємства	Формувати ознаки власного капіталу підприємства за допомогою системи показників	Аналіз бухгалтерсько-статистичної звітності	Формування інформації на підприємстві
3	Загальний аналіз власного капіталу підприємства в розрізі його об'єктів управління з урахуванням системи ознак	Визначити економічний стан об'єктів управління власним капіталом підприємства	Системи показників, які характеризують об'єкти управління власним капіталом підприємства	Виявлення слабких та сильних сторін в економічному стані об'єктів управління власним капіталом
4	Визначення результатів управління власним капіталом підприємства, які адекватні стану активів та джерел формування власного капіталу підприємства, і типу росту	Виявити тип росту власного капіталу	Ознаки росту власного капіталу підприємства	Визначення напрямку росту власного капіталу підприємства

1	2	3	4	5
5	Кластеризація сукупності підприємств за системою показників, які відображають співвідношення об'єктів управління власним капіталом до акціонерного капіталу підприємства	Установити однорідні кластери підприємств	Кластерний аналіз	Виявлення залежності стану підприємства від зміни частки акціонерного капіталу на підприємстві
6	Оцінка факторів стану акціонерного капіталу в однорідних групах підприємств	Визначити латентні фактори в кожній з груп підприємств	Факторний аналіз	Виявлення впливових та сприятливих внутрішніх факторів
7	Визначення залежностей між обсягами об'єктів управління власним капіталом. Оцінка й аналіз впливу ознаки на зміну обсягів активів і джерел формування власного капіталу	Виявити залежність об'єктів управління власним капіталом від системи ознак	Багатофакторний регресійний аналіз. Парний регресійний аналіз	Визначення основних із системи ознак, які впливають на зміну об'єктів управління власним капіталом
8	Оцінка результатів управління об'єктами управління власним капіталом	Визначити рівень узагальнюючих показників стану об'єктів управління власним капіталом	Математичний метод побудови узагальнюючого таксономічного показника	Побудова матриці результатів управління об'єктами
9	Оптимізація структури активів та джерел формування власного капіталу з досягненням максимального прибутку відповідно до стану активів і джерел формування власного капіталу підприємства	Обчислити оптимальне значення обсягів управління власним капіталом при максимальному прибутку	Оптимізаційні задачі лінійного програмування	Виявлення оптимальної структури об'єктів управління власним капіталом

Упровадження методики на підприємстві надає змогу для формування науково обґрунтованих управлінських рішень щодо управління процесом росту власного капіталу в розрізі його об'єктів, а саме: активів та джерел формування власного капіталу підприємства. Науково-практична методика управління процесом росту власного капіталу відрізняється комплексністю й охоплює наступні основні етапи: оцінка факторів росту власного капіталу; оцінювання рівнів використання активів і джерел; визначення положення підприємства за матрицею його стану відповідно до етапів життєвого циклу; оптимізація структури активів і джерел.

Література: 1. Нуреев Р. М. Экономика развития: модели становления рыночной экономики: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 240 с. 2. Кундышева Е. С. Математическое моделирование в экономике: Учеб. пособие / Под науч. ред. проф. Б. А. Сулакова. – М.: Изд. Дашков и К⁰, 2004. – 352 с. 3. Пономаренко В. С. Стратегічне управління розвитком підприємства. Навч. посібник / В. С. Пономаренко, О. І. Пушкар, О. М. Тридід. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2002. – 640 с. 4. Лопатников Л. И. Экономико-математический словарь. Словарь современной экономической науки. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд. "АВФ", 1996. – 704 с. 5. Филипенко А. С. Экономическое развитие: цивилизационный подход. – М.: ЗАО "Изд. "Экономика", 2002. – 260 с. 6. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Изд. "Прогресс", 1982. – 324 с. 7. Мельник Л. Г. Фундаментальные основы развития. – Сумы: ИТД "Университетская книга", 2003. – 288 с.

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ ВИЗНАЧЕННЯ ЦІНИ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ МЕТОДОМ ІНТЕРВАЛЬНИХ ЗНАЧЕНЬ

Offers on an establishment of the prices for objects of the intellectual property under condition of full and incomplete transfer of the rights to them to the consumers are developed. In a basis of an offered technique the definition of the top and bottom borders of a possible interval of price policy marketing field is laid. Recommendations on an establishment of the actual price take into account interests both of the developer and the consumer of intellectual property rights. The special attention is paid to the questions of pricing under incomplete transfer of rights to using the objects of intellectual property to the consumer.

Для промисловості України як провідної галузі економіки, що зберігає все ще досить значний потенціал інноваційного розвитку, загострюється проблема раціоналізації управління його реалізацією і розвитком, оскільки подальше зволікання загрожувє системним відривом від економічно розвинених країн через несумісність економіки, технологій, стандартів якості життя тощо, подолати який буде практично неможливо. Перехід промислових підприємств на інноваційний розвиток тісно пов'язаний з проблемою управління вибором стратегій реалізації їх інноваційного потенціалу як головної передумови розвитку, раціональних з погляду зовнішніх і внутрішніх умов на основі творчого використання новітніх наукових досягнень, вітчизняного та зарубіжного досвіду. Разом з тим слід відзначити недостатнє розроблення комплексу питань, пов'язаних із формуванням й оцінкою інноваційного потенціалу підприємств та організацій. Зокрема, це стосується комплексного аналізу інноваційної діяльності підприємства, визначення комерційного потенціалу окремих об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ), забезпечення умов їх узгодженої взаємодії, оптимізації вибору й управління стратегіями реалізації та розвитку. Тому необхідні подальші дослідження змісту й ролі ОІВ у забезпеченні конкурентних переваг вітчизняних підприємств на зовнішньому і внутрішньому ринках та розробка ефективних механізмів цілеспрямованого управління комерційним використанням ОІВ, розробка методичних основ визначення їх вартісної оцінки й встановлення ринкової ціни, на що вказує ряд сучасних дослідників цієї проблеми [1, с. 18; 2, с. 99; 3, с. 72; 4, с. 141; 5, с. 264].

Існуюча методична база із визначення економічної оцінки технологічних інновацій в основному спрямована на розробку витратного підходу до встановлення вартісної оцінки нових технологій, суть якого полягає у врахуванні всіх матеріальних витрат підприємства-розроблювача ОІВ. Рекомендації О. В. Новосельцева в основному направлені на визначення витрат підприємства на проведення наукових розробок при створенні ОІВ [6, с. 12 – 16], з чим не погоджується Н. Ю. Пузиря, за версією якої ціна ОІВ повинна включати в себе не тільки трудову, а й матеріально-технічну складову [7, с. 123 – 127]. На погляд авторів, врахування тільки науково-дослідної та матеріально-технічної складових витрат не в повній мірі визначають витрати на створення ОІВ, що може призвести до заниженої ціни на ОІВ. Відомий російський вчений А. М. Козирев запропонував визначити вартість ОІВ на основі дохідного

підходу [8, с. 167 – 175]. Разом з тим його пропозиції не враховують життєвий цикл ОІВ, так як є очевидним, що протягом певного часу (життєвого циклу) вартість ОІВ буде змінюватися. Визначити повний комерційний потенціал ОІВ пропонує Л. М. Устинова [9, с. 34 – 41], що, на думку П. М. Цибульова, буде значною конкурентною перевагою при міжнародному трансфері технологій [5, с. 318 – 319]. Аналіз, проведений Г. Крижним, показує, що створення комплексних методів урахування всіх чинників при вартісній оцінці технологічних інновацій може дати значний економічний ефект при їх комерціалізації [7, с. 289 – 291].

Метою статті є розробка методичних основ визначення ціни ОІВ і на цій основі встановлення трансферних (ліцензійних) цін на них.

Методика, що пропонується, передбачає послідовне зближення інтервальних значень ціни ОІВ до їх кінцевого (найбільш точного) значення. Інтервал, у якому слід шукати ринкову ціну ОІВ, на погляд авторів, визначається двохетапною процедурою з вирішенням на кожному етапі якісно різних завдань. Очевидно, що задекларовані два етапи проведення інтервальної оцінки пов'язані з визначенням нижньої та верхньої меж ціни, між якими і знаходиться її істинне значення.

Граничні відхилення цін у процесі переговорів про укладення угоди, про придбання ОІВ представлені на рис. 1, з якого видно, що витрати передачі наукового продукту є нижньою межею ціни, бо продавець бажає хоч би відшкодувати витрати. Проте і ці витрати можуть бути дуже значними. Крім того, продавець наукової продукції може завищити ці витрати, включивши до них упущену вигоду внаслідок відмови самостійного використання розробки, зростання ризику розголошення наукової продукції, що продається.

Верхню межу ціни ОІВ установити значно важче. Необхідно оцінити декілька показників: приріст прибутку в покупця; ставку роялті, якщо наукова продукція розроблена давно й набула поширення у виробництві; ціну аналогічної розробки конкурента, більше якої споживач платити не буде.

Крім того, покупець ОІВ аналізує можливість самостійної розробки ОІВ або придбання альтернативної. Продавець ОІВ теж аналізує подібну ситуацію, одночасно зіставляючи необхідні при цьому інвестиції, терміни розробки даної або альтернативної наукової продукції.

Гранична ціна для покупця буде визначена витратами на самостійну розробку й застосування наукової продукції у виробництві. Продавець розробки також аналізує цю можливість і його готовність понизити ціну залежатиме від можливості покупця створити розробку-аналог.

Потенційний покупець може піти й на свідоме порушення патентних прав, якщо витрати будуть меншими. Але в цьому випадку він повинен бути готовий до судового переслідування. Аналогічно оцінка продавцем наукового продукту ступеня надійності захисту своїх прав на інтелектуальну власність є важливим критерієм ціноутворення.

Таким чином, верхньою межею ціни для продавця буде найменша з його оцінок:

- а) приросту прибутку (економії) покупця в результаті застосування наукового продукту — $E_{\text{ин}2}$;
- б) вартості придбання ним аналогічного ОІВ іншого постачальника — $C_{\text{др}2}$;
- в) витрат самостійної розробки аналогічного наукового продукту покупцем — $I_{\text{сам}2}$.

Для покупця верхньою межею ціни наукового продукту буде найменша з його оцінок загалом тих же самих показників, що найчастіше розраховуються ним у зворотній послідовності:

- а) власних витрат споживача на розробку продукту-аналога або обхід патентів ліцензіара — $I_{\text{сам}1}$;
- б) вартості аналогічної розробки в разі придбання її в іншого постачальника — $C_{\text{ин}1}$;
- в) приросту прибутку або економії за рахунок придбання розробки в ліцензіара — $E_{\text{ин}1}$;
- г) може розглядатися також варіант інтелектуального піратства (витрати при порушенні прав на патенти, авторські права, промислові зразки, ноу-хау і т. п.) — $I_{\text{поруш}}$.

д) не виключена й відмова від придбання або розробки даної продукції і вибір іншого шляху модернізації виробництва, що припускає оцінку супутніх такому вирішенню економічних витрат, — $\Pi_{\text{відмова}}$

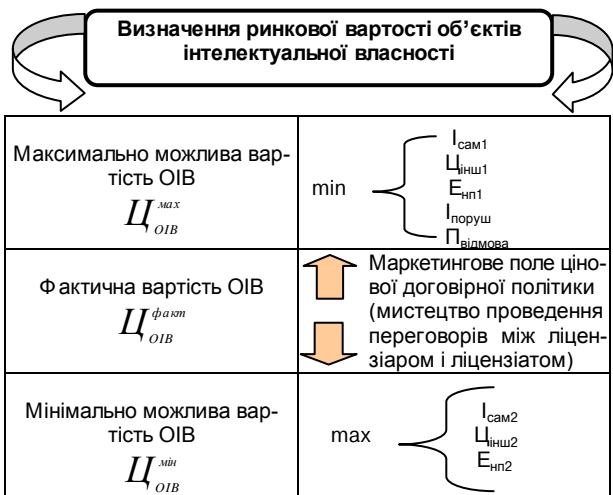


Рис. 1. Ринковий механізм формування ціни на ОІВ

Слід підкреслити, що навіть показники, які збігаються, оцінюватимуться по-різному продавцем і покупцем. Більш того, реальна ціна буде знаходитись у проміжку між нижньою межею ціни продавця та верхньою межею ціни покупця. Цей проміжок і складає маркетингове поле цінової політики на наукову продукцію, тобто можливості переговорного ресурсу, що наочно показано на рис. 1. У наведеній діаграмі містяться принципові підходи до формування ціни на наукову продукцію на ринку, коли продавець переслідує єдину мету — максимізувати прибуток від реалізації своєї розробки, а покупець прагне мінімізувати витрати модернізації свого виробництва.

Вихідним моментом методики, що пропонується, є посилка про те, що розроблювач (власник, продавець) нової розробки не повинен мати прямих збитків, тобто найменша з можливих цін на ОІВ має покривати витрати розроблювача, які були ним зроблені в процесі інноваційних досліджень щодо його створення. Ця посилка була вже використана раніше при економічній оцінці нових технологічних процесів [10]. Вказані витрати можна визначити за допомогою інструментарію витратного підходу до встановлення цін на ОІВ:

$$\ddot{O}_{i \Delta A}^{i \Delta} = \hat{E}_{i \zeta} \sum_{t=1}^{t=T} B_t K_t^{i \Delta} \hat{E}_t^{i \Delta} \quad (1)$$

де $\Pi_{\text{ОІВ}}^{\text{мін}}$ — мінімальний розмір ціни ОІВ на момент проведення розрахунків, грн.;

K_{M3} — коефіцієнт, який ураховує рівень морального зносу ОІВ на момент проведення оцінки. Його рівень пропонується розраховувати за наступною залежністю:

$$K_{M3} = 1 - (t_{\Delta} / t_{\text{пов}})$$

де t_{Δ} — час, який пройшов з моменту створення ОІВ до моменту, на який проводиться оцінка його вартості (або термін дії охоронного документа на ОІВ з моменту його реєстрації на дату проведення оцінки);

$t_{\text{пов}}$ — розрахунковий повний термін служби ОІВ до його повного морального зносу (термін морального зносу) або повний термін дії охоронного документа на ОІВ;

$K_t^{\text{інф}}$ — коефіцієнт індексації (зміни) цін на різні витрати в минулому порівняно з часом t , на який проводиться оцінка (коефіцієнт інфляційних процесів);

$K_t^{\text{нп}}$ — коефіцієнт зміни ставок банківського відсотка, за допомогою якого пропонується здійснювати приведення

різномасштабних щорічних витрат до розрахункового року t , на який проводиться оцінка вартості ОІВ. Його розмір рекомендуємо розраховувати за наступною формулою:

$$K_t^{\text{нп}} = (1 + \alpha_t / 100)^t,$$

де α_t — ставка банківського відсотка на час t (на час формування витрат на створення й використання ОІВ).

Тепер розглянемо механізм формування максимально можливої ціни (верхньої межі цінового інтервалу). Логічно буде передбачити, що ціна на ОІВ не може бути більшою за плановий додатковий прибуток споживача ОІВ; завдяки їй цей додатковий прибуток і буде отримано. Якщо ж ціна перевищить цей рівень, то покупець ОІВ не зможе повернути свої інвестиції й перейде в зону прямих збитків, що з точки зору економіки є недопустимим. Розмір максимально можливої ціни на ОІВ (планового додаткового прибутку споживача ОІВ) пропонується розраховувати за наступною залежністю:

$$\Pi_{\text{ОІВ}}^{\text{max}} = \sum_{t=1}^{T_{\text{сп}}} \Delta \Pi_t / (1 + R)^t, \quad (2)$$

де $\Pi_{\text{ОІВ}}^{\text{max}}$ — максимальний розмір ціни ОІВ на момент проведення розрахунків, грн.;

$\Delta \Pi_t$ — прибуток споживача ОІВ у t -му році;

$T_{\text{сп}}$ — термін споживання ОІВ, що пропонується споживачеві;

R — ставка банківського відсотка на час проведення оцінки вартості ОІВ.

Практичне використання залежності (2) в деяких випадках може бути обмежено у зв'язку з тим, що прогнозувати щорічний розмір додаткового прибутку, пов'язаного з використанням ОІВ, достатньо складно. Для усунення цього бар'єра можна дещо спростити залежність (2), замінивши щорічне значення прибутку $\Delta \Pi_t$ споживача ОІВ середньорічним значенням цього прибутку, прогнозувати який значно простіше. З урахуванням останньої пропозиції залежність (2) набуває наступного вигляду:

$$\Pi_{\text{ОІВ}}^{\text{max}} = T_{\text{сп}} \Delta \Pi_{\text{ср}} / (1 + R)^{T_{\text{сп}}} \quad (3)$$

Виходячи з вищевикладеного, фактична вартість ОІВ $\Pi_{\text{ОІВ}}^{\text{факт}}$ на момент проведення її оцінки знаходиться в інтервалі між максимальною й мінімальною вартістю та буде відповідати такій нерівності:

$$\hat{E}_{i \zeta} \sum_{t=1}^{t=T} \hat{A}_t \hat{E}_t^{i \Delta} \hat{E}_t^{i \Delta} \leq \Pi_{\text{ОІВ}}^{\text{факт}} \leq \sum_{t=1}^{T_{\text{сп}}} \Delta \Pi_t / (1 + R)^t \quad (4)$$

Визначимо розмір цінового інтервалу $I_{\text{цін}}$, у який з достатньо великою ймовірністю може потрапити фактична ціна продажу ОІВ:

$$I_{\text{цін}} = \sum_{t=1}^{T_{\text{сп}}} \Delta \Pi_t / (1 + R)^t - \hat{E}_{i \zeta} \sum_{t=1}^{t=T} \hat{A}_t \hat{E}_t^{i \Delta} \hat{E}_t^{i \Delta} \quad (5)$$

Значення $I_{\text{цін}}$ на погляд авторів, можна назвати розміром маркетингового поля цінової політики або межами договірних відносин між продавцем та покупцем ОІВ, що, в принципі, й відповідає фактичному стану речей. Дійсно, фактична ціна ОІВ $\Pi_{\text{ОІВ}}^{\text{факт}}$ знаходиться в ціновому інтервалі $I_{\text{цін}}$, але до якої межі цінового інтервалу фактична ціна буде знаходитись ближче — до $\Pi_{\text{ОІВ}}^{\text{max}}$ чи до $\Pi_{\text{ОІВ}}^{\text{мін}}$ — багато в чому залежить не тільки від якості та параметрів ОІВ, а й від професійного рівня менеджерів з продажу (постачання), маркетологів, осіб, які складають контракт, і т. п. Місцеству переговорів у цьому

сенсі відводиться далеко не остання роль. Акцентуючи на цьому певну увагу, слід зробити заяву про те, що в подальшому будемо абстрагуватися від фактора маркетингових зусиль, зосереджуючи свої дослідження тільки на чисто економічних факторах процедури створення, продажу й використання об'єктів інтелектуальної власності.

Для отримання прогнозного значення результату переговорів між покупцем та продавцем ОІВ, тобто значення $U_{OIB}^{факт.}$, пропонується визначити, яку частку Δ_t щорічної різниці між верхньою та нижньою межею цінового інтервалу — U_{sm}^{max} і U_{sm}^{min} — покупець (споживач) готовий запропонувати продавцю (власнику, розроблювачу) ОІВ. У зв'язку з цим зробимо наступні припущення:

а) всі учасники ринкового механізму збуту ОІВ хочуть отримати прибуток від цієї операції, тобто не розглядаються варіанти продажу чи купівлі, засновані не на чисто економічних факторах, а на факторах соціальної доцільності, досягнення вигод у майбутньому періоді, отримання додаткових економічних пільг при продажах інших товарів і т. п.;

б) покупець (споживач) ОІВ у своїх діях постійно враховує можливість використання закону альтернативних витрат, тобто він постійно порівнює свої можливі витрати на ОІВ, що йому пропонується, із можливими витратами у випадку, коли він не зможе отримати цей ОІВ;

в) витрати, які поніс розроблювач ОІВ, рівномірно розподіляються на термін його використання або на термін дії ліцензії на право його використання $t_{вук.}$ (звичайно в рамках морального терміну зносу цієї інновації, тобто якщо термін використання ОІВ $t_{вук.}$ не перевищує термін його морального зносу $t_{мор.}$, то для розрахунків приймається значення $t_{вук.}$. Якщо ж термін використання ОІВ $t_{вук.}$ перевищує термін його морального зносу $t_{мор.}$, то в цьому випадку для розрахунків приймається значення $t_{вук.}^m = t_{мор.}$).

З урахуванням вищевикладених припущень частка Δ_t щорічної різниці між верхньою і нижньою межею цінового інтервалу може бути розрахована за такою залежністю:

$$\Delta_t = \frac{\Delta \hat{I}_t}{(1+R)^t} - \frac{\hat{E}_t \sum_{i=1}^{t-\hat{\delta}} \hat{A}_i \hat{E}_i^{i-\hat{\delta}} \hat{E}_t^{i\hat{\delta}}}{t_{\hat{\delta}\hat{\delta}}} \quad (6)$$

Логіка дослідження дозволяє зробити висновок про те, що ціновий інтервал на ОІВ (як і його щорічна величина) в підсумку буде складатися з двох частин:

частини $\Delta^{i\hat{\delta}}$, яку споживач (покупець) зі своїх майбутніх додаткових доходів, зумовлених використанням цієї інновації, готовий заплатити (передати) розроблювачу (продавцю, власнику) ОІВ як додаткову винагороду (прибуток) до витрат розроблювача ОІВ, які він поніс у процесі інноваційної діяльності;

частини $\Delta^{спож.}$, яку споживач (покупець) реально отримує при використанні ОІВ.

При правильному розрахунку значень $\Delta^{прод}$ і $\Delta^{спож.}$ завжди дотримується рівність:

для загального цінового інтервалу:

$$I_{цн.} = \Delta^{прод} + \Delta^{спож.}; \quad (7a)$$

для щорічної різниці в році t:

$$\Delta_t = \Delta_t^{прод} + \Delta_t^{спож.} \quad (7б)$$

Для подальших розрахунків доцільно використовувати не абсолютні значення чистих щорічних прибутків, які отримують споживач і розроблювач ОІВ, що входять у залежність (7б), а їх відносні величини:

$$\alpha_t^{прод} = \Delta_t^{прод} / I_{цн.}; \quad \beta_t^{спож.} = \Delta_t^{спож.} / I_{цн.}$$

При цьому також повинна дотримуватися наступна рівність:

$$\alpha_t^{прод} + \beta_t^{спож.} = 1.$$

Виходячи із залежності (6) та практики укладання угод на продаж (передачу, трансфер) об'єктів інтелектуальної власності, можна стверджувати, що частина щорічної різниці між верхньою і нижньою межею цінового інтервалу $\Delta_t^{прод}$, яку споживач (покупець) готовий заплатити (передати) розроблювачу (продавцю, власнику) ОІВ, у сукупності з недоотриманим прибутком не повинні перевищувати ту частину щорічного цінового інтервалу, яка залишається для споживача ОІВ. Такий підхід пояснюється економічною доцільністю здійснення інноваційної угоди з точки зору її майбутнього споживача. Економіко-математична формалізація цієї послідовності може бути представлена наступною залежністю:

$$\alpha_t^{прод} \Delta_t + \alpha_t^{спож.} \Delta_t / (1+R)^t = \Delta_t - \alpha_t^{прод} \Delta_t \quad (8)$$

Зробимо в залежності (9) нескладні математичні перетворення й отримаємо наступне:

$$\alpha_t^{прод} = \frac{(1+R)^t}{[2(1+R)^t + 1]} \quad (9)$$

Отримане значення коефіцієнта $\alpha_t^{прод}$ на погляд автора, має важливе значення при формуванні рівня фактичної ціни $U_{sm}^{факт.}$ на об'єкти інтелектуальної власності. Економіко-математична модель визначення $U_{sm}^{факт.}$ з урахуванням залежностей (1), (2) та (9) має наступний вигляд:

$$U_{OIB}^{факт.} = [1 - (t_0 / t_{ноб.})] \sum_{i=1}^{t-\hat{\delta}} \hat{A}_i \hat{E}_i^{i-\hat{\delta}} (1 + \alpha_i / 100)^i + \sum_{i=1}^{t-T} (1+R)^i / [2(1+R)^i + 1] \times (\Delta \Pi_i / (1+R)^i) - \left[1 - (t_0 / t_{i\hat{\delta}}) \right] \sum_{i=1}^{t-T} B_i K_i^{i\hat{\delta}} (1 + \alpha_i / 100)^i / T \quad (10)$$

Економічна оцінка моделі (10) дозволяє зробити висновок про те, що в ній взаємопов'язано елементи як витратного, так і дохідного підходів до оцінки вартості об'єктів інтелектуальної власності, що дозволяє цій моделі надійно адаптуватися до можливих змін в економічному середовищі.

Проведемо більш детальний аналіз моделі (11) з точки зору як продавця (розроблювача) ОІВ, так і з точки зору покупця (споживача) цієї інновації.

Перша складова моделі (11) $[1 - (t_0 / t_{ноб.})] \sum_{i=1}^{t-\hat{\delta}} \hat{A}_i \hat{E}_i^{i-\hat{\delta}} (1 + \alpha_i / 100)^i$ становить ціну розроблювача (продавця, власника) ОІВ, тобто підсумкове значення всіх витрат, які він зробив у процесі створення ОІВ. Множник $(1 + \alpha_i / 100)^i$ дозволяє врахувати упущений дохід розроблювача ОІВ в альтернативний безрисковий проект. У якості такого проекту в даному дослідженні прийнято розміщення грошових коштів на банківському депозиті під процент α_i . В останні роки уряд України постійно приймає надзвичайні заходи зі стабілізації економіки. Не зважаючи на це, більшість макроекономічних показників розвитку економіки все ж таки змінюються. Не вільний від цих змін і такий стабільний інстру-

мент банківської сфери, як банківський процент. Модель (11) ураховує ці процеси за допомогою значення α_t . Коефіцієнт $K_t^{нб}$ забезпечує приведення розміру різночасових витрат до періоду, на який проводиться оцінка ОІВ шляхом урахування інфляційних процесів в економіці. Береться до уваги той факт, що ОІВ, який досліджується, може з часом морально застаріти. Для усунення дії фактора морального зносу в модель (11) введено коефіцієнт $[1 - (t_0 / t_{нов})]$. У якості цього коефіцієнта можна використовувати й інші відношення, які враховують моральний знос ОІВ, що досліджується. Наприклад, цю ж функцію, на думку Журіна, може виконати і відношення зменшення обсягу продаж у зв'язку з тим, що з'явилися альтернативні ОІВ, до частки ринку, якою володіє споживач інтелектуальної інновації [1].

$$\text{Друга складова моделі (11)} \sum_{t=1}^{T-1} \left\langle \frac{(1+R)^t}{[2(1+R)^t + 1]} \times \frac{\Delta \Pi_t}{(1+R)^t} - \left[1 - \left(\frac{t_0}{t_{нов}} \right) \right] \sum_{t=1}^{T-1} B_t K_t^{нб} \cdot (1 + \frac{\alpha_t}{100})^t \right\rangle \cdot \frac{1}{T}$$

становить частину різниці між розміром прибутку, який планує отримати потенційний споживач (покупець) ОІВ і витратами розроблювача ОІВ. Величина прибутку, який планує отримати потенційний споживач (покупець) ОІВ $\frac{\Delta \Pi_t}{(1+R)^t}$, у певній мірі є ціною споживача й

розраховується на основі дохідного методу, виходячи з послілки, що дохід, який буде отримано в майбутньому, ціниться в меншій мірі, ніж дохід, що отриманий на поточний момент. У якості ставки дисконтування в моделі (11) використовується банківський відсоток на поточний момент (момент економічної оцінки ОІВ).

Розрахунок додаткового прибутку споживача ОІВ можна розрахувати різними способами.

По-перше, використання ОІВ дозволить споживачу збільшити його валову виручку без зміни собівартості продукції, яку виробляє споживач. Такий варіант у практиці використання ОІВ досить часто має місце. Тому як метод визначення розміру додаткового прибутку можна розглядати зміну валового доходу.

По-друге, також досить часто зустрічаються варіанти впровадження ОІВ, коли змінюється як валовий дохід, так і собівартість продукції, що випускається з використанням ОІВ. У певній мірі такий варіант для вітчизняної економіки більш характерний у зв'язку з широко розповсюдженими схемами приховування додаткового прибутку від податкового навантаження. Виходячи з цього, прибуток, який відображається в бухгалтерських документах, може сильно відрізнятись від реального прибутку. Така ситуація характерна і для української економіки [1; 4; 5]. Даний варіант розрахунку додаткового прибутку є більш складним у порівнянні з першим. У якості критерію визначення додаткового прибутку споживача ОІВ пропонується сумісний розрахунок зміни кінцевої ціни й собівартості продукції, що випускається з використанням ОІВ, а також план обсягів її збуту. У цьому випадку додатковий прибуток споживача ОІВ $\Delta \Pi_t$ у t -му році можна визначити з використанням наступного рівняння:

$$\Delta \Pi_t = [(C_n - C_0) + (C_n - C_0) / N_{пр}^t] \cdot N_{пр}^t \quad (12)$$

де C_n , C_0 — ціна одиниці продукції в t -му році, яка виготовлена відповідно з використанням і без використання ОІВ;

C_n , C_0 — собівартість одиниці продукції в t -му році, яка виготовлена відповідно з використанням і без використання ОІВ;

$N_{пр}^t$ — плановий обсяг продаж продукції в t -му році (рівень ринкового попиту на продукцію).

Загальний додатковий прибуток, що планується від використання ОІВ, може бути знайдено як суму щорічних додаткових прибутків за весь термін використання ОІВ:

$$\Delta \dot{I}_{\text{одн}} = \sum_{t=1}^{T_{\text{спож}}} [(\ddot{O}_t - \ddot{O}_a) - (\tilde{N}_t - \tilde{N}_a)] N_{пр}^t, \quad (13)$$

де $T_{\text{спож}}$ — термін споживання ОІВ після його купівлі в рамках його морального зносу.

Множник $\frac{(1+R)^t}{[2(1+R)^t + 1]}$ визначає, яку частину

щорічної різниці між додатковим прибутком і витратами на створення ОІВ готовий запропонувати продавець покупцеві ОІВ за умови, якщо і той, і інший бажає від цієї угоди отримати максимальний прибуток. У цих розрахунках бере участь коефіцієнт дисконтування різночасових витрат R , у якості якого в даних розрахунках рекомендується приймати розмір банківської відсоткової ставки за депозитами, яка існує на момент проведення економічної оцінки ОІВ. У деяких випадках значення $R = \alpha_t$, але в загальному випадку це різні поняття. Вкладення грошових коштів у банк на депозит під відсоток α_t може мати досить широкі межі цього коефіцієнта. Усе залежить від вкладеної суми, від терміну депозиту, від конкретного банку і т. п. Значення R — це більш стабільний, узагальнюючий показник, який відтворює практично на сьогоднішній день і банківську сферу конкретної країни, і стан розвитку її економіки, і стан динаміки її макроекономічних показників, і стан інших не менш важливих факторів (рис. 2).

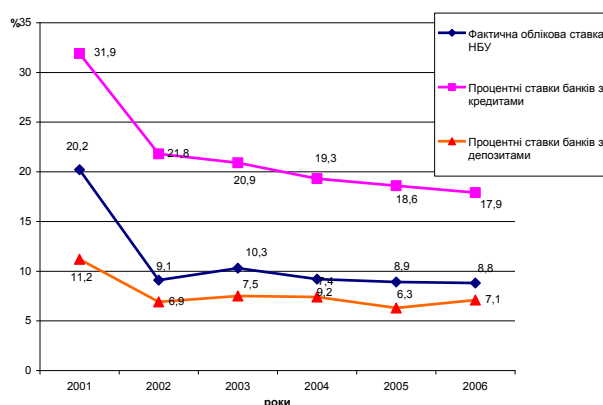


Рис. 2. Динаміка фактичної облікової ставки НБУ України та депозитних і кредитних банківських ставок

У довгостроковому періоді підвищення ставки банківського відсотка R викликати зменшення бажання споживача (покупця) ОІВ віддавати певну частину своїх додаткових прибутків розроблювачу (продавцю) ОІВ. Результатом цього процесу буде зменшення ціни ОІВ, який оцінюється. Слід зазначити, що такий стан справ відтворює й загальноекономічні тенденції в країні. Дійсно, збільшення величини банківського відсотка R призводить до зменшення обсягу інвестицій і, відповідно, до зменшення витрат на капітальне переозброєння, що, у свою чергу, призводить до зменшення попиту на інтелектуальні продукти і, як підсумок цього ланцюга, до зменшення ціни на ОІВ. Якщо ж розмір банківської ставки R зменшиться, то це призведе до збільшення ціни ОІВ, яка досліджується, що знову ж відтворює загальноекономічні тенденції. Зменшення розміру банківської ставки R викликати збільшення потоку інвестиційних ресурсів, що, у свою чергу, збільшить попит на ринку інновацій (у тому числі й ОІВ) і, відповідно, збільшить ціни на них.

Вищевикладені результати економічної оцінки об'єктів інтелектуальної власності з деякими уточненнями можна використовувати і для розрахунку витрат на ще не створенні ОІВ $B_{\text{ов}}^{\text{нов}}$. У цьому випадку коефіцієнт $K_t^{нб}$, який ураховує рівень інфляційних очікувань, береться на рівні прогнозу Кабінету

Міністрів України. У якості банківського відсотка α_t можна розглядати поточну відсоткову ставку R_t , а рівень морального зносу на стадії створення ОІВ пропонується не брати до уваги, тобто $[1 - (t_0 / t_{пов})] = 1$. Математична модель, яка враховує викладені вище зміни в розрахунку повних витрат на створення ОІВ, буде мати наступний вигляд:

$$B_{OIB}^{пов} = \sum_{t=1}^{t=0} \hat{A}_t \hat{E}_t^{\eta \delta} \cdot (1 + R_t / 100)^t \quad (14)$$

Економіко-математичні моделі визначення цін на ОІВ рекомендується використовувати при передачі споживачеві ОІВ усіх прав, які з ним пов'язані. Далеко не в усіх випадках продажу (передачі, трансферу) об'єктів інтелектуальної власності разом з ОІВ споживачеві передаються і всі права на нього. На практиці навіть частіше, ніж вищерозглянуті випадки, зустрічаються варіанти оцінки окремих складових майнових прав, наприклад, на використання або на розпорядження ОІВ. Розглянемо використання моделі (10) стосовно поставленої вище задачі.

Введемо припущення про те, що розроблювач ОІВ при передачі не всіх прав на нього переносить і в ціну лише частину своїх витрат на створення цього ОІВ, диференціюючи їх повну суму на всіх реальних і потенційних споживачів ОІВ. У цьому випадку в першу складову моделі (10) необхідно ввести додатковий коефіцієнт повноти прав K_{nn}^1 , який відтворює ступінь повноти ліцензійної угоди, пов'язаної з ОІВ, економічна оцінка якого проводиться. Значення коефіцієнта K_{nn}^1 не може перевищувати одиницю. Чим менше прав передається споживачеві ОІВ, тим менше значення K_{nn}^1 , і тільки при повній ліцензійній угоді, пов'язаній із даним ОІВ, значення $K_{nn}^1 = 1$.

Частина витрат розроблювача ОІВ $B_{OIB}^{пов}$, яку пропонується включити в ціну ОІВ, буде визначатися наступною залежністю:

$$B_{OIB}^{пов} = K_{nn}^1 [1 - (t_0 / t_{пов})] \sum_{t=1}^{t=0} \hat{A}_t \hat{E}_t^{\eta \delta} \cdot (1 + \alpha_t / 100)^t \quad (15)$$

Найбільш слабким місцем у цій залежності є значення K_{nn}^1 . Як варіант визначення значення K_{nn}^1 можна використовувати обернену залежність рівня цього коефіцієнта від кількості укладених або передбачених до укладання ліцензійних угод L_y на ОІВ, що розглядається. Дійсно, чим більше є варіантів продажу конкретного ОІВ, тим меншими повинні бути матеріальні амбіції його розроблювача при додаткових продажах. Правильними є і зворотні твердження. Чим менше є варіантів продажу ОІВ, тим більші запити його розроблювача до окремих наявних угод. З урахуванням цих пропозицій значення K_{nn}^1 можна знайти таким чином:

$$K_{nn}^1 = 1 / L_y \quad (16)$$

Використання даної оцінки значення коефіцієнта повноти ліцензійної угоди \hat{E}_{ii}^1 забезпечує більш-менш рівномірний розподіл ОІВ, що оцінюється, між усіма контрагентами розроблювача (продавця, власника), що разом з тим не порушує і його прагнення до максимального прибутку.

Зменшення розміру витрат розроблювача ОІВ $\Delta^{пов}$, які будуть віднесені на його ціну, призведе до підвищення розміру другої складової $\Delta^{пов}$ (якщо передбачати, що і в цьому випадку інтервал цін $I_{цн}$ буде формуватися на тих же принципах). При розрахунку другої складової ціни, на погляд авторів, треба врахувати два наступні фактори. Перший пов'язаний із

часткою різниці між додатковим прибутком споживача від використання ОІВ і витратами на його створення $I_{цн}$, на що вже зверталася увага. Інший фактор пов'язаний з укладенням угоди невиключної ліцензії і, відповідно, появою на ринку продукції, що випускається з використанням цього ОІВ, конкурентів, які вже виробляють або збираються виробляти цю ж продукцію. Виходячи з цього, потенційний споживач ОІВ не зможе вже продати такий обсяг продукції, що було заплановано, і це призведе до зменшення його валового доходу, пов'язаного із застосуванням ОІВ. У результаті друга складова моделі (10) збільшиться в меншій мірі, в порівнянні з варіантом використання повних прав (виключної ліцензії) на ОІВ, тобто відносно зменшиться.

Аналізуючи другу складову моделі (10), можна прийти до аналогічного висновку: при неповній передачі прав на ОІВ ця частина моделі (10) також може певним чином змінюватися. Пропонується розмір цих змін урахувати коефіцієнтом повноти прав, суть якого аналогічна коефіцієнту K_{nn}^1 , але його економічний зміст уже буде мати принципово інший характер. Якщо коефіцієнт повноти прав для другої складової моделі (10) позначити як K_{nn}^2 , то підсумкова економіко-математична модель формування ціни на ОІВ, що досліджується, при неповному використанні споживачем прав на неї буде мати наступний вигляд:

$$U_{OIB}^{пов} = [1 - (t_0 / t_{пов})] (K_{nn}^1) \sum_{t=1}^{t=0} \hat{A}_t \hat{E}_t^{\eta \delta} \cdot (1 + \alpha_t / 100)^t + \left\{ \sum_{t=1}^{t=T} (1 + R)^t / [2(1 + R)^t + 1] \right\} \times \left\{ (\Delta \Pi / (1 + R)^t) - (K_{nn}^2) \left[1 - (t_a / t_{i \hat{a}}) \right] \frac{\sum_{t=1}^{t=0} \hat{A}_t \hat{E}_t^{\eta \delta} \cdot (1 + \alpha_t / 100)^t}{T} \right\} \quad (17)$$

Як це витикає з даної моделі, рівень ціни на ОІВ при частковій передачі прав на неї потенційному споживачеві буде значно менший. Вона буде зменшуватися пропорційно кількості укладених угод, що має своє логічне обґрунтування. Дійсно, часткове використання ОІВ може призвести до значного зменшення рівня додаткового прибутку від продажу продукції, виготовленої з використанням цього ОІВ, та відповідно до менших інвестиційних побажань та можливостей потенційного споживача ОІВ.

Якщо зробити припущення про те, що $K_{nn}^1 = K_{nn}^2$, то в цьому випадку модель (17) у представленому вигляді буде передбачати певну рівнозначність укладених ліцензійних угод і їх рівність із комерційної точки зору, що далеко не завжди має місце на практиці. Окрім того, модель (17) буде прийнятною для практичного використання тільки в тому випадку, якщо ринок продукції, що випускається з використанням ОІВ, повністю насичений і вільного попиту немає, що також не завжди відповідає дійсності. Перше зауваження, яке стосується методики визначення коефіцієнта K_{nn}^1 , у певній мірі може бути проігнороване, тому що не призводить до суттєвих похибок при розрахунках. Дійсно, розроблювач ОІВ не буде звертати велику увагу на деталі угоди, яка укладається з наступним клієнтом (термін і обсяги використання цього ОІВ, поточні й перспективні плани споживача відносно нього і т. п.). Розроблювачу важливо з кожної угоди отримати певну частку для покриття своїх інвестиційних витрат у минулому з метою їх повернення. У зв'язку з цим модель визначення коефіцієнта K_{nn}^1 (16) для практичних розрахунків є в певній мірі коректною. Зовсім інша справа з другим зауваженням стосовно коректності використання коефіцієнта повноти витрат для другої складової моделі (17) у такому ж розмірі, як і для

першої складової. На погляд авторів, ця ситуація більш складна і потребує додаткового дослідження й уточнення.

Для уточнення моделі (17) з урахуванням вищевикладених посилок пропонуємо значення коефіцієнта повноти прав на ОІВ K_{nn}^2 , що буде до продаватися, розраховувати не на базі залежності (16), а з урахуванням вагових показників кожної з укладених або передбачених до укладення ліцензійних угод. У цьому випадку значення K_{nn}^2 буде розраховано наступним чином:

$$\hat{E}_{VI}^2 = \frac{1}{\sum_{i=1}^{\hat{E}} \frac{N_i}{N_{\text{вільн}}}}, \quad (18)$$

де N_i – частка ринку, яку вже займає або передбачає зайняти i -й споживач ОІВ, що розглядається, із яким уже укладена або передбачається до укладання ліцензійна угода на використання цього ОІВ;

$N_{\text{вільн}}$ – місткість сегменту ринку, що може зайняти продукція, котра виробляється з використанням ОІВ, економічна оцінка якої проводиться;

L – кількість укладених або передбачених до укладення ліцензійних угод на використання ОІВ.

Методика практичного використання коефіцієнта K_{nn}^2 має певну особливість, для пояснення якої звернемося до наступної залежності:

$$\Delta N = N_{\text{вільн}} - \sum_{i=1}^{\hat{E}} N_i, \quad (19)$$

де ΔN – частка $N_{\text{вільн}}$, ще яка залишається вільною на ринку продукції, котра виробляється з використанням ОІВ, що розглядається (в цьому випадку значення ΔN у формулі (19) буде отримано зі знаком "+"), або частка ринку, на яку перевищує можлива товарна пропозиція всіх реальних і потенційних споживачів ОІВ значення $N_{\text{вільн}}$ (у цьому випадку значення ΔN у формулі (19) буде отримано зі знаком "-").

Економічна сутність введеного поняття ΔN полягає в тому, що його позитивне значення (+ ΔN) нічого не змінює у другій складовій залежності (10), тому що навіть при наявності часткових прав на ОІВ його споживач зможе задовольнити повністю свої комерційні амбіції (вся продукція, яка буде ним вироблена з використанням ОІВ, без проблем буде прийнята на ринку). У цьому випадку значення коефіцієнта $K_{nn}^2 = 1$. Зовсім інша ситуація виникає при від'ємному значенні ΔN ($-\Delta N$). У цьому випадку при наявності часткових прав на ОІВ потенційний споживач не зможе задовольнити повністю свої комерційні амбіції (тільки частина продукції, яка буде ним вироблена з використанням ОІВ, без проблем буде прийнята на ринку). Тобто треба вводити корегування потенційного додаткового прибутку споживача (друга складова моделі (10)) за допомогою коефіцієнта \hat{E}_{II}^2 і залежності (17).

Вищевикладені розробки дозволяють зробити узагальнюючі висновки про те, що розроблені методичні рекомендації щодо визначення економічних характеристик ОІВ при повній і неповній передачі прав на них дозволяють забезпечити оптимальне управління інноваційною діяльністю. Їх використання, по-перше, дозволяє визначити обсяг інвестицій, що передбачається залучити для створення ОІВ; по-друге, порівнюючи рівень інвестиційних витрат і розмір майбутнього прибутку, є можливість визначити економічну ефективність інноваційної діяльності як у розроблювача, так і у споживача об'єктів інтелектуальної власності, а також норму прибутковості конкретного інноваційного проекту; по-третє, зап-

ропонована модель розрахунку ціни ОІВ може також використовуватися для визначення верхньої та нижньої межі діапазону цін на ОІВ; по-четверте, ця розробка дозволяє врахувати всі можливі варіанти відносин, які можуть скластися між розроблювачем (продавцем, власником) і споживачем (покупцем) ОІВ. Усе це дає підстави для загального висновку про те, що вищевикладені авторські пропозиції мають широкі можливості для практичного застосування при повному й неповному використанні прав на об'єкти інтелектуальної власності.

Література: 1. Журин К. В. Оценка объектов интеллектуальной собственности в управлении инновационной деятельностью: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Саратов, 2003. – 184 с. 2. Зинов В. Г. Управление интеллектуальной собственностью. – М.: Дело, 2003. – 512 с. 3. Шаранова Н. А. Коммерциализация интеллектуальной собственности в современных условиях. – М.: Финансовая академия, 2000. – 192 с. 4. Крайнев П. П. Интеллектуальна економіка: управління промисловою власністю. – К.: Концерн "Вид. дім "Ін Юре", 2004. – 448 с. 5. Цибульов П. М. Управління інтелектуальною власністю / П. М. Цибульов, В. П. Чеботарьов, В. Г. Зинов, Ю. Суїні. – К.: К. І. С., 2005. – 448 с. 6. Новосельцев О. В. Оценка рыночной стоимости интеллектуальной собственности. – М.: ИНИЦ Роспатента, 2002. – 36 с. 7. Пузыня Н. Ю. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов. – СПб.: Питер, 2005. – С. 181. 8. Козырев А. Оценка интеллектуальной собственности. – М.: Экспертное бюро, 1997. – 298 с. 9. Устинова Л. Н. Оценка интеллектуальной собственности при рыночной экономике. – М.: ИНИЦ Роспатента, 2001. – 124 с. 10. Долина І. В. Методичний підхід до економічної оцінки технологічних інновацій // Економіка та право. – 2007. – №1(17). – С. 130 – 136.

Стаття надійшла до редакції
14.12.2007 р.

Довідка про авторів

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

Боркова Н. В. — аспірант ХНЕУ

Кавун С. В. — канд. техн. наук,
доцент ХНЕУ

Худокормова Ю. В. — викладач ХНЕУ

Зінченко О. А. — доцент Криворізького
технічного університету

Холодний Г. О. — канд. екон. наук,
доцент ХНЕУ

Маврїду В. Ю. — аспірант ХНЕУ

Тижненко Л. О. — викладач ХНЕУ

Тижненко О. Г. — канд. фіз.-мат. наук,
доцент ХНЕУ

Васильєва Т. А. — канд. екон. наук, доцент
Української академії банківської справи Націо-
нального банку України

Косяк А. П. — асистент Харківської націона-
льної академії міського господарства

Колесніченко В. Ф. — канд. екон. наук,
доцент ХНЕУ

Павлів О. Б. — аспірант Київського
національного економічного університету
ім. В. Гетьмана

Архипенко С. В. — аспірант
Дніпропетровського університету
економіки і права

Аблязова О. М. — аспірант
Східноєвропейського університету
економіки і менеджменту

Височина О. В. — здобувач Національного
університету внутрішніх справ МВС України

Дьомін С. С. — викладач ХНЕУ

Струк С. І. — здобувач ХНЕУ

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

Курдицька О. С. — аспірант ХНЕУ

Котелевська Ю. В. — аспірант ХНЕУ

Мощенок В. В. — здобувач Харківського
національного автомобільно-дорожнього
університету

Малярець Л. М. — канд. екон. наук,
доцент ХНЕУ

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

Вороніна О. О. — аспірант ХНЕУ

Руденко Г. Р. — викладач ХНЕУ

Каляка С. В. — здобувач ХНЕУ

Птащенко О. В. — аспірант ХНЕУ

Медведєва І. Б. — канд. екон. наук,
доцент ХНЕУ

Погосова М. Ю. — аспірант ХНЕУ

Писаревська Г. І. — аспірант ХНЕУ

Гриньова М. А. — аспірант ХНЕУ

Капченко Р. Л. — канд. екон. наук,
доцент Севастопольського

національного технічного університету

Печерська О. М. — аспірант ХНЕУ

Іпполітова І. Я. — канд. екон. наук,
викладач ХНЕУ

Турлакова С. С. — аспірант Донбаської
державної машинобудівної академії

Овсянкіна А. Ю. — канд. екон. наук,
викладач ХНЕУ

Бабіч І. В. — студент ХНЕУ

Красніков В. М. — канд. техн. наук,
доцент Національного аерокосмічного
університету ім. М. Є. Жуковського "ХАІ"

Фильштинський В. А. — канд. фіз.-мат. наук,
доцент Сумського державного
університету

Сібільєв К. С. — аспірант ХНЕУ

Колодізєв О. М. — канд. екон. наук,
доцент ХНЕУ

Броннікова А. І. — аспірант ХНЕУ

Лаптев В. І. — аспірант ХНЕУ

Міцкевич Н. А. — викладач Харківського
інституту бізнесу і менеджменту

Пономаренко Н. М. — викладач Харківського
інституту фінансів Українського державного
університету фінансів та міжнародної торгівлі

Косенко А. В. — ст. викладач Національного
технічного університету "ХПІ"

Долина І. В. — ст. викладач Національного
технічного університету "ХПІ"