

Харківський національний  
економічний університет

**Управління  
розвитком**

*Збірник наукових робіт*

**№ 5 (126) 2012**

*видається щомісячно*

*Харків • ХНЕУ • 2012*

Засновник і видавець ХНЕУ.  
Свідоцтво про державну реєстрацію  
друкованого засобу масової інформації  
КВ № 16779-5351 ПР. від 21.05.2010 р.

Затверджено на засіданні  
вченої ради університету,  
протокол № 6 від 07.02.2012 р.

### Редакційна колегія

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

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

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

**Гришова В. М.** — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

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

**Дорошнін М. С.** — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

**Дорохов О. В.** — канд. техн. наук, доцент ХНЕУ

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

Науково-дослідного центру індустріальних

проблем розвитку НАН України

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

Науково-дослідного центру індустріальних

проблем розвитку НАН України

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

**Козьменко О. В.** — докт. екон. наук, професор

Української академії банківської справи

Національного банку України

**Криворотов В. В.** — докт. екон. наук, професор

Уральського федерального університета

імені першого Президента Росії Б. Н. Ельцина

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

Харківського національного університету

радіоелектроніки

**Лутай Л. А.** — докт. екон. наук, професор

Донецького національного університету економіки

і торгівлі імені Михайла Тузан-Барановського

**Малярєв Л. М.** — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

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

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

**Пилипенко А. А.** — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

(заступник головного редактора)

**Попов О. Є.** — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

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

**Сєдова Л. М.** — відповідальний секретар

**Чернов В. Г.** — докт. екон. наук, професор

Владимирського державного університету (Росія)

**Чухрай Н. І.** — докт. екон. наук, професор

Національного університету "Львівська політехніка"

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

**Chauchat Jean-Hugues** — Professeur (HdR)

de l'Université Lumière Lyon2

**Chen Wei** — PhD, Professor, Hebei University

of Science and Technology (China)

**Gang Fan** — Dr., Professor, Graduate School of Chinese

Academy of Social Sciences; Director of China's National

Economic Research Institute (China)

**Hofshtabler Hannes** — Professor, Upper Austria

University of Applied Sciences (Austria)

**Hollner Helmut** — FH-Prof. DL Dr Techn University

of Applied Sciences FH "Technikum Wienn" (Austria)

**Kalashnikov Vitaliy** — Economy Doctor (ED), Assistant

Professor, Universidad Autonoma de Nuevo Leon (Mexico)

**Ohrimenco Serghei** — Dr. Sc. (Econ.), Professor, Academy

of Economic Studies (Moldova)

**Pucher Robert** — FH-Prof. DL Dr Techn, University

of Applied Sciences FH "Technikum Wienn" (Austria)

**Sarkisyan Agop** — PhD, D.A., Tsenov Academy

of Economics (Bulgaria)

**Solarz Jan Krzysztof** — Prof. nadzw.dr hab. Akademia

finansów, Warszawa

**Vulanovic Milos** — PhD, Assistant Professor of Finance,

Western New England University (USA)

**Wackowski Kazimierz** — Prof. nzw. dr hab.

Politechnika Warszawska

### Поштова адреса

### засновника і видавця:

61166, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а

Головний редактор **Пономаренко В. С.**

Конт. телефон: (057)702-03-04

### Поштова адреса редакції:

61166, Україна, м. Харків,

пров. Інженерний, 1а, 1 під'їзд

Зав. редакції **Сєдова Л. М.** (057)758-77-05

Редакція (057)758-77-04

Редактори: **Лященко Т. О., Бутенко В. О.,**

**Замазій О. Є., Новицька Л. М.,**

**Пушкар І. П., Семенова І. М.,**

**Шейнова Т. Ю.**

Комп'ютерна верстка — **Самойленко Т. О.**

**E-mail:** vydav@ksue.edu.ua

Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, які наводяться, несуть автори статей.

Рішення про публікацію статті приймає редакційна колегія. У текст статті без узгодження з автором можуть бути внесені редакційні виправлення або скорочення.

Редакція залишає за собою право їх опублікування у вигляді коротких повідомлень і рефератів.

При передрукуванні матеріалів посилання на збірник обов'язкове.

Підписано до друку 16.03.2012 р.

Формат 84×108 1/16. Папір MultiCore.

Ум.-друк. арк. 21,5. Обл.-вуг. арк. 27,09. Зам. № 187.

Ціна договірною.

Видавець і виготівник — видавництво ХНЕУ, 61166, м. Харків, пр. Леніна, 9а.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи

Дк № 481 від 13.06.2001 р.

© Харківський національний економічний університет, 2012.

© Видавництво ХНЕУ, дизайн, оформлення обкладинки, 2012.

## **ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ АНАЛІЗУ СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Розглянуто питання необхідності покращення стану та ефективності використання основних засобів на прикладі підприємства ПАТ "Херсонська поліграфічна фабрика" з метою поліпшення результативності господарської діяльності.*

*Аннотация. Рассмотрен вопрос необходимости улучшения состояния и эффективности использования основных средств на примере предприятия ПАО "Херсонская полиграфическая фабрика" с целью улучшения результативности хозяйственной деятельности.*

*Annotation. Consider the question of the need to improve the status and effectiveness of the fixed assets use on an example of the enterprise PJSC "Kherson polygraphic factory" with a view to improving the performance of the economic activity is considered.*

*Ключові слова: основні засоби, фондодвідача, екстенсивне поліпшення, інтенсивне поліпшення.*

В умовах гострого дефіциту інвестиційних ресурсів перед підприємствами постає першочергове завдання підвищення ефективності використання основних засобів як важливого матеріального елементу виробництва, що значною мірою визначає їх потенціал. У зв'язку з потребою отримання власниками, кредиторами й інвесторами оперативної та достовірної інформації щодо придбання, руху, оновлення та ефективності використання основних засобів проблема аналізу стану та ефективності застосування основних засобів набула своєї актуальності. Від того, наскільки ефективно використовуються наявні засоби праці, від їх досконалості залежать і загальні результати роботи підприємства.

Саме тому особливо актуальними є дослідження проблемних питань обліку та аналізу використання основних засобів підприємства, а також напрямів їх удосконалення.

Вагомий внесок у розробку теоретичних основ та методологічних підходів аналізу основних засобів зробили провідні вчені-економісти: Бутинець Ф. Ф. [1], Л. Ільяш [2], Тиха О. А. [3], Бондаренко О. А. [4] та ін.

Метою дослідження є узагальнення аналізу стану та ефективності використання основних засобів, а також розробка економіко-математичної моделі для аналізу основного показника ефективності використання основних засобів – фондодвідачі – на підприємстві ПАТ "Херсонська поліграфічна фабрика".

Завданнями дослідження є вивчення теоретичних основ щодо аналізу стану та ефективності використання основних засобів на підприємстві, інтенсивного та екстенсивного оновлення основних засобів та аналіз фондодвідачі на підприємстві за допомогою економіко-математичних методів.

Об'єктом дослідження є основні засоби підприємства ПАТ "Херсонська поліграфічна фабрика".

Предметом дослідження є стан та ефективність використання основних засобів на підприємстві.

Як відомо, одним із найважливіших чинників підвищення ефективності виробництва є забезпеченість його основними засобами. Підприємство утримує їх з метою використання у процесі виробництва, здавання в оренду іншим особам чи для виконання адміністративних і соціально-культурних функцій тощо. До основних виробничих засобів відносяться ті засоби праці, що знаходяться у сфері матеріального виробництва, безпосередньо беруть участь у виготовленні матеріальних благ (машини, устаткування та ін.), створюють умови для здійснення виробничого процесу (виробничі будівлі, споруди, електромережі та ін.), служать для збереження та переміщення предметів праці [1].

Наступним етапом аналізу є дослідження змін, які відбулися в структурі основних фондів.

Аналіз змін структури основних фондів проводиться методом порівняння питомої ваги кожної групи основних фондів на кінець звітної періоду з аналогічними даними на початок періоду.

На прикладі підприємства ПАТ "Херсонська поліграфічна фабрика" проведемо даний аналіз (таблиця).

**Аналіз структури основних засобів на підприємстві  
ПАТ "Херсонська поліграфічна фабрика"**

Основні засоби, тис. грн	За 2009 рік		За 2010 рік		Відхилення	
	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Сума, тис. грн	Питома вага, %	Абсолютне, тис. грн	Відносне, тис. грн
1. Виробничі:	4 902	100,00	4 360	100,00	-542,00	0,00
будівлі та споруди	2 569	52,41	2 454	56,28	-115,00	+3,88
машини та обладнання	2 221	45,31	1 812	41,56	-409,00	-3,75
транспортні засоби	101	2,06	84	1,93	-17,00	-0,13
інші	11	0,22	10	0,23	-1,00	0,00
2. Невиробничі	0	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Усього	4 902	100,00	4 360	100,00	-542,00	0,00

Наведені дані показують, що найбільшу питому вагу в складі основних фондів становлять будівлі та споруди, їх питома вага збільшилась на 3,88 %. Зменшилась частка машин, обладнання і транспортних засобів, відповідно, на 3,75 та 0,13 %. Загальна вартість основних виробничих фондів зменшилась на 542 тис. грн.

У подальшому поглибленому аналізі необхідно звернути увагу на те, які види активної частини основних фондів упроваджені на підприємстві, та проаналізувати питому вагу активної і пасивної частин основних виробничих фондів у загальній їх вартості.

Наступним етапом дослідження є аналіз ефективності використання основних засобів на підприємстві. Для підвищення ефективності використання основних засобів необхідно випереджальними темпами проводити реконструкцію виробництва, створювати умови для інтенсивних інвестицій, замінювати застарілі технології новими, конкурентоспроможними [4].

Для досягнення вказаного автор пропонує шляхи екстенсивного та інтенсивного поліпшення використання основних засобів і підвищення фондівіддачі.

Екстенсивне поліпшення використання основних засобів означає, що, з одного боку, буде збільшений час роботи діючих технічних засобів у календарний період, а з іншого – підвищена питома вага цих засобів у складі всіх засобів, що має підприємство. Найважливішими напрямками збільшення часу роботи технічних засобів є скорочення і ліквідація їх внутрішньоозмінних простоїв.

Інтенсивне поліпшення використання основних засобів означає підвищення ступеня завантаження виробничих потужностей в одиницю часу. Останнє може бути досягнуте при модернізації діючих машин і механізмів, встановленні оптимального режиму їхньої роботи. Робота при оптимальному режимі технологічного процесу забезпечує збільшення випуску продукції без зміни складу основних засобів, без зростання чисельності працюючих і при зниженні витрати матеріальних ресурсів на одиницю продукції. Інтенсивність використання основних засобів підвищується також шляхом технічного вдосконалення знарядь праці, ліквідації "вузьких місць" у виробничому процесі, скорочення термінів досягнення проектної продуктивності техніки, підвищення кваліфікації і професійної майстерності робітників [5].

Одним з основних показників, що характеризує ефективність використання основних фондів на підприємстві, є фондівіддача. Для аналізу даного показника на підприємстві ПАТ "Херсонська поліграфічна фабрика" пропонується використання економіко-математичних методів, а саме побудови рівняння множинної лінійної регресії.

Факторами, що здійснюють вплив на зміну даного показника, можуть бути: коефіцієнт фінансової незалежності ( $x_1$ ), витрати на 1 грн товарної продукції ( $x_2$ ), коефіцієнт використання виробничої потужності ( $x_3$ ), питома вага активної частини основних виробничих фондів у їх загальній вартості ( $x_4$ ) та частина матеріальних витрат у загальній собівартості продукції ( $x_5$ ).

Таким чином, економіко-математична модель буде мати вигляд:

$$y = -0,9807 + 1,5689 \times x_1 + 1,4961 \times x_2 - 0,4469 \times x_3 + 2,9377 \times x_4 + 1,4194 \times x_5.$$

Як видно з наведеної моделі, усі фактори, окрім коефіцієнта використання виробничої потужності, позитивно впливають на загальний показник фондівіддачі.

Таким чином, дану економіко-математичну модель доцільно використовувати для визначення впливу даних факторів на показник фондівіддачі на підприємстві ПАТ "Херсонська поліграфічна фабрика" у найближчому майбутньому.

Після проведеного аналізу до основних проблем стану та ефективності використання основних засобів на підприємстві ПАТ "Херсонська поліграфічна фабрика" можна віднести:

- 1) проблеми інформаційного забезпечення управління матеріально-технічною базою, що представлено на підприємстві системою обліку, аналізу, аудиторського контролю;
- 2) проблеми екстенсивного та інтенсивного оновлення основних засобів на підприємстві;
- 3) проблеми аналізу ефективності використання основних засобів і можливості її прогнозування тощо.



Для вирішення поставлених завдань пропонується здійснити такі дії:

- 1) удосконалити методику обліку надходження основних засобів у системі аналітичних рахунків, що дозволить спростити систему бухгалтерських записів;
- 2) удосконалити методику обліку та аналізу витрат на ремонти основних засобів, що підвищать ефективність управління витратами;
- 3) замінити застарілу техніку, модернізувати обладнання;
- 4) покращити забезпечення матеріально-технічними ресурсами;
- 5) вдосконалити управління виробництвом на базі сучасної комп'ютерної техніки;
- 6) розробити моделі залежності основних показників ефективності використання основних засобів від факторів, що на них впливають, та розробити заходи щодо підвищення ефективності діяльності підприємства в цілому.

Застосування на практиці розроблених заходів у цілому по підприємству дасть змогу збільшити обсяг випуску товарної продукції, підвищити показник фондівіддачі, а також збільшити прибуток від реалізації й балансовий прибуток, а отже, і рентабельність виробничих фондів підприємства.

У подальшому автор пропонує розробити методику прогнозування ефективності використання основних засобів на основі методів багатовимірного статистичного аналізу, яка надає можливість прогнозувати ефективність використання основних засобів підприємства на основі таких чинників, як темпи зростання матеріалоємності, продуктивність праці й озброєність працівників підприємств засобами праці.

Наук. керівн. Петряєва З. Ф.

**Література:** 1. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : ПП "Рута", 2009. – 912 с. 2. Лляш Л. Придбання основних засобів / Л. Лляш // Головбух. – 2002. – № 6. – С. 36–40. 3. Тиха О. А. Управління фінансуванням основних засобів [Електронний ресурс] / О. А. Тиха. – Режим доступу : <http://intkonf.org/tiha-oa-upravlinnya-finansuvannya-osnovnih-zasobiv>. 4. Бондаренко О. А. Економічні аспекти відтворення основних засобів в АПК / О. А. Бондаренко // Вісник Сумського державного аграрного університету. – 2006. – № 2 (9). – С. 186–189. 5. Омельченко Л. Механізм оновлення основних виробничих фондів підприємства / Л. Омельченко // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2004. – Вип. 125. – С. 25–29.

УДК 657.421

**Дудніченко О. В.**

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ**

*Анотація. Розкрито роль аналізу ефективності використання основних виробничих засобів, встановлено важливі фактори, що на неї впливають, розроблено пропозиції щодо поліпшення ефективності застосування основних засобів.*

*Аннотация. Раскрыта роль анализа эффективности использования основных производственных средств, установлены важные факторы, которые на нее влияют, разработаны рекомендации относительно улучшения эффективности использования основных средств.*

*Annotation. The role of the efficiency analysis of the basic industrial means use is disclosed, important factors which influence it are established, recommendations concerning improvement of efficiency of the basic means use are developed.*

*Ключові слова: основні засоби, фондівіддача, ефективність використання основних засобів.*

Ефективність діяльності будь-якого підприємства залежить від певних чинників. Останніми роками збільшилось значення речових факторів виробництва – основних засобів. Проблемою є їхнє збереження, переоснащення для подальшої роботи на підприємстві. Збільшення обсягу виробництва відбувається завдяки ефективному використанню основних засобів. Отже, проблема ефективності стає на перший план у процесі вивчення і дослідження роботи підприємств.

Аналіз наявності та стану основних засобів підприємства дає можливість розраховувати показники та шляхи підвищення ефективності їхнього використання, прогнозувати необхідність залучення коштів для придбання нових основних фондів у зв'язку з фізичним зношенням наявних. Ви-



вчення основних фондів підприємства дуже важливе для аналізу та пошуку шляхів підвищення ефективності виробництва.

В економічній літературі вивчення питань підвищення економічної ефективності використання й оновлення основних засобів привертає увагу багатьох вітчизняних науковців: Булах Л. А. [1], Кіндрацької Г. І. [2], Мацібори В. І. [3], Федорчука О. М. [4] та ін.

Метою даної роботи є аналіз та дослідження впливу факторів на ефективність використання основних засобів і розробка пропозицій щодо її підвищення.

Відповідно до сформульованої мети передбачається виконання таких завдань: обґрунтувати теоретичні основи економічної ефективності використання основних засобів підприємства, побудувати економіко-математичну модель впливу різних факторів на фондівдачу, запропонувати напрями підвищення ефективності використання виробничих фондів.

Об'єктом дослідження є основні засоби підприємства.

Предметом даного дослідження є ефективність використання основних засобів підприємства та розробка пропозицій щодо її поліпшення.

Будь-який виробничий процес може здійснюватися лише за допомогою певних машин, обладнання, які розташовуються в певних приміщеннях. Матеріальною основою цього процесу виступають, насамперед, засоби праці, які характеризують технічний та економічний рівні розвитку суспільства й виступають необхідним елементом виробництва, обігу та надання послуг. На підприємствах сукупність застосовуваних засобів праці набуває економічної форми основних виробничих засобів. Основні засоби – одна з найважливіших частин і засобів виробництва [1]. Розглядаючи основні засоби, слід зазначити, що основні виробничі засоби – це частина постійного виробничого капіталу, яка виступає у формі засобів праці, поступово (протягом багатьох виробничих циклів, що повторюються) зношується, не змінюючи своєї натуральної форми, частинами переносить свою вартість на виготовлений продукт [2].

В умовах ринкових відносин особливої актуальності набуває питання підвищення економічної ефективності використання основних засобів як одного з найважливіших чинників підвищення фінансового стану підприємства.

Підприємствам важливо знати, якою ціною виробляється їх продукт, скільки основних засобів брало участь у його створенні [3].

Розвиток промисловості, рівень і темпи виробництва продукції та підвищення продуктивності праці значною мірою залежать від забезпеченості підприємств основними засобами, а також від ефективності їх використання. Проаналізуємо рівень забезпеченості основними засобами на досліджуваному підприємстві, а саме ВАТ "Турбоатом" міста Харкова (табл. 1).

Таблиця 1

**Рівень забезпеченості основними засобами ВАТ "Турбоатом"**

Показник	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2010 р. у % до 2008 р.
Середньорічна вартість основних фондів, тис. грн	222 267	228 933	237 930,5	107,05
Середньорічна чисельність працівників, осіб	4 929	4 827	4 938	100,18
Фондовіддача на 1 грн вартості основних фондів, грн	1,95	2,99	3,96	203,27
Фондоозброєність, тис. грн	45,09	47,43	48,18	106,85

Дані табл. 1 свідчать про зростання забезпеченості ВАТ "Турбоатом" основними засобами протягом 2008 – 2010 рр., що пояснюється зростанням середньорічної вартості основних фондів швидшими темпами, ніж чисельність працівників. У 2010 р. порівняно з 2008 р. фондівдачу зросла на 103,27 % і становила 3,96. Фондоозброєність за цей же період зросла на 6,85 %, з 45,09 тис. грн до 48,18 тис. грн, що відбулося за рахунок зростання середньорічної вартості основних фондів.

Наявність планових та фактичних параметрів кількісних і якісних характеристик у плані підприємства дає змогу виконати факторний аналіз стосовно додержання цих планових параметрів та їхнього впливу на їх кінцевий результат – фондівдачу основних виробничих засобів.

Потрібно мати на увазі, що показник фондівдачі складний, на нього впливає безліч факторів, значна частина яких між собою пов'язана (табл. 2).

Таблиця 2

**Визначення впливу факторів на ефективність використання основних засобів у ВАТ "Турбоатом"**

Показник	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2010 р. у % до 2008 р.
1	2	3	4	5
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн	433 069	683 541	942 329	509 260

1	2	3	4	5
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн	222 267	228 933	237 930,5	15 663,5
у т.ч. машин і обладнання	88 081,5	87 320,5	94 041,5	106,77
Питома вага машин і обладнання	0,396	0,38	0,4	0,004
Фондовіддача на 1 грн вартості основних фондів, грн	1,95	2,99	3,96	2,01
Фондовіддача на 1 грн вартості машин і устаткування, грн	4,92	7,87	9,9	4,98

Розрахуємо вплив різних факторів на показник фондовіддачі:

1. Вплив величини основних засобів:  $(433069/237930,5) - 1,95 = -0,129$  (грн).

2. Вплив питомої ваги машин та обладнання:  $0,4 \times 4,92 - 1,95 = 0,018$  (грн).

3. Вплив фондовіддачі машин та обладнання:  $3,96 - 0,4 \times 4,92 = 1,992$  (грн).

Таким чином, у 2010 р. порівняно з 2008 р. чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, що вироблялась на ВАТ "Турбоатом", зросла на 509 260 тис. грн. За рахунок зростання основних виробничих фондів фондовіддача, навпаки, зменшилась на 0,129 (грн). За рахунок зростання питомої ваги машин та обладнання на 0,004 фондовіддача зросла на 0,018 (грн). За рахунок зростання фондовіддачі машин та обладнання у 2010 р. порівняно з 2008 р. фондовіддача зросла на 1,992 (грн).

Поряд з вищенаведеними факторами не можна встановити вплив інших факторів, які не є складовою частиною фондовіддачі, а стосуються її лише побічно. Такими показниками візьмемо: коефіцієнт фінансової стабільності, питому вагу матеріальних витрат у собівартості реалізованої продукції, фондоозброєність, коефіцієнт використання виробничої потужності.

Вплив цих факторів можна встановити за допомогою побудови економіко-математичної моделі, задля цього будуть використані дані фінансової звітності ВАТ "Турбоатом" за 2008 – 2010 рр. Для побудови цієї моделі необхідно скористатися програмою MS Excel. Після проведених розрахунків економіко-математична модель впливу факторів на фондовіддачу має такий вигляд:

$$y = -36,4942 + 0,414763x_1 + 1,66128x_2 + 0,716664x_3 + 5,58425x_4, \quad (1)$$

де  $y$  – фондовіддача;

$x_1$  – коефіцієнт фінансової стабільності;

$x_2$  – питома вага матеріальних витрат у собівартості реалізованої продукції;

$x_3$  – фондоозброєність;

$x_4$  – коефіцієнт використання виробничої потужності.

Тобто можна побачити, що всі фактори позитивно впливають на значення оборотних активів, окрім вільного члена. Збільшення впливу цих факторів – резерв підвищення ефективності не тільки основних засобів, а й виробництва в цілому.

Найбільший позитивний вплив на фондовіддачу здійснює питома вага матеріальних витрат у собівартості реалізованої продукції, оскільки коефіцієнт перед цим фактором у наведеній моделі найбільший і складає 5,5842.

Найменший позитивний вплив на фондовіддачу здійснює такий показник, як коефіцієнт фінансової стабільності, тому що коефіцієнт перед цим фактором найменший і складає 0,4147.

Таким чином, дану економіко-математичну модель можна використовувати для визначення впливу даних факторів на значення фондовіддачі підприємства ВАТ "Турбоатом" у найближчому майбутньому.

Але підприємству також необхідно займатись пошуками резервів підвищення ефективності використання основних засобів, які містяться у збільшенні тривалості роботи машин та механізмів. У цілому сукупність резервів покращення використання основних фондів підприємства може бути поділена на три великих групи [4]:

1. Технічне вдосконалення засобів праці: заміна застарілої техніки, модернізація обладнання, механізація допоміжних та обслуговуючих виробництв, розвиток винахідництва та раціоналізаторства.

2. Збільшення тривалості роботи машин та обладнання за рахунок: ліквідації незадіяного обладнання (здавання його в оренду, лізинг, реалізація тощо), скорочення строків ремонту обладнання, зниження простоїв.

3. Покращення організації та управління виробництвом, а саме: покращення забезпечення матеріально-технічними ресурсами, вдосконалення управління виробництвом на базі сучасної комп'ютерної техніки, розвиток матеріальної зацікавленості працівників, що сприяє підвищенню ефективності виробництва.

Отже, економічна сутність основних засобів є визначальною характеристикою їх значення в забезпеченні функціонування та розвитку виробництва. Тому важливе значення в дослідженні ефективності використання основних засобів відіграє оцінювання їх сучасного стану та проведення об'єктивного аналізу. Реалізація наведених дій дасть змогу покращити використання основних засобів підприємства, тобто підвищити показник фондовіддачі, збільшити прибуток від реалізації та рентабельність основних виробничих засобів підприємства.



Однак дане дослідження не є вирішеним, а потребує подальшого розгляду, а саме пропонується розробити методіку прогнозування ефективності використання основних засобів на основі методів множинної кореляції, яка надає можливість прогнозувати ефективність використання основних засобів підприємства на основі різноманітних чинників.

Наук. керівн. Петряєва З. Ф.

**Література:** 1. Булах Л. А. Шляхи підвищення ефективності використання основних засобів / Л. А. Булах // Економіка АПК і природокористування. – 2006. – № 9. – С. 63–67. 2. Кіндрацька Г. І. Економічний аналіз : підручник / Кіндрацька Г. І., Білик М. С., Загородній А. Г. ; за ред. проф. А. Г. Загороднього. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2008. – 487 с. 3. Мацибора В. І. Економіка підприємства : навч. посібн. для вузів / В. І. Мацибора, В. К. Збарський, Т. В. Мацибора. – К. : Каравела, 2008. – 312 с. 2. 4. Федорчук О. М. Економічна ефективність використання та відтворення основних засобів в агропромислових підприємствах / О. М. Федорчук // Таврійський науковий вісник : зб. наук. пр. – Херсон : ХДАУ, 2005. – Вип. 42. – С. 247–253.

---

**Мищенко І. Ю.**

УДК 005.3:336.71

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **ЕФЕКТИВНА СИСТЕМА УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В БАНКАХ**

*Анотація. Розглянуто сутність управлінського обліку, обґрунтовано роль управлінського обліку та розглянуто питання побудови ефективної системи управлінського обліку в банках.*

*Аннотация. Рассмотрена сущность управленческого учета, обоснована роль управленческого учета и рассмотрен вопрос построения эффективной системы управленческого учета в банках.*

*Annotation. Essence of administrative account is considered, the role of administrative account is grounded and the question of construction of the effective system of administrative account in banks is considered.*

*Ключові слова: управлінський облік, управлінські рішення, управлінський облік у банку.*

У сучасних умовах проблема забезпечення високоякісного інформаційного потоку для всіх рівнів менеджменту, спрямованого на прийняття виважених управлінських рішень, постає практично перед кожним комерційним банком.

Фінансовий банківський облік не має можливості забезпечити оперативною інформацією всіх керівників підрозділів, відповідальних за конкретні сфери банківського бізнесу та види діяльності. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває питання організації ефективної системи управлінського обліку в банках, оскільки саме вона допоможе створити дієву інформаційну базу для задоволення внутрішніх потреб користувачів у межах банківської установи.

Теоретичним підґрунтям вивчення проблем організації і методології управлінського обліку в банках присвячені праці вчених та фахівців: Бутинця Ф. Ф., Голова С. Ф., Кіндрацької Л. М., Парасій-Вергуненко І. М., Сопко В. В., Лень В. С., Примосткої Л. О. та ін.

Загальне розуміння економічної сутності управлінського обліку залишається дискусійним, не відпрацьовані методика та механізм організації його проведення. Отже, питання побудови ефективної системи управлінського обліку в банках залишаються актуальними і потребують подальшого наукового вирішення.

Метою дослідження є обґрунтування ролі управлінського обліку у формуванні інформаційної бази для забезпечення ефективності діяльності банку, розгляд питання побудови ефективної системи управлінського обліку в банках.

Об'єктом дослідження є управлінський облік у банках.

Предметом дослідження є теоретико-методичні підходи та практичні аспекти побудови ефективної системи управлінського обліку в банках.

---

© Мищенко І. Ю., 2012





Ринкові відносини спричиняють необхідність постійних коригувань поведінки банків у зв'язку зі змінами, які відбуваються як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищах.

Для прийняття обґрунтованих управлінських рішень необхідна своєчасна, точна та деталізована інформація, яку можна отримати лише за умови належним чином організованого управлінського обліку.

Для розкриття суті управлінського обліку слід детальніше зупинитись на трактуванні поняття "управлінський облік".

Управлінський облік – це галузь знань, яка необхідна кожному, хто займається підприємством. Його значення полягає в тому, що він забезпечує системний розгляд у межах самого підприємства питань оперативного планування, контролю й обліку окремих напрямів діяльності [1].

На думку Б. Нідлза, управлінський облік (Management accounting) охоплює всі види облікової інформації, яка вимірюється, обробляється і передається для внутрішнього використання керівництвом [2, с. 112].

Хорнгрен Ч. Т., Дж. Фостер визначають, що управлінський облік – це ідентифікація, вимірювання, збір, систематизація, аналіз, розкладання, інтерпретація і передача інформації, необхідної для управління будь-якими об'єктами. Ці автори підкреслюють, що центральною ідеєю управлінського обліку є принцип "різні затрати для різних цілей" [3].

На основі аналізу наведених літературних джерел можна зробити висновок, що для усіх суб'єктів господарювання предметом управлінського обліку є механізм ефективного управління діяльністю.

При впровадженні системи управлінського обліку необхідно, перш за все, вирішити такі завдання: визначити мету і шляхи її досягнення; встановити рівні відповідальності окремих працівників; визначити поточний і наступний контроль виконання рішень; здійснити облік отриманих результатів; провести аналіз відхилень; удосконалити поточний і наступний контроль. Вирішення всіх цих завдань у комплексі забезпечить найбільш оптимальну систему прийняття і реалізації відповідних управлінських рішень [4].

Положенням про організацію бухгалтерського обліку і звітності в банках України визначено ведення управлінського обліку для забезпечення внутрішніх потреб в інформації, виходячи зі специфіки та особливостей діяльності й структури управління. Банки можуть вибирати відповідні політику і процедури організації управлінського обліку для визначення потрібних показників діяльності банку [5].

Дані управлінського обліку складають комерційну таємницю і не підлягають розголошенню, оскільки вони відображають стратегію і тактику банку в його конкурентній боротьбі.

Основні функції управління – контроль та регулювання, побудовані на зіставленні планових даних та інформації оперативного обліку. Оцінюють результати управлінських рішень за показниками внутрішньої звітності.

Для нормального функціонування системи управлінського обліку необхідно створити відповідне внутрішнє правове поле, тобто розробити нормативне забезпечення щодо організації управлінського обліку в банку [4].

Система управлінського обліку в банку повинна відповідати таким вимогам: аналітичність, об'єктивність, вірогідність, єдність, оперативність і раціональність.

Організація належного управління та обліку неможлива без застосування сучасних інформаційних технологій. Це зумовлює потребу у створенні детально модельованої структури інформаційних сукупностей.

Для управлінського обліку характерні динамічні процеси, тому система майбутнього обліку повинна містити у своєму арсеналі сукупність таких прийомів і методів, які б забезпечили створення інформаційної моделі майбутньої діяльності та необхідні механізми досягнення бажаного стану.

За умов наявності достатнього обсягу інформації щодо всіх напрямів діяльності банків, що передбачає механізм управлінського обліку, можливості керівників регулювати економічні процеси всередині банку значно зростають. Отже, управлінський облік набуває ознак підсистеми інформаційної підтримки конкретного управлінського рішення [6].

Отже, належним чином сформована та організована система управлінського обліку – це дієвий та ефективний засіб удосконалення діяльності банку, реалізації тактичних і стратегічних цілей, оперативне вирішення проблем, які виникають у банківському секторі.

Швидкість реакції управління значною мірою залежить від повноти інформованості, її своєчасності та якості обліково-аналітичної інформації кожного банку, на підставі якої приймаються виважені управлінські рішення. Внаслідок цього виникає потреба у дослідженні, аналізі, групуванні та узагальненні фактичної та планової інформації, яка повинна задовольняти потреби всіх рівнів управління в банках. Це дозволить оперативно реагувати на зміни, що відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищах, сприятиме підвищенню ефективності діяльності банківської установи.

Забезпечити відповідність змісту обліку сучасним потребам управління можна завдяки через побудову принципово нової системи організації управлінського обліку. Система сучасного обліку в банках повинна не тільки характеризувати результати діяльності у минулих періодах, а й забезпечувати підґрунтя для прийняття управлінських рішень щодо поточної діяльності та перспектив розвитку.

Проведені дослідження дають можливість подальшого розкриття та аналізу питання щодо ефективної системи управлінського обліку в банках.

*Наук. керівн. Глебова Н. В.*

---

**Література:** 1. Ластовецький В. С. Чи можна удосконалювати те, чого немає (критична думка вченого) / В. С. Ластовецький // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 3. – С. 63–64. 2. Нідлз Б. Принципи бухгалтерського учета / Б. Нідлз, Х. Андерсен, Д. Колдуэлл; пер. с англ.; под ред. Я. В. Соколова. – М.: Финансы



и статистика, 2007. – 496 с. 3. Хорнгрен Ч. Т. Бухгалтерский учет: управленческий аспект / Ч. Т. Хорнгрен, Дж. Фостер ; пер. с англ. ; под ред. Я. В. Соколова. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 416 с. 4. Парасій-Вергуненко І. М. Організація управлінського обліку в банках. Деякі аспекти теорії і практики [Текст] / І. М. Парасій-Вергуненко // Вісник Національного банку України. – 2008. – № 10. – С. 26–29. 5. <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0056-99>. 6. Управлінський облік в банках [Текст] : навч. посібн. / НБУ. – К. : УБС НБУ, 2007. – 178 с.

---

**Волковська Я. В.**

УДК 657.44:336.77

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ ОБЛІКУ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ У КОМЕРЦІЙНИХ БАНКАХ УКРАЇНИ**

*Анотація. Проаналізовано структуру наданих кредитів банками України та виявлено основні проблеми обліку кредитних операцій комерційними банками України.*

*Анотация. Проанализирована структура предоставленных кредитов банками Украины и выявлены основные проблемы учета кредитных операций коммерческими банками Украины.*

*Annotation. The structure of credits granted by banks in Ukraine is analysed and the major accounting issues lending by commercial banks of Ukraine are identified.*

*Ключові слова: кредит, кредитні операції, кредитний портфель, прострочена заборгованість, спеціальні резерви.*

На сьогоднішній день банківська система, як і раніше підлягає реформуванню. Фінансова криза 2008 року показала, що є ряд проблем, які необхідно вирішувати. Так, однією з проблем залишається управління кредитним портфелем. Банки не довіряють клієнтам і збільшують кількість умов надання послуг, клієнти, у свою чергу, також не довіряють банкам і йдуть туди у разі відсутності інших альтернатив. Ця невтішна схема діє вже не перший рік, і це при тому, що кредити є основним доходом банків, що пояснює найбільшу увагу обсягу власного капіталу та якості кредитного портфеля. Саме тому в таких умовах стає важливим удосконалення бухгалтерського обліку кредитних операцій, що є інформаційним джерелом управління, з метою підвищення ефективності управління кредитним портфелем, що збільшує актуальність даної теми.

Теоретичні основи механізму обліку кредитних операцій комерційного банку є в працях таких зарубіжних вчених, як: В. Беті, П. Блан, Ж. Фігуру, Р. Дале, Дж. Маккензі, Дж. Хітчінс та ін. Проблемами організації та методології бухгалтерського обліку в українських банках, у тому числі і відносно обліку кредитних операцій, займалися такі вітчизняні вчені та фахівці, як: Андросова О. Ф., Ричаківська В. І., Герасимович А. М., Кіреєв О. І. та ін. [1, с. 83; 2, с. 172]. Однак, не зменшуючи значення праць та досягнень даних вчених та фахівців, треба зазначити, що досі немає відповідного висвітлення порядку обліку кредитних операцій банку.

Метою даної роботи є дослідження процесу надання кредитів та виявлення проблем обліку кредитного портфеля.

Для досягнення мети були поставлені такі завдання: визначення сутності та принципів кредитних операцій; аналіз структури наданих кредитів за ряд років; визначення основних проблем обліку наданих кредитів.

Об'єктом дослідження є кредитні операції комерційного банку.

Предметом дослідження є теоретичні основи надання кредитів, їх обліку, їх вдосконалення.

Кредит є дуже важливою складовою сучасної ринкової економіки. Згідно із Законом України "Про банки і банківську діяльність" банківський кредит – це будь-яке зобов'язання банку надати певну суму грошей, будь-яка гарантія, будь-яке зобов'язання придбати право вимоги боргу, будь-яке продовження строку погашення боргу, яке надано в обмін на зобов'язання боржника щодо повернення заборгованої суми, а також на зобов'язання на сплату відсотків та інших зборів з такої суми [3]. Виходячи з такого визначення, необхідно здійснити групування кредитів за строками користування. Отже, за строком користування кредити поділяються на строкові (короткострокові, довгострокові), відстрочені (продлонговані), прострочені та сумнівні до повернення [1, с. 83].

Однією із проблем є значне зростання питомої ваги пролонгованих кредитів та відсутність відображення такого стану активів у бухгалтерському обліку, тому що відстрочка за кредитним догово-

ром (продовження) уже є у звітності за такими ж рахунками 2062, 2063, 2072, 2073, 2203, в обліку довгострокової або короткострокової заборгованості Плану рахунків всіх банків України залежно від строку, який розраховується від дати відстрочки позики до дати її погашення. Тобто у бухгалтерському обліку пролонговані позики заносяться у строкові, і тому зростання потенційних ризиків неповернення кредиту приховується від осіб, бажаних оцінити стан банку і його ризики [1, с. 84]. Це стає однією з причин збільшення простроченої заборгованості за кредитами (звісно, окрім цього є багато інших причин, наприклад, неплатоспроможність клієнтів, неефективна кредитна політика та ін.), що наведено в таблиці.

Таблиця

**Структура наданих кредитів банками України за період 2005 – 2011 рр., млн грн**

Показники	01.01. 2005 р.	01.01. 2006 р.	01.01. 2007 р.	01.01. 2008 р.	01.01. 2009 р.	01.01. 2010 р.	01.01. 2011 р.
Кредити надані	97 197	156 268	269 294	485 368	792 244	747 348	755 030
у тому числі кредити, надані суб'єктам господарювання	72 875	109 020	167 661	276 184	472 584	474 991	508 288
кредити, надані фізичним особам	14 599	33 156	77 755	153 633	268 857	222 538	186 540
Довгострокові кредити	45 531	86 227	157 224	291 963	507 715	441 778	420 061
у т.ч. довгострокові кредити, надані суб'єктам господарювання	34 693	58 528	90 576	156 355	266 204	244 412	262 199
Прострочена заборгованість за кредитами	3 145	3 379	4 456	6 357	18 015	69 935	84 851

Можна побачити, що за період 2005 – 2011 рр. проблемна заборгованість за кредитами, котра включає в себе прострочені та сумнівні кредити, збільшилась майже у 27 разів, або на 81 706 млн грн. Звичайно, це можна пояснити впливом процесами інфляції, але все одно тенденція має негативний характер та стає причиною такого погіршення умов отримання різних видів кредитів. Але дії банків також можна пояснити, адже без отримання додаткових гарантій від своїх клієнтів вони можуть просто не отримати свої кошти та понести значні збитки. Проте покращення кредитної політики, управління кредитними операціями – це реалії, які можна досягти, у тому числі і за допомогою бухгалтерського обліку.

Згідно із Законом України "Про банки і банківську діяльність" банк зобов'язаний при наданні кредитів дотримуватись основних принципів кредитування, у тому числі перевіряти кредитоспроможність позичальників та наявність забезпечення кредитів, дотримуватись встановлених Національним банком України вимог щодо концентрації ризиків [3]. Бухгалтерський облік кредитних операцій ґрунтується на принципах, загальноприйнятих у міжнародній практиці, зокрема, безперервності діяльності установи банку, стабільності правил бухгалтерського обліку, обережності поділу звітних періодів з урахуванням дати операції, переваги змісту над формою, оцінки активів та пасивів, окремого відображення активів і пасивів [2, с. 174].

Огляд фінансових звітів свідчить, що інформацію про кредитну діяльність банку представлено в таких основних формах звітності, як баланс (обсяг і структура кредитного портфеля банку), звіт про фінансові результати (доходи банку за кредитними операціями за їх видами та витрати на формування спеціальних резервів за наданими кредитами) і примітки до звітів. Але важливим є питання оцінки відповідності інформації, що подається у фінансовій звітності, вимогам міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) до її розкриття. Дана проблема набула особливої ваги із прийняттям Європейським парламентом у 2002 році регламенту, що вимагає від усіх компаній країн Європейського Союзу, зареєстрованих на регульованому ринку, із 1 січня 2005 року формувати консолідовані фінансові звіти за МСФЗ (Регламент ЄС № 1606/2002 Європейського парламенту та Ради з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку від 19 липня 2002 року "Про застосування міжнародних стандартів бухгалтерського обліку") [4, с. 36]. Тобто якщо банк використовує міжнародні стандарти у бухгалтерському обліку, то це повинно бути обов'язково зазначено в обліковій політиці та у примітках. Але внаслідок прогнозів щодо переходів на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку стає важливим розглядати діючі методи і принципи підготовки облікової інформації у контексті також її відповідності МСФЗ.

Треба зазначити, що банки обліковують надані кредити у фінансовому обліку за початковим періодом до дати погашення (за термінами, визначеними в кредитному договорі). Таким чином, у балансі банків міститься достовірна інформація про структуру кредитного портфеля за термінами тільки щодо окремих позик, наданих у межах даного звітного періоду, що є наступною проблемою. Але Г. Спаяк припускає, що доцільніше розкривати інформацію про надані кредити відповідно до їх класифікації за термінами від дати складання звіту до дати погашення позики. Такий підхід дає змогу оцінити і проаналізувати кредитний портфель банку, його поточну та короткострокову ліквідність, з'ясувати активи й зобов'язання і, відповідно, підвищує ефективність банківського менеджменту [4, с. 37].

Наступною проблемою є відображення у бухгалтерському обліку кредитів за термінами надання, які в бухгалтерському обліку та, відповідно, у фінансовій звітності відображаються на рахунках короткострокових (до одного року) та довгострокових (більше одного року) кредитів. Цей факт гово-



рив про недосконалість всього механізму обліку кредитних операцій, адже потенційні клієнти банку не мають можливості реально оцінити показники його ліквідності. А цей показник є, у свою чергу, наслідком розривів між термінами повернення пасивів (депозити фізичних та юридичних осіб) і термінами отримання платежів за строковими кредитами. Тому питанням сьогодення є також точність, повнота та незалежність обліку строкових кредитів, які мають прихований вплив на ліквідність банків та існування можливості проаналізувати її підприємствами та населенням [1, с. 85].

Також слід зазначити, що важливим аспектом ведення бухгалтерського обліку кредитних операцій банків є визначення концептуальних засад і методичних прийомів обліку операцій щодо формування й використання спеціальних резервів під кредитні ризики. Спеціальні резерви за всіма видами активів і, зокрема, за наданими кредитами формуються і відображаються в обліковій системі банку відповідно до принципу обачності, реалізація якого дає змогу "звільнити" баланс банку від так званих неіснуючих активів. Вони становлять ту частину кредитного портфеля, яка не відповідає визнанню активу, оскільки ймовірність отримання майбутніх економічних вигод за вказаними статтями стає сумнівною. Як уже зазначалось, діюча методика обліку спеціальних резервів за наданими кредитами дає змогу реалізувати у фінансовому обліку банку базові принципи міжнародних стандартів фінансової звітності: принцип обачності, принцип нарахування та відповідності доходів і витрат. Водночас вона не запобігає повною мірою випадкам "перекредитування" (погашення строкової заборгованості за позику шляхом надання нового кредиту пов'язаним або зацікавленим особам), а відповідно, і штучному заниженню розміру сформованих резервів, що негативно впливає на достовірність облікової та звітної інформації банку [4, с. 38].

Таким чином, можна зробити висновок, що здійснення кредитних операцій є важливою і необхідною частиною банківської діяльності. На сьогоднішній день спостерігається збільшення прострочених кредитів, що стає поштовхом для посилення умов надання кредитів. У результаті цих процесів спостерігаються проблеми і спірні моменти щодо обліку кредитних операцій та створення резервів для покриття безнадійної заборгованості. Окремою проблемою є відповідність МСФЗ, тому що на даний момент міститься досить багато розбіжностей, але в майбутньому прогнозується перехід України на міжнародні стандарти, тому необхідне їх детальне вивчення та аналіз. Рішення перерахованих проблем буде сприяти не тільки удосконаленню бухгалтерського обліку, але й підвищенню ефективності управління кредитним портфелем банку, що є необхідною умовою його діяльності.

Перспективою подальших досліджень у даному напрямі є розробка заходів щодо підвищення ефективності управління кредитним портфелем та дослідження у контексті внесення змін до Міжнародних стандартів фінансової звітності банків.

*Наук. керівн. Глебова Н. В.*

**Література:** 1. Жадан М. І. Кредитні операції комерційного банку та необхідність удосконалення їх бухгалтерського обліку / Жадан М. І., Хоменко А. О. 2. Несторенко М. В. Облік і аналіз кредитних операцій / Несторенко М. В., Андросова О. Ф. // Економічний простір. – 2009. – № 23/2. – С. 172–178. 3. Про банки і банківську діяльність : Закон України від 12.12.2008 р. із змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=6&nreg=2121-14>. 4. Спьяк Г. Відображення кредитних операцій у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності банку: методика і практика / Спьяк Г. // Вісник НБУ. – 2007. – № 6. – С. 36–38. 5. Основні показники діяльності банків України на 1 лютого 2010 р. // Вісник НБУ. – 2010. – № 3. – С. 35. 6. Основні показники діяльності банків України на 1 лютого 2011 р. // Вісник НБУ. – 2011. – № 3. – С. 44.

---

**Руденко О. О.**

УДК 657.44:336.77

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ РЕЗЕРВІВ ПІД КРЕДИТНІ РИЗИКИ В БАНКАХ**

*Анотація. Розкрито поняття банківських ризиків, розглянуто основні облікові процедури щодо обліку та формування резервів під кредитні ризики.*

*Аннотация. Раскрыто понятие банковских рисков, рассмотрены основные учетные процедуры учета по формированию резервов под кредитные риски.*

---

© Руденко О. О., 2012

*Annotation. The concept of banking risks is disclosed, the basic accounting procedures as far as accounting for provision for credit risks is concerned are considered.*

*Ключові слова: кредит, кредитні операції, кредитний ризик, резерв.*

Кредитні операції посідають ключове місце серед активних операцій комерційних банків, що генерує основну частину доходів. Кредитні операції банків невід'ємно пов'язані з поняттям "ризик". Важливо адекватно оцінювати кредитні ризик, тому що за результатами досліджень вітчизняних і зарубіжних аналітиків найбільш поширеною причиною банкрутства банків є саме кредитні ризики.

Досліджували проблеми банківського ризику такі вчені-економісти, як: Вовк В. Я. [1], Хмеленко О. В. [2], Вітлінський В. В. [3], Денисенко М. П. [1], Домрачев В. М., Примостка Л. О. [2] та ін.

Метою даного дослідження є розкриття суті кредитних ризиків комерційних банків, розгляд, відображення в обліку операцій із формування резервів під кредитні операції.

Завдання дослідження:

визначення сутності кредитних ризиків комерційних банків;

аналіз класифікації кредитних ризиків;

аналіз відображення в обліку операцій з формування резервів під кредитні операції.

Об'єкт дослідження – кредитні ризики банків.

Предмет дослідження – облікові процедури формування резервів під кредитні операції.

Згідно із Законом України "Про банки і банківську діяльність" банківський кредит – будь-яке зобов'язання банку надати певну суму грошей, будь-яка гарантія, будь-яке зобов'язання придбати право вимоги боргу, будь-яке продовження строку погашення боргу, яке надано в обмін на зобов'язання боржника щодо повернення заборгованої суми, а також на зобов'язання на сплату відсотків та інших зборів з такої суми [4].

В Україні методологічні засади відображення в обліку банків кредитних операцій, а також пов'язаних з ними резервів під кредитні ризики регламентуються такими нормативно-правовими актами:

Інструкцією з бухгалтерського обліку кредитних, вкладних (депозитних) операцій та формування і використання резервів під кредитні ризики в банках України, затвердженою Постановою Правління НБУ № 481 від 27.12.2007 р. [5];

Правилами бухгалтерського обліку доходів і витрат банків України, затвердженими Постановою Правління НБУ від 18.06.2003 р. № 225 [6].

Кредитні операції банків нерозривно пов'язані з ризиком. В економічній літературі існує досить багато різних визначень поняття економічного ризику, однак, узагальнивши різні підходи до трактування поняття "ризик", можна виділити два основних підходи до визначення поняття "кредитний ризик". У рамках першого підходу кредитний ризик визначається як ризик невиконання позичальником своїх зобов'язань перед банком-кредитором у частині сплати основної суми боргу і відсотків, встановлених у рамках кредитної угоди. Кредитний ризик – ризик несплати позичальником (емітентом) основного боргу та відсотків, належних кредитором (інвестору), у встановлений умовами випуску цінного паперу термін (облігації, депозитні та ощадні сертифікати, векселі, державні зобов'язання тощо), а також за привілейованими акціями (у частині фіксованих зобов'язань з виплати дивідендів). Джерелом кредитного ризику в рамках даного визначення є окремий, конкретний позичальник.

Відповідно до другого підходу, кредитний ризик визначається як імовірність зменшення вартості частини активів банку, представленої сумою виданих кредитів і придбаних боргових зобов'язань, або фактична прибутковість від даної частини активів виявиться значно нижче очікуваного розрахункового рівня. У даному випадку джерелом кредитного ризику є позичковий портфель банку як сукупність кредитних вкладень [2].

Отже, узагальнивши два підходи, можна визначити кредитний ризик як економічну категорію, що характеризує негативні наслідки управлінських рішень, що можуть виникнути в майбутньому, в результаті їх прийняття в умовах невизначеності. Ризики в банківській сфері пов'язані з банківськими операціями, що здійснюються в умовах ринкових відносин і означають можливість отримання менших доходів, ніж очікується в даному періоді. У своїй практиці банки мають справи з багатьма видами ризиків.

Необхідність обліку в банківській діяльності джерел кредитного ризику як на рівні зобов'язань окремого позичальника, так і на рівні сукупності кредитних вкладень (кредитного портфеля банку) визначає структуру кредитного ризику банку. Кредитний ризик банку включає ризик конкретного позичальника і ризик портфеля.

Звичайному споживачеві фінансової інформації дуже складно зробити оцінку фінансового стану банку з огляду на досить закриту банківську інформацію. Рейтингові агентства – інститути, які допомагають інвестору прийняти рішення. Вони, як правило, у своїй оцінці розглядають портфельний підхід в оцінці кредитного рейтингу банку [2].

Джерелом індивідуального кредитного ризику вважається окремий, конкретний контрагент банку – позичальник, боржник, емітент цінних паперів. Оцінка індивідуального кредитного ризику передбачає оцінку кредитоспроможності такого окремого контрагента, тобто його індивідуальної спроможності своєчасно та в повному обсязі розрахуватися за прийнятими зобов'язаннями.

Портфельний кредитний ризик виявляється у зменшенні вартості активів банку (інший, аніж внаслідок зміни ринкової відсоткової ставки), його джерелом є сукупна заборгованість банку за операціями, яким притаманний кредитний ризик – кредитний портфель, портфель цінних паперів, портфель дебіторської заборгованості тощо. Крім того, портфельний (загальний) кредитний ризик може поглиблюватися дією таких ризиків, як стратегічний ризик, пов'язаний з помилками у процесі формування і реалізації банківської кредитної політики та інших проблем організації кредитного процесу банку; ризик зловживань, обумовлений ймовірністю злочинних дій з боку працівників банку тощо [1].



Таким чином, поділ кредитного ризику на індивідуальний і портфельний (загальний) обумовлює й необхідність розробки відповідних підходів щодо їх аналітичної оцінки з урахуванням сучасних тенденцій та національних особливостей.

Згідно з чинним законодавством та нормативними документами Національного банку України резерв під кредитні ризики поділяється на резерв під стандартну заборгованість та резерв під нестандартну заборгованість за кредитами (кредити під контролем, субстандартні, а також безнадійні, сумнівні кредити).

Дані резерви обліковуються на контрактивних рахунках.

Групи 159 – балансові рахунки: 1590 "Резерви під заборгованість інших банків за кредитними операціями"; 1592 "Резерви за коштами, розміщеними на кореспондентських рахунках в інших банках". Перелічені рахунки є контрактивними до розділу 15 "Кошти в інших банках".

Групи 240 – балансові рахунки: 2400 "Резерви під кредити, що надані клієнтам та оцінюються на індивідуальній основі"; 2401 "Резерви під кредити, що надані клієнтам та оцінюються на портфельній основі". Ці рахунки є контрактивними до рахунків розділів 20 "Кредити, що надані суб'єктам господарювання", 21 "Кредити, що надані органам державної влади", 22 "Кредити, що надані фізичним особам".

У бухгалтерському обліку відрахування до резерву здійснюються у повному обсязі та відображаються на відповідних рахунках:

7701 – "Відрахування резервів під заборгованість інших банків";

7702 – "Відрахування резервів під заборгованість за наданими кредитами клієнтам".

Зменшення розміру резервів під заборгованість за кредитами відображається записом:

Д-т Рахунок (контрактивний) сформованого резерву;

К-т Рахунки 770 групи "Відрахування в резерви".

Резерв формується головним банком та його філіями. Резерв під стандартну заборгованість за кредитами обліковується на балансі головного банку, а резерв під нестандартну заборгованість – на балансі установ банку, які зареєстровані як платники податків. За повноту формування резервів несе відповідальність головний банк (юридична особа) [3].

Отже, запровадження ефективної системи регулювання та визначення ризиків банківського кредитування дає змогу визначити їх оптимальний рівень і забезпечити прибутковість кредитної діяльності банківських установ. Облікові процедури стосовно формування резервів під кредитні ризики повинні правильно відображатись в обліку комерційного банку з урахування існуючих правил і стандартів. Це питання потребує постійного вивчення та вдосконалення. Подальший розвиток облікових процесів за формуванням резервів під кредитні ризики можливий у контексті внесення змін до Міжнародних стандартів фінансової звітності банків.

Перспективою подальших досліджень у даному напрямі є розвиток облікових процесів за формуванням резервів під кредитні ризики, внесення змін до Міжнародних стандартів фінансової звітності банків.

*Наук. керівн. Глебова Н. В.*

**Література:** 1. Прасолова С. П. Актуальні аспекти удосконалення оцінки індивідуального кредитного ризику підприємств-позичальників та їх роль у розширенні можливостей національних банків до кредитування регіонального сектора / Прасолова С. П. // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2011. – № 33. – С. 224–231. 2. Скаско О. Удосконалення механізмів обліку кредитних операцій банку / Скаско О. // Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. – № 19. – С. 430–433. 3. Головченко А. В. Необхідність створення резервів під кредитні ризики / Головченко А. В. // Управління розвитком. – 2011. – № 3 (100). – С. 126–128. 4. Про банки і банківську діяльність : Закон України від 12.12.2008 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua). 5. Інструкція з бухгалтерського обліку кредитних, вкладних (депозитних) операцій та формування і використання резервів під кредитні ризики в банках України, затверджена Постановою Правління НБУ № 481 від 27.12.2007 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua). 6. Правила бухгалтерського обліку доходів і витрат банків України, затверджені Постановою Правління НБУ від 18.06.2003 р. № 255 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua).

---

**Артюшенко Д. С.**

УДК 330.43:005.334.4

Студент 5 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## **КОМПЛЕКС МОДЕЛЕЙ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

*Анотація. Розглянуто основні теоретичні аспекти антикризового управління підприємством, запропоновано комплекс моделей антикризового управління, побудовано економетричні моделі оцінки та прогнозування фінансової кризи і банкрутства, побудовано модель оцінки ефективності антикризових заходів на основі нечіткої логіки.*

---

© Артюшенко Д. С., 2012

*Аннотация. Рассмотрены основные теоретические аспекты антикризисного управления предприятием, предложен комплекс моделей антикризисного управления, построены эконометрические модели оценки и прогнозирования финансового кризиса и банкротства, построена модель оценки эффективности антикризисных мер на основе нечеткой логики.*

*Annotation. The main theoretical aspects of crisis management are regarded, a complex model of crisis management is proposed, econometric models of assessment and forecasting the financial crisis and bankruptcy, the model of evaluating the effectiveness of anti-crisis measures based on fuzzy logic are built.*

*Ключові слова: антикризове управління, прогнозування, економіметрична модель, нечітка логіка, санація, фінансово-господарський стан.*

У даний час в українській економіці ключовою проблемою є криза неплатежів, і більшу частину українських підприємств слід було вже давно оголосити банкрутами, а отримані кошти перерозподілити на користь ефективних виробництв, що, безсумнівно, сприяло б оздоровленню українського ринку.

Крім того, в умовах масової неплатоспроможності українських суб'єктів господарювання особливе значення мають заходи щодо запобігання кризовим ситуаціям, а також заходи, спрямовані на відновлення платоспроможності підприємства і стабілізацію його фінансового стану.

Антикризове управління – така система управління підприємством, яка має комплексний, системний характер і спрямована на запобігання або усунення несприятливих для бізнесу явищ за допомогою використання всього потенціалу сучасного менеджменту, розробки і реалізації на підприємстві спеціальної програми, яка має стратегічний характер, що дозволяє усунути тимчасові труднощі, зберегти і примножити ринкові позиції за будь-яких обставин, спираючись в основному на власні ресурси [1].

Аналіз існуючих моделей та алгоритмів показав, що на сьогоднішній день не існує єдиного підходу щодо побудови моделей антикризового управління підприємством.

Тому був запропонований комплекс моделей антикризового управління, першим блоком якого є побудова моделі процесу антикризового управління на підприємстві. У другому блоці розглядається побудова економіметричної моделі оцінки та прогнозування фінансової кризи на підприємстві. Третій блок становить оцінку ефективності антикризових заходів на основі нечіткої логіки.

Модель процесу антикризового управління на підприємстві подано на рис. 1.

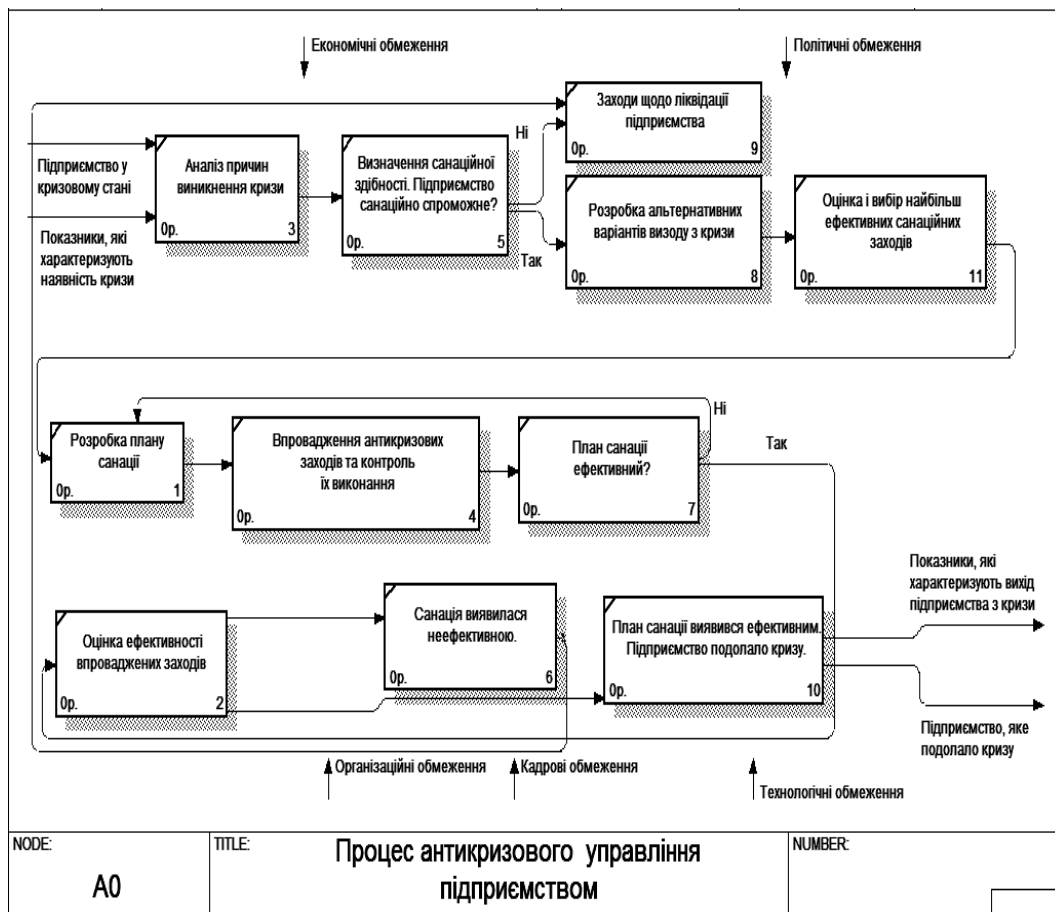


Рис. 1. Модель антикризового управління підприємством

Наведена функціональна модель процесу антикризового управління підприємством є доволі об'ємною та включає весь спектр заходів, які приймаються для подолання кризи на підприємстві. Але про-



цес перетворення функціональної моделі в економіко-математичну дуже трудомісткий, і в рамках роботи було розглянуто діагностику загрози фінансової кризи та оцінку ефективності антикризових заходів.

Для вирішення завдання побудови моделі діагностики загрози фінансової кризи була використана економетрична модель багатфакторної лінійної регресії [2]. Як залежна змінна застосовується показник поточної платоспроможності підприємства. Якщо його значення більше за нуль, то підприємство є платоспроможним у поточному періоді, якщо ж менше – неплатоспроможним.

Як незалежні змінні були взяті значення коефіцієнтів поточної ліквідності, абсолютної ліквідності, забезпечення, покриття і забезпечення власними коштами. Вихідними даними слугує фінансова звітність підприємства ВАТ "Турбоатом" за 2007 – 2010 р. у поквартальному розрізі.

Регресійний аналіз даних, наведений на рис. 2, показав, що побудована модель адекватна, тому що коефіцієнти множинної кореляції та детермінації близькі до 1, модель є статистично значущою, тому що табличне значення критерію Фішера менше за розрахунковий та всі параметри моделі за критерієм Стьюдента.

Regression Summary for Dependent Variable: Y (Spreadsheet1)						
R= ,97435859 R <sup>2</sup> = ,94937467 Adjusted R <sup>2</sup> = ,92124948						
F(5,9)=33,755 p<,00001 Std.Error of estimate: 22056,						
N=15	Beta	Std.Err. of Beta	B	Std.Err. of B	t(9)	p-level
<b>Intercept</b>			-465446	62530,9	-7,44345	0,000039
Коеф. пот. лікв.	-5,95144	2,080349	-1066556	372818,8	-2,86079	0,018756
Коеф. абс. лікв.	0,43835	0,154371	302712	106604,5	2,83958	0,019417
Коеф. забезпечення	-3,10425	0,896991	-319320	92269,4	-3,46074	0,007152
Коеф. покриття	8,42625	2,406588	1653493	472247,6	3,50133	0,006709
Коеф. заб. власн. зас.	1,37715	0,383689	865955	241265,3	3,58922	0,005846

Рис. 2. Регресійний аналіз даних

У моделі відсутня мультиколінеарність, гетероскедастичність і автокореляція. Побудована модель дозволяє діагностувати платоспроможність у поточному періоді та прогнозувати її у майбутньому.

Для особи, яка приймає рішення, важливою є не лише розробка й прийняття антикризових управлінських рішень, але й оцінка доцільності та ефективності впровадження заходів щодо попередження банкрутства. Найбільш ефективними та адекватними щодо оцінки корисності антикризових заходів є моделі нечіткої логіки [3].

Структура моделі оцінки ефективності санації наведена на рис. 3.

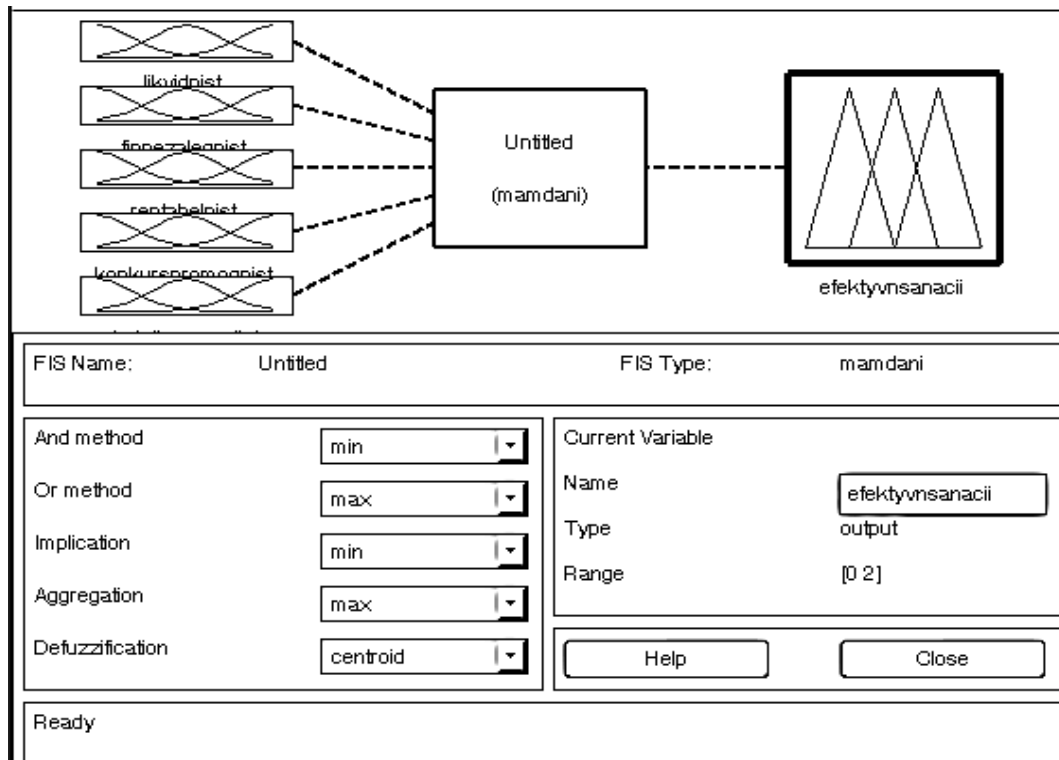


Рис. 3. Структура моделі оцінки ефективності санації





Як перша вхідна змінна виступає коефіцієнт поточної ліквідності. Якщо він після впровадження антикризових заходів знаходиться в діапазоні від 1 до 2, то санація ефективна, від 0 до 1 – санацію можна вважати неефективною.

Друга змінна – коефіцієнт фінансової незалежності. Якщо значення показника від 0 до 0,5, то підприємство фінансово залежне; від 0,5 до 1 – фінансово незалежне.

Третя вхідна змінна нечіткої моделі – рентабельність виробничих фондів. Діапазон змін задає від 0 до 1: від 0 до 0,5 – низька рентабельність, від 0,5 до 1 – висока.

Четверта змінна, що входить до системи показників оцінки ефективності санації, є конкурентоспроможність підприємства в довгостроковому періоді. Діапазон змін задано від 0 до 1: від 0 до 0,5 – конкурентоспроможність підприємства низька, від 0,5 до 1 – висока.

Наступна вхідна змінна – додаткова вартість, створена в результаті санації. Від 0 до 1 – додаткова вартість не створена, від 1 до 2 – додаткова вартість у процесі санації підприємства створена.

Як вихідна змінна виступає ефективність санації. Від 0 до 1 – санація неефективна, від 1 до 2 – санація ефективна. Одиниця є граничним значенням і характеризує нульову ефективність санації.

Отримане за допомогою правил нечіткого виводу значення ефективності санації досліджуваного підприємства дорівнює 1,35, отже, санацію можна вважати ефективною.

Побудовані моделі можуть бути використані підприємством для оцінки і прогнозування фінансової кризи та банкрутства, для визначення найбільш доцільних санаційних заходів щодо поліпшення свого фінансового стану, а також для аналізу ефективності антикризових заходів.

Наук. керівн. Нікіфорова О. В.

---

**Література:** 1. Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємств / Терещенко О. О. – К. : КНЕУ, 2000. – 412 с. 2. Наконечний С. І. Економетрія : підручник / Наконечний С. І., Терещенко Т. О., Романюк Т. П. – Вид. 3-тє, доп. та перероб. – К. : КНЕУ, 2005. – 520 с. 3. Банкрутство і санація підприємства: теорія і практика кризового управління / Клебанова Т. С., Бондар О. М., Мозенков О. В. та ін. — Х. : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 271 с.

УДК 332.146.2

---

**Катречка А. А.**

Студент 5 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## **ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ДИНАМИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ В ОЦЕНКЕ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА**

*Аннотация. Рассмотрена проблема оценки уровня развития региона. Для исследования экономического состояния региона построена односекторная динамическая модель развития региона. Проведена апробация данной модели на Харьковском регионе и сделаны выводы на основе полученных данных.*

*Анотация. Розглянуто проблему оцінки рівня розвитку регіону. Для дослідження економічного стану регіону побудовано односекторну динамічну модель розвитку регіону. Проведено апробацію даної моделі на Харківському регіоні та зроблено висновки на основі отриманих даних.*

*Annotation. The problem of assessing the level of development of the region is examined. One-sector dynamic model of the region to study the economic situation in the region is built. This model is tested in the Kharkiv region and conclusions on the basis of data obtained are drawn.*

*Ключевые слова: экономическое состояние, экономическое развитие, динамическое моделирование, модель развития региона.*

Економічний ріст України неможлив без розвитку її неотъемлемых елементів – регіонів. Одной из главных целей государственного регулирования экономики сегодня является развитие регионов. Исследование их экономического состояния становится первоочередной задачей современных экономистов. Основным параметром для оценки развития региона можно выделить ріст економіки, поскольку он определяет развитие и поддается количественным оценкам.

---

© Катречка А. А., 2012



Экономика региона является сложной системой, формируемой большим количеством элементов и взаимосвязей, пронизывающих все общественно важные сферы деятельности. Для оценки экономического развития региона могут быть использованы современные модели экономической динамики. Модели роста – одно из направлений данной методологии. Данные модели дают возможность оценить траектории сбалансированного развития региональной системы, которые характеризуются неизменностью темпов роста производства и используемых ресурсов. Режимы сбалансированного роста правомерно рассматривать в качестве стационарных состояний в "пространстве темпов", к которым сходятся всевозможные траектории системы.

В работе рассматривается построение односекторной динамической модели развития региона. Данная модель является модификацией динамических моделей Кейнса и Харрода-Домара. Основные отличия построенной модели от указанных состоят в следующем:

уравнение динамики числа занятых в экономике составлено с учетом конкуренции на рынке труда;

объем конечного потребления линейно зависит от численности населения, то есть темп роста конечного потребления является переменной величиной;

доходная часть регионального бюджета находится в зависимости от ВРП [1].

В модели предполагается, что:

1) валовой региональный продукт (ВРП)  $X$  распределяется между инвестициями  $I$  и общим потреблением  $S$  в соответствии с балансовым уравнением

$$X = I + S, \quad (1)$$

2) скорость изменения валового регионального продукта пропорциональна инвестициям:

$$X = ml, \quad (2)$$

где  $m \in [0; 1]$  – норма инвестиций;  
 $t$  – время.

Объем производства ВРП  $X$  определяется производственной функцией

$$X = F(K, L),$$

где  $K$  – стоимость основных фондов экономики;

$L$  – численность населения, занятого в экономике;

3) инвестиции расходуются на увеличение основных производственных фондов  $K$ , выбытие их отсутствует, инвестиционный лаг равен нулю:

$$K = I. \quad (3)$$

Пусть общее потребление  $S$  делится на производственное потребление  $\alpha F(K, L)$  и конечное потребление  $S_1 = bN + c$ , где  $a \in [0; 1]$  – склонность к потреблению;  $N$  – численность населения, проживающего в регионе;  $b$  – среднедушевое потребление, то есть

$$S = \alpha F(K, L) + bN + c. \quad (4)$$

Подставляя (1) и (4) в (2), а (2) в (3), получим уравнение динамики основных производственных фондов:

$$K = 1 - \alpha F(K, L) - bN - c. \quad (5)$$

Считается, что численность населения, занятого в экономике  $L$ , пропорциональна численности населения, проживающего на данной территории,  $N$ :

$$L = \mu N + \alpha. \quad (6)$$

Динамика численности населения, проживающего на данной территории, описывается логистическим уравнением, так называемым уравнением П. Ф. Ферхюльста [2]:

$$N = rN \left( \frac{M-N}{M} \right) \quad (7)$$

где  $M$  – максимально допустимая численность населения на данной территории,  
 $r$  – коэффициент прироста (убыли) населения [3].

Предполагается, что коэффициент рождаемости  $\beta$  – линейная убывающая функция, зависящая от численности населения  $N$ , так что  $\beta = \beta_0 - \beta_1 N$ , где  $\beta_0$  и  $\beta_1$  – положительные константы. Если показатель смертности  $\delta = \delta_0$  остается постоянным, то параметр  $M = \frac{\beta_0 - \delta_0}{\beta_1}$ .

Подставив (6) в (7), получается уравнение динамики числа занятых в экономике, учитывающее конкуренцию за ограниченный ресурс рабочих мест:

$$L = rL - \frac{rL^2}{M\mu} - ra \left( 1 + \frac{a}{M\mu} + \frac{2rLa}{M\mu} \right). \quad (8)$$

В качестве производственной функции используется мультипликативная функция Кобба-Дугласа вида  $F(K, L) = a_0 K^{a_1} L^{a_2}$ . Подставим (6) в (5), тогда дифференциальные уравнения (5) и (8) описывают динамическую модель экономического развития региона:

$$\begin{aligned} K &= (1 - \lambda)a_0 K^{a_1} L^{a_2} - \frac{bL}{\mu} - \frac{ba}{\mu} + c, \\ L &= -\frac{rL^2}{M\mu} + L\left(r + \frac{2ra}{M\mu}\right) - ra\left(1 + \frac{a}{M\mu}\right). \end{aligned} \quad (9)$$

Модель может служить инструментом исследования роста экономики в регионах. В работе представлена апробация модели на Харьковском регионе, поскольку он имеет весомый удельный вес в ВВП страны. С помощью методов регрессионного анализа на основе (2), (4), (6) и данных за 1999 – 2009 гг. были получены регрессионные уравнения:

1. Зависимость конечного потребления ( $S_1$ ) от численности населения ( $N$ ) имеет вид:

$$S_1 = -225,8N + 668\,678,1.$$

2. Зависимость числа занятых в экономике ( $L$ ) от численности населения ( $N$ ) имеет вид:

$$L = 0,51N + 234,87.$$

3. Производственная функция имеет вид:

$$X = 6,985K^{0,937}L^{0,022},$$

где  $X$  – объем производства ВРП;

$K$  – стоимость основных фондов экономики;

$L$  – численность населения, занятого в экономике.

Анализ коэффициентов производственной функции говорит о том, что функция является линейно однородной, то есть она демонстрирует постоянную отдачу при изменении масштабов производства, так как сумма степенных показателей практически равна единице.

Далее строится модель динамики численности населения (7), для этого выражается зависимость коэффициента рождаемости от населения:  $\beta = 53,56 - 0,0158N$ . Коэффициент смертности за 10 лет колеблется около значения 16,01. На основе этих данных рассчитана максимально допустимая численность населения Харьковского региона.

$$M = \frac{53,56 - 16,01}{0,0158} = 2367,59.$$

Уравнение Ферхюльста имеет вид:

$$N(t) = \frac{2367,59N_0}{N_0 + 2367,59 - N_0 \exp^{-r(t-t_0)}},$$

так как известны все показатели, кроме  $r$ , он был найден с помощью регрессионного анализа и  $r = 0,036$ .

Таким образом, все построенные выше модели являются адекватными и статистически значимыми, следовательно, полученные коэффициенты могут быть использованы для построения динамической односекторной модели развития региона. Получены следующие значения параметров динамической модели (9):

$$\begin{aligned} \lambda &= 0,77, \quad a_0 = 6,985, \quad a_1 = 0,937, \quad a_2 = 0,022, \quad b = -225,8, \quad \mu = 0,5064, \\ c &= 668\,678,1, \quad M = 2\,367,59, \quad r = 0,036, \quad \alpha = 234,87, \end{aligned}$$

с учетом которых система принимает вид:

$$\begin{aligned} K &= 0,23 \times 6,985K^{0,937}L^{0,022} - \frac{-225,8L}{0,5064} + 773\,404,89, \\ L &= -\frac{0,036L^2}{1198,95} + 0,049L - 8,88. \end{aligned} \quad (10)$$

Теоретически данная модель должна иметь фазовые траектории, представленные на рисунке. В области I будет наблюдаться постепенное уменьшение стоимости основных производственных фондов при увеличении численности населения, занятого в экономике. В области II стоимость основных производственных фондов растет до некоторой величины, а затем снижается при уменьшении численности населения, занятого в экономике. В области III численность населения, занятого в экономике, будет снижаться, а стоимость основных производственных фондов расти. В области IV стоимость основных производственных фондов уменьшается до некоторой величины, а затем увеличивается при увеличении численности населения, занятого в экономике. В области V стоимость основных производственных фондов будет расти при снижении численности населения, занятого в экономике [4].



Области I и II характеризуют экономический кризис, IV область – экономический рост, а области III и V – рост стоимости основных фондов экономики при снижении численности населения, занятого в экономике.

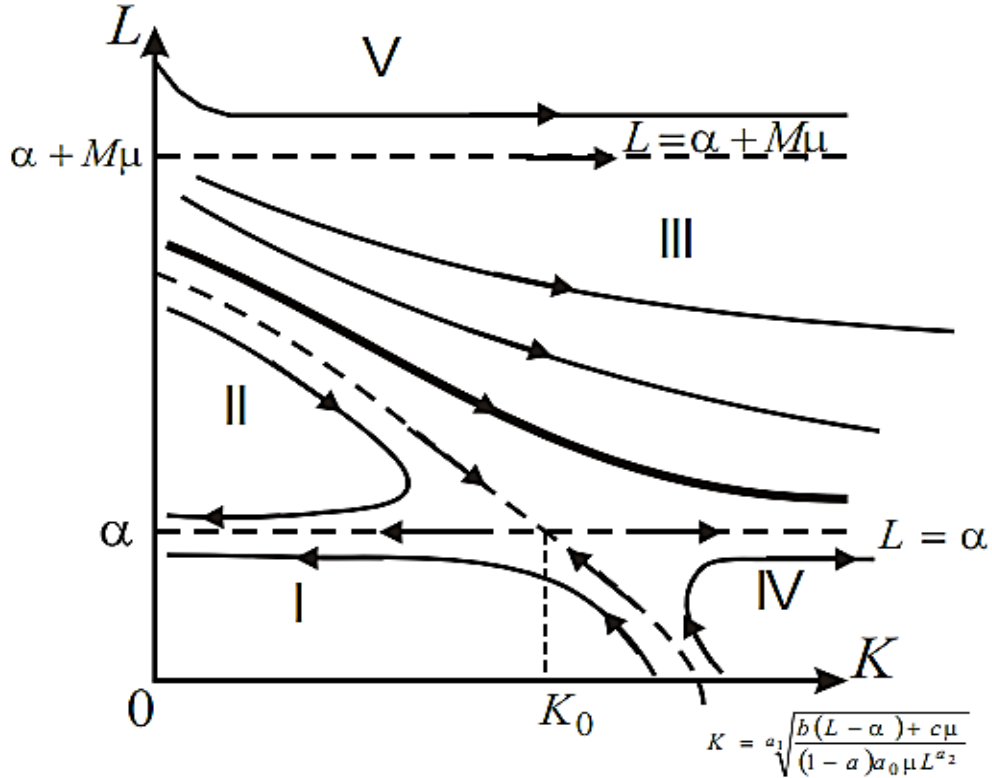


Рис. Фазовый портрет динамической модели развития города

Рассмотрим поведение фазовых траекторий исследуемой системы.

Имеем начальные данные за 2000 год  $L = 1\,699,46$  тыс. чел., а  $K = 1\,387,151$  тыс. грн. Траектория движения расположена в области V, что характеризуется ростом стоимости основных фондов экономики при снижении численности населения. Соответственно, данные за 2000 – 2009 гг. подтверждают правильность предложенной тенденции.

Динамическая система (10) имеет одно состояние равновесия:

$$Z K_0, L_0 = a_1 \frac{c}{1 - a - a_0 a^{a_2}}; a = (799522,7; 234,87).$$

Для определения типа состояния равновесия были найдены собственные значения матрицы линейного приближения, её собственные значения равны соответственно

$$\lambda_1 = a_1^{a_1} \sqrt[1 - a - a_0 a^{a_2}]{c^{a_1 - 1}} = 0,716; \lambda_2 = r = 0,035.$$

Так как  $\lambda_1$  и  $\lambda_2$  – действительные числа одинаковых знаков, то состояние равновесия  $K_0, L_0$  является неустойчивым узлом.

На основе выполненного исследования можно сделать выводы, что в ближайшее время на территории Харьковской области будет наблюдаться снижение численности населения, занятого в экономике, что может повлечь за собой рост социальной напряженности в регионе; стоимость основных фондов будет падать, после чего, вероятно, последует спад ВРП.

Таким образом, предложенная в работе модель позволяет провести исследование экономического развития региона. Апробация данной модели на Харьковском регионе указала на то, что в регионе сложилась экономическая ситуация, характеризующаяся отсутствием роста производства и требующая вмешательства руководящих структур, прежде всего региональных.

Научн. рук. Клебанова Т. С.

**Литература:** 1. Тихонов М. С. Построение и анализ односекторной модели региона / Тихонов М. С. // Математические методы в экономике. – 2009. – Т. 1. – С. 422–435. 2. Базыкин А. Д. Нелинейная динамика взаимодействующих популяций / Базыкин А. Д. – Ижевск : Институт компьютерных исследований, 2003. 3. Кундышева Е. С. Математическое моделирование в экономике / Кундышева Е. С. – М. : Дашков и К°, 2004. 4. Гаврилов А. И. Региональная экономика и управление : учебное пособие для вузов / Гаврилов А. И. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 239 с.

Студент 4 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ВИТРАТАМИ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*Анотація. Розглянуто напрями вдосконалення системи управління витратами підприємств в умовах ринкової економіки.*

*Аннотация. Рассмотрены направления совершенствования системы управления издержками предприятий в условиях рыночной экономики.*

*Annotation. The article deals with trends improving cost management firms in a market economy.*

*Ключові слова: управління витратами, ефективність виробництва, витрати виробництва.*

У трансформаційній економіці України підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств змушує підприємців та менеджерів до пошуку ефективних методів управління господарською діяльністю. Це зумовлює потребу у визначенні основних напрямів підвищення ефективності управління виробничо-господарською діяльністю вітчизняних підприємств.

Метою даної роботи є визначення головних напрямів підвищення ефективності управління витратами.

Управління витратами – це динамічний процес, який включає управлінські дії, мета яких полягає у досягненні високого економічного результату діяльності підприємства. Воно не зводиться лише до зниження затрат, а поширюється на всі елементи управління [1].

Сутність проблеми управління витратами полягає, по-перше, не у точному визначенні величини собівартості продукції, а у виявленні того, як вона утворилась (сформувалась), і, по-друге, процес управління витратами повинен бути направлений на формування собівартості у попередньому і поточному режимах та оперативному втручанні у діяльність підприємств (організацій) у разі виявлення відхилень від бажаного стану [2].

Теоретичні аспекти управління витратами досліджували Бланк І. О., Друрі С. Ф., Ч. Хорнгерн, Дж. Фостер, серед українських учених – Атамас П. Й., Бутинець Ф. Ф., Герасимчук Н. В., Давидович І. Є., Отенко І. П., Попов О. Є., Сопко В. В., Лінник В. Г., Череп А. В. та ін. Розроблено окремі аспекти обліку, аналізу, нормування і планування витрат. Однак сьогодні в економічній літературі не існує однозначності у трактуванні сутності управління витратами чи визначення основних напрямків підвищення його ефективності.

На рівні підприємств і організацій досягнення мети зниження витрат виробництва має тісно пов'язуватися з показниками ефективності виробництва та якості продукції. Саме на зв'язок витрат виробництва з показниками ефективності виробництва необхідно звернути особливу увагу при визначенні напрямів управління витратами. Проблема полягає в тому, що знижувати витрати виробництва можна за рахунок різних факторів, які певним чином вплинуть на кінцеві результати роботи підприємств.

Заходи щодо зниження витрат виробництва повинні обґрунтовуватися з позицій економічної доцільності і носити конкретний характер. Основні напрями зниження витрат виробництва на підприємствах схематично показані на рисунку.

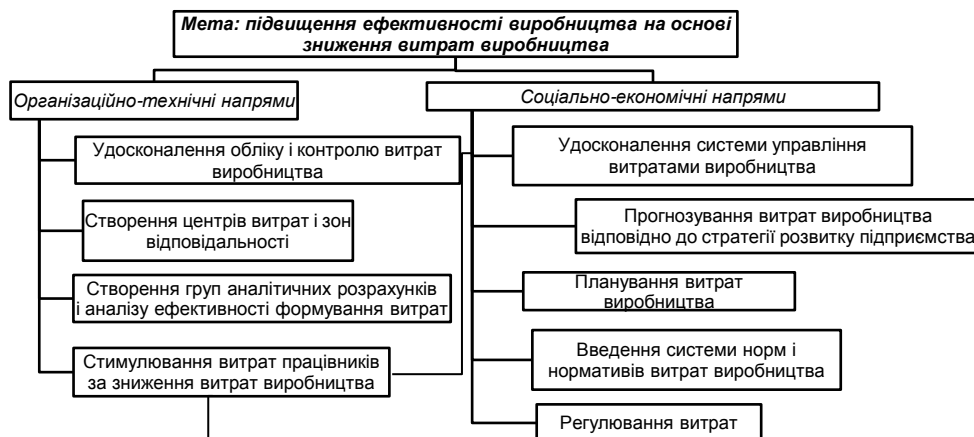


Рис. Схема напрямів удосконалення системи управління витратами на підприємствах [3]



Діюча раніше вітчизняна система обліку затрат на виробництво повністю відповідала вимогам централізованого управління економікою, забезпечувала отримання інформації про фактичні затрати на продукцію (роботи, послуги) в основному для цілей державного ціноутворення. Система накопичення інформації про затрати була чітко налаштована на підприємствах. Проблема полягала в тому, що більша частина цієї інформації ніким не запитувалась і тому не використовувалась, оскільки не було глобального стимулу для скорочення виробничих затрат і, відповідно, для створення оптимальної системи управління ними.

Реалізація сформованих напрямів (рисунок) спрямована на підвищення ролі витрат виробництва у забезпеченні ефективності роботи підприємств, перехід від пасивних методів обліку витрат за минулий період до активних методів втручання у виробництво на основі аналізу ефективності формування витрат, виявлення суттєвих відхилень від норм і нормативів [2].

Підвищення ролі управління витратами в сучасних умовах зумовлене необхідністю досягнення кожним суб'єктом господарювання оптимального рівня затрат на виробництво та реалізацію продукції, від якого залежить успішна діяльність підприємств і організацій. Забезпечення оптимального рівня затрат дасть змогу створити належні умови для зростання конкурентоспроможності продукції, а також з'явиться підґрунтя для довгострокового й економічного зростання підприємств та організацій [2].

Інфляційні процеси, які продовжуються протягом останніх років, не сприяють зниженню собівартості продукції, рівня виробничих затрат. Прибуток на переважній більшості підприємств досягається, на превеликий жаль, не шляхом зменшення затрат на виробництво продукції, а за рахунок зростання відпускних цін. Сьогодні в Україні практично не існує цілісного процесу управління витратами, який визначав би усю політику підприємства (організації), а практичні та теоретичні розробки зарубіжних вчених розглядаються ще недостатньо. Таким чином, усе сказане вказує на необхідність створення такої цілісної системи управління витратами, яка б була найбільш ефективною для вітчизняних підприємств.

*Наук. керівн. Сотніков В. І.*

**Література:** 1. Горобець О. Організація управління витратами на підприємстві / Горобець О. // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2010. – № 7/2. 2. Панасюк В. М. Витрати виробництва: управлінський аспект / Панасюк В. М. – Тернопіль : Астон, 2005. 3. Давидович І. Є. Управління витратами : навчальний посібник / Давидович І. Є. – К. : Центр учбової літератури, 2008.

---

**Лук'янчикова А. С.**

УДК 336.64

Студент 5 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## **МОДЕЛІ АНАЛІЗУ ДИНАМІКИ РИНКОВОЇ ВАРТІСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Розглянуто комплекс моделей, який на основі адаптивних моделей, методів аналізу просторово-динамічних даних, методів класифікації з навчанням дозволяє аналізувати динаміку ринкової вартості підприємства.*

*Аннотация. Рассмотрен комплекс моделей, который на основе адаптивных моделей, методов анализа пространственно-временных данных, методов классификации с обучением позволяет анализировать динамику рыночной стоимости предприятия.*

*Annotation. The article is devoted to complex of models which on the basis of adaptive models, methods of spatially-dynamic data analysis, methods of classification allows to analyze dynamics of the market value of the enterprise.*

*Ключові слова: ринкова вартість підприємства, прогнозування, діагностика, адаптивні моделі, моделі панельних даних, моделі класифікації.*

Домінуючою метою стратегічного менеджменту на підприємстві стає підвищення ринкової вартості підприємства. У даний час не тільки в США, але й у європейських, а також багатьох азіатських країнах затвердилася думка, що зростання ринкової вартості підприємств і зростання капіталізації галузі в цілому гарантують виконання підприємствами їх суспільних функцій і забезпечують збереження привабливих робочих місць, що відповідає потребам суспільного прогресу та завданням економічного зростання [1 – 3].

---

© Лук'янчикова А. С., 2012

Показник ринкової вартості стає одним з основних індикаторів ефективності фінансового управління й багато в чому визначає можливості підприємства з фінансування розвитку бізнесу. Тому в системах інформаційного забезпечення фінансового управління особливу значимість здобуває завдання розробки моделей прогнозування ринкової вартості, що дозволяють вчасно діагностувати негативні тенденції її зміни й розробити комплекс заходів, спрямованих на підвищення інвестиційної привабливості підприємства.

Теоретичні засади проблеми побудови механізмів управління ринковою вартістю підприємства розглядаються в роботах багатьох закордонних та вітчизняних вчених. Однак деякі аспекти проблеми, зокрема побудова економіко-математичних моделей аналізу динаміки ринкової вартості підприємства, не знайшли належного відображення в науковій літературі.

Для всебічного аналізу ринкової вартості підприємства та визначення напрямків корегування параметрів фінансової стратегії підприємств запропоновано комплекс моделей, який включає адаптивні моделі прогнозування, моделі аналізу просторово-часових даних, а також моделі класифікації та розпізнавання образів. Концептуальну схему взаємозв'язку моделей аналізу динаміки ринкової вартості наведено на рисунку. Апробація комплексу моделей здійснювалася на даних підприємств машинобудівної галузі. У табл. 1 подано порівняльний аналіз якості адаптивних моделей прогнозування ринкової вартості досліджуваних підприємств машинобудівної галузі на підставі отриманого значення середньої абсолютної процентної помилки. Як видно з табл. 1, для прогнозування оцінки ринкової вартості Крюківського вагонобудівного заводу доцільно використовувати модель Хольта (m.a.p.e. = 5,0395 %); МоторСіч – модель Хольта (m.a.p.e. = 4,9945 %); АвтоКраз – модель експонентного згладжування з урахуванням експонентного тренда (m.a.p.e. = 5,0689 %). Аналіз отриманих результатів дозволив зробити висновки, що лише МоторСіч має позитивну динаміку зміни ринкової вартості, а ринкова вартість АвтоКраза та Крюківського вагонобудівного заводу буде знижуватися протягом аналізованого періоду.

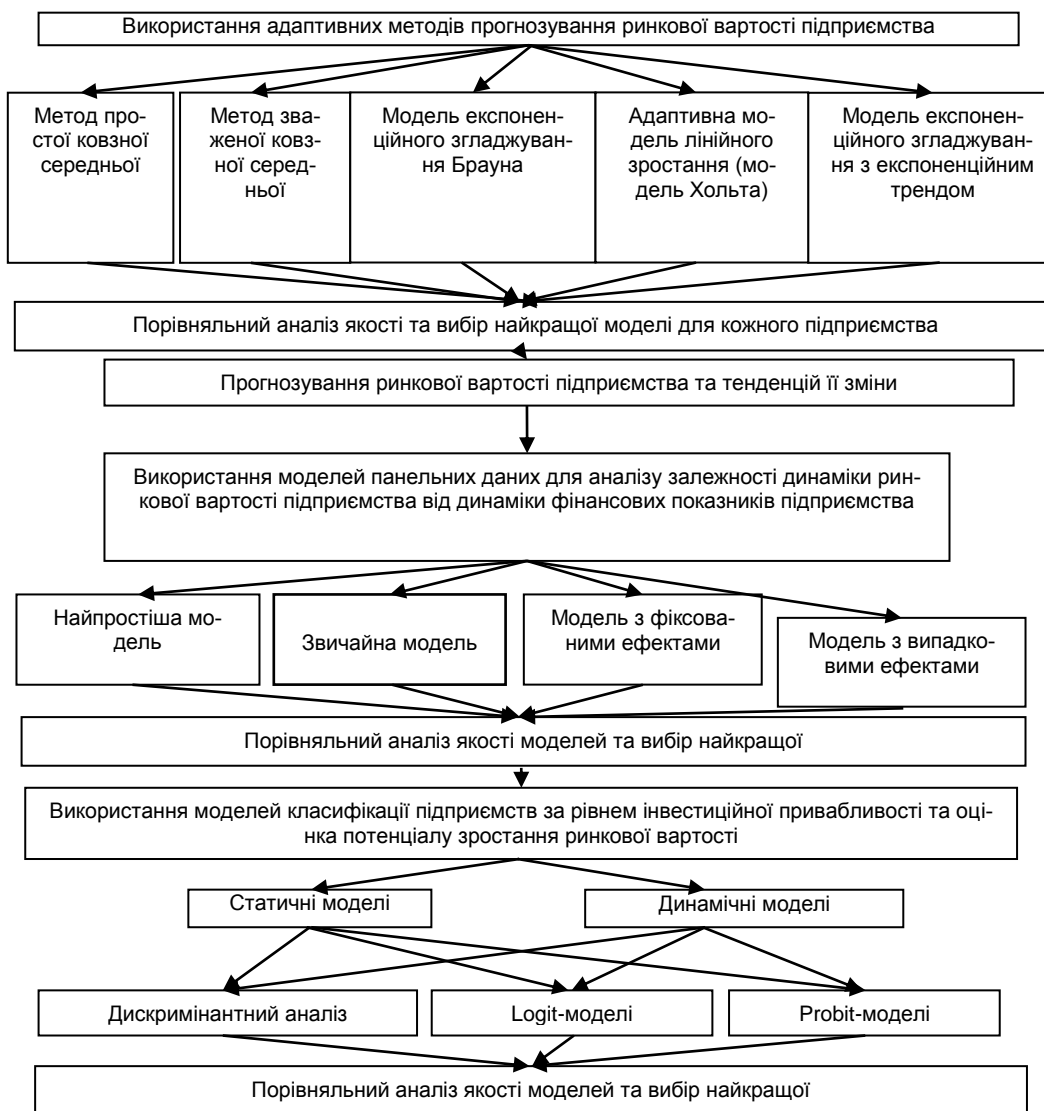


Рис. Концептуальна схема взаємозв'язку моделей аналізу ринкової вартості підприємства

## Порівняльний аналіз якості моделей

Модель	Крюківський вагонобуд. завод	МоторСіч	АвтоКраз
Проста ковзна середня	6,1067 %	7,4477 %	5,9567 %
Зважена ковзна середня	5,7312 %	5,1281 %	6,3981 %
Модель Брауна	5,7843 %	5,0682 %	27,3518 %
Модель Хольта	5,0395 %	4,9945 %	50 %
Експоненційне згладжування з експоненційним трендом	75,395 %	84,8945 %	5,0689 %

Для побудови моделі панельних даних залежності ринкової вартості підприємства від фінансових показників його діяльності використовувались дані за 3 роки 18 підприємств машинобудівної галузі.

Як факторні змінні обрано одні з найважливіших показників ефективності діяльності підприємства, динаміка яких свідчить про ефективність управлінської діяльності та обраної стратегії розвитку, а саме: коефіцієнт рентабельності активів, коефіцієнт рентабельності продажу, коефіцієнт автономності та коефіцієнт абсолютної ліквідності.

Порівняльна характеристика чотирьох видів моделей панельних даних (проста модель панельних даних, загальна модель панельних даних, модель панельних даних з фіксованими ефектами, модель панельних даних з випадковими ефектами) із застосуванням різних комбінацій факторних ознак дозволила зробити висновки, що найбільш високе значення коефіцієнта детермінації, яке дорівнює 0,994876, характерне для моделі панельних даних з фіксованими ефектами з факторними ознаками "коефіцієнт рентабельності активів" та "коефіцієнт автономності".

Розроблено моделі класифікації підприємств, які дозволяють оцінити потенціал зростання ринкової вартості та передбачають таку класифікацію підприємств: 1 клас – підприємства з високим рівнем інвестиційної привабливості і потенціалом зростання ринкової вартості; 2 клас – підприємства з низьким рівнем інвестиційної привабливості і потенціалом зростання ринкової вартості.

У табл. 2 подана порівняльна характеристика побудованих моделей класифікації за кількістю неправильно класифікованих об'єктів.

Таблиця 2

## Порівняльний аналіз якості моделей

	Статичні	Динамічні
Дискримінантна модель	27,3 %	9,1 %
Логіт-модель	18,2 %	18,2 %
Пробіт-модель	22,7 %	22,7 %

Таким чином, динамічна дискримінантна функція забезпечує найкращу якість розпізнавання, найточніше дозволяє обчислити вірогідність віднесення підприємств до 1 або 2 класу, а також оцінити потенціал зростання ринкової вартості на основі характеристик його фінансової діяльності.

Запропонований комплекс моделей може бути застосований у практиці фінансової діяльності підприємств машинобудівної галузі.

Наук. керівн. Мілевський С. В.

**Література:** 1. Грязнова А. Г. Оценка бизнеса / А. Г. Грязнова, М. А. Федотова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 756 с. 2. Никонова И. А. Стратегия и стоимость коммерческого банка / И. А. Никонова, Р. Н. Шамгунов. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 304 с. 3. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) : учебное пособие / под ред. Н. А. Абдуллаева, Н. А. Колайко. – М. : Экмос, 2000. – 573 с.

**Колышкин Д. С.**

УДК 330.3

Студент 5 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## МОДЕЛИРОВАНИЕ ДЕФОЛТОВ С ПОМОЩЬЮ ТЕОРИИ КАТАСТРОФ

*Аннотация. Рассмотрены особенности в динамике развития дефолтов на примерах дефолтов в Аргентине, Мексике, России и Уругвае. Построены модели катастроф для динамики государственного долга.*



*Анотація. Розглянуто особливості динаміки розвитку дефолтів на прикладах дефолтів в Аргентині, Мексиці, Росії та Уругваї. Побудовано моделі катастроф для динаміки державного боргу.*

*Annotation. The features of the dynamics of defaults by the examples of defaults in Argentina, Mexico, Russia and Uruguay are considered. The disaster models for the dynamics of public debt have been built.*

*Ключевые слова: дефолт, модели катастроф, инвестиции, инфляция.*

В условиях продолжающегося мирового финансового кризиса не только страны третьего мира находятся в затруднительном положении, но и наиболее развитые страны стали перед проблемой выплат по своим обязательствам. Когда США буквально 3 месяца назад оказались на пороге технического дефолта, Греция фактически провела действия, которые можно назвать признанием дефолта, и еще несколько стран еврозоны находятся в подвешенном состоянии, вопрос о платежеспособности государств стоит крайне остро.

Существует множество методик оценки платежеспособности государств, но они не могут дать исчерпывающего ответа на вопрос, произойдет ли дефолт в государстве или нет. Ярким примером является Российский дефолт, когда кредитный рейтинг России был понижен до преддефолтного за 4 дня до фактического объявления, когда приостановила свое действие последняя сравнительно крупная российская биржа и стало невозможным каким-либо образом вернуть свои средства. Все ныне существующие методики оценки опираются скорее на экспертную оценку, нежели на действительные факты, отражающие дисбаланс в развитии государства. Ситуации, в которых происходят дефолты, показывают крайне стремительную динамику изменения множества показателей функционирования экономики, что характерно для катастрофических явлений.

Дефолт – нарушение платежных обязательств заемщика перед кредитором, неспособность производить своевременные выплаты по долговым обязательствам или выполнять иные условия договора займа [1]. Существует два вида дефолтов: собственный дефолт и технический дефолт, который происходит не в результате неплатежеспособности должника, а вследствие невыполнения условий договора [2].

Для исследования динамики дефолтов были выбраны следующие страны: Аргентина, Российская Федерация, Мексика, Уругвай.

Проведенный анализ динамики дефолтов позволил выделить общие черты всех рассмотренных дефолтов. Основной причиной дефолтов было не столько накопление огромных задолженностей, сколько резкое падение платежеспособности государств вследствие неспособности приспособиться к быстро изменяющимся условиям функционирования. Неспособность приспособиться, в свою очередь, обусловлена рядом как общих, так и индивидуальных факторов. Среди общих факторов можно выделить следующие:

1. Ориентация экономики на одну ключевую отрасль. При изменении конъюнктуры на данном рынке этот фактор сильно влияет на бюджетные поступления и торговый баланс.

2. Необдуманное реформирование государства. Чрезмерное увлечение реформированием экономики, причем зачастую необдуманное или навязанное, часто ведет к дестабилизации системы и непредсказуемости реакций на изменение как внешней, так и внутренней среды, что влияет на общую экономическую ситуацию и, в частности, на инвестиционную привлекательность государства.

3. Завышенный курс национальной валюты. При нестабильном состоянии внешней среды требуется большое количество инвестиций, в противном случае поддержание курса очень быстро поглощает государственные резервы.

4. Отказ (либо слишком запоздавшее решение) от девальвации национальной валюты. Во многих случаях данная процедура могла бы помочь в улучшении платежного баланса и конкурентоспособности национальной продукции, но при этом в условиях завышенного валютного курса непременно вызовет ускорение инфляционных процессов.

5. Чрезмерная борьба с инфляцией. Слишком высокая инфляция в условиях кризиса более предпочтительна, чем неплатежеспособность.

6. Большое количество портфельных инвестиций. Несомненно, что они могут дать толчок для развития, но не следует забывать, что данный тип инвесторов постоянно ищет наиболее выгодные условия для получения прибыли, поэтому государство в итоге столкнется с огромной проблемой недостатка денежных средств.

7. Попытка улучшить финансовое состояние за счет уменьшения социальных расходов. Эта мера должна проводиться лишь в случае, когда все другие пути улучшения финансового состояния исчерпали себя, так как уменьшает покупательную способность населения, что, в свою очередь, ведет к падению производства, которое приводит к еще большему усугублению кризисной ситуации. (Приблизительно такой же эффект несет усиление налогового бремени).

8. Отсутствие политической стабильности влияет как на инвестиционную привлекательность, так и на развитие в целом, а также может послужить поводом для обострения кризисной ситуации.

9. Серьезное изменение рыночной конъюнктуры является своеобразным толчком, который выявляет слабые стороны структуры и усиливает дестабилизирующие факторы.

Для количественного исследования динамики дефолтов была выбрана следующая система показателей: государственный долг (оцениваемый показатель); валовый внутренний продукт (ВВП); соотношение государственного долга к ВВП; платежный баланс; портфельные инвестиции; прямые инвестиции; ставки процентов по депозитам и кредитам; курс национальной валюты.

Для анализа динамики были построены модели структурно неустойчивой зависимости, используемые в теории катастроф.



Поскольку найти необходимую статистическую информацию по всем показателям в более мелком разрезе не представляется возможным, то анализ был проведен на основании годовых данных. Данные охватывали 2 периода: 20 лет до объявления дефолтов в государстве и 2 года после. Модели строились на основании данных МВФ [3] и ООН [4]. В связи с отсутствием достаточного объема статистической информации по России модель для нее не строилась.

Для Уругвая была получена модель вида:

$$\text{ГДни} = -0,00006 \times \text{ВВП}\%^3 + 0,0019 \times \text{ВВП}\%^2 - 0,039 \times \text{ВВП}\% - 0,426 \times \text{Рез}\%^3 - 0,866476 \times \text{Рез}\%^2 + 2,328 \times \text{Рез} + 0,168$$

$$R^2 = 0,838,$$

где ГДни – изменение госдолга;  
ВВП% – темп прироста ВВП;  
Рез – изменение государственных резервов.

Для Мексики была получена модель вида:

$$\text{ГДни} = -0,00014 \times \text{ПФИ}\%^3 + 0,06251 \times \text{ПФИ}\%^2 - 1,83036 \times \text{ПФИ} + 0,0420 \times \text{ПБ}\%^3 + 0,02284 \times \text{ПБ}\%^2 - 1,35408 \times \text{ПБ} + 8,90572$$

$$R^2 = 0,792,$$

где ПФИ – приток портфельных инвестиций;  
ПБ – изменения платёжного баланса.

Для Аргентины была получена модель вида:

$$\text{ГДни} = -0,002359 \times \text{ПФИ}\%^3 + 0,069739 \times \text{ПФИ}\%^2 + 0,298272 \times \text{ПФИ} + 0,000016 \times \text{ВВП}\%^3 - 0,002071 \times \text{ВВП}\%^2 - 0,044595 \times \text{ВВП} + 4,909191$$

$$R^2 = 0,746.$$

В результате применения теории катастроф достичь удовлетворяющего нас статистически значимого результата не удалось. Хотя это не говорит об отсутствии в данном явлении катастрофических процессов, а свидетельствует только о возможно более сложной системе взаимосвязей в системе, чем первоначально предполагалось. Анализ результатов может быть обусловлен сильной сглаженностью годовых данных, которые не пригодны для описания быстрых катастрофических процессов. Таким образом, основной ценностью данной работы является определение общих тенденций в развитии государств, в которых происходили дефолты. Исследование дефолтов с помощью теории катастроф необходимо продолжать, так как удалось достичь в принципе не таких уж и плохих результатов, если учесть, что другие методы прогнозирования данного процесса оказываются принципиально не пригодными.

*Научн. рук. Полякова О. Ю.*

**Литература:** 1. Гилмор М. Дефолт, которого могло не быть / Гилмор М. – М. : Время, 2009. – 267 с. 2. Рожанковский В.С. Это дефолт! / Рожанковский В. С. – М. : Айрис-пресс, 2007. – 231 с. 3. Сайт МВФ. – Режим доступа : <http://www.imf.org>. 4. Единая система доступа к данным ООН [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://data.un.org>.

---

**Клеванный Д. А.**

УДК 338.24

Студент 5 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## **КОМПЛЕКС МОДЕЛЕЙ ОЦЕНКИ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Аннотация. Рассмотрены понятие "банкротство", его виды, причины и факторы развития, проведен критический анализ методов и моделей оценки угрозы банкротства. Представлена концептуальная схема комплексной модели оценки и прогнозирования угрозы банкротства предприятия.*

---

© Клеванный Д. А., 2012

*Анотація. Розглянуто поняття "банкрутство", його види, причини та фактори розвитку, проведено критичний аналіз методів і моделей оцінки загрози банкрутства. Наведено концептуальну схему комплексної моделі оцінки та прогнозування загрози банкрутства підприємства.*

*Annotation. The concept of "bankruptcy", changes in legislation, its types, causes and factors of development, carried out a critical analysis of methods and evaluation models of bankruptcy were analyzed. A conceptual scheme of an integrated model for assessing and predicting the threat of bankruptcy has been presented.*

*Ключевые слова: кризис, банкротство, предприятие, модель, прогнозирование, нечеткая нейронная сеть, адаптивные модели прогнозирования.*

В настоящее время значительное число украинских предприятий различных организационно-правовых форм хозяйствования и видов экономической деятельности находится в кризисном состоянии. За последние годы количество проблемных предприятий неуклонно растет. Так, в 2007 году 32,5 % отечественных предприятий получили отрицательный финансовый результат, в 2008 году – 33,9 %, а на конец 2009 года – 44,2 %. По результатам хозяйствования 2009 года наихудшая ситуация сложилась в строительстве (52,8 % убыточных предприятий), промышленности (49,9 %), транспорте и связи (48,4 %). В региональном разрезе убыточными являлись предприятия 15 регионов Украины, особенно Херсонской, Черновицкой, Сумской, Житомирской, Луганской и Черниговской областей, а также г. Севастополя и АР Крым. В этих регионах доля убыточных предприятий колебалась в диапазоне 39 – 45 % [1].

Закон Украины "О восстановлении платежеспособности должника или признании его банкротом" определяет банкротство как признанную хозяйственным судом неспособность должника восстановить свою платежеспособность и удовлетворить признанные судом требования кредиторов не иначе как через применение ликвидационной процедуры [2]. Такое определение, на взгляд автора, не совсем полно характеризует суть банкротства, поэтому предлагается рассматривать следующее определение. Банкротство – мера экономической и юридической ответственности хозяйствующего субъекта, выраженная в прекращении его хозяйственно-финансовой деятельности по решению суда, в связи с неспособностью удовлетворить признанные правомерными требования кредиторов и выполнить обязательства перед бюджетом ввиду превышения задолженности над стоимостью его имущества.

Финансовый кризис, охвативший экономику Украины в 2008 году, не мог не сказаться на институте банкротства. Следует констатировать, что сам Закон Украины "О восстановлении платежеспособности должника или признании его банкротом" как основополагающий нормативно-правовой акт, регулирующий процедуру банкротства в Украине, уже долгое время не претерпевает каких-либо существенных изменений, однако судебная практика при этом не стоит на месте, внося постоянные коррективы, совершенствуя и усложняя институт банкротства [3].

Однако в 2010 году были внесены изменения в законодательство, среди которых можно выделить 3 наиболее важных. Во-первых, Законом Украины от 15.04.2010 г. "О внесении изменений в Закон Украины "О восстановлении платежеспособности должника или признании его банкротом" относительно осуществления управления предприятием-должником (банкротом)" были устранены пробелы законодательства в части определения полномочий руководителя предприятия, находившегося в процедуре банкротства. Во-вторых, значимым является утверждение приказом Министерства экономики Украины от 02.07.2010 г. № 788 "Методических рекомендаций по заполнению реестра требований кредиторов", которые, помимо рекомендаций по ведению реестра, отражают и его форму. В-третьих, безусловно, на процедуре банкротства скажутся и изменения в Хозяйственном процессуальном кодексе Украины в связи с принятием и вступлением в силу 30.07.2010 г. Закона Украины от 07.07.2010 г. № 2453 VI "О судоустройстве и статусе судей".

Несмотря на то, что банкротство предприятия является юридическим фактом, в его основе лежат преимущественно финансовые причины, а основными факторами являются экономические. По мнению Базарова Г. З., Беляева С. Г. и Кошкина В. И. [4], следует выделять объективные и субъективные, общие и основные причины банкротства предприятий. К объективным причинам банкротства они относят стихийные бедствия, другие неблагоприятные природные воздействия, а также такие закономерности экономического развития, как циклы. Субъективными причинами банкротства являются несвоевременное реагирование руководства компании на дестабилизирующие факторы и ошибочные, исходящие из неправильной оценки ситуации, действия. Под общими причинами банкротства следует понимать те из них, которые действуют в отношении всех субъектов предпринимательской деятельности, имманентно присущи ей, обусловлены самой природой рынка, его стихийностью и риском предпринимательства. Рассмотрев и проанализировав самые распространенные модели и методы оценки угрозы банкротства, были выделены их преимущества и недостатки. В реальности их огромное количество, но следует отметить те, которые присущи почти всем моделям. К недостаткам относятся: недостаточный уровень обоснованности показателей, неприменимость к экономике Украины, широкий интервал неопределенности. Среди преимуществ можно выделить: простоту и быстроту расчетов, доступность необходимых данных.

Выявленные недостатки существующих моделей позволили сделать вывод о том, что требуется разработать комплекс моделей, позволяющий оценивать и прогнозировать угрозу банкротства предприятий. На рисунке представлена концептуальная схема исследования, направленного на оценку и прогнозирование банкротства предприятия.

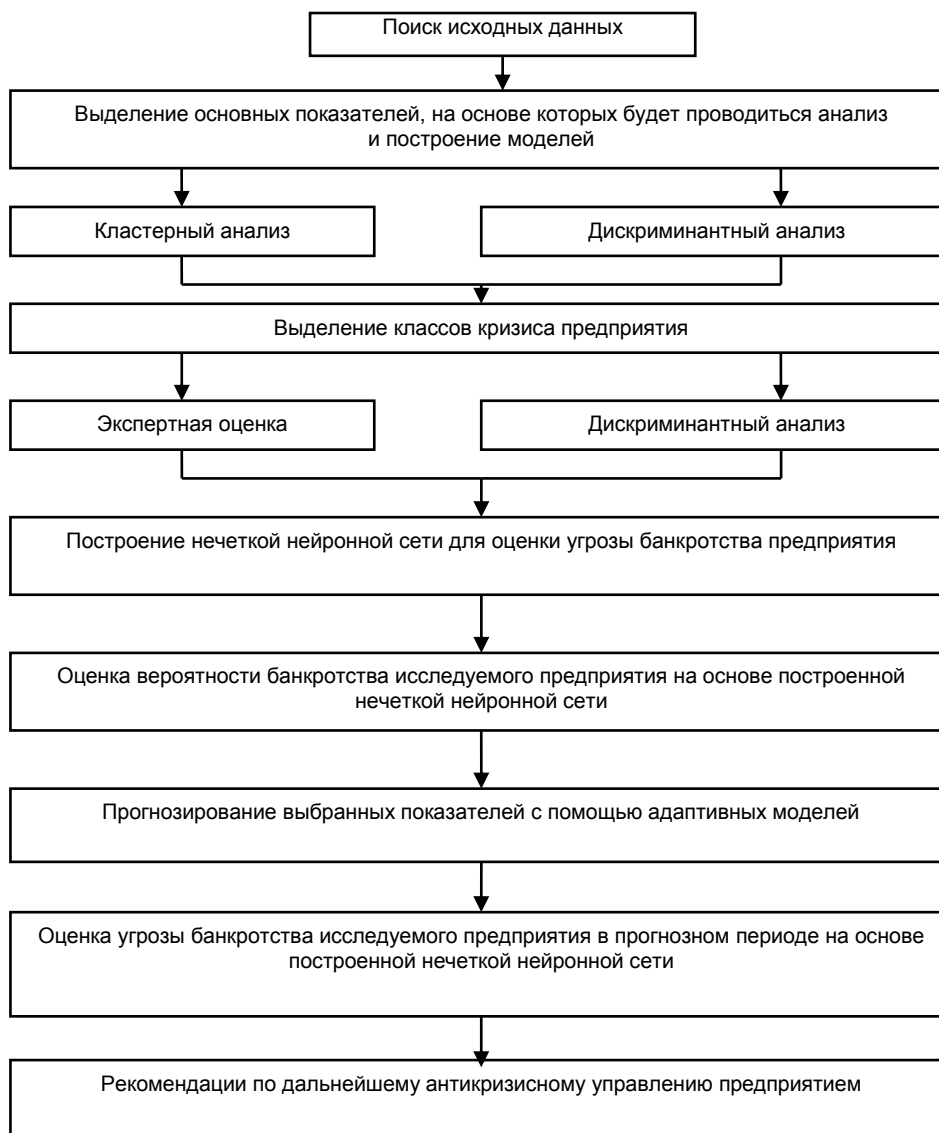


Рис. Концептуальная схема комплекса моделей оценки и прогнозирования вероятности банкротства предприятия

Реализация данного комплекса моделей позволит качественно и всесторонне оценить угрозу банкротства предприятия в текущем периоде, спрогнозировать его финансовое состояние через несколько периодов, а также сделать выводы о вероятности банкротства для предприятия в целом и разработать антикризисные мероприятия в зависимости от финансового положения компании. Такой подход позволит заблаговременно выявить, какие проблемы угрожают предприятию, и принять соответствующие решения, которые помогут искоренить причины кризиса на более ранней стадии.

Научн. рук. Чаговец Л. А.

**Литература:** 1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua). 2. О восстановлении платежеспособности должника или признании его банкротом : Закон Украины от 14.05.92 г. // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1992. – № 31. – Ст. 440. 3. Толстых А. Обзор законодательства и судебной практики в сфере банкротства [Электронный ресурс] / Толстых Андрей. – Режим доступа : <http://www.legart.net.ua/content/obzor-zakonodatelstva-i-sudebnoi-praktiki-v-sfere-bankrotstva>. 4. Базаров Г. З. Теория и практика антикризисного управления : учебн. для вузов / Г. З. Базаров, С. Г. Беляев, В. И. Кошкин. – М. : Закон и право ; ЮНИТИ, 1996. – 468 с.

Студент 5 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## ОПТИМАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАБИЛИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМОЙ В УСЛОВИЯХ ПРОТИВОРЕЧИВЫХ ЦЕЛЕЙ И ИЗМЕНЧИВОЙ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

*Аннотация. Рассмотрен принцип формирования краткосрочной экономической политики стабилизации и управления экономикой в условиях противоречивых целей и изменчивой внешней и внутренней среды.*

*Анотація. Розглянуто принципи формування короткострокової економічної політики стабілізації та управління економікою в умовах суперечливих цілей і мінливого внутрішнього та зовнішнього середовищ.*

*Annotation. This paper derives the principle of short-term economic stabilization policy formation in terms of conflicting objectives of different government branches and changeable external and internal environment.*

*Ключевые слова: политика стабилизации, оптимальное управление, экономическая политика, макроэкономическая система.*

Любая экономическая система, даже относительно малая по масштабу, представляет собой сложную систему, в которой взаимодействует множество технических, экономических и социальных процессов, постоянно изменяющихся под воздействием внешних условий.

Поскольку эффективность функционирования экономических систем любой степени сложности оценивается целым комплексом технико-экономических показателей, совершенно очевидно, что относительно высокое значение одного или даже нескольких показателей в таких системах вовсе не означает, что эти экономические системы работают лучше других, так как уровень остальных показателей у них может быть ниже, чем в других системах.

Трудность выбора решения в условиях множества критериев и показателей определяется не столько количеством критериев оптимизации и тем более вариантов решения, сколько их противоречивостью. Так, например, в сложных системах повышение одного показателя может привести к снижению другого. На государственном уровне все еще сложнее, особенно учитывая тот факт, что разные ветви власти могут вести свою политику и их конечные цели могут отличаться.

Особо остро вопрос стабилизации и оптимального управления стоит в условиях возможных кризисов и нестабильности. Так, Robert S. Pindyck активно занимался данным вопросом в период экономического спада в США, после войны во Вьетнаме [1; 2].

Целью работы является построение и реализация модели оптимального управления макроэкономической системой, позволяющей поддерживать оптимальную траекторию развития в условиях изменчивой внешней и внутренней среды.

Формирование и реализацию краткосрочной экономической политики стабилизации можно рассматривать как задачу оптимального управления. Задача оптимального управления определена как двойственная с дискретным временем слежения (отслеживаются номинальные состояния и номинальные траектории политики) для инвариантной во времени системы с функционалом стоимости.

Есть основания полагать, что с точки зрения оптимального управления реализация различных стратегий может оказаться необходимой для обеспечения стабилизации как отдельных экономических показателей, так и экономики в целом. Так, например, разные стратегии и политики управления в различных сферах имеют различный эффект и задержку, после которой видны результаты политики. Из этого следует необходимость координации различных управленческих стратегий.

Также необходимо сформулировать основные предположения, в соответствии с которыми будет формироваться алгоритм нахождения оптимальной стратегии экономической стабилизации.

Предположим, что существует модель экономики, дающая адекватное представление структуры экономики, в соответствии с которой будут определяться оптимальные решения. При этом для каждого экономического показателя существует своя желаемая траектория, к которой его необходимо привести, и определенный приоритет этого показателя или стоимость отклонения показателя от этой желаемой траектории. Учитывая тот факт, что в реальности некоторые показатели могут быть



связаны обратной связью и рост одного показателя приводит к падению другого, появляется необходимость определить такие управляющие воздействия, при которых будет наблюдаться компромиссное (оптимальное) поведение как управляемых, так и управляющих переменных.

Целью является выбор вектора переменных состояния  $X$ , настолько близким к вектору номинального состояния  $\hat{X}$ , насколько это возможно, но подчиненный вектору управления  $U$ , который, в свою очередь, должен быть близок к вектору номинального состояния  $\hat{U}$ .

Исходя из сформулированных предположений следует, что критерий качества управления может быть представлен в следующем виде:

$$J = (\hat{X} - X)Q(\hat{X} - X) + (\hat{U} - U)R(\hat{U} - U),$$

где  $J$  – функционал стоимости;

$\hat{X}$  – матрица номинальных состояний системы за рассматриваемый период  $T$  ( $s \times T$ );

$X$  – матрица переменных состояния системы за рассматриваемый период  $T$  ( $s \times T$ );

$\hat{U}$  –  $g \times T$  матрица номинального состояния управляющих переменных за рассматриваемый период  $T$ ;

$U$  –  $g \times T$  матрица управляющих переменных за рассматриваемый период  $T$ ;

$Q$  – матрица стоимости отклонения переменных состояния от необходимой траектории, для  $k$ -й управляющей переменной за каждый период времени  $t$  ( $T \times s$ );

$R$  –  $T \times r$  матрица стоимости отклонения управляющих переменных от номинальной траектории за рассматриваемый период  $T$ ;

$T$  – горизонт планирования;

$k = 1, r$ ;

$r$  – количество управляющих переменных;

$s$  – количество переменных состояния системы.

При решении задачи минимизации функционала стоимости определяется матрица  $U$ , характеризующая оптимальные траектории переменных управления в системе на всем горизонте планирования.

Рассмотрим предложенную систему стабилизации и управления на примере эконометрической модели экономики России [3]. В будущем планируется рассмотреть предложенный способ управления на экономике Украины, однако из-за недостатка данных для построения эконометрической модели было решено рассмотреть страну со схожей экономической структурой. Страны СНГ лучше всего для этого подходят, так как имеют и схожую структуру, и общую управленческую школу.

$$\begin{cases} X(t) = C_{10} + C_{11} \times E_t + C_{12} \times TR_t + C_{13} \times O_{t-1} + C_{14} \times Y_{t-1} + C_{15} \times M_{t-1} + C_{16} \times X_{t-1} + C_{17} \times DUMMY_t + \varepsilon_1 \\ Y(t) = C_{20} + C_{21} \times I_{t-2} + C_{22} \times (E_t - E_{t-1}) + C_{23} \times Y_{t-1} + C_{24} \times GD_{t-2} + C_{25} \times DUMMY_t + \varepsilon_2 \\ P(t) = C_{30} + C_{31} \times E_{t-1} + C_{32} \times O_{t-1} + C_{33} \times DUMMY_t \\ N(t) = C_{40} + C_{41} \times Y_t + C_{42} \times N_{t-1} + C_{43} \times GT_t + C_{44} \times DUMMY_t \\ M(t) = C_{50} + C_{51} \times P_t + C_{52} \times Y_t + C_{53} \times M_{t-1} + C_{54} \times X_t + C_{55} \times DUMMY_t \\ CO(t) = C_{60} + C_{61} \times P_t + C_{62} \times Y_t + C_{63} \times M_t + C_{64} \times N_t + C_{65} \times CO_{t-1} + C_{66} \times DUMMY_t \end{cases}$$

где  $C_{ij}$  – оцениваемые параметры (коэффициенты регрессии) модели;

$Y$  – валовой внутренний продукт;

$CO$  – расходы на конечное потребление домашних хозяйств;

$N$  – денежные доходы населения;

$M$  – импорт товаров;

$X$  – экспорт;

$I$  – инвестиции в основной капитал;

$P$  – индекс потребительских цен;

$GT$  – государственные социальные расходы;

$T$  – средневзвешенные тарифы на экспорт;

$GD$  – обслуживание внешнего государственного долга;

$O$  – цены на нефть марки URALS;

$E$  – обменный курс Банка России, рублей за доллар США.

Как можно заметить, среди переменных присутствует экзогенная переменная "цена на нефть", которой мы никак не можем управлять, поэтому для сохранения динамичности системы и целостности управления использовались их прогнозные значения, построенные при помощи гибридной адаптивной модели.

Поскольку в системе присутствуют независимые колебания, вызванные ценами на нефть, то для разработки оптимального управления был выбран подход стабилизации и дальнейшего управления из текущей точки, то есть желаемые траектории строились по формуле:

$$X_t = X_{t-1} \times (1 + i),$$

где  $X_t$  – показатель в  $t$ -й период времени;

$i$  – требуемый процент роста показателя;

$t$  – период времени.



Номинальные траектории были построены из предположений, что ВВП должен расти на 4 % в год, экспорт, доходы населения и инвестиции так же должны расти на 1 % в квартал, или 4 % в год. Уровень потребительских цен, обменный курс, обслуживание государственного долга, тарифы на экспорт, импорт должны быть постоянными, потребительские расходы должны расти на 0,75 %, а государственные трансферты – на 0,25 % в квартал.

Динамика отдельных переменных, полученная в ходе расчетов, представлена на рис. 1 – 9.

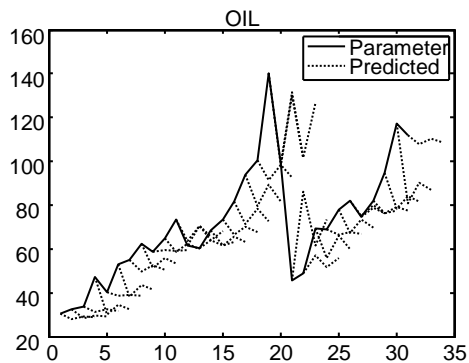


Рис. 1. Цены на нефть и их прогноз

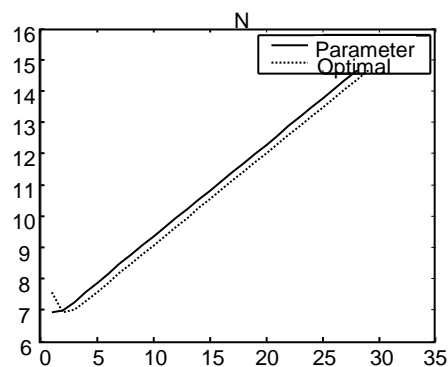


Рис. 2. Уровень доходов домохозяйств

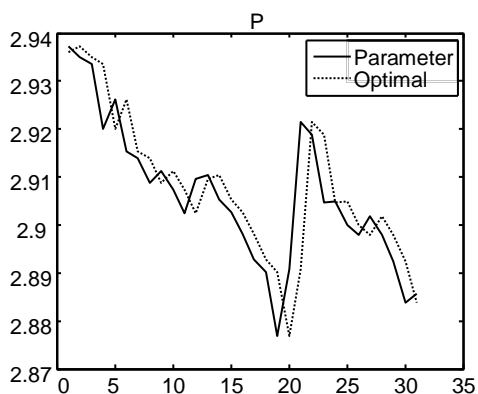


Рис. 3. Индекс потребительских цен

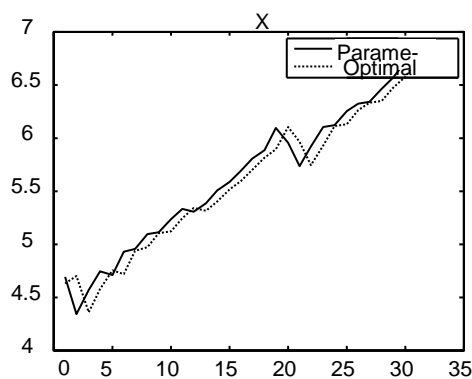


Рис. 4. Экспорт

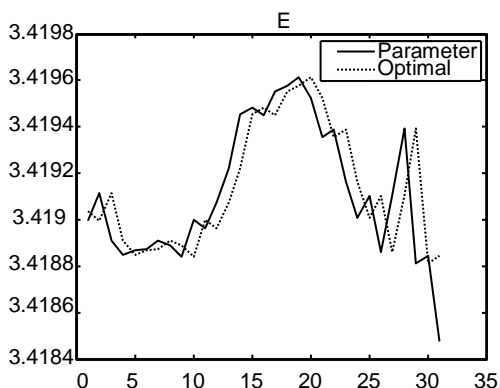


Рис. 5. Обменный курс

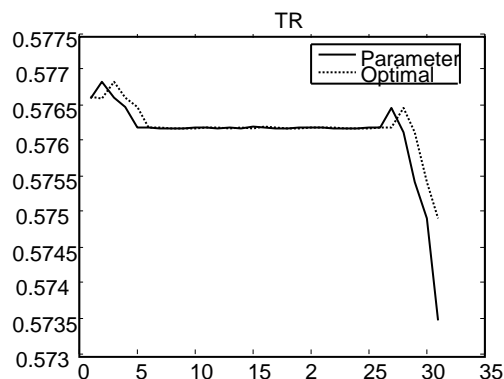


Рис. 6. Тарифы на экспорт

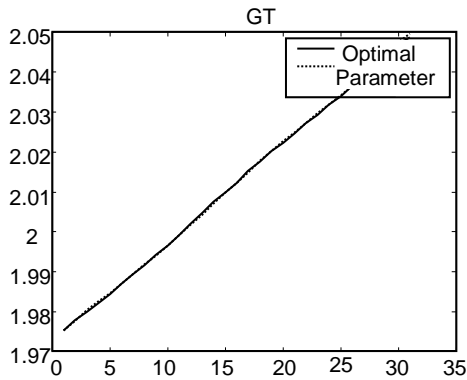


Рис. 7. Государственные трансферты

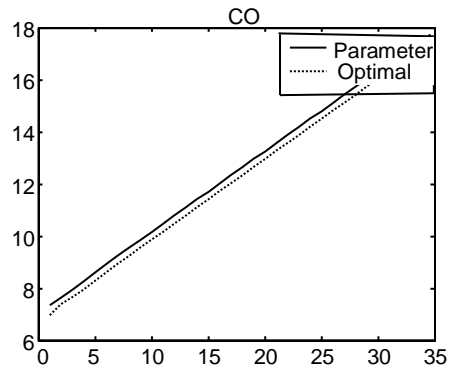


Рис. 8. Расходы домохозяйств

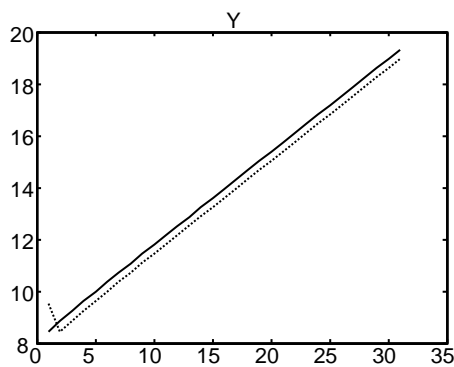


Рис. 9. ВВП

Как можно заметить из полученных результатов, многие переменные ведут себя стабильно, однако индекс потребительских цен и уровень экспорта подвержены колебаниям из-за сильной корреляции с ценами на нефть. Обменный курс также не совсем стабилен, однако в рассматриваемом масштабе отклонения невелики, и природа его поведения не противоречит классическим валютным курсам.

Таким образом, рассмотренные способы управления экономической системой в условиях противоречивых целей позволяют сформировать краткосрочные оптимальные стратегии экономической стабилизации и управления для указанных условий. Принципиальной новизной предложенного подхода является то, что в отличие от многих других предлагаемых подходов данный подход предполагает рассмотрение сразу всего периода планирования без разбивки его на отдельные периоды. Также реализованная система управления позволяет осуществлять управление не только в линейных/линеаризованных системах, но и в сложных нелинейных системах, что ранее было затруднительно или невозможно из-за сложности вычислений.

Научн. рук. Милов А. В.

**Литература:** 1. Pindyck Robert S. Optimal Economic Stabilization Policies Under Decentralized Control and Conflicting Objectives / Pindyck Robert S. // IEEE Transactions on automatic control. – Vol. AC-22. – № 4. – August 1977. 2. Robert S. Pindyck. An Application of the Linear Quadratic Tracking Problem to Economic Stabilization Policy / Robert S. Pindyck // IEEE Transactions on automatic control. – Vol. AC-17. – NO. 3. – June 1972. 3. Экономическая модель экономики России для целей краткосрочного прогноза и сценарного анализа : препринт / Макаров В. Л. и др. – М. : ЦЭМИ РАН, 2001. – 34 с. 4. Милов А. В. Модели анализа систем децентрализованного управления в экономике / Милов А. В., Милевский С. В., Полякова О. Ю. // Проблемы економічної кібернетики : тези конференції, 8–9 жовтня 2009 р. – С. 60–63. 5. Благун И. С. Модели механизмов децентрализованного управления в распределенных системах / Благун И. С., Милов А. В. // Конкурентоспроможність: проблеми науки та практики / за ред. Пономаренко В. С., Кизима М. О., Тіщенко О. Н. – Х. : ВД "ІН-ЖЕК", 2009. – 260 с. – С. 88–98. 6. Погребняк А. С. Оптимальная политика экономической стабилизации в условиях децентрализованного управления и противоречивых целей / Погребняк А. С. // Управління розвитком. – 2011. – № 3(100). – С. 204–205.



## ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛИРОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

*Аннотация. Рассмотрены особенности моделирования процессов налогообложения, обоснован выбор имитационного моделирования и теории игр как наиболее подходящих методов в контексте исследования.*

*Анотація. Розглянуто особливості моделювання процесів оподаткування, обґрунтовано вибір імітаційного моделювання та теорії ігор як найбільш прийнятних методів у контексті дослідження.*

*Annotation. The features of modeling taxation processes are reviewed, and the choice of simulation modeling and game theory as the most appropriate methods in the context of the study is justified.*

*Ключевые слова: имитационное моделирование, теория игр, система налогообложения.*

Налоги являются необходимым звеном экономических отношений в обществе с момента возникновения государства, развитие и изменение форм которого неизменно сопровождается преобразованием налоговой системы. В современном обществе налоги – основной источник доходов государства. Кроме финансовой функции, налоги используются для экономического воздействия государства на общественное производство, его динамику и структуру, на развитие научно-технического прогресса. В связи с этим особенно актуальным становится исследование закономерностей функционирования и управления налоговой системой, реформирования налоговой политики.

Грамотная налоговая политика страны будет способствовать:

увеличению занятости;

повышению экономической (особенно инвестиционной) активности бизнеса;

росту производительности труда, который обеспечивает базу для повышения уровня заработной платы;

снижению инфляционного давления;

улучшению конкурентной позиции экономики Украины на мировом рынке;

ускорению внедрения инновационных технологий в производственные процессы [1].

В сложившихся обстоятельствах высокого динамизма налогового законодательства и постоянных трансформаций налоговой системы большое значение для финансово-экономической стратегии государства имеет возможность планирования и прогнозирования доходной части бюджета.

Прогноз сугубо налоговой составляющей может быть достаточно обоснованным, так как доход зависит от предполагаемых изменений экономических условий, тогда как на расходы часто влияют политическая конъюнктура и прочие внеэкономические факторы. Кроме того, на прогностические расчеты государственных доходов влияет и обратная зависимость экономики от уровня налогов. Так, макроэкономические показатели инвестиций и личного потребления реагируют на общую норму налогообложения, а на микроуровне потребление отдельных налогооблагаемых товаров и услуг зависит от высоты конкретных налоговых ставок [2].

Проблема налогового планирования и прогнозирования всегда актуальна, поэтому ей посвящены работы множества ученых, предлагающих свои модели и подходы. Среди ученых, исследовавших проблемы прогнозирования объемов государственных доходов от налоговых платежей, стоит отметить работы Белой О. Г., Варналия З. С., Вишневого В. П., Данилова А. Д., Костиной Н. И., Крысоватого А. И., Скрипника А. В., Спиридонова А. А., Меркуловой Т. В. и многих других. Но постоянная динамика экономической системы, новые тенденции в развитии экономики в целом требуют постоянных доработок и новых исследований.

Анализ литературы [1; 3] дает представление о множестве количественных методов управления и планирования, которые можно использовать для исследования систем налогообложения. Их можно классифицировать следующим образом:

методы экономического анализа (балансовый, нормативный, программно-целевой);

экономико-математические методы (теория поддержки принятия решений – деревья решений, метод иерархии, нейронные сети, генетические алгоритмы, теория игр);

математические модели моделирования (матричные, оптимального планирования, экономико-статистические модели, имитационные модели, линейное программирование, корреляционно-регрессионный анализ и др.);

методы прогнозной экстраполяции (экспоненциальное сглаживание, метод скользящей средней, адаптивное сглаживание);



метод исторических аналогий;  
методы экспертных оценок (интервью, аналитический метод, методы коллективной генерации идей: метод "Дельфи", метод синтетики, метод "мозгового штурма" и др.).

Модели, описывающие процессы налогообложения, должны учитывать особенности налоговых систем и иметь такие свойства, как:

- адаптивность;
- гибкость;
- динамизм;
- возможность учета и реализации функций налогового контроля;
- учет взаимосвязи налогов и макропоказателей;
- проведение экспериментов;
- учет факторов, которые влияют на налоговые поступления/отчисления;
- возможность учета поведения субъектов налогообложения.

Поэтому наиболее подходящими для исследования и моделирования систем налогообложения являются методы имитационного моделирования и теория игр.

Имитационное моделирование – адаптивный метод, позволяющий строить модели, описывающие процессы так, как они проходили бы в действительности. Такую модель можно "проиграть" в режиме реального времени, которым можно управлять, как для одного испытания, так и заданного количества. Благодаря имитационному моделированию становится возможным имитировать поведение тех объектов, реальные эксперименты с которыми дороги, невозможны или опасны.

Основными преимуществами имитационного моделирования являются:

- адаптивность и гибкость;
- возможность описания поведения компонент (элементов) процессов или систем на высоком уровне детализации;
- отсутствие ограничений между параметрами имитационной модели и состоянием внешней среды;
- возможность исследования динамики взаимодействия компонент во времени и пространстве параметров системы.

Эти преимущества обеспечивают имитационному методу широкие возможности применения в сфере налогового планирования и прогнозирования.

Теория игр – это теоретическое направление, исследующее математические модели принятия оптимальных решений в условиях неопределенности или конфликта нескольких сторон, имеющих различные интересы. В теории игр используется аппарат математического моделирования в целях предсказания, выработки лучших вариантов действий в условиях неопределенности в игровых ситуациях, которые рассматриваются как модели конфликта: ситуаций, при которых интересы участников противоположны ("антагонистические игры") или не одинаковы, хотя и не противоположны ("игры с непротивоположными интересами").

Типы игр:

- кооперативные и некооперативные;
- симметричные и несимметричные;
- с нулевой суммой и с ненулевой суммой;
- параллельные и последовательные;
- с полной или неполной информацией;
- игры с бесконечным числом шагов;
- дискретные и непрерывные игры [4].

Теорию игр можно применять как инструмент предсказания поведения и последствий тех или иных действий, которые совершаются участниками игры, а также как инструмент анализа текущего поведения с целью определения рационального и наилучшего поведения игрока в дальнейшем.

На практике налоговая сфера является источником постоянных конфликтов и игр, что делает возможным использование данной теории, например, для определения поведения налогоплательщика и налогового инспектора, налогоплательщика и государства. Подобные модели позволяют учитывать человеческий фактор, который является очень важным в процессе планирования и прогнозирования налоговых платежей. Решения субъекта налогообложения о том, декларировать ли ему свой доход, уйти в тень или скрыть от государства лишь часть дохода, влияют на налоговые поступления в бюджет страны и должны учитываться при прогнозировании налоговых доходов.

Имитационное моделирование и теория игр позволяют моделировать реальные ситуации с помощью компьютера и программного обеспечения, не требуя при этом особых финансовых затрат. Игровые и имитационные модели являются адаптивными и легко приспособляются к новым условиям. Такие модели могут включать ряд факторов, которые далеко не всегда можно учесть с помощью экономико-математических методов. Они позволяют проводить большое число экспериментов, определять последствия изменения налогового законодательства, поведение налогоплательщиков, учитывать временные аспекты, их можно использовать в условиях недостатка информации, что очень важно, особенно при моделировании процессов налогообложения.

*Научн. рук. Ястребова А. С.*

**Литература:** 1. Шевчук В. А. Макроэкономика : конспект лекций / В. А. Шевчук, Д. А. Шевчук. – М. : Высшее образование, 2007. – 169 с. 2. Бюджетное планирование [Электронный ресурс] – Режим доступа :

http://www.cmfinance.ru/. 3. Державна фінансова політика та прогнозування доходів бюджету України / М. Я. Азаров, Ф. О. Ярошенко, Т. І. Єфименко та ін. – К. : НДФІ, 2004. – 712 с. 4. Печерский С. Л. Теория игр для экономистов. Вводный курс : учебное пособие / С. Л. Печерский, А. А. Беляева. – СПб. : Изд-во. Европ. ун-та в С.-Петербурге, 2001. – 342 с. 5. Черник Д. Г. Введение в экономико-математические модели налогообложения / Д. Г. Черник. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 256 с.

УДК 336.748.1:339.747

**Старыгин И. С.**

Студент 5 курса  
государственного и муниципального СЗИ РАНХИГС

## **МОДЕЛЬ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ НА РЫНКЕ МЕЖБАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ**

*Аннотация. Рассмотрены модели анализа и прогнозирования временного ряда, представляющего собой процентную ставку MIBOR, на основе использования технологии ARIMA. Приведена процедура построения моделей прогнозирования и осуществлен выбор рациональной модели.*

*Анотація. Розглянуто моделі часового ряду, що становлять відсоткову ставку MIBOR, на основі використання технології ARIMA. Наведено процедуру побудови моделей прогнозування та здійснено вибір раціональної моделі.*

*Annotation. The article deals with the models of forecasting in time series, which contain the interest rate of MIBOR, using method of ARIMA. Also the procedure of building and implementing optimal forecasting models for these time series is viewed.*

*Ключевые слова: процентная ставка MIBOR, временной ряд, прогнозирование, математическая модель временного ряда, спектральный анализ, технология ARIMA, статистический пакет STATISTICA.*

Наряду со ставкой LIBOR, которая является наиболее распространенным "индексным" показателем краткосрочных процентных ставок во всем мире, в России для размещения межбанковских кредитов на различные сроки используется ставка МИБОР, ежедневно заявляемая крупнейшими московскими банками.

Для снижения рисков в кредитовании необходимо решать задачу текущего прогнозирования. Для этой цели, на основе имеющейся статистики по процентным ставкам, которую можно рассматривать как стохастический временной ряд [1], необходимо построить его математическую модель. В качестве возможных видов математических моделей выбраны два вида моделей: гармонический ряд Фурье и модель ARIMA. Выбор таких моделей определен наличием современных статистических пакетов, в которых реализованы данные виды математических моделей.

При выборе моделей также приняты следующие допущения:

ряд содержит сезонную составляющую, которая может быть представлена гармоническими колебаниями;

ряд содержит детерминированную составляющую (тренд), описывающую динамику процентной ставки.

Для построения модели временного ряда рассмотрен отрезок временного ряда размером в 60 наблюдений. При этом каждое наблюдение соответствует одному рабочему дню недели. Так как в выходные дни банковские операции не проводятся, то принято допущение о том, что ряд является полным и шаг временного ряда равен одному дню. Таким образом, рассматриваемый отрезок временного ряда соответствует примерно одному кварталу. Такой размер временного ряда позволяет сделать выводы о виде модели.

На рис. 1 приведен график уровней временного ряда, а также график линейного тренда, модель которого имеет вид  $f(t) = 0,02t + 2,68$ , где  $t \in 1,60$ .

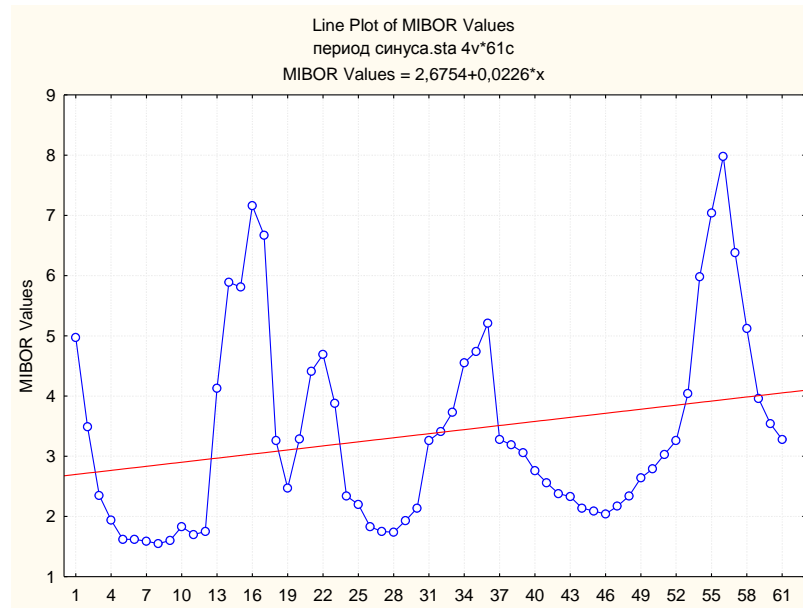


Рис. 1. График значений процентной ставки

Периодограмма временного ряда позволяет выявить пять значимых гармоник. Поэтому при разложении в ряд Фурье можно ограничиться сравнительно небольшим числом гармонических составляющих. Значение максимального пика на графике периодограммы приходится на частоту, равную  $0,05 \text{ день}^{-1}$ . Поэтому можно говорить о циклическом изменении процентной ставки за период, равный двадцати рабочим дням, что соответствует примерно одному месяцу. Следовательно, динамика процентной ставки для каждого месяца примерно одинакова. По данным за текущий месяц можно спрогнозировать значение на будущий месяц.

Для нахождения оптимального числа гармоник в модели воспользуемся критериями Акайке и Шварца. Результат вычислений данных информационных критериев представлен в таблице.

Таблица

Значения информационных критериев для функционального ряда

Информационные критерии	Количество гармонических составляющих				
	7	6	5	4	3
Критерий Акайке	-1,58	-1,44	<b>-1,20</b>	-1,26	-1,46
Критерий Шварца	-1,06	-0,92	<b>-0,67</b>	-0,74	-0,93

Из таблицы видно, что минимальное значение критериев (по модулю) получается при пяти гармонических составляющих. После исключения малозначимых гармоник модель примет следующий вид (рис. 2). Сравнительный анализ графиков на рис. 1 и рис. 2 указывает на высокую точность аппроксимации.

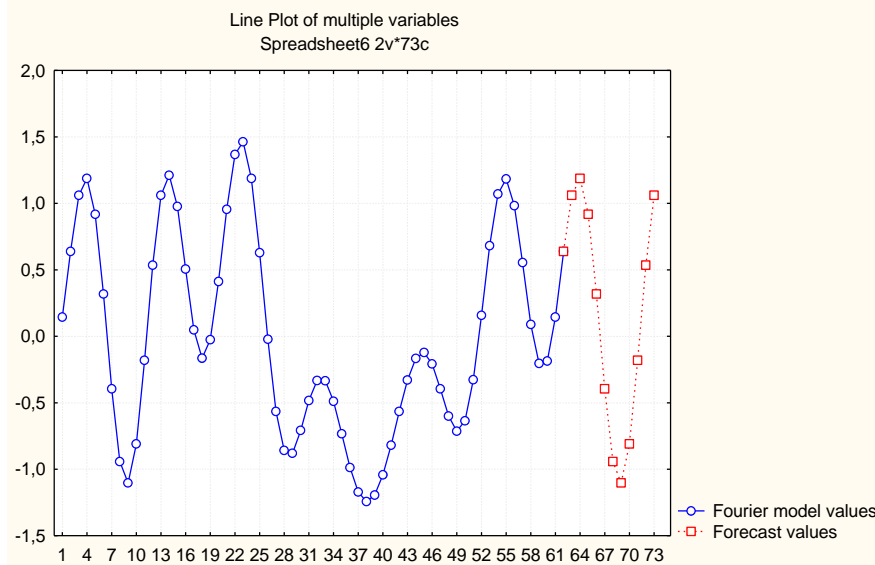


Рис. 2. Аппроксимация функциональным рядом Фурье



Для выбора модели временного ряда также будем использовать технологию ARIMA. Для структурной идентификации модели рассмотрим коррелограмму начальных значений процентной ставки за вычетом трендовой составляющей. С целью получения стационарного ряда используем метод вычитания лагированной переменной с лагом равным 20. Коррелограмма полученного стационарного ряда позволяет выбрать вид модели по критерию минимизации дисперсии ошибки, а также авторегрессионную составляющую временного ряда. Для выбора наилучшей авторегрессионной модели были проанализированы 5 видов моделей ARIMA: (1, 0, 0); (0, 0, 1); (1, 0, 1); (2, 0, 0); (2, 0, 1). Наименьшее значение дисперсии ошибки имеет модель ARIMA (1, 0, 1).

Математическая модель ряда остатков имеет следующий вид:

$$\Delta y_t = 1 - B^{-20} y_t; \quad (1)$$
$$\Delta y_t = 0,69\Delta y_{t-1} + 0,45\varepsilon_{t-1} + \varepsilon_t,$$

где  $B$  – оператор лагирования.

Все коэффициенты данной модели являются статистически значимыми на уровне значимости 0,05. Конечная модель исходного временного ряда имеет следующий вид:

$$y_t = y_{t-20} + 0,69y_{t-1} - 0,69y_{t-21} + 0,45\varepsilon_{t-1} + \varepsilon_t. \quad (2)$$

Стационарность модели подтверждается графиком остатков, вид которого можно определить как "белый шум".

Сравнительный анализ двух полученных моделей позволяет сделать следующие выводы:

1. Методы прогнозирования временных рядов позволяют получить математические модели прогнозирования, имеющие сравнительно небольшие ошибки аппроксимации.

2. Обе модели прогнозирования содержат циклическую составляющую с периодом, равным 20.

3. Модели подтверждают небольшой линейный тренд, что определяет тенденцию роста ставок MIBOR.

4. Точность аппроксимации с помощью разложения в ряд Фурье выше. Однако полученная модель более сложна по сравнению с моделью ARIMA. Следовательно, для приблизительных оценок может быть использована модель ARIMA (1, 0, 1) для детрендрованного ряда при его лагировании на 20 шагов. Используемый для решения задачи построения модели пакет STATISTICA позволяет решить задачу прогнозирования уровней временного ряда.

Таким образом, предложенные математические модели процентной ставки MIBOR позволяют решить задачу текущего прогнозирования уровней временного ряда с целью принятия обоснованного решения при управлении банковской деятельностью.

Научн. рук. Наумов В. Н.

Литература: 1. Бокс Дж. Анализ временных рядов. Т. 1 / Бокс Дж., Дженкинс Г. – М.: Мир, 1974. – 402 с.

УДК 336.64

**Любарець М. Ю.**

Студент 5 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## МОДЕЛІ АНАЛІЗУ СТРУКТУРНИХ КОМПОНЕНТ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

*Анотація. Побудовано комплекс моделей аналізу структурних компонент фінансової безпеки держави (ФБД), які на підставі векторно-авторегресійних технологій, методів аналізу панельних даних, методів рейтингового оцінювання дозволяють підвищити якість управлінських рішень відносно діагностики рівня ФБД.*

*Аннотация. Построены модели анализа структурных компонент финансовой безопасности государства (ФБГ), которые на основе векторно-авторегрессионных технологий, методов анализа панельных данных, методов рейтингового оценивания позволяют повысить качество управленческих решений относительно диагностики уровня ФБГ.*

© Любарець М. Ю., 2012



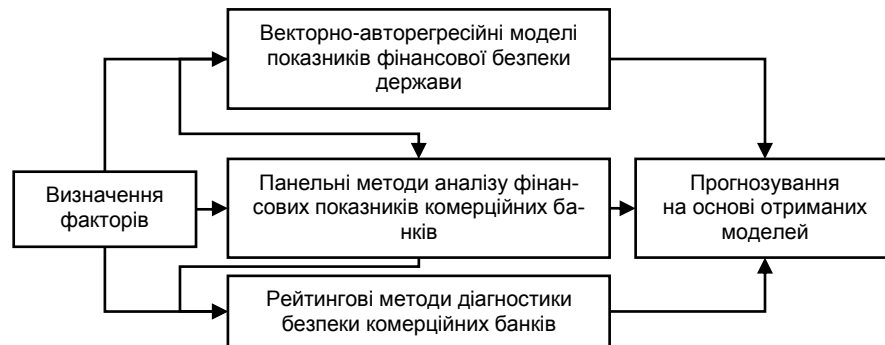
*Annotation. Models of analysis of the structural components of the financial security of the state (FSS), which are based on vector autoregressive technologies, methods of analysis of panel data, estimation methods of rating, and can improve the quality of managerial decisions regarding the diagnosis of the level of FSS have been constructed.*

*Ключові слова: фінансова безпека, векторно-авторегресійна модель.*

В умовах глобальної нестабільності, яка багато в чому пов'язана з діяльністю фінансового сектору, на перший план в економічній літературі повинні виступати питання розробки ефективних механізмів забезпечення фінансової безпеки. Фінансова безпека банківської системи є складовою частиною фінансової безпеки країни і національної безпеки в цілому. Однак у науковій літературі приділяється недостатньо уваги цій проблематиці як на теоретичному, так і на практичному рівнях [1]. Головним фактором виникнення світових економічних криз на сьогоднішній день є глобальна фінансова система, основу якої становить банківський сектор.

Аналіз поточного стану банківської системи України в контексті її фінансової безпеки показав, що дана сфера діяльності є однією з найбільш інвестиційно привабливих і динамічно розвинених. Проте на сьогоднішній день спостерігається ряд факторів, які можуть призвести до кризи в банківському секторі України. У першу чергу, це відноситься до падіння загального рівня його захищеності, а також до негативних з точки зору фінансової безпеки структурних змін в активах банків. У разі ігнорування даних симптомів рівень фінансової безпеки банківської системи України цілком може опуститися до неприйняттого рівня. Для того щоб уникнути подібного варіанта розвитку подій, необхідно, з одного боку, розробити на рівні держави комплекс превентивних заходів, а з іншого – банкам самим необхідно більше уваги приділяти проблемам забезпечення фінансової безпеки. Окремим завданням при цьому є розробка економіко-математичних моделей і методів з оцінки рівня безпеки банківської системи як складової фінансової безпеки держави (ФБД) [1].

Для більш об'єктивного і детального аналізу питань забезпечення фінансової безпеки банківської системи України була запропонована концептуальна схема, що наведена на рисунку.



**Рис. Концептуальна схема взаємозв'язку моделей аналізу безпеки банківської системи як структурної складової ФБД**

Перший комплекс моделей спрямований на оцінку загального стану фінансової безпеки держави за рядом показників (індикаторів), визначених на підставі Методики розрахунку рівня економічної безпеки України, затвердженої Указом Міністерства економіки України № 60 від 02.03.2007 р. [2]. Основними серед цих показників є: DEF – стан виконання державного бюджету, VNYTR\_D – обсяг внутрішніх боргів держави, VNESH\_D – обсяг зовнішніх боргів держави, INFL – рівень інфляції, MONET – рівень монетизації економіки, ST\_KRED – вартість банківських кредитів, M\_REZER – достатня наявність міжнародних резервів Національного банку України (НБУ), SK\_ACTIVU – коефіцієнт надійності банківської системи.

На підставі розрахунків даних показників передбачається побудова векторно-авторегресійних моделей оцінки фінансової безпеки держави, які є найбільш точним інструментом для макроекономічного аналізу. Векторно-авторегресійна модель становить залежність значень кожної зі змінних, що входять до моделі, від лагових значень цієї змінної і лагових значень усіх інших змінних моделі. Перевага векторної авторегресії в порівнянні із системами одночасних рівнянь полягає у відсутності обмежень на характер взаємозалежності змінних.

Другий комплекс моделей спрямований на аналіз фінансових показників комерційних банків (КБ) на основі панельних методів. У роботі пропонується комплекс моделей панельних даних коефіцієнта надійності (коефіцієнта достатності власного капіталу) як базового індикатора фінансової стійкості КБ. Склад екзогенних змінних моделей був визначений на основі якісного аналізу факторів, що роблять найбільш значущий вплив на фінансову безпеку КБ.

Моделі панельних даних коефіцієнта надійності були побудовані за даними 22-х українських банків, що належать, за оцінкою Національного банку України, до групи великих і середніх. Фінансова звітність діяльності кожного з банків була подана у кварталовому розрізі за період 2003 – 2010 рр.



Порівняльний аналіз критеріїв якості, побудованих методом звичайної регресії на панельних даних, моделі панельних даних з фіксованими ефектами і моделі панельних даних з випадковими ефектами, дозволив зробити вибір на користь моделі з фіксованими ефектами.

Слід зазначити, що значення фіксованих ефектів за досліджуваною групою банків є позитивними, що свідчить про ефективність прийнятих стратегій розвитку. Проведений аналіз значень фіксованих ефектів у період відносно стабільного розвитку економіки (2003 – 2006 рр.) і період кризового розвитку (2007 – 2010 рр.) дозволив зробити висновок, що тільки у 41 % банків спостерігається зростання значень фіксованого ефекту в динаміці, для 59 % характерне значне його зниження.

Формування прогнозу факторних ознак здійснювалося за допомогою простих методів прогнозування. Отримані прогнозні значення факторних ознак були використані для визначення прогнозу коефіцієнта надійності. Як конкуруючі варіанти прогнозної моделі розглядалися: модель панельних даних з екзогенним лагом; авторегресійна модель на панельних даних. Величина середньої абсолютної процентної помилки дозволила визначити, що найбільш високу точність прогнозу забезпечує модель панельних даних з екзогенним лагом.

Таким чином, запропонований комплекс моделей дозволяє проводити фоновий аналіз тенденцій розвитку комерційних банків і досліджувати структурну динаміку фінансової безпеки національної банківської системи.

Останній комплекс моделей спрямований на діагностику безпеки комерційних банків за допомогою рейтингових методів. За базу для побудови кількісної методики оцінки фінансової безпеки банку пропонується використовувати комплексну методику з інтегральним показником.

Оцінку безпеки суб'єктів фінансової діяльності пропонується проводити за формулою:

$$\left\{ \begin{array}{l} S = \sum_{i=1}^n \text{MAX}_i \times P_i + D_i \\ P_i = 1, \quad K_i > Z_h \\ P_i = 0.75, \quad K_i > t_i \text{ а } K_i < Z_h, \\ P_i = 0.5, \quad K_i < t_i \text{ а } K_i > Z_l \\ P_i = 0, \quad K_i < Z_l \end{array} \right.$$

де  $S$  – загальна кількість балів;

$\text{MAX}_i$  – кількість балів по  $i$ -му показнику згідно з таблицею розподілу значень;

$t_i$  – нормативне значення  $i$ -го показника;

$Z_h$  – верхній поріг "сірої зони";

$Z_l$  – нижній поріг "сірої зони";

$K_i$  – фактичне значення  $i$ -го показника;

$D_i$  – премія (штраф) за тенденції зміни  $i$ -го показника.

За основу побудови методики оцінки фінансової безпеки банку були обрані дві групи показників, які характеризують ефективність діяльності банку, рівень його захищеності та здатність протистояти кризовим явищам.

Особливість запропонованої методики полягає в тому, що здійснилася спроба подолати один з головних недоліків кількісних методик – жорстку прив'язку до нормативних значень показників і недостатній ступінь урахування динаміки зміни показників за допомогою введення поняття "сірої зони".

У таблиці наведено аналіз кількісного розподілу банків за різними рівнями фінансової безпеки: критичний (менше 70 балів), недостатній (70 – 100 балів), достатній (100 – 120 балів).

Таблиця

#### Аналіз кількісного розподілу банків за різними рівнями фінансової безпеки

Рік	Кількість банків з відповідним рівнем безпеки		
	Критичний (<70)	Недостатній (70 – 100)	Достатній (100 – 120)
2004	3	18	1
2005	3	18	1
2006	6	16	0
2007	6	15	1
2008	7	13	2
2009	10	11	1
2010	17	4	1

Як видно з таблиці, у 2010 році 17 із 22 банків, на які припадає близько 68,7 % активів банківської системи, мали критичну оцінку фінансової безпеки, що означає серйозне порушення рівня фінансової безпеки національної банківської системи в цілому.



Таким чином, використання запропонованого інструментарію дозволить не лише попереджати зародження кризових ситуацій на початковій стадії, але і визначити їх причини, що створює необхідні передумови для правильного вибору важелів і методів з нейтралізації потенційних криз.

Наук. керівн. Гур'янова Л. С.

**Література:** 1. Масленченко Ю. С. Финансовый менеджмент в коммерческом банке: Фундаментальный анализ / С. Ю. Масленченко. – М. : Перспектива, 1996. – 256 с. 2. Методика розрахунку рівня економічної безпеки України : затв. Наказом Міністерства економіки України від 02.03.2007 № 60 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua).

---

**Хоменко М. И.**

УДК 339.977

Студент 5 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## **АНАЛИЗ МИРОВОЙ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДОВ ДИФФЕРЕНЦИАЛЬНЫХ УРАВНЕНИЙ И ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ**

*Анотация. Рассмотрена эколого-экономическая составляющая мирового экономического роста как целостная система. Проанализированы подходы к ее анализу. Построена имитационная модель, позволяющая проанализировать, спрогнозировать поведение данной системы и в результате выявить шаги, которые следует предпринять для оптимизации ее поведения.*

*Анотація. Розглянуто еколого-економічну складову світового економічного зростання як цілісної системи. Проаналізовано підходи до її аналізу. Побудовано імітаційну модель, що дозволяє проаналізувати, спрогнозувати поведінку даної системи і в результаті виявити дії, які слід вжити для оптимізації її поведінки.*

*Annotation. Environmental-economic component of the global economic growth as an integrated system is considered. Approaches to its analysis are analysed. A simulation model which allows us to analyze and predict the behavior of the system and, as a result identify steps to be taken to optimize its behavior has been built.*

*Ключевые слова: эколого-экономическая система, имитационное моделирование, инвестиции, технологическое развитие, загрязнение.*

В основе данной модели лежит модель, разработанная в 1995 г. в рамках программы "Устойчивое развитие" в Институте Тысячелетия (США).

Модель отражает следующие эколого-экономические процессы:

1) загрязнение окружающей среды (CO<sub>2</sub>, SO<sub>x</sub>, NO<sub>x</sub>) в результате сельскохозяйственного и промышленного производства, а также при сжигании топлива (нефти, газа и угля);

2) уменьшение и устранение загрязнения естественным (природным) и искусственным (при помощи имеющихся технологий) путями;

3) улучшение природоохранных технологий путем инвестиций в охрану окружающей среды.

Данная модель (система) содержит 49 элементов [1]. В ней можно выделить четыре связанные между собой подсистемы:

1) подсистема загрязнения, описывающая процессы образования и рассеивания загрязнения;

2) подсистема природоохранных капиталовложений;

3) технологическая подсистема;

4) подсистема управления.

Последние десятилетия показали увеличивающуюся значимость экологической составляющей как неотъемлемого фактора стабильного мирового развития и роста. Другими словами, недостаточное внимание к экологическим проблемам, которые в большинстве своем вызваны хозяйст-



венной деятельностью человека, может поставить под вопрос не только перспективы дальнейшего экономического роста, но и существование человечества в целом, чем и продиктована актуальность данной работы.

Взаимосвязь параметров описанных выше трех подсистем можно выразить на языке дифференциальных уравнений. Все нижеуказанные уравнения получаются либо из анализа размерностей и закона сохранения материальных ресурсов (уравнения уровней и темпов), либо из экспертных оценок и анализа статистической информации [2].

Данная модель позволяет проанализировать механизм образования выбросов экологически опасных веществ в результате функционирования мировой промышленности [3]. Одним из таких опасных выбросов являются выбросы CO<sub>2</sub>, динамика которых представлена на рис. 1.

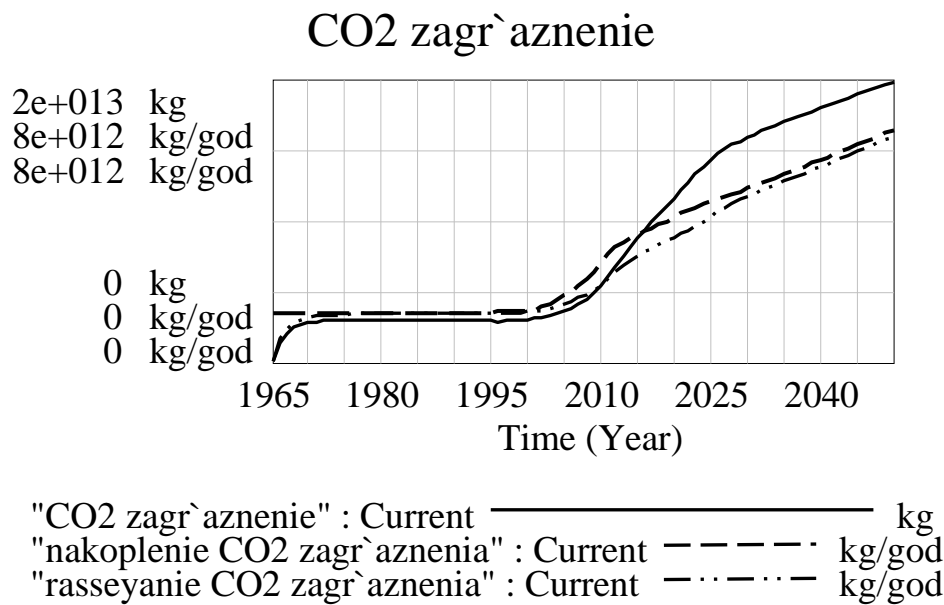


Рис. 1. Динамика выбросов CO<sub>2</sub>

Экологический ущерб также включает в себя выбросы веществ SO<sub>2</sub> и NO<sub>2</sub>, которые в модели объединены как не CO<sub>2</sub> выбросы. Их динамика представлена на рис. 2.

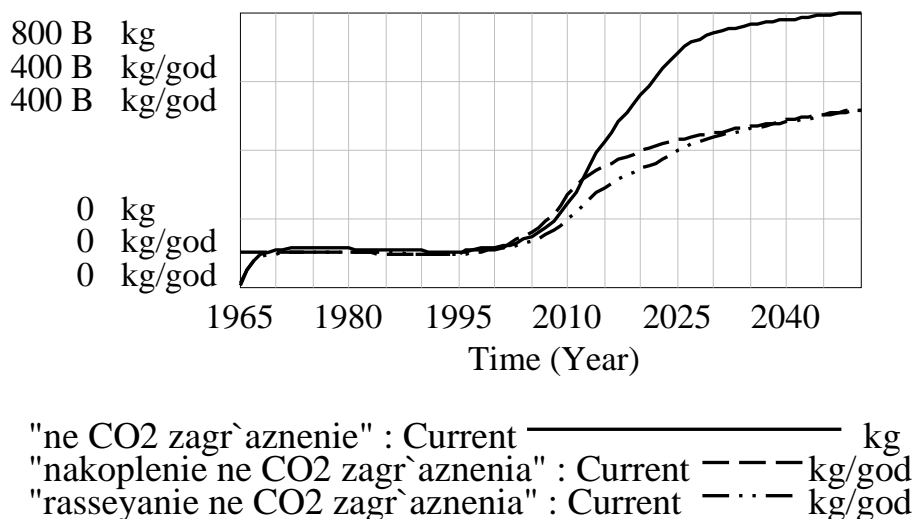
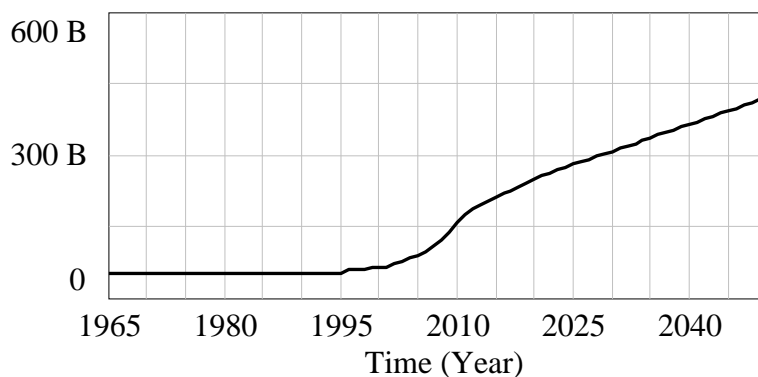


Рис. 2. Динамика выбросов не CO<sub>2</sub>

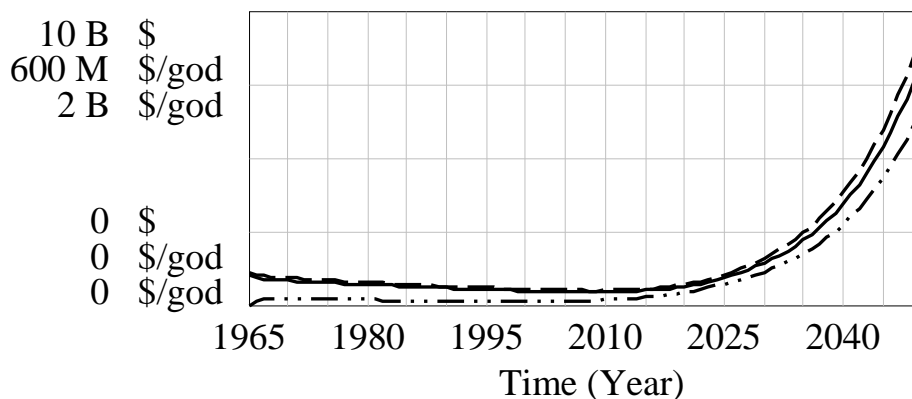
Говоря только об энергетике, то она является основным источником выбросов CO<sub>2</sub>, то есть динамика выбросов CO<sub>2</sub> подразумевает динамику выбросов CO<sub>2</sub> энергетикой. Рассматривая не CO<sub>2</sub> выбросы, то следует заметить, что особую роль здесь также играет энергетика [4]. Данная модель также позволяет проанализировать этот фактор отдельно, что показано на рис. 3.



"ne CO2 zagr`aznenie ot ssgiania topliva" : Current kg/god

Рис. 3. Динамика выбросов не CO<sub>2</sub> отходов как результат функционирования мировой энергетики

Исходя из проанализированного влияния экономики на экологическое состояние, следует обратить особое внимание на деятельность, направленную на минимизацию наносимого ущерба. Данная минимизация требует серьезных капиталовложений. Их динамика представлена на рис. 4.



prirodooxrannyi kapital : Current ————— \$  
 vybytie kapitala : Current - - - - - \$/god  
 prirodoohrannue investicii : Current ······ \$/god

Рис. 4. Динамика капиталовложений в природоохранные проекты, а также прогноз необходимых капиталовложений для поддержания экологии

Следовательно, данная модель дает понять то, что сохранение экологического равновесия в мире будет требовать серьезного увеличения инвестиций в развитие природоохранных технологий и уменьшения экологического вреда от существующих производственных технологий [5].

В заключение рассмотрения данной модели хотелось бы отметить следующее:

1) данная модель отражает эколого-экономические процессы, связанные с загрязнением и очисткой воздуха на определенной территории, исходя из заданных начальных условий и временных рядов, описывающих динамику экзогенных переменных;

2) модель позволяет предсказать динамику эндогенных переменных (качественно и количественно), причем указанное поведение возможно при неизменной структуре системы, а количественные оценки достоверны вплоть до 2010 года (далее динамика основных переменных приводится для демонстрации возможного S-образного поведения системы);

3) модель отражает взаимосвязь между различными подсистемами (секторами экономики) посредством петель обратной связи и позволяет рассмотреть влияние выделенных подсистем друг на друга, что не удастся сделать при помощи классических методов, применяемых в экономике [6].

Научн. рук. Милов А. В.

**Литература:** 1. Глазьев С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития / Глазьев С. Ю. – М. : ВладДар, 1993. – С. 189. 2. Vensim Information [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.std.com/vensim>,

1997. 3. Vensim: Why walk when you can fly? [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.vensim.com>, 1996. 4. Bertalanffy L. von General system theory – critical review // System Behavior. – Ed. by J. Beishon and G. Peters, by Harper and Row Publishers, London, NY, Hagerstown, SF, 1972. 5. Harich M. M. Sustainability at a Local Level: The Computer tool INES (Interactive Energy Scenarios) and EMS (Energy Management Simulation Game) as Instruments for the Reduction of Energy Consumption at Research Institute / Harich M. M. // 27 Annual International Conference of the International Simulation and Gaming Association (ISAGA). – Liciupe /Riga, 1996. 6. Wolstenholme E. F. A Methodology for Qualitative System Dynamics / Wolstenholme E. F. // In Proceedings of the 1985 International Conference of the Systems Dynamics Society. – Keystone, Colorado : International System Dynamics Society. – 1985. – Vol. 2. 7. Venstm: Personal Learning Edition, User's Guide. – Ventana Systems Inc., 1988 – 1996.

УДК 65.012.8

**Семенський М. В.**

Студент 5 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## **НЕЧІТКА МОДЕЛЬ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ**

*Анотація. Розглянуто основні загрози економічної безпеки держави, виділено вплив загроз на загальний рівень безпеки. Побудовано нечітку модель оцінки фінансової складової економічної безпеки держави.*

*Аннотация. Рассмотрены основные угрозы экономической безопасности государства, выделено влияние угроз на общий уровень безопасности. Построена нечеткая модель оценки финансовой составляющей экономической безопасности государства.*

*Annotation. The basic threats of economic security, the impact of threats on the overall level of security were considered. The assessment fuzzy model of financial security was built.*

*Ключові слова: фінансова безпека, нечітка модель, рівень безпеки, економічна безпека, загроза.*

Фінансова безпека є однією з найважливіших складових економічної безпеки та виступає найвагомим фактором для визначення напрямку й розвитку економіки. Зважаючи на досить мінливу політику в нашій державі та нестабільний економічний стан у світі, важливо вчасно реагувати на виникнення загроз фінансовій складовій безпеці України та зберегти її рівень у межах норми, що дозволить країні й надалі поступово розвиватися. На сьогодні проблеми фінансової безпеки знайшли своє відбиття в багатьох працях вітчизняних та закордонних вчених [1 – 5], але існує багато аспектів, які потребують подальшого вдосконалення та розвитку. Так, вплив загроз фінансовій безпеці держави на загальний її рівень та оцінка порогових значень загроз вимагають більш глибокого огляду.

Метою роботи є побудова нечіткої моделі оцінки фінансової безпеки на основі порогових значень загроз, яка дозволить підвищити якість управління безпекою шляхом вчасного реагування на загрози та мінімізації втрат від їх виникнення.

Розглянемо загрози, які впливають на фінансову безпеку. Внутрішні загрози фінансової безпеки обумовлені правовою, організаційною, інституційною недосконалістю реформування фінансово-кредитної сфери в нашій країні. Загрозу фінансовій безпеці можуть скласти прояви сепаратистських настроїв, які можуть призвести до порушень цілісності фінансово-кредитної, податкової та митної систем.

Зовнішні ж загрози, наприклад під час інтеграції України у світове співтовариство, будуть супроводжуватися зростанням зовнішньої заборгованості, обмеженням присутності нашої країни на закордонних фінансових ринках, неконтрольованим вивезенням за кордон валютних запасів, гальмуванням формування власної фінансової інфраструктури, ослабленням фінансової самостійності у вирішенні гострих питань соціально-економічного розвитку країни.

До активних зовнішніх факторів, які загрожують фінансовій безпеці держави, належать такі [1; 3; 5]:

а) спроби отримати великий прибуток з фінансових, торгово-економічних і науково-технічних зв'язків України, використовуючи методи недобросовісної конкуренції, підкуп державних службовців і т. д.;

б) можливість використання зовнішньої заборгованості як способу політичного тиску на Україну.

Найважливіші внутрішні фактори, які загрожують фінансово-кредитній сфері України, можна згрупувати так:

а) недостатнє правове врегулювання фінансово-кредитної сфери;

б) відсутність досконалих інституційних механізмів і функціональних структур;

- в) звуження загального фінансового сектору;
- г) низький рівень вітчизняного фінансового менеджменту;
- д) відсутність дієвої системи забезпечення стабільності банків.

Захист фінансової безпеки суб'єктів різного рівня має здійснюватися представниками законодавчої, виконавчої та судової влади. Специфічна роль належить суспільній системі фінансової безпеки, яка охоплює сукупність цивільних, нецивільних організацій і об'єднань, які здійснюють функції з реалізації та захисту життєво важливих потреб та інтересів, основних прав і свобод громадян, підприємств, організацій, галузей, держави і суспільства від можливих небезпек та загроз у фінансовій сфері.

В основу порогових значень загроз фінансовій безпеці, яке було реалізовано у вигляді системи нечіткого виводу оцінки рівня фінансової безпеки, закладено такі значення показників (таблиця). У таблиці лінгвістичними змінними виступають: НГ – нижня границя показника; НН – норма показника; ВГ – верхня границя; ВК – ваговий коефіцієнт.

Таблиця

Вихідні дані

№ п/п	Показник	НГ	НН	ВГ	ВК
1	Рівень перерозподілу ВВП через зведений бюджет (без урахування доходів пенсійного фонду), %	5	20	35	0,17
2	Відношення дефіциту (-), профіциту (+) державного бюджету до ВВП, %	-5	0	5	0,17
3	Покриття дефіциту зведеного бюджету за рахунок зовнішніх запозичень, %	5	15	30	0,17
4	Дефіцит(-)/профіцит(+), торговельного балансу, % до загального обсягу зовнішньої торгівлі	-10	0	10	0,17
5	Обсяг трансфертів з державного бюджету, % до ВВП	3	8	20	0,16
6	Амплітуда коливань бюджетних видатків на одну особу між регіонами України, %	10	20	50	0,16

Як вхідні параметри системи нечіткого виводу виступають 5 показників, які подано в таблиці вище, а вихідним параметром є змінна "рівень фінансової безпеки".

Терм-множини вхідних показників розподілені на нижню границю, середнє значення та верхню границю, а як терм-множини вихідної змінної використано таку множину, яка має терми "високий рівень", "задовільний рівень" та "незадовільний рівень". При цьому кожний з термів вхідних змінних буде мати значення нижньої границі, верхньої границі та їх середнього значення. Стосовно вихідної змінної використано 100-бальну оцінку, за якою рівень безпеки слід вважати високим зі значенням 16,6, задовільним – 50, незадовільним – 83,3.

Після введення необхідної кількості вхідних та вихідних змінних, визначення терм-множин для кожного з них розглянуто правила для нечіткої моделі. Все це дозволяє під час виклику програми перегляду правил для системи нечіткого виводу вказувати розмір показників і аналізувати, як вони будуть впливати на загальний рівень фінансової безпеки (рисунок).

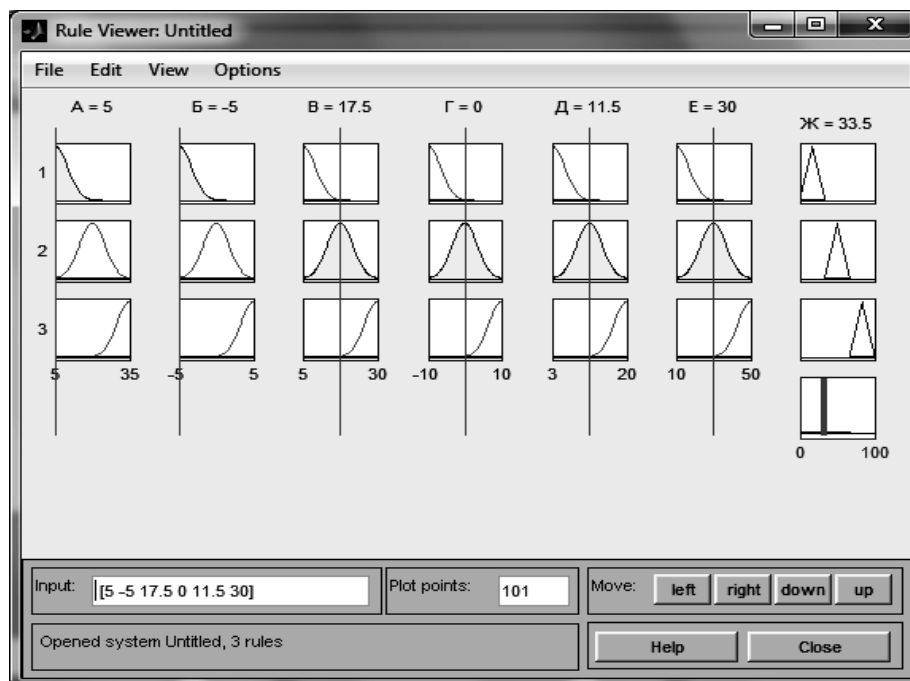


Рис. Програма перегляду правил із введеними даними



За результатами побудованої моделі можна дійти висновку, що при вказаних показниках загроз, наведених у таблиці (5, -5, 17.5, 0, 11.5, 30), значення рівня фінансової безпеки досить високе (33,5).

Побудована модель надає можливість оцінити вплив загроз на фінансову безпеку країни. Незначне зростання хоча б однієї з них веде до різкого зниження загальної безпеки, тому необхідно вчасно аналізувати та реагувати на загрози, які можуть поставити економіку країни в скрутне становище. Це сприятиме уникненню або мінімізації їх негативного впливу на фінансову безпеку окремо та на економічну безпеку в цілому. Універсальність цієї моделі полягає в тому, що її можна застосовувати для оцінки інших рівнів безпеки, маючи певний набір загроз, їх порогових значень та вагових коефіцієнтів логічних правил.

Наук. керівн. Чаговець Л. О.

**Література:** 1. Барановський О. І. Фінансова безпека / О. І. Барановський. – К. : Фенікс, 1999. — 337 с. 2. Гончаренко Л. П. Управление безопасностью / Л. П. Гончаренко. – М. : КноРус, 2010. – 272 с. 3. Экономическая безопасность: Производство – Финансы – Банки / под ред. В. К. Сенчагова. – М. : ЗАО "Финстатинформ", 1998. – 621 с. 4. Губський Б. В. Економічна безпека України: методологія виміру, стан, стратегія забезпечення / Б. В. Губський. – К. : Укрархбудінформ, 2001. – 122 с. 5. Дацків Р. М. Економічна безпека держави в умовах глобальної конкуренції / Р. М. Дацків. – Львів : Центр Європи, 2006. – 159 с. 6. Забродский В. А. Собственность, экономическая безопасность и государство / В. А. Забродский, Н. А. Кизим. – Х. : Бизнес-Информ, 1997. – 94 с.

УДК 519.711.2:519.868

**Фастивец В. Т.**

Студент 5 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ АБОНЕНТСКИХ БАЗ МОБИЛЬНЫХ ОПЕРАТОРОВ УКРАИНЫ

*Аннотация. Построены модели квартальной динамики абонентских баз GSM-операторов Украины. Выбраны лучшие модели и сформирована система дифференциальных (разностных) уравнений. Найденны точки равновесия системы и их вид. Построен фазовый портрет и предполагаемая траектория развития системы.*

*Анотация. Побудовано моделі квартальної динаміки абонентських баз GSM-операторів України. Обрано найкращі моделі і сформовано систему диференціальних (різницевиx) рівнянь. Знайдено точки рівноваги системи та їх вид. Побудовано фазовий портрет і передбачувану траєкторію розвитку системи.*

*Annotation. The quarterly dynamics models of the subscriber base of GSM-operators in Ukraine are estimated. The best models are selected and a system of differential equations has been formed. The equilibrium points of the system and their type are found. The phase portrait and trajectory of the system are built.*

*Ключевые слова: абонент, мобильный (сотовый) оператор, дифференциальные уравнения, фазовый портрет, траектория, точка равновесия, экономическая динамика, моделирование экономической динамики.*

Мобильная связь прочно вошла в нашу жизнь. В 2011 г. абонентская база мобильной связи в глобальном масштабе выросла до 6 млрд пользователей, стремительно приближаясь к количеству мирового населения.

Бурный рост количества абонентов в Украине продолжался до 2007 года. В 4 квартале 2006 года уровень проникновения мобильной связи превысил 100 %, к концу 2007 года достиг 119,8 % и с тех пор оставался практически неизменным: на данный момент составляет около 116,8 % (в Украине 46 млн населения и 55 млн абонентов мобильной связи).

Система достигла насыщения, но все равно наблюдаются хаотические колебания в динамике абонентских баз мобильных операторов. Так как система замкнутая, то привлечение новых абонентов идет в основном за счет привлечения абонентов конкурентов. На долю трех основных операторов по состоянию на 3-й квартал 2011 года приходится 95,33 % абонентов мобильной связи Украины. Оставшаяся доля рынка поделена между 4-мя операторами, но конкуренция между ними и "большой тройкой" непрямая, так как направлена на разные сегменты рынка (массовый рынок и рыночные ниши), поэтому влияние изменения количества абонентов друг на друга незначительно.



Необходимо исследовать взаимовлияние абонентских баз крупнейших мобильных операторов Украины друг на друга, близость системы к состоянию равновесия, устойчивость системы к внешним влияниям и возможную траекторию развития системы в будущем.

Исходные данные: количество абонентов по состоянию на последний день соответствующего квартала ( $Y_t^i$ ) по трём GSM-операторам: Киевстар (+ Beeline), МТС-Украина, life:). Месячная динамика слишком хаотична для построения адекватных моделей.

По исходным данным были рассчитаны квартальные абсолютные приросты абонентских баз  $i$ -го оператора:  $\Delta Y_{t+1}^i = Y_{t+1}^i - Y_t^i$ . Модель квартальной динамики абонентской базы (абсолютный прирост абонентов в следующем периоде)  $i$ -го оператора состоит из 2 частей [1]:

линейная часть модели зависимости от текущего количества абонентов  $i$ -го оператора; нелинейная часть модели зависимости от доли рынка конкурентов – GSM-операторов (обоих или основного конкурента) – либо от соотношения абонентских баз рассматриваемого ( $i$ -го) оператора и основного конкурента.

Общий вид системы дифференциальных (разностных) уравнений:

$$\frac{dY_t^i}{dt} = \Delta Y_{t+1}^i = a_0 + a_1 \cdot Y_t^i + a_2 \cdot \frac{Y_t^j \quad j \neq i}{Y_t^j}, i = 1,3, t = 1,18$$

линейная часть нелинейная часть

Лучший вид нелинейной части модели выбирался на основе статистической значимости параметров, коэффициента детерминации и средней абсолютной процентной ошибки (m.a.p.e.). Все три лучших модели имеют все статистически значимые параметры, коэффициенты детерминации от 46 до 67 % и m.a.p.e. от 1 до 2,5 %.

Нелинейная часть модели оператора "Киевстар" зависит от доли рынка обоих конкурентов. Нелинейная часть модели оператора "МТС-Украина" больше всего зависит от отношения абонентских баз life:) и МТС, это можно объяснить тем, что после потери лидерства на рынке оператор "МТС" переориентировался с конкуренции с "Киевстар" на основную конкуренцию с оператором "life:). Нелинейная часть модели оператора "life:" зависит от отношения абонентских баз МТС и Киевстар, потому что оператор всячески привлекает абонентов конкурентов, в первую очередь, чувствительных к цене, предлагая очень низкие тарифы.

Общий вид системы дифференциальных уравнений:

$$\Delta Y_{t+1}^K = 36\,968\,413 - 0,719 \cdot Y_t^K - 35\,492\,823 \cdot \frac{Y_t^M + Y_t^L}{Y_t^K + Y_t^M + Y_t^L}$$

$$\Delta Y_{t+1}^M = 19\,707\,413 - 0,899 \cdot Y_t^M - 5\,534\,564 \cdot \frac{Y_t^L}{Y_t^M}$$

$$\Delta Y_{t+1}^L = 13\,870\,615 - 0,396 \cdot Y_t^L - 12\,734\,122 \cdot \frac{Y_t^M}{Y_t^K}$$

Для нахождения точек равновесия необходимо найти корни однородной системы дифференциальных уравнений.

Система имеет 5 точек равновесия (таблица), но последние 2 – сопряженные комплексные числа, поэтому по сути это одна точка. Только первые две точки имеют реальный смысл, последние 2 находятся за областью возможных реальных значений системы (отрицательные области, комплексные числа). Но наличие комплексных чисел может указывать на наличие хаотического поведения системы [1].

Киевстар в обоих случаях теряет незначительно от текущего положения (250 тыс. или 1,4 млн абонентов), а основная борьба развернется между МТС и life:), при этом МТС необходимо удержать своих абонентов, так как потери могут составить или 920 тыс., или 7,7 млн, а life:) в любом случае увеличит количество абонентов (либо на 250 тыс., либо 8,4 млн), поэтому ему необходимо стимулировать переход абонентов, в первую очередь, от МТС.

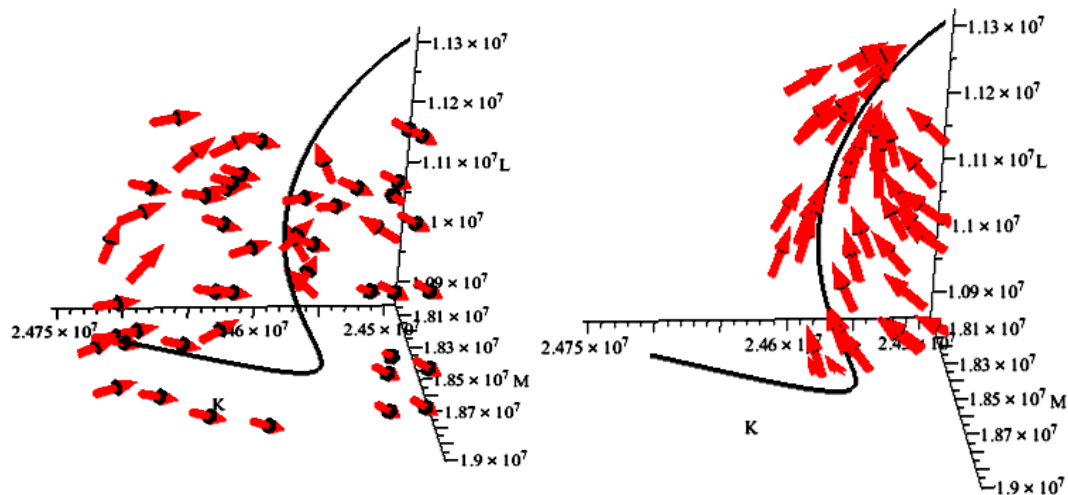
Таблица

**Точки равновесия и текущее состояние системы**

	Киевстар ( $Y_t^K$ )	МТС ( $Y_t^M$ )	life:) ( $Y_t^L$ )
1	23 348 206	11 274 720	19 498 429
2	24 498 513	18 066 745	11 312 304
3	1 996 440	119 274 675	- 1 886 143 431
4	- 19 492 697 ± 18 025 731 · I	9 883 829 ± 15 068 250 · I	56 069 969 ± 5 271 687 · I
3 кв 2011 г	24 747 379	18 988 704	11 062 000

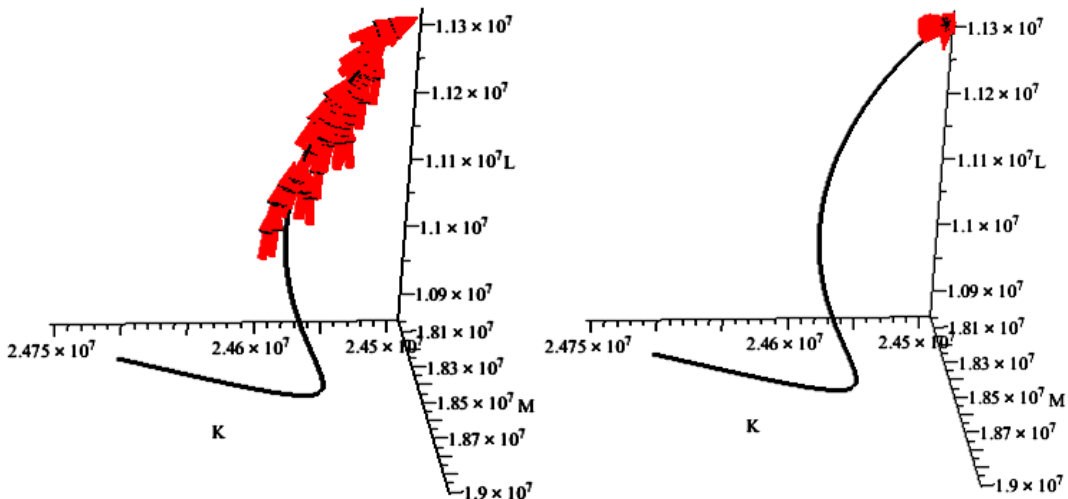
Так как в системе 4 точки равновесия, то существует 12 двумерных проекций, в некоторых из которых можно определить вид точки равновесия по корням характеристического уравнения [2; 3].

Был построен 3D фазовый портрет с анимацией, в качестве начальных условий – реальные данные за 3-й квартал 2011 г., а развитие системы рассматривалось на следующие 25 кварталов (рис. 1).



а) октябрь 2011 г.

б) июль 2012 г.



в) май 2013 г.

г) декабрь 2015 г.

Рис. 3D фазовый портрет системы  
(количество абонентов: К – Киевстар, М – МТС, L – life:))

Траектории системы вначале стремятся к основной траектории, после чего движутся вдоль нее к правой верхней точки, после ее достижения начинается устойчивая сходимости к фокусу системы – вращение по кругу с маленьким радиусом. Все операторы должны вначале потерять часть абонентов, что даст возможность life:) привлечь их к себе.

Точка равновесия, к которой стремится система:  $\{Y_t^K = 24\,498\,513, Y_t^M = 18\,066\,745, Y_t^L = 11\,312\,303\}$ , и данная точка в проекции "Киевстар-life:)" являются устойчивым фокусом, так как корни характеристического уравнения – комплексные числа с отрицательной действительной частью. Но эти изменения незначительны по сравнению с текущей ситуацией ( $\pm 5\%$ ) при длительном временном промежутке  $\approx 6$  лет.

Траектория развития системы свидетельствует о том, что в ближайшее время не намечается резких изменений. Система достигла насыщения и стремится к устойчивому равновесию. Но все-таки это равновесие динамическое, а не статическое.

Научн. рук. Яценко Р. Н.

**Литература:** 1. Красс И. А. Математические модели экономической динамики / Красс И. А. – М. : Сов. радио, 1985. – 280 с. 2. Агапова Т. М. Динамические системы в экономике / Агапова Т. М., Бехренс Д. – Д. : ДонГУ, 2000. – 140 с. 3. Сидоренко В. Н. Системная динамика / Сидоренко В. Н. – М. : ТЕИМ, 1998. – 208 с.



Студент 5 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## АНАЛИЗ ВОЛАТИЛЬНОСТИ ВРЕМЕННЫХ РЯДОВ ВАЛЮТНЫХ КОТИРОВОК С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ GARCH- И EWMA-МЕТОДОВ

*Аннотация. Рассмотрены модели анализа финансовых инструментов на основе GARCH- и EWMA-методов, представлены результаты их практического применения для валютной пары EUR/USD, проанализированы возможности прогнозирования динамики валютных курсов на основе построенных моделей.*

*Анотація. Розглянуто моделі аналізу фінансових інструментів на основі GARCH- і EWMA-методів, наведено результати їх практичного застосування для валютної пари EUR/USD, проаналізовано можливості прогнозування динаміки валютних курсів на основі побудованих моделей.*

*Annotation. In the article the models of analysis of financial instruments based on GARCH and EWMA methods were considered, the results of their practical use for the currency pair EUR/USD were presented, analyzed the possibility of predicting the dynamics of exchange rates on the basis of constructed models was analyzed.*

*Ключевые слова: методы GARCH и EWMA, модели с авторегрессионной условной гетероскедастичностью, волатильность, условная дисперсия.*

Изучение волатильности финансовых инструментов внесло важный вклад в понимание современных финансовых рынков. Одной из ключевых особенностей валютного и фондового рынков является существенная их неоднородность: периоды относительно низкой волатильности чередуются с периодами высокой волатильности. Для описания такого типа неоднородности широко используются эконометрические модели условной гетероскедастичности (непостоянства дисперсии) типа ARCH. Формальной мерой волатильности служит дисперсия (или среднеквадратичное отклонение).

Рассмотрим специфику финансовых рынков, обуславливающих непостоянство дисперсии в уровнях цен. Поскольку на установление новой рыночной цены влияют несколько крупных групп агентов, придерживающихся схожих стратегий ценообразования, каждая из которых предлагает свою цену, то действительная рыночная цена становится функцией от функции предыдущих цен. Таким образом, наблюдается зависимость между ценами или, что является более вероятным, между колебаниями цены около некоторого среднего уровня. Отсюда можно получить такой результат, что остатки при прогнозировании будут зависеть не только от уровня рыночной цены или процесса, который ее моделирует, но и от предыдущих остатков некоторым образом. При этом дисперсия остатков является некоторой функцией от своих предыдущих значений, то есть наблюдается гетероскедастичность остатков [1].

ARCH-модель моделирует волатильность в виде суммы констант базовой волатильности и линейной функции абсолютных значений нескольких последних изменений цен. При этом уровень волатильности (стандартное отклонение доходности финансового инструмента) рассчитывается на основании следующей рекурсивной формулы (ARCH(q)):

$$\sigma_t^2 = \omega + \sum_{i=1}^q \alpha_i \varepsilon_{t-i}^2.$$

Расширением ARCH-модели является GARCH-модель волатильности, где на текущую волатильность влияют как предыдущие изменения цен, так и предыдущие оценки волатильности, так называемые "старые новости". Память ARCH(q) процесса ограничена q периодами. При использовании модели часто требуется длинный лаг q и большое число параметров  $\alpha$ . Обобщенный ARCH-процесс (Generalized ARCH, GARCH), который предложен Т. Боллерслевом в 1986 г., имеет бесконечную память и допускает более экономную параметризацию. Согласно данной модели (GARCH(p,q)) расчет волатильности производится по следующей формуле [2]:





$$\sigma_t^2 = \omega + \sum_{i=1}^q \alpha_i \varepsilon_{t-i}^2 + \sum_{j=1}^p \beta_j \sigma_{t-j}^2.$$

Процедура, наиболее часто используемая для оценки качества полученной ARCH-модели, состоит в максимизации функции правдоподобия. При выборе между двумя моделями предпочтение отдается той, у которой значение максимума функции правдоподобия выше, а также информационный критерий Акайка и критерий Шварца минимальны.

Рассмотрим ряд дневных котировок валютной пары EUR/USD за период с 23.02.2006 по 23.02.2011. Сгладим исходные данные с помощью метода Брауна. Его формула приведена ниже:

$$\hat{Y}_{t+1} = \alpha Y_t + (1 - \alpha) \hat{Y}_t.$$

На основании отклонений исходного ряда от сглаженных данных выполним построение модели с ARCH-эффектами, что позволяет провести анализ волатильности и получить декомпозицию дисперсии ошибок (рис. 1).

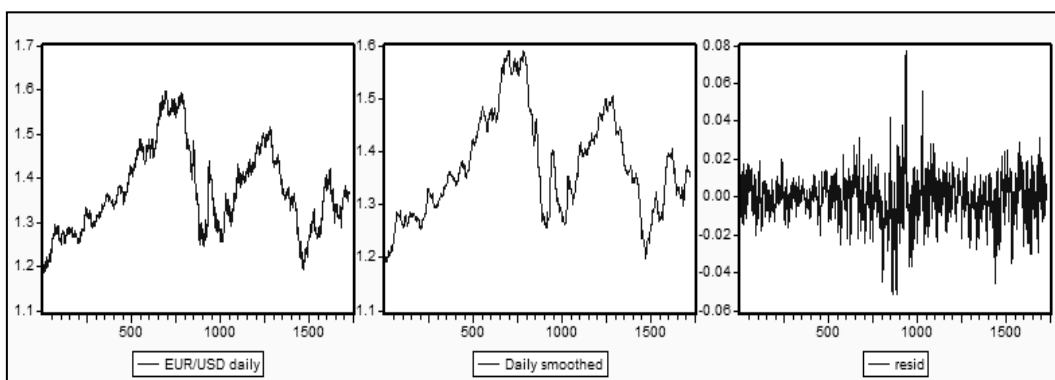


Рис. 1. Графики котировок EUR/USD, сглаженных данных и остатков

На основе полученного ряда ошибок были построены модели с ARCH-эффектами. Оптимальной по рассмотренным выше критериям является GARCH(7,2). На основе рассчитанных данных построим модель экспоненциального сглаживания валютных котировок с учетом условной дисперсии (рис. 2).

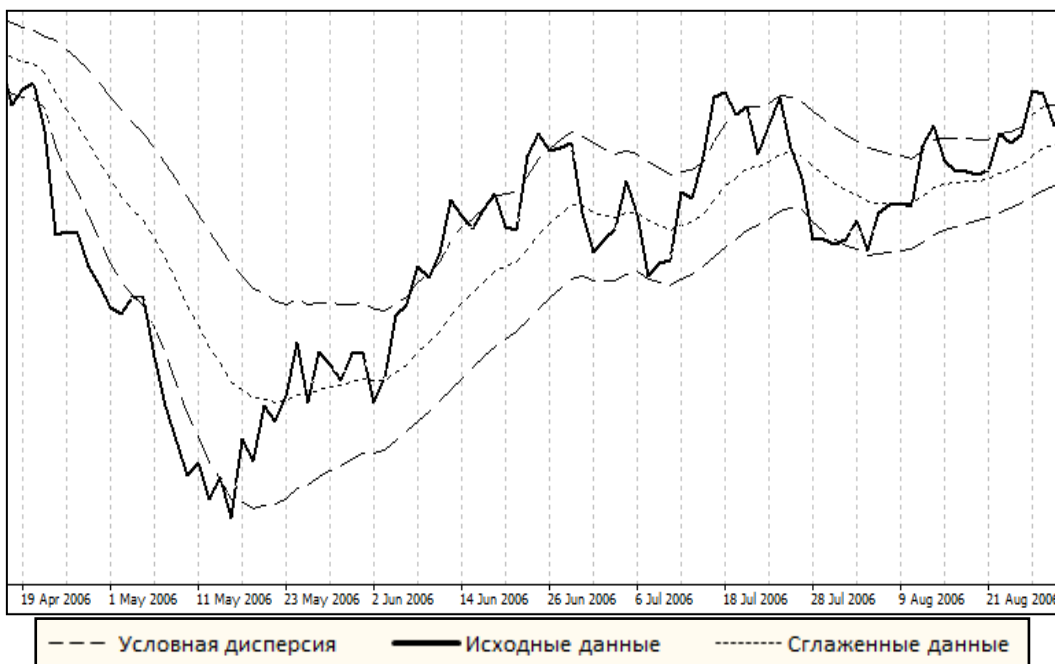


Рис. 2. Фрагмент модели с учетом условной дисперсии по паре EUR/USD



По критерию максимизации функции правдоподобия преобладает использование GARCH(1,1), частным случаем которой является метод EWMA (exponentially weighted moving average), в котором  $\omega = 0$ , то есть не учитывается возврат к среднему. Это упрощение позволило в значительной степени увеличить скорость расчетов моделей для различных финансовых инструментов, повысив ее универсальность.

Построенная модель позволяет эффективно прогнозировать дисперсию трендов валютных котировок, а также направление тенденций, их изменение, интенсивность. В частности, выход за доверительный интервал может свидетельствовать о сильном тренде, а последующее возвращение в его рамки – о коррекции либо смене направления тенденции. Данные свойства будут проанализированы более подробно в дальнейшем.

Результаты, полученные на основе исследования таких моделей, могут быть улучшены благодаря комбинированию различных методов анализа волатильности, а предложенная методика – эффективно применяться для оценки динамики и прогнозирования волатильности различных финансовых инструментов.

*Научн. рук. Захарова О. В.*

---

**Литература:** 1. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування : підручник / В. М. Геєць, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк та ін. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2005. – 396 с. 2. Кремер Н. Ш. Эконометрика : учебник для вузов / Н. Ш. Кремер, Б. А. Путко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 311 с.

---

**Тихомолова Е. А.**

УДК 65.012.12

Студент 5 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## **МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВЫХ КРИЗИСОВ НА ОСНОВЕ ТЕОРИИ КАТАСТРОФ**

*Аннотация. Проведены исследование и анализ современных проблем при моделировании оценки угрозы банкротства предприятий. Проанализированы новые подходы к решению проблемы моделирования диагностики банкротства. Описан алгоритм оценки угрозы банкротства с помощью теории катастроф.*

*Анотація. Проведено дослідження та аналіз сучасних проблем при моделюванні оцінки загрози банкротства підприємств. Проаналізовано нові підходи до вирішення проблеми моделювання діагностики банкротства. Описано алгоритм оцінювання загрози банкротства за допомогою теорії катастроф.*

*Annotation. The article is devoted to the research and analysis of modern problems of bankruptcy estimation of enterprises. The new approaches to solving problems of modeling the diagnostics of bankruptcy are analyzed. The algorithm of evaluating the threat of bankruptcy by the theory of catastrophes is described.*

*Ключевые слова: банкротство, кризис, модель, теория катастроф, устойчивое и неустойчивое развитие.*

Современный этап развития экономики Украины характеризуется трансформационным кризисом экономики в целом, острыми кризисами отраслей народного хозяйства и отдельных предприятий. Негативные факторы, катаклизмы и трудности, сопровождающие реализацию реформ, обострили проблему платежеспособности и активизировали вопрос о предпосылках массового банкротства отечественных предприятий. Это требует принципиально новых подходов к системе управления предприятием.

В Украине достаточно большое количество предприятий ежегодно проходит процедуру банкротства, следствием которой может быть их ликвидация. Кроме того, значительное количество пред-

---

© Тихомолова Е. А., 2012



приятый находится на грани банкротства и работает с убытками. Так, по состоянию на январь 2010 г. в процедуре банкротства находилось свыше 14 тыс. компаний, а на начало 2011 г. – 17,3 тыс. предприятий с общим оборотом 235 млрд грн.

Таким образом, для Украины в настоящий момент вопрос банкротства один из самых актуальных. И потому необходимо находить и осуществлять методы, которые бы позволяли выявить и определить те факторы, которые влияют на угрозу банкротства, а также оценить финансовое состояние предприятия в будущем.

Так, существует значительное количество методик проведения диагностики банкротства, которые отличаются объектами наблюдения, этапами проведения анализа, масштабами исследования, а также набором показателей, с помощью которых проводится анализ [1].

Для диагностики несостоятельности хозяйствующих субъектов применяют такие наиболее популярные модели: Альтмана, Лиса, Таффлера, Тишоу, Фулмера, Спрингейт, Аргенти и др. Вклад в развитие данных вопросов внесли также и российские ученые – Давыдов-Беликова, Шеремет, Сайфулин, Негашев и др.

В первых работах использовались методы линейной регрессии. Однако со временем стало ясно, что линейная функция имеет ограничения даже при небольших изменениях параметров. Кроме того, уравнения линейной регрессии не позволяют учитывать уникальность и специфичность каждого из исследуемых предприятий, не дают возможности правильно анализировать состояние предприятий в пограничных зонах кризисных/некризисных предприятий.

Иначе устроены "качественные" модели, которые основываются на изучении характеристик, присущих предприятиям на пути к банкротству. При этом надо отметить, что при анализе рассматриваются не только финансовые показатели, но и показатели, характеризующие уровень менеджмента на предприятии.

Построение подобных моделей для украинской экономики пока проблематично из-за отсутствия учета многих факторов, влияющих на финансовую устойчивость предприятий. Кроме того, так как данные модели строятся на основе дискриминантного метода по статистическим данным предприятий данной страны, то использование моделей ограничено рамками этой страны.

Учитывая изложенное выше, можно сделать вывод о необходимости разработки собственных дискриминантных функций для каждой отрасли, которые бы учитывали специфику украинской действительности. Более того, эти функции должны тестироваться каждый год на новых выборках с целью уточнения результатов.

Но при построении таких моделей, учитывающих украинскую специфику, можно столкнуться с рядом проблем. В Украине пока еще отсутствует статистика банкротств предприятий по причине молодости института банкротства в нашей стране, что затрудняет собственные разработки, основанные на реалиях нашей экономики и направленные на достоверное прогнозирование возможного банкротства предприятий. Существует также проблема достоверности информации о состоянии дел на конкретных предприятиях и трудности ее получения [2].

К более оригинальным подходам в оценке угрозы банкротства относится теория катастроф. Она представляет собой универсальный инструментарий исследования резких, скачкообразных переходов, внезапных качественных изменений в состоянии нелинейных динамических систем при изменении их параметров, причем зависимости финансово-экономического состояния от отдельных параметров и от совокупности параметров представляются в явном виде.

Вопросам анализа состояния предприятия с применением теории катастроф посвящены работы Бушуева А. Б., Быстрой Г. П., Нагаевой Е. А., Неделько Н. С., Асаул М. А.

Теорию катастроф рационально применять в таких случаях, когда по прошествии одного периода финансовое положение значительно изменилось, произошло скачкообразное изменение значений показателей. Другие обычные экономико-математические методы могут в таком случае давать слишком большую ошибку и неадекватно оценивать ситуацию.

Теория катастроф может быть применена для диагностики банкротства таким образом: в начале выбирается и строится наиболее подходящий вид элементарной катастрофы из описанных потенциальных функций катастроф Тома для рассматриваемого случая, то есть для примера деятельности конкретного предприятия (рисунок).

Если по уровню детерминации, уровню значимости регрессионное уравнение одной из катастроф превосходит регрессионное уравнение связи устойчивого характера, то следует считать катастрофу возможной.

Следующим шагом является прогнозирование значений показателей на следующий период и аналогичное построение моделей устойчивого и неустойчивого развития с последующим определением угрозы наступления катастрофы.

Затем следует определить значения параметров, которые будут при прогнозных значениях переменных. При сопоставлении фактических значений параметров модели со значениями параметров бифуркационного множества определяем, находятся ли параметры в бифуркационном множестве и за прогнозный период не пересекали ли его. Если не находятся и не пересекали, то угрозы появления катастрофы в следующем периоде нет [3].

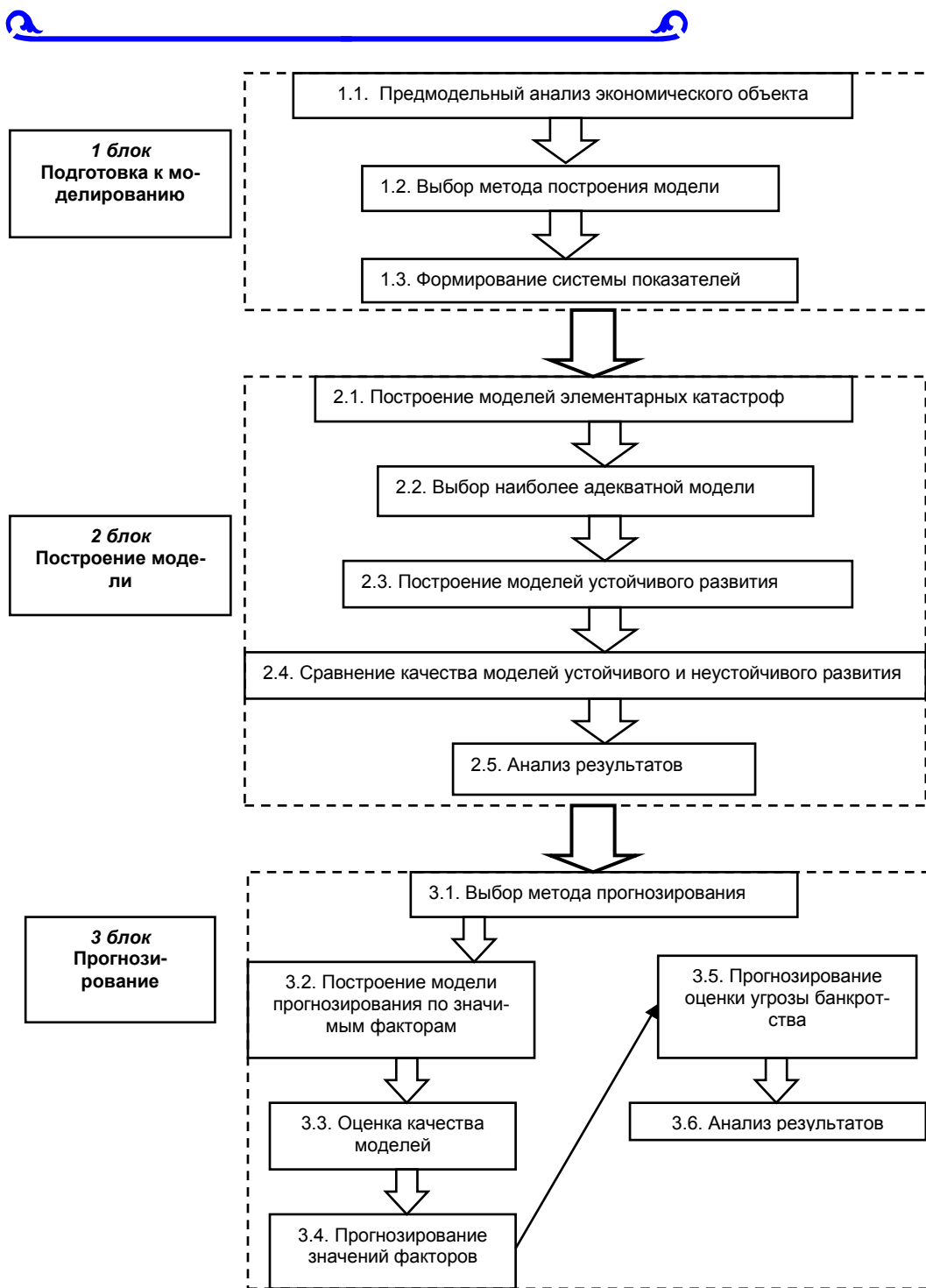


Рис. Алгоритм использования теории катастроф

Итак, теория катастроф представляет собой исследовательскую программу изучения и прогнозирования неустойчивости различных предприятий. Такое название она получила потому, что потеря устойчивости по своим проявлениям может быть катастрофична, даже если не приводит к гибели или разрушению системы, а лишь обуславливает переход к иной траектории развития.

С учетом всего изложенного выше можно сделать вывод о том, что практическое применение элементов теории катастроф позволяет оценить возможные изменения устойчивости развития предприятия под влиянием определяющих критериев оценки, а также выявить основные позитивные направления изменения показателей для повышения устойчивости предприятия в условиях мирового кризиса.

Научн. рук. Клебанова Т. С.

**Литература:** 1. Панасенко О. В. Моделивання оцінки загрози банкрутства підприємств на основі нечіткої логіки / О. В. Панасенко, В. С. Гвоздицький // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – Дніп-

ропетровськ : ДНУ, 2010. – Вип. 264. У 9-ти т. – 312 с. 2. Нагаева Е. А. Применение теории катастроф в антикризисном управлении / Е. А. Нагаева // Материалы международной заочной научно-практической конференции "Современный менеджмент: проблемы и решения". – 2009. 3. Пономаренко В. С. Механизм санационного управления предприятием: основы формирования и модели реализации / В. С. Пономаренко, Е. В. Раевна, С. А. Степурина. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2009. – 304 с.

УДК [351.82:330.322](477.53)

**Мільченко А. О.**

Студент 2 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ НА ПРИКЛАДІ ПОЛТАВСЬКОГО РЕГІОНУ**

*Анотація. Визначено роль, значення й розглянуто проблеми державного регулювання інвестиційного процесу в економіці України та Полтавського регіону, запропоновано можливості поліпшення ситуації з інвестиційною привабливістю країни.*

*Аннотация. Определены роль, значение и рассмотрены проблемы государственной регуляции инвестиционного процесса в экономике Украины и Полтавского региона, предложены возможности улучшения ситуации с инвестиционной привлекательностью страны.*

*Annotation. In the article the role, meaning and problems of state regulation of investment process in economy of Ukraine and Poltava region were discovered and opportunities for the state investment attraction development were suggested.*

*Ключові слова: інвестори, інвестиційна привабливість, інвестиційний клімат, залучення прямих іноземних інвестицій, аналіз інвестиційної привабливості регіонів.*

Інвестиційна привабливість – це сукупність об'єктивних і суб'єктивних умов, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування національної економіки на макро-, мезо- і мікрорівнях.

Інвестиційний клімат – це сукупність політичних, правових, економічних, організаційних і соціальних умов, що визначають привабливість та доцільність інвестування економіки країни, регіону.

Стан інвестиційного клімату виражається для інвестора в очікуваному прибутку, а для країни, що приймає, – у реально отриманих закордонних інвестиційних ресурсах. Численні опитування суб'єктів інвестиційного процесу в Україні, здійснювані українськими і міжнародними дослідженнями, консультативними та бізнесовими структурами, засвідчують, що основними факторами, які погіршують інвестиційний клімат в Україні, є нестабільність, сильний податковий тиск, бюрократизм і корупція в місцевих та центральних органах влади [1].

У Полтавському регіоні одним із головних пріоритетів роботи облдержадміністрації у 2011 році було залучення інвестиційних ресурсів у регіон. В області розпочато реалізацію 108 важливих для розвитку регіону інвестиційних проектів. Значна їх частина спрямована на модернізацію та розвиток виробництва. З метою подальшого поживлення інвестиційної сфери розроблено Програму залучення інвестицій у розвиток Полтавської області до 2015 року та Програму підтримки інвестиційної діяльності, зміцнення міжнародного іміджу та розвитку міжнародного співробітництва Полтавської області на 2011 – 2013 роки, що затверджені рішеннями сесій обласної ради.

У більшості регіонів України розроблено відповідні програми, концепції, проекти, змістом яких є наближення до ЄС, активізація транскордонного співробітництва. Однак при намаганні їх реалізації регіон стикається з виникненням багатьох непередбачуваних проблем, а в деяких питаннях – не завжди достатньо перераховані механізми впровадження їх у практику. Законодавча база і дозвільна система повноважень та відповідальності, відсутність достатнього фінансування і використання коштів національних інвесторів – ось лише декілька стримуючих чинників досягнення цілей, задекларованих регіонами [2].

В Україні не створено обґрунтованої системи державної підтримки інвестиційної діяльності підприємств. Як наслідок цього, в інвестиційній діяльності країни утворилося замкнуте коло, коли недоінвестування народного господарства посилює спад виробництва, що, у свою чергу, спричиняє зниження інвестиційних можливостей суб'єктів господарювання та держави. Вивести Україну з цієї ситуації може лише науково обґрунтована інвестиційна політика держави [3].

Теорію та практику залучення прямих іноземних інвестицій у вітчизняну економіку висвітлено в працях багатьох вітчизняних вчених, зокрема Бутка М. П. [4], Важинського Ф. А. [5], А. Касприка [6],



Нікіфоряк Л. С. [2], Стефанишина Г. С. [7], О. Шатило [8] та ін. Дослідження цих авторів стосуються аналізу різноманітних аспектів інвестиційної діяльності в Україні та її регіонах; визначення необхідних для структурної модернізації вітчизняної економіки обсягів капіталовкладень, зокрема коштів нерезидентів, а також пріоритетів в інвестуванні; оцінки рівня інвестиційної привабливості регіонів та ефективності інвестиційного процесу в державі; вивчення зарубіжного досвіду з питань залучення іноземних інвестицій; визначення й обґрунтування важелів та методів стимулювання інвестиційної активності; поліпшення інвестиційного клімату в Україні тощо.

Завдання з удосконалення управління інвестиційним процесом, зокрема залучення інвестиційного капіталу для розвитку національної економіки, актуальне для багатьох країн із ринками, що розвиваються.

В Україні вже зроблено певні позитивні кроки на шляху до підвищення інвестиційної привабливості країни:

- 6 квітня 2011 року за участю Президента України було розглянуто та прийнято Інвестиційну реформу України. Загальною та основною метою цієї реформи є активне залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України, формування позитивного інвестиційного іміджу України у світі, а також позиціонування України як фінансовий, політичний бізнес-центр у Східній Європі [9];

- створено "Єдине інвестиційне вікно", через яке передбачається залучити до 2 млрд євро прямих іноземних інвестицій у 2012 році. Через цей механізм інвестор зможе отримати інформаційні, аналітичні, юридичні послуги, підтримку в організації візитів, послуги з вибору майданчиків для інвестицій, допомогу у взаємодії з місцевою владою та постінвестиційну підтримку;

- проведено масштабне роуд-шоу Державним агентством з інвестицій та управління національними проектами, що дозволило не лише презентувати інвестиційні можливості України в 15 фінансових центрах США, Європи, Азії та Близького Сходу, але й отримати об'єктивну думку від іноземних інвесторів про Україну.

Якщо Україна бажає ефективно залучати інвестиційні кошти, для цього потрібні дві речі: готувати конкретні пропозиції за участю міжнародних компаній, а також постійно збільшувати нашу присутність в інформаційному діловому просторі всього світу. Такий висновок зроблено за наслідками роуд-шоу національних проектів.

Хоча частка України у глобальних інвестиційних потоках не перевищує 0,5 %, і конкуренція за інвестора посилюється з кожним роком, вона володіє очевидними та беззаперечними економічними перевагами, серед яких [9]:

- привабливе географічне розташування, зокрема доступ одразу до трьох стратегічних ринків: Азії, Росії та ЄС;

- наявність доступної та висококваліфікованої робочої сили.

Аналіз інвестиційної привабливості регіонів виявив, що найбільш привабливими для інвесторів є Дніпропетровська область, Запоріжжя, Полтавщина та м. Київ.

У цілому 2011 рік для Полтавської області можна охарактеризувати як рік виходу регіональної інвестиційної сфери з кризи. Відбулося відновлення іноземного інвестування.

Інвестори із 9 країн інвестують 15 підприємств м. Комсомольська. Обсяг вкладеного ними капіталу становить 356,8 млн дол. США (58,0 % від загального обсягу іноземного капіталу в області на 1 жовтня 2011 року). Інвестиції надійшли переважно зі Швейцарії (99,4 %).

Інвестори із 29 країн інвестують 133 підприємства м. Полтави. Обсяг вкладеного ними капіталу становить 83,5 млн дол. США (13,6 % від загального обсягу іноземного капіталу в області на 1 жовтня 2011 року). Основні країни-інвестори – Кіпр (31,3 %), Нідерланди (28,1 %), Російська Федерація (15,3 %), Азербайджан (9,9 %), США (8,3 %).

Інвестори із 24 країн інвестують 80 підприємств м. Кременчука. Обсяг вкладеного ними капіталу становить 71,7 млн дол. США (11,7 % від загального обсягу іноземного капіталу в області на 1 жовтня 2011 року). Основні країни-інвестори – Кіпр (64,8 %), Нідерланди (22,8 %).

Інвестори із 6 країн інвестують 7 підприємств Лохвицького району. Обсяг вкладеного ними капіталу становить 54,8 млн дол. США (8,9 % від загального обсягу іноземного капіталу в області на 1 жовтня 2011 року). Інвестиції надійшли переважно з Великої Британії (97,9 %).

На підприємствах області зосереджено 18,5 млн дол. США прямих інвестицій з Російської Федерації, або 3,0 % від загального обсягу іноземного капіталу в області на 1 жовтня 2011 року. Це 5-те місце в рейтингу іноземних інвесторів області.

У січні-вересні 2011 року в економіку області іноземними інвесторами вкладено 103,4 млн дол. США прямих інвестицій (акціонерний капітал), що у 1,8 раза більше від надходжень у січні-вересні 2010 року. У той же час з області вилучено 15,3 млн дол. США капіталу нерезидентів (у січні-вересні 2010 року – 8,5 млн дол. США) (таблиця).

Таблиця

**Перелік країн-інвесторів у Полтавську область  
за станом на 01.10.2011 р.**

Країна	Обсяги прямих інвестицій (млн дол. США)	Питома вага країни у % до підсумку
1	2	3
Швейцарія	354,9	57,7
Кіпр	85,5	13,9

1	2	3
Велика Британія	67,8	11,0
Нідерланди	41,0	6,7
Російська Федерація	18,5	3,0
США	10,4	1,7
Інші країни	37,2	6,0
Усього	615,3	100,0

Приріст іноземного акціонерного капіталу в області, з урахуванням його втрат, курсової різниці тощо, за січень-вересень 2011 року становив 86,1 млн дол. США (у січні-вересні 2010 року – 45,3 млн дол. США) [10].

За даними Головного управління статистики в Полтавській області у 2011 році порівняно з останніми роками надійшла в область найбільша сума прямих іноземних інвестицій. Динаміка обсягу прямих іноземних інвестицій в Полтавську область наведена на рисунку.

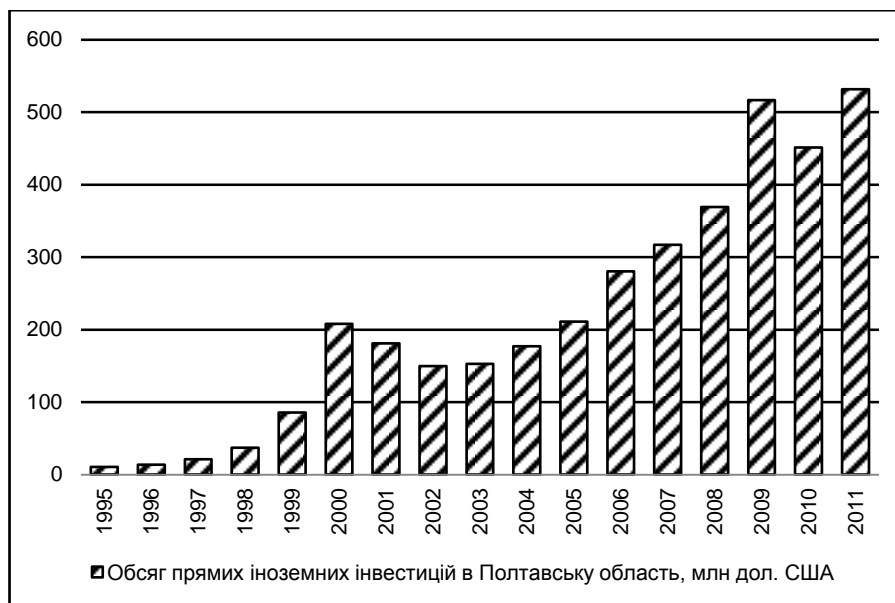


Рис. Динаміка обсягу прямих іноземних інвестицій у Полтавську область

Аналіз інвестиційної діяльності свідчить про те, що Полтавщина залишається привабливим регіоном для іноземних інвесторів. Але зважаючи на те, що регіон має розвинуту промисловість, могутні агропромислові та нафтогазодобувні комплекси, необхідну інфраструктуру, вигідне географічне положення, є можливість до залучення більш значних їхніх обсягів.

Пріоритетні галузі для інвестування:

- переробна промисловість;
- підприємства машинобудування і металообробки;
- промисловість будівельних матеріалів;
- підприємства паливної промисловості.

Одним із завдань державної влади на місцевому рівні є опанування економічними методами управління. Це завдання є особливо складним з огляду на недостатній рівень професійної підготовленості фахівців, яким у переважній більшості бракує економічних знань та розуміння специфіки функціонування соціальної ринкової економіки.

Кваліфіковане управління регіональним розвитком потребує фахівців з навичками аналітичної роботи, здатних вивчати ринок та можливі ризики підприємницької діяльності, використовувати системний підхід у вирішенні завдань управління чи супроводу інвестиційних проектів. Представники місцевої влади чи фахівці, уповноважені здійснювати безпосередній контакт з інвестором, повинні не тільки досконало володіти інформацією щодо місцевого економічного розвитку, його стратегічних напрямків та перспектив, але враховувати професійну, ментальну, національну специфіку кожного потенційного інвестора. З іншого боку, успішна робота представників влади з інвесторами є запорукою формування сприятливого інвестиційного клімату регіону, чинником залучення додаткових інвестиційних ресурсів у його розвиток. Саме представники місцевої влади здатні надати потенційному інвесторові необхідну підтримку.



На думку автора, у сучасних умовах розраховувати тільки на іноземні інвестиції в економічному розвитку не варто, головне – це пошук власних ресурсів, відкриття яких дасть змогу покращити стан вітчизняної економіки. Тому потрібно створювати сприятливий інвестиційний клімат не тільки для іноземних інвесторів, але й для вітчизняних. Надаючи підприємствам з іноземними інвестиціями податкові пільги, треба надавати такі ж пільги українським підприємствам, які зайняті в аналогічних сферах діяльності і є пріоритетними у розвитку економіки України, мають стратегічне значення, надавати їм державну підтримку. Тут потрібні не тільки державні інвестиції, але й створення необхідної інфраструктури та правового забезпечення цих процесів.

Наук. керівн. Внукова Н. М.

**Література:** 1. Інвестиційна політика на місцевому рівні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://info-library.com.ua>. 2. Бесплатная библиотека "Источник знаний" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://uchebnik\\_besplatno.com](http://uchebnik_besplatno.com). 3. Нікіфоряк Л. С. Державне регулювання інвестиційної діяльності в Україні [Електронний ресурс] / Нікіфоряк Л. С. – Режим доступу : <http://www.rusnauka.com>. 4. Бутко М. П. Залучення інвестицій зовнішньоекономічної діяльності в Україні: сучасний стан і перспективи / Бутко М. П. // Финансовые рынки и ценные бумаги. – 2007. – № 18. – С. 6–10. 5. Важинський Ф. А. Механізм регулювання інвестиційної діяльності в регіоні / Ф. А. Важинський, А. В. Колодійчук, А. Ю. Яремко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.7. – С. 138–143. 6. Касприк А. Формування державного механізму управління інвестиційним процесом / А. Касприк // Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. – Вип. 19. – С. 262–269. 7. Стефанишин Г. С. Інвестиційна діяльність в період кризи / Стефанишин Г. С. // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.9. – С. 245–250. 8. Шатило О. Інституційні особливості державного регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності: порівняльний аналіз України і США / О. Шатило // Стратегія регіонального розвитку: формування та механізми реалізації : матеріали підсумкової науково-практичної конференції за міжнародною участю, 30 жовтня 2009 року : у 2-х т. Т. 2. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, – 2009. – С. 151–157. 9. Агентство з інвестицій та управління Національними проектами. – Режим доступу : <http://www.ukrproject.gov.ua>. 10. Головне управління статистики у Полтавській області. – Режим доступу : <http://poltavastat.pi.net.ua>.

---

**Огурєєва О. С.**

УДК [330.43:331.2]

Студент 5 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## МОДЕЛІ ОЦІНКИ ТА АНАЛІЗУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ РЕГІОНУ

*Анотація. Проведено оцінку комплексного стану нерівномірності регіонального та галузевого розвитку на основі побудови моделей просторово-динамічного дослідження регіональних і галузевих соціальних факторів, які дають змогу оцінити нерівномірність розвитку та дослідити диференціацію регіональних ринків праці на основі сучасного економіко-математичного інструментарію.*

*Аннотация. Проведена оценка комплексного состояния неравномерности регионального и отраслевого развития на основе построения моделей пространственно-динамического исследования региональных и отраслевых социальных факторов, позволяющих оценить неравномерность развития субъектов Украины и исследовать дифференциацию региональных рынков труда на основе современного экономико-математического инструментария.*

*Annotation. Integrated assessment of disparities in regional and sectoral development was conducted. The model of spatially dynamic studies of regional and sectoral social factors that allow to evaluate uneven development and investigate differentiation of regional labor markets on the basis of modern economic and mathematical tools was constructed.*

*Ключові слова: виробнича функція Кобба-Дугласа, моделі панельних даних, диференціація, регіон, соціальна сфера, заробітна плата, розвиток.*

На сучасному етапі реформування всіх сфер економіки країни проблеми соціальної сфери життєдіяльності регіонів є одними з найважливіших для трансформаційних процесів економіки України. Удосконалення інструментарію дослідження тенденцій розвитку регіонального соціуму є основою стабільного

---

© Огурєєва О. С., 2012





розвитку держави в цілому. Тому надзвичайно актуальним завданням є перебудова політики розвитку та підвищення рівня якості життя населення, проведення відповідних реформ з метою забезпечення поетапного підвищення рівня життя населення та соціального розвитку, створення ефективного мотиваційного механізму, який ґрунтується на взаємодії економічних стимулів і соціальних гарантій [1].

Так, кризові тенденції підсилюють регіональну диференціацію і нерівномірність галузевого розвитку економіки України, що підтверджує динаміка ВРП (рис. 1), хоча показники дають незначне зростання. Проте для регіонів, що входять у п'ятірку кращих (Донецька, Дніпропетровська, Харківська, Одеська та Запорізька області), значне підвищення ВРП відбулося до 2008 року, а з 2009 року – значне зниження темпів приросту ВРП унаслідок впливу світової фінансової кризи.



Рис. 1. Графік порівняння ВРП у регіонах України за 2003 – 2010 рр.

Найбільший вплив на рівень розвитку регіону серед економічних факторів має валова додана вартість за видами економічної діяльності (рис. 2).



Рис. 2. Валова додана вартість за видами економічної діяльності

У створенні валової доданої вартості основна частка належить промисловості (20,0 %), торгівлі (15,9 %), транспорту та зв'язку (10,6 %), сільському господарству (7,9 %). Такі структурні тенденції не відповідають загальним закономірностям галузевого розвитку країни, зокрема, тенденціям зростання частки високотехнологічних галузей переробної промисловості та сфери послуг.

Забезпечення збалансованого регіонального розвитку вимагає оцінки реальної ситуації. Для цього необхідна комплексна методика, що дозволяє визначити рівень і динаміку розвитку окремих ре-



гіонів. Міжнародні організації, а також країни користуються різними комплексними методиками та показниками для оцінки регіонального розвитку, проте вони мають ряд недоліків: недостатній обсяг або точність інформативної бази для розрахунків; обмежена репрезентативність отриманих результатів; похибки у виборі та розробці даних.

Для оцінки регіональної розвиненості необхідно брати до уваги специфіку поставлених цілей і особливості розвитку регіонів, а також враховувати такі основні принципи:

- а) взаємозв'язок показників і характеристик регіонального розвитку;
- б) достовірність вихідних даних при виборі базових показників регіонального розвитку;
- в) відповідність системи індикаторів завданням щорічного аналізу і прогнозування економічного та соціального розвитку регіонів;
- г) максимальна інформативність результатів оцінки рівня розвитку регіонів, що забезпечує можливість прийняття оптимальних рішень на державному і регіональному рівнях управління.

На підставі розглянутих принципів розроблена модель комплексної оцінки рівня соціально-економічного розвитку регіонів України, що дозволяє провести оцінку соціального та економічного розвитку регіонів, алгоритмічна схема якої подана на рис. 3. В основі побудови моделей дослідження соціально-економічної сфери використовується економетричний інструментарій виробничих функцій на панельних даних, який дозволяє кількісно описати зв'язок основних результатів діяльності регіонального соціуму з факторами, що їх визначають.

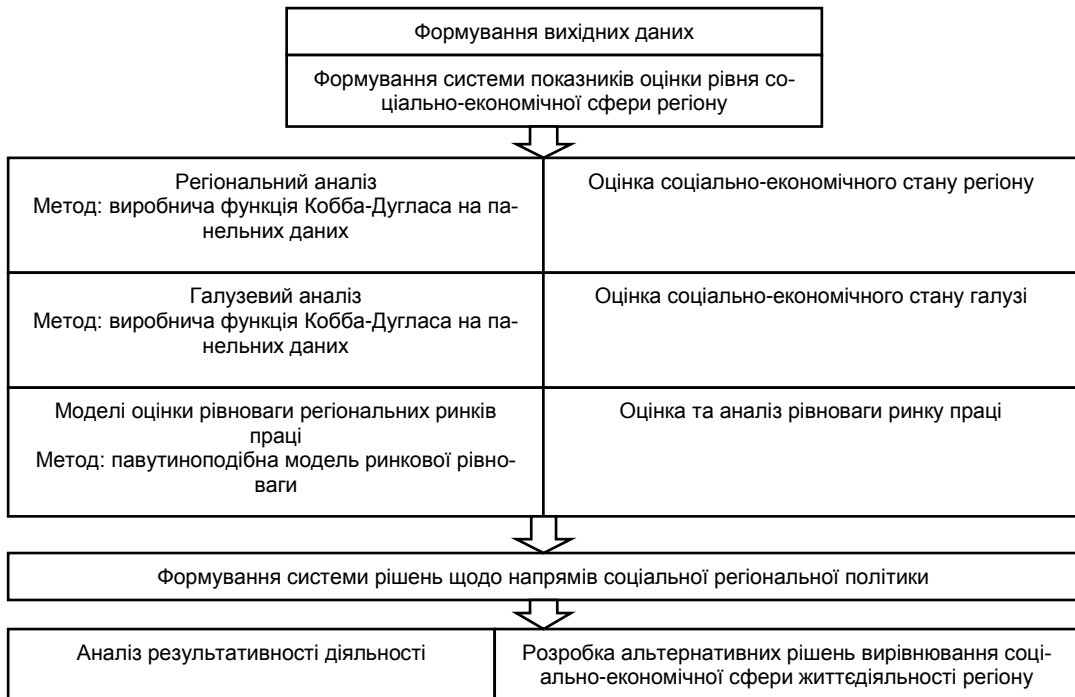


Рис. 3. **Модель комплексної оцінки життєдіяльності регіону**

Виробнича функція (ВФ) визначає залежність між витратами ресурсів і випуском продукції, дозволяючи розрахувати максимально можливий обсяг випуску продукції при кожному заданому обсязі ресурсів, або оптимальне їх співвідношення [2].

Моделі панельних даних (ПД) становлять сукупність просторових вибірок у часі. Панельні дані налічують три виміри: ознаки – об'єкти – час. ПД дозволяють враховувати індивідуальні відмінності між економічними одиницями [3].

На підставі оцінки адекватності побудованих економетричних моделей як моделі аналізу особливостей регіонального соціуму, на основі тесту Хаусмана, була обрана модель виробничої функції панельних даних з фіксованими ефектами.

Динамічна виробнича функція Кобба-Дугласа-Тимбергена з урахуванням фактору часу була модифікована для заробітної плати і має вигляд:

$$Y = a_1 \times X1^{0,36} \times X2^{0,427} \times e^{0,149t}$$

де Y – середня заробітна плата (тис. грн);

X1 – кількість зайнятого населення за регіонами (тис. осіб);

X2 – валовий регіональний продукт (млн грн);

a<sub>1</sub> – параметри моделі (фіксовані ефекти за регіонами);

a<sub>1</sub> і a<sub>2</sub> – параметри моделі (еластичність факторів виробництва);

e<sup>rt</sup> – фактор, що відображає вплив технічного прогресу й інші макроекономічні показники протягом певного часу.

Графік значень фіксованих ефектів моделі, що відображає особливості розвитку регіонального соціуму, подано на рис. 4.

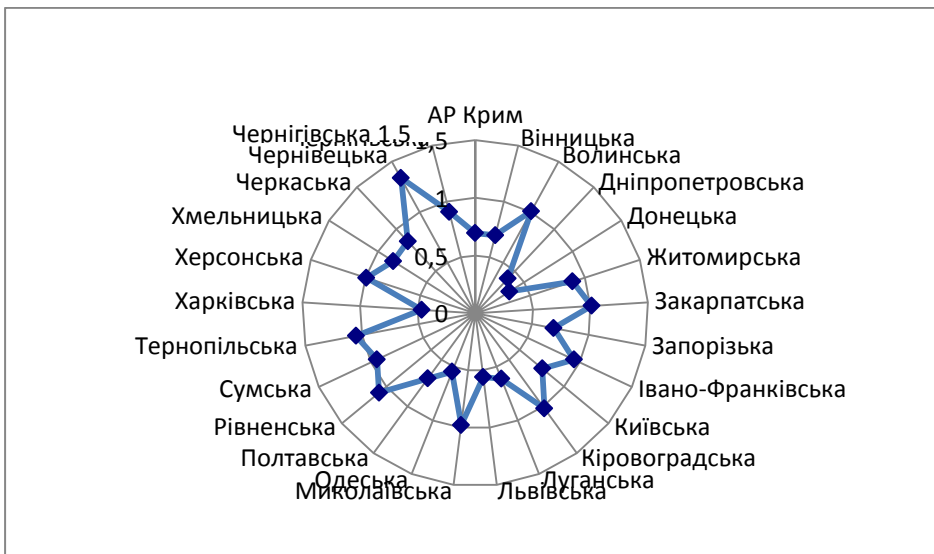


Рис. 4. Графік значень регіональних фіксованих ефектів

Зміна заробітної плати визначається валовим регіональним продуктом на основі коефіцієнта еластичності, який показує, що при зміні обсягу ВРП на 1 % заробітна плата зміниться на 0,43 %. Аналіз значень фіксованих ефектів дає можливість зробити висновки про те, що регіонами, які найбільш дотуються, є Чернівецька, Рівненська та Вінницька області.

Для вивчення впливу кількості зайнятого населення та ВДВ на заробітну плату за видами економічної діяльності була побудована модель виду:

$$Y = a_i \times X_1^{0,015} \times X_2^{0,617} \times e^{0,22t}$$

де  $Y$  – середня заробітна плата;

$X_1$  – зайняте населення за видами економічної діяльності (млн осіб);

$X_2$  – ВДВ за видами економічної діяльності (млн грн);

$a_i$  – параметри моделі (фіксовані ефекти за галузями);

$a_1$  і  $a_2$  – параметри моделі (еластичність факторів виробництва);

$e^{rt}$  – фактор, що відображає вплив технічного прогресу та часу.

Графік значень фіксованих ефектів моделі, що відображає особливості галузевого розвитку, подано на рис. 5.



Рис. 5. Графік значень галузевих фіксованих ефектів



Заробітна плата визначається обсягом ВДС за видами економічної діяльності на основі коефіцієнта еластичності (0,617) і показує, на скільки відсотків зміниться заробітна плата при зміні обсягу ВДВ на 1 %. Також на заробітну плату має значний вплив трендова компонента  $e^{Tt}$ , яка відображає постійний ефект технології в галузі в момент часу  $t$ . Можна відзначити, що максимальне значення фіксованих ефектів, отже максимальний рівень середньої заробітної плати, спостерігається у сфері фінансової діяльності та транспорту і зв'язку.

Таким чином, в основу дослідження соціально-економічного стану розвитку регіонів України покладено оцінку рівноваги на ринках праці, що є комбінацією регіонального і галузевого розвитку.

Стабільність або нестабільність рівноваги на ринку праці в роботі проаналізована за допомогою павутиноподібної моделі [1], яка описує траєкторію коригування цін при русі від одного стану рівноваги до іншого, коли реакція пропозиції чи попиту запізнюється. Система функцій попиту і пропозиції на ринку праці України в розрізі 2003 – 2010 рр. має вигляд:

$$D_t = 53,229 + 0,0102 * (P_t),$$

$$S_t = 676,06 - 0,0914 * (P_{t-1}).$$

На ринку спостерігається нестійка рівновага (коефіцієнт стійкості дорівнює 8,96), у даному випадку більш еластична пропозиція, ніж попит. За моделлю ціна рівноваги на ринку праці повинна становити 6 130,3 грн. Функції попиту та пропозиції з прогнозними значеннями на робочу силу наведено на рис. 6.

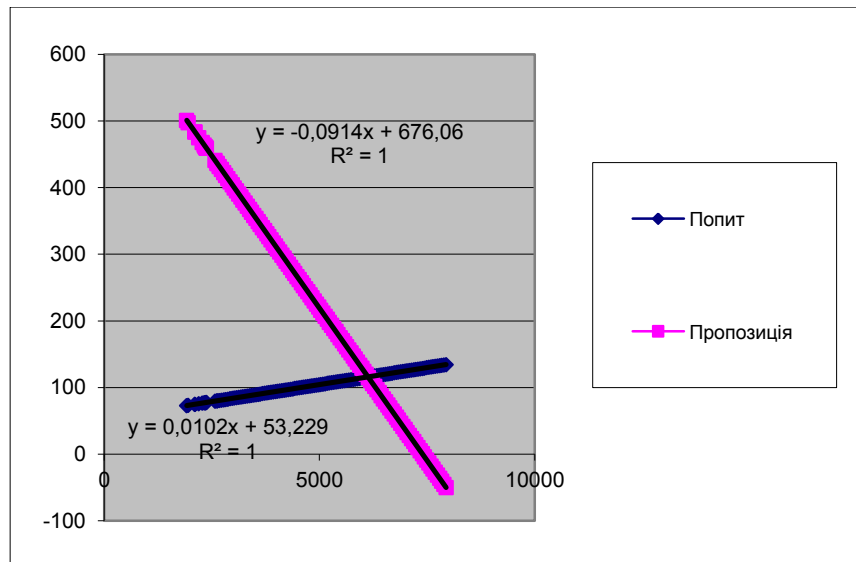


Рис. 6. Графік попиту-пропозиції і ціни на ринку праці

Однак для досягнення рівноважної ціни при даній ситуації на ринку знадобиться 6 років (84 місяці), що можливо у 2016 р., без урахування можливих змін різного характеру. Попит на робітників соціальної сфери збільшується, тільки дуже малими темпами, а пропозиція зменшується, і через 9 років (2019 р.) пропозиція взагалі буде відсутня, що можна пояснити тим, що на даний час досить низька офіційна заробітна плата, унаслідок чого це може призвести до великої міграції населення.

Таким чином, відмінності в рівні розвитку галузей та регіонів України, що досліджені за побудованими моделями, зумовлюють необхідність використання диференційованого підходу до розробки і впровадження регіональної державної політики шляхом збільшення самостійності регіонів у визначенні довгострокової стратегії соціально-економічного розвитку регіону.

Побудований комплекс економіко-математичних моделей дозволяє визначити соціально значимі фактори регіонального розвитку, оцінити нерівномірність розвитку регіонів і галузей України та дослідити диференціацію ринку праці, що є ефективним інструментом обґрунтування регіональної політики та підвищення якості управлінських рішень керівників регіонів державної влади. Удосконалення соціальної сфери життєдіяльності регіонів України, пошук нових рішень може забезпечити скорочення соціальної нерівності регіонів України, а це, звичайно ж, у комплексі з вирішенням ряду інших проблем в економіці нашої країни стане стимулом економічного зростання в майбутньому.

Наук. керівн. Сергієнко О. А.

**Література:** 1. Моделирование экономической динамики : учебное пособие / Т. С. Клебанова, Н. А. Дубровина, О. Ю. Полякова и др. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2004. – 244 с. 2. Клебанова Т. С. Эконометрия / Т. С. Клебанова, Н. А. Дубровина, Е. В. Раевнева. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2003. – 128 с. 3. Магнус Я. Р. Эконометрика / Я. Р. Магнус, П. К. Катъшев, А. А. Пересецкий. – М. : Дело, 2007. – 504 с. 4. Харазішвілі Ю. М. Теоретичні основи моделювання соціально-економічного розвитку України / Харазішвілі Ю. М. – К. : ПоліграфКонсалтинг, 2007. – 324 с.

Студент 4 курса  
факультету економіки і права ХНЕУ

## ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМЫ ПОДБОРА HR-МЕНЕДЖЕРА И СОЗДАНИЯ HR-ОТДЕЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

*Аннотация. Рассмотрены виды, характеристика разных типов HR-менеджеров, этапы построения отделов менеджмента персонала на предприятии, особенности развития такого явления в Украине.*

*Анотация. Розглянуто види, характеристику різних типів HR-менеджерів, етапи побудови підрозділів менеджменту персоналу на підприємстві, особливості розвитку такого явища в Україні.*

*Annotation. In given article kinds, the characteristic of different types of HR-managers, stages of construction of departments of management of the personnel at the enterprise, features of development of such phenomenon in Ukraine are considered.*

*Ключевые слова: персонал, HR-менеджер, HR-отдел, подбор менеджера.*

В организационной структуре предприятия все чаще можно встретить отдел, который занимается не только кадровой службой, но и развитием, обучением и консультированием персонала предприятия. В условиях рыночной экономики все фирмы стараются сформировать высокую конкурентоспособность, положительный имидж среди потребителей и соискателей, а также обеспечить качество выпускаемых товаров и услуг. Этого можно добиться путем рационального использования человеческих ресурсов, мобилизации их на выполнение поставленных задач, правильной мотивации и прочих механизмов, которыми пользуются HR-отделы (от англ. *human resources* – человеческие ресурсы).

Анализ функций, личностных характеристик HR-менеджера, этапов построения HR-отдела и др. в данный момент является очень актуальным. Изучением этих вопросов занимались Е. Богодисов [1], В. Крючков [2; 3], Е. Крамарева [4], Т. Витковская [5], О. Алехина [6] и пр.

Проблематичным остаётся вопрос эффективного подбора менеджера в HR-отдел, так как многие фирмы не анализируют свои позиции на рынке и не могут корректно выбрать методы для подбора нужных людей и рационального создания HR-отдела на предприятии.

Целью данной статьи является изучение типов менеджеров по персоналу, их характеристик, особенностей подбора таких менеджеров в Украине, а также этапов построения HR-отделов на предприятии.

Эффективность работы предприятия зависит от взаимодействия и интеграции трудовой деятельности работников, находящихся в штате. Зачастую люди не могут эффективно сотрудничать вследствие нерационального управления, которое должен обеспечивать отдел, занимающийся персоналом.

В зависимости от того, какие функции, по мнению предприятия, должны выполняться менеджером по персоналу, их принято разделять на типы, представленные в табл. 1 [4].

Таблица 1

Типы менеджеров по персоналу

Тип	Характеристика деятельности
Кадровик	Акцент на учет кадров и кадровое делопроизводство. Может также заниматься подбором персонала рабочих и сервисных специальностей, социальной сферой, пересекаться с профсоюзом и пр.
Функциональный (сервисный) менеджер	Занимается отбором, обучением, оценкой и мотивацией персонала, а также кадровым делопроизводством и социальной сферой. Решают проблемы текучести кадров, кадрового резерва, ротации персонала достаточно эффективно
Менеджер-стратег	Выстраивают кадровую политику, исходя из бизнес-задач и стратегии развития крупных организаций. Очень редко встречается на рынке

Предприятиям стоит уделять должное внимание анализу деятельности отдела, занимающегося персоналом и выявлять резервы, которые появляются как следствие нерационального подбора HR-менеджеров.



Особенностями подбора менеджеров по персоналу в Украине является то, что наиболее простая категория поиска – начинающие специалисты, так как ими переполнен рынок, но отсутствие опыта работы чаще всего не способствует эффективному принятию решений. Также существует сложность в подборе линейных менеджеров, которая обусловлена не только узостью рынка, но и ограниченностью действий специалистов пределами своей функции. Сложность в подборе специалистов высокого уровня, а также топ-менеджеров заключается в том, что их на рынке труда очень мало, а также в том, что их интересуют только крупные предприятия [5].

Принято считать, что менеджерам по персоналу должны быть присущи такие личностные характеристики как: амбициозность (каждый из них желает достичь зоны комфорта); нацеленность на развитие (они должны уметь менять себя и свои взгляды); стратегическое мышление и лидерский потенциал. Также менеджер должен быть открытым, проактивным, гибким, иметь четкую систему ценностей, ответственным, а также иметь влияние на своих коллег и подчиненных. Но приоритетные личностные характеристики будут зависеть от сферы деятельности предприятия, функциональной роли менеджера по персоналу, уровня развития фирмы и множества экзогенных и эндогенных факторов [3]. Для подбора высококвалифицированного специалиста следует использовать несколько методов, чтобы более точно оценить его способности, навыки и умения, например, использовать в системе структурированные интервью и деловые игры, где кандидат сможет зарекомендовать себя перед фирмой.

Для решения проблемы подбора HR-менеджера предлагается разработать и усовершенствовать систему отбора и найма персонала путем интегрирования зарубежного и отечественного опыта. Так, например, если для подбора молодых специалистов достаточно использовать стандартные методы анкетирования и интервьюирования, то для привлечения в штат фирмы топ-менеджера необходимо будет использование услугами рекрутинговых агентств и head-hunting (дословно "охота за головой"). По мнению автора, такая схема в современных, быстроменяющихся условиях является наиболее эффективной.

Создание HR-отдела на предприятии – одна из самых сложных задач, решаемых при увеличении штата. Такой отдел на предприятии можно называть отделом по управлению персоналом; но грамотнее – отделом по работе с персоналом, так как данный отдел занимается не только управлением, но и обучением, развитием и сплочением коллектива. При создании такого отдела на предприятии следует соблюдать этапы, представленные в табл. 2 [1].

Таблица 2

#### Этапы создания отдела по работе с персоналом на предприятии

№ п/п	Название	Характеристика
I	Предварительная подготовка	Включает в себя поиск и сбор наработок, которые уже имеются в компании, исследование рынка управленческих услуг, а также уточнение и фиксация задач отдел
II	Исследование наработок	Детализирование первого этапа, определение инструментов и механизмов работы. На этом этапе закладывается качество отдела работы с персоналом, а также имидж компании на рынке человеческих ресурсов
III	Согласование стратегии	Такой отдел создается в компании не как отдельная, независимая единица, а как инструмент, способствующий и облегчающий работу каждого подразделения и каждого сотрудника компании. На этом этапе определяется подход к работе с персоналом
IV	Планирование	На этом этапе необходимо согласовывать со всеми другими подразделениями использование общих ресурсов, подчинение, определить ответственность за выполнение отдельных процессов, распределить права и др.
V	Создание атрибутов отдела	По атрибутам слаживается восприятие отдела сотрудниками. Примером может служить отдельный кабинет и сейф, так как у этого отдела хранятся личные дела, резюме и другие документы всех сотрудников
VI	Структуризация и отладка задач	Налаженность работы, взаимозаменяемость сотрудников, руководство на уровне "администрирования" (более 90 % задач повторяются и имеют типовые решения)
VII	Программное обеспечение	Отдел часто сталкивается с необходимостью приобретения ПО для работы с резюме, личными делами сотрудников и создания отчетов о работе отдела
VIII	Информирование сотрудников об HR	Заключается в ликвидации информационного вакуума и слухов. Определяется объем информации, которая будет выноситься за рамки отдела
IX	Создание отчета о деятельности отдела	Это сложный этап, так как не существует единой системы оценки деятельности таких отделов (так как раньше были отделы кадров и отделы труда и заработной платы), их нужно оценивать исходя из главных целей его создания, например повышения конкурентоспособности предприятия
X	Закрывание проекта	Проект можно считать закрытым, если 90 % решений – стандартные, отдел имеет четкую схему работы, составлен отчет о проделанной работе



На основани изложеного выше можно сделать вывод, что в Украине отрасль HR-менеджмента недостаточно развита, так как многие предприятия ещё не отошли от постсоветских отделов кадров (ОК) и отделов труда и заработной платы (ОТиЗ), а HR – это новая ступень в развитии эффективной деятельности предприятия, так как спектр работы таких отделов гораздо шире. Именно поэтому при найме сотрудников в такой отдел следует отойти от стандартных методик (тестирование, метод рабочих заданий) и перейти к более современным, таким, как CASES (ситуационное интервью), так как именно они помогают глубже оценить кандидата и его поведение в реальных ситуациях.

Научн. рук. Кожанова Е. Ф.

**Литература:** 1. Богодисов Е. Этапы построения HR-отдела на предприятии / Е. Богодисов // Управление персоналом : Украина. – 2007. – № 11. – С. 14–20. 2. Крючков В. HR как внутренний консультант по оргразвитию / В. Крючков // Управление персоналом : Украина. – 2007. – № 10. – С. 66–68. 3. Крючков В. HR как консультант по оргразвитию / В. Крючков // Управление персоналом : Украина. – 2007. – № 11. – С. 72–74. 4. Крамарева Е. Какой HR вам нужен? / Е. Крамарева // Управление персоналом: Украина. – 2008. – № 5. – С. 50–52. 5. Витковская Т. Особенности подбора HR-менеджеров в Украине / Т. Витковская // Управление персоналом: Украина. – 2007. – № 9. – С. 26–28. 6. Алехина О. Служба персонала : мифы и реалии / О. Алехина // Менеджмент и менеджер. – 2007. – № 4. – С. 15–18.

УДК 005.963

**Вдовенко В. В.**

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

*Анотація. Проведено аналіз організації процесу адаптації персоналу на українських промислових підприємствах.*

*Аннотация. Проведен анализ организации процесса адаптации персонала на украинских промышленных предприятиях.*

*Annotation: Analysis the organization of the adaptation process of personnel in the Ukrainian industrial enterprises has been conducted.*

*Ключові слова: адаптація, промислове підприємство, персонал.*

Промисловість є найбільшою та провідною частиною сфери матеріального виробництва. Вона становить систему взаємопов'язаних галузей, які зайняті видобутком та переробкою промислової і сільськогосподарської сировини в готову продукцію, яка необхідна для суспільного виробництва та особистого споживання. Виробництво зазначених матеріальних благ здійснюється на промислових підприємствах [1, 2].

Оскільки всі завдання на виробництві розв'язуються за допомогою персоналу, управління персоналом має велике значення в організації роботи промислового підприємства. Однією з головних складових управління персоналом є процес адаптації персоналу. Адаптація персоналу активно впливає на зниження плинності кадрів, а значить, зменшує витрати на персонал, підвищує продуктивність праці та якість виготовленої продукції.

У різних авторів поняття "адаптація персоналу" має свою інтерпретацію (таблиця).

Таблиця

**Наукові трактування поняття "адаптація персоналу"**

Автор	Визначення поняття "адаптація"
1	2
Едгар Шейн	Процес пізнання гілок влади, процес досягнення доктрин, прийнятих в організації, процес навчання, усвідомлення того, що є важливим у цій організації або її підрозділах [3, с. 67]

1	2
Крушельницька О. В.	Процес пристосування працівників до умов зовнішнього і внутрішнього середовищ; взаємне пристосування працівника та умов організації, що базується на поступовому освоєнні нових професійних, соціальних та організаційних умов праці [4, с. 131]
Кібанов А. Я.	Це взаємне пристосування робітника та організації, яке ґрунтується на поступовій спрацьованості співробітника до нових професійних, соціальних та організаційно-економічних умов праці [5, с. 358]
Аширов Д. А.	Включення особистості в нове для неї предметно-речове та соціальне середовища [6, с. 108]

Залежно від умов виробничого середовища, робочого місця, трудового колективу, а також умов, які безпосередньо до них не належать, але певною мірою відносяться, розрізняють такі види адаптації, як виробнича і позавиробнича адаптація [2, с. 220].

Виробнича адаптація включає професійну, психофізіологічну, соціально-психологічну, організаційно-адміністративну, економічну і санітарно-гігієнічну адаптацію. До позавиробничої адаптації відносяться адаптація до побутових умов, адаптація до позавиробничого спілкування з колегами, адаптація в період відпочинку.

З позиції управління персоналом найбільший інтерес становить виробнича адаптація. Саме вона є інструментом для вирішення такої проблеми, як формування у нового робітника необхідного рівня продуктивності та якості праці за більш короткі строки [6, с. 108].

Адаптація працівника на виробництві та ефективне управління цим процесом вимагають великої організаційної роботи. Тому на багатьох промислових підприємствах країни створюють спеціалізовані служби адаптації кадрів. Однак організаційно це робиться по-різному – залежно від чисельності персоналу підприємства, структури управління підприємством, наявності та організації системи управління персоналом, націленості адміністрації підприємства на вирішення соціальних завдань у сфері управління виробництва [7, с. 101].

Служби адаптації працівника можуть виступати як самостійні структурні підрозділи (відділ, лабораторія) або ж входити до складу інших функціональних підрозділів, як бюро, група та окремі працівники, – до відділу кадрів, соціологічної лабораторії, відділу праці та заробітної плати тощо. Іноді посада фахівця з адаптації вводить у штатний розклад цехових управлінських структур. Важливо, щоб заводська служба адаптації була складовою ланкою загальної системи управління кадрами на підприємстві.

Основні завдання служби адаптації – розробка і впровадження заходів зі скорочення несприятливих наслідків від роботи неадаптованого працівника щодо стабілізації трудового колективу, зростання трудової віддачі працівників, підвищення задоволеності працею.

Важливе значення служби адаптації полягає також у координації діяльності всіх ланок підприємства, що мають відношення до адаптації, здійснення конкретних заходів, зміни параметрів зовнішнього середовища тощо: функціональних служб заводууправління, адміністрації, лінійних керівників [7, с. 101–102].

Аширов Д. А. і Філіна Ф. М. поділяють процес адаптації промислового підприємства на чотири етапи, які наведені на рисунку:

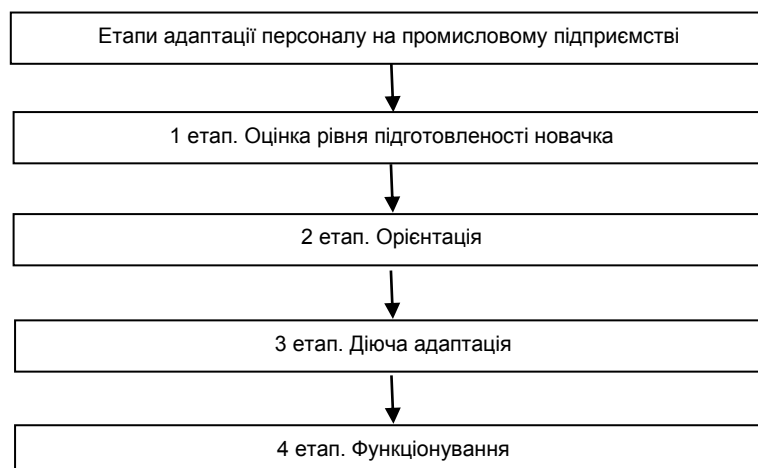


Рис. Етапи адаптації персоналу на промисловому підприємстві

Оцінка рівня підготовленості новачка необхідна задля розробки найбільш ефективної програми адаптації [6, с. 112].

Орієнтація – це практичне ознайомлення нового робітника зі своїми обов'язками і вимогами, які до нього пред'являються з боку організації. До цієї роботи повинні залучатися як безпосередньо керівники, так і менеджери з персоналу [8, с. 138].





Діюча адаптація складається з власної пристосованості новачка до свого статусу і значний ступінь обумовлюється його включенням в міжособистісні відношення з колегами [6, с. 113–114].

Для того щоб процес адаптації на промисловому підприємстві протікав ефективніше, необхідно, щоб служба адаптації чи уповноважена особа розробили положення "Про систему адаптації персоналу на промисловому підприємстві", Книгу співробітника, програму адаптації персоналу чи програму введення в посаду. Дані локальні документи повинні регулювати процес адаптації, визначати та враховувати коло питань, які виникають при адаптації, визначати обсяг прав і обов'язків новачка та уповноважених осіб, які проводитимуть адаптацію. Для промислових підприємств актуальним є розробка програми введення в посаду або програм адаптації персоналу.

Програма адаптації персоналу повинна контролюватися робітником, який безпосередньо підпорядковується керівнику. Головна її мета – це ознайомлення нових робітників із загальними правилами роботи в організації, правилами техніки безпеки, колективом, особливо з тим, хто буде працювати безпосередньо з новачком, характером самої роботи, робочими умовами тощо. Для управління процесом введення в посаду доцільно вказати дати завершення кожного пункта програми та регулярно перевіряти виконання адаптаційних заходів [9, с. 157–159].

Програма адаптації може передбачати застосування наставництва. У завдання наставника входить професійне навчання, що сприяє соціальній адаптації знову прийнятого працівника. Зазвичай період наставництва триває три місяці. Протягом цього часу наставник повинен навчати нового співробітника, спостерігати за ним, за його професійними й особистими якостями, робити певні висновки, а також чи вміє співробітник навчатися, наскільки він стресостійкий, лояльний і т. д. Наставник повинен оцінити діяльність стажиста за підсумками навчання або закінчення випробувального терміну. Результатами стажування мають стати готовність співробітника до виконання функціональних обов'язків і його інтеграція не тільки в робочий процес підрозділу, а й у систему соціально-трудових відносин [10].

Таким чином, успішна організація процесу адаптації кадрів сприяє створенню робочої сили, яка володіє більш високими здібностями і сильною мотивацією до виконання завдань, які стоять перед підприємством. Процес адаптації повинен призвести до зростання продуктивності, а значить, і до збільшення цінності людських ресурсів підприємства. Тобто якщо при успішній реалізації такої програми продуктивність праці робітників на збиранні зростає на 10 % без збільшення заводської вартості виробу, то дохід на капітал, який вкладено підприємством у розвиток людських ресурсів, набагато більше цього показника [3, с. 66].

*Наук. керівн. Кожанова Є. П.*

**Література:** 1. Синиця Л. М. Организация производства : учебник для студентов высших учебных заведений по специальности "Экономика и управление на предприятии" / Л. М. Синиця. – Мн. : ИВЦ Минфина, 2008. – 540 с. 2. Хмель Ф. И. Управление персоналом : учебник для студентов высших учебных заведений / Хмель Ф. И. – К. : Академвидав, 2006. – 488 с. 3. Корнюшин В. Ю. Основы управления персоналом : пособие / Корнюшин В. Ю. – М. : МИЕМП, 2010. – 237 с. 4. Крушельницька О. В. Управление персоналом : навчальний посібник / Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. – 2-ге вид., переробл. й доп. – К. : Кондор, 2005. – 308 с. 5. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации / Кибанов А. Я. – 3-е изд., дод. и перераб. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 638 с. 6. Аширов Д. А. Управление персоналом / Аширов Д. А., Резниченко Л. А. ; Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. – М., 2004. – 193 с. 7. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия : учебное пособие / Маслов Е. В. ; под ред. П. В. Шеметова. – М. : ИНФРА-М; Новосибирск : НДАЕиУ, 1999. – 312 с. 8. Филина Ф. М. Начальник отдела кадров. Универсальный практический справочник / Ф. М. Филина. – М. : ГросМедиа:РОСБУХ, 2009. – 304 с. 9. Егоршин А. П. Управление персоналом : пособие для вузов / Егоршин А. П. – 4-е изд., испр. – Н. Новгород : НИМБ, 2003. – 720 с. 10. Майкова С. Е. Адаптація персоналу промислових підприємств регіону як соціальна детермінанта внутрішньо організаційних змін / Майкова С. Е. // Регіонологія. – 2011. – № 2.

УДК 005.966

**Шевченко А. В.**

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **ФАКТОРИ КАР'ЄРНОГО ЗРОСТАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Спрямовано на дослідження планування та розвитку кар'єри працівників, а також впливу факторів кар'єрного зростання працівників підприємства.*

© Шевченко А. В., 2012



*Аннотация. Направлена на исследование планирования и развития карьеры сотрудников, а также влияния факторов карьерного роста работников предприятия.*

*Annotation. This article is focused on planning and career development of employees, and the factors influencing employees' career at an enterprise.*

*Ключові слова: кар'єра, планування кар'єри, фактори кар'єрного зростання працівників підприємства.*

Активний розвиток громадянського суспільства підвищує роль особистості в організації власного життя та виборі форм професійного самовираження, в тому числі й у сфері формування кар'єри. Кар'єра, як і будь-який інший об'єкт, розвивається під прямим або непрямим впливом певних факторів. Залежно від розвитку суспільства група факторів, що впливають на розвиток кар'єри, видозмінюється й розширюється, саме тому постає необхідність у їх аналізі.

Метою статті є дослідження процесу формування кар'єри та факторів, які на нього впливають.

Проблема дослідження професійної кар'єри не нова для сучасної науки. Соціально-економічну основу кар'єри розглянуто Т. Заславською, В. Калмик, С. Оксамитною. Кар'єра досліджувалась в аспекті менеджменту людських ресурсів та самоменеджменту західними і вітчизняними дослідниками, такими, як: В. Андрєєв, М. Вуджок, М. Лукашевич, Д. Френсіс. Важливі результати дослідження механізмів формування професійної кар'єри з використанням якісних методів наведені в роботах російських дослідників, зокрема, І. Козіної, Г. Готліб, В. Семенової.

Незважаючи на вагомий науковий досвід у дослідженні різноманітних аспектів кар'єри, наявні теоретичні розробки та практичні рекомендації не встигають адекватним чином відобразити соціально-економічні зміни, що відбуваються у суспільстві.

За умов ринкової економіки досить актуальною стає проблема дослідження факторів зростання кар'єри працівників підприємств. Основним завданням даної статті є аналіз існуючих факторів зростання кар'єри та визначення тих факторів, які здійснюють на неї найбільший вплив.

Термін "кар'єра" (від франц. *carriere* та італ. *carriera* – бір) у загальному розумінні означає успішне просування в галузі суспільної, службової, наукової та іншої діяльності [1].

Трудова кар'єра є більш широким поняттям порівняно з такими термінами, як ділова кар'єра чи професійно-кваліфікаційне просування [2, с. 174].

Розглянемо деякі основні фактори [3, с. 348], що впливають на планування кар'єри (рис. 1).

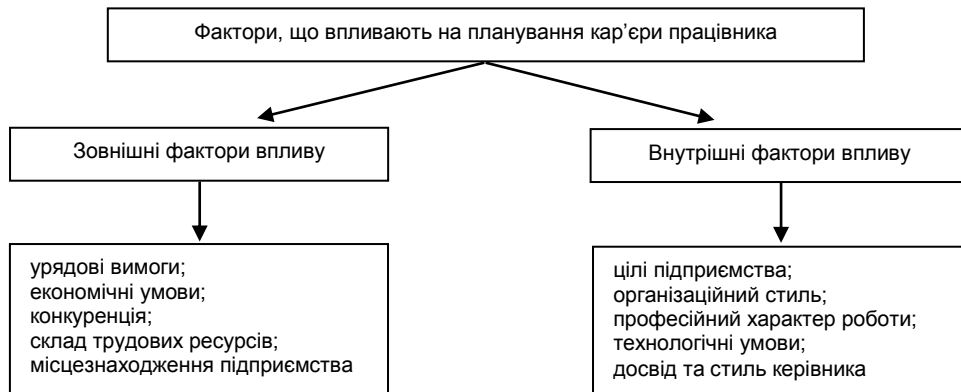


Рис. 1. Основні фактори, що впливають на розвиток кар'єри

Планування та розвиток кар'єри працівників, фахівців і керівників стають однією з важливих сфер управління персоналом. Планування кар'єри полягає у визначенні цілей працівників, їх розвитку на підприємстві та обґрунтуванні реальних шляхів, що ведуть до досягнення поставленої мети. Як правило, на сучасних підприємствах є стандартні кар'єрні сходи, що ведуть, наприклад, до посади генерального директора, його заступників чи інших вищих керівників [4, с. 283].

Під розвитком кар'єри працівника розуміються ті дії, що він здійснює для виконання індивідуального плану розвитку. Планування і контроль за розвитком трудової кар'єри працівника вимагає від нього та підприємства додаткового часу і відповідних ресурсів, але ці зусилля виправдані, оскільки вони надають суттєві переваги самому працівнику та підприємству.

Планування службою управління персоналом трудової кар'єри працівника сприяє підвищенню рівня його задоволеності роботою, дає можливість більш цілеспрямовано здійснювати його розвиток, своєчасно проходити професійне навчання і тим самим підвищувати свою конкурентоспроможність на ринку праці. Компанія в результаті планування трудової кар'єри працівника одержує робітника, який пов'язує свою трудову діяльність з підприємством. Це дозволяє знизити рівень плинності кадрів серед фахівців, своєчасно забезпечувати потребу у висококваліфікованих працівниках [4, с. 283].

При плануванні трудової кар'єри необхідно виходити не тільки зі стратегії управління підприємством, а й враховувати пріоритети працівників, їх життєві цілі, ціннісні орієнтації тощо.

Менеджер повинен вміти виявити потреби працівника, а працівник повинен мати яскраве уявлення про свої наявні і потенційні можливості, здібності проявити їх у майбутньому. Тому кар'єра і

просування в службовій діяльності повинні будуватись на основі загальної участі обох сторін та їх спільної відповідальності за "свою" частину організації цього процесу.

Кар'єра не визначає тільки успіхи або невдачі, як у власному розумінні людини. Вона містить внутрішню позицію і поведінку, поступову зміну навичок, здібностей та професійних можливостей, пов'язаних з діяльністю.

Специфічну роль відіграє фактор часу. Вікові межі кар'єри рухливі через відмінності соціальних умов життя та біологічно-психологічних особливостей індивідів. Зі старінням організму відбувається, як правило, послаблення сприйнятливості до нових знань [5].

Стан трудової кар'єри чи її окремих елементів у певний момент перебуває у вірогідній залежності від стану у попередній момент часу. Інакше кажучи, наступний вибір робочих місць залежить від вибору, зробленого раніше. Ця закономірність зумовлюється тим, що попередній досвід роботи не може не позначитися на виборі нової роботи [5].

Успішність кар'єри часто сама породжує прагнення до подальшої кар'єри. Оскільки її успішність залежить головним чином від підвищення рівня освіти, можна припустити також, що прагнення до кар'єри пов'язане із зумовленою освітою потребою у творчому характері праці [6].

Головним у виборі шляхів просування (кар'єри) людини є розуміння того, що впливають на просування не просто фактори й не особистість самі по собі, а способи їх взаємодії. Під факторами кар'єри слід розуміти найбільш істотні обставини, що виступають як рушійні сили, причини процесу трудового переміщення.

Так, наприклад, психологічні властивості особистості тісно пов'язані з природними даними і становлять таку важливу її характеристику, як здібності. Здібності визначаються динамікою придбання індивідом знань, умінь і навичок та його можливістю виконувати певний вид діяльності [5].

Поряд зі стимулюючими факторами кар'єри виділяють деякі фактори її гальмування, що можуть сповільнити розвиток процесу аж до його зупинки, зміни напрямків та ін. [3, с. 350]. Класифікація факторів гальмування кар'єрного розвитку працівника наведена на рис. 2.

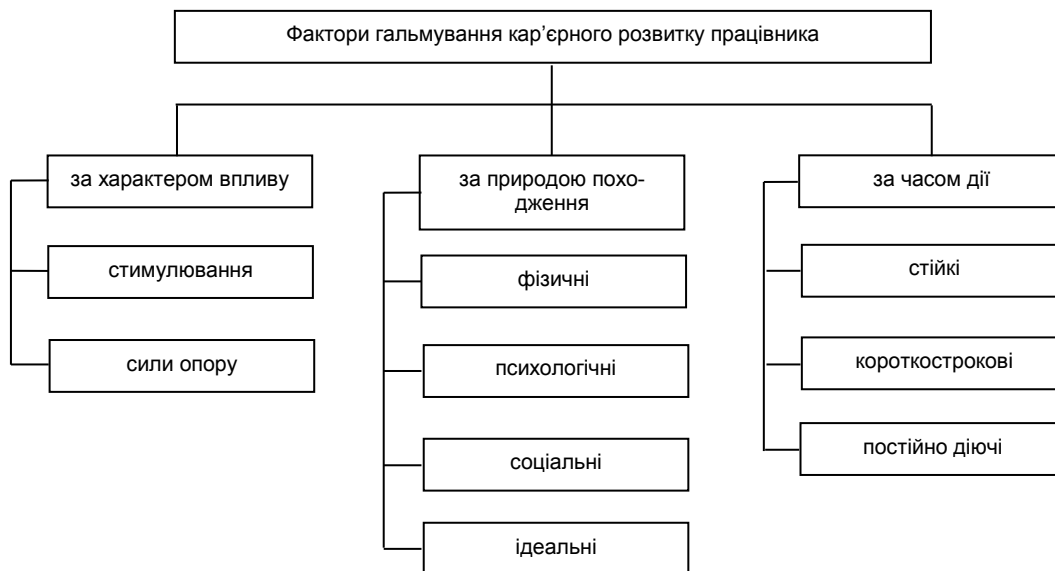


Рис. 2. Класифікація факторів гальмування кар'єрного розвитку працівника

Фактори стримування мають індивідуальне походження й визначаються недостатністю внутрішніх ресурсів і способів їх мобілізації: низький рівень потреб; слабкість мотивів; нестача знань та досвіду; хвороба; порушення вольової сфери; застій у загальному розвитку.

Сили опору діють від зовнішнього джерела — середовища діяльності. Вони можуть бути як відповідь на кар'єрну активність, бути наслідком гострої кар'єрної конкуренції, жорсткого порядку просування, вільних обмежень, дисбалансу у системі інтересів працівника й організації.

За природою походження фактори гальмування можуть бути: фізичні, психологічні, соціальні та ідеальні.

До фізичних відносяться ті, що обумовлені станом організму, — дефекти органів чуттів, мови, зовнішності, низька працездатність у зв'язку з хворобою.

Психологічні фактори пов'язані з вимогами суб'єкта кар'єри відносно себе та оточення, станом нерішучості, боязливості, страху, проблемами інтелекту.

Фактори соціальної природи обумовлені дезорганізаціями на різних рівнях соціального устрою: політичному (переваги політичної орієнтації); державному (низький престиж професії); організаційно-адміністративному (відсутність чітких правил призначення на посаду); правовому (правова незахищеність посади та працівників); економічному (відсутність матеріальних стимулів); неформально-груповому (напруженість у відносинах).

Фактори гальмування кар'єри пов'язані зі сферами культури, моралі, ідеології та ін. Ерозія традиційних цінностей призвела до серйозних розбіжностей між особистими переконаннями й цінностями. Тому від сучасних менеджерів потрібна здатність усвідомлювати свої особисті цінності [5].



За часом дії фактори гальмування (стримування та опору) можуть бути: короткострокові, стійкі, постійно діючі. Короткострокові – це стомлення, гостре захворювання. Стійкі фактори – це дезорганізація в роботі з кадрами, економічні перепади, порушення традицій та ін. Фактори постійної дії – це вікові зміни.

До гальмуючих факторів можна віднести фактори змішаного типу – це спади та піднесення активності. Глибина цих перепадів може сприяти руху і, навпаки, гальмувати кар'єрний процес. Наслідком дії факторів гальмування є кар'єрна криза, застій у кар'єрі та кар'єрне скидання.

Отже, кожен із факторів по-своєму впливає на швидкість кар'єри та її темп. Крім того, інтенсивність і пріоритети кар'єри є різними на різних її етапах. Як бачимо, із переорієнтацією системи цінностей особистості та суспільства відбуваються й певні зміни уявлення про кар'єру. У ціннісно-мотиваційному аспекті кар'єра розглядається як спосіб самореалізації особистості. У професійно-практичному є результатом процесу погодження інтересів підприємства з кар'єрним прагненням особистості.

*Наук. керівн. Кожанова Є. П.*

**Література:** 1. Журавлев П. В. Персонал : словарь понятий и определений / Журавлев П. В. и др. – М. : Экзамен, 2000. – 512 с. 2. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия : учебн. пособие / Маслов Е. В. ; под ред. П. В. Шеметова. – М. : ИНФРА-М, НГАЭиУ ; Новосибирск, 2000. – 312 с. 3. Виноградський М. Д. Організація праці менеджера: навч. посібник / М. Д. Виноградський, О. О. Шканова. – К. : Кондор, 2002. – 518 с. 4. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу : навч. посібник / Савченко В. А. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с. 5. Ведерніков М. Д. Аналіз факторів та цінностей, які впливають на кар'єру працівників підприємств / М. Д. Ведерніков, В. А. Літинська // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009. – № 4. – С. 59–61. 6. Данюк В. М. Особливості програмування ділової кар'єри в закладах освіти / Данюк В. М. // Проблеми праці, економіки та моделювання. – 1998. – Ч. 1. – С. 78–80. 7. Справочник директора підприємства. — М. : ИНФРА-М, 1996.

---

**Денисова Т. Є.**

УДК 336.226.1

Студент 5 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **ЗМІНИ НОРМАТИВНО-ЗАКОНОДАВЧОЇ БАЗИ ЩОДО ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

*Анотація. Розглянуто зміни в оподаткуванні прибутку підприємств, що відбулись з ухваленням Податкового кодексу.*

*Анотация. Рассмотрены изменения в налогообложении прибыли предприятий, произошедшие с введением Налогового кодекса.*

*Annotation. This article is considering the changes of corporate income tax that were made due to the introduction of the Tax Code.*

*Ключові слова: оподаткування, податок на прибуток, об'єкт оподаткування, Податковий кодекс.*

Податок на прибуток є однією з основних дохідних статей бюджетів країни, а його регулювання має загальнонаціональне значення як для держави, так і для платників податків, підприємств і організацій. З прийняттям Податкового кодексу відбулись зміни відносно законодавчих актів, що регулювали дії органів виконавчої влади. Ці зміни стосувались не лише заміни їх на один регулюючий документ, але й їх змісту. Не минули зміни і сферу оподаткування прибутку підприємств, зокрема і самого об'єкта оподаткування. Актуальність питання вивчення акцизних зборів висвітлюється у працях вітчизняних вчених, зокрема Козирин А. Н. [1], Пепеляєва С. Г. [2], Пушкаревої В. М. [3], Юткіної Т. Ф. [4] та ін. Щодо зарубіжних вчених, то вивчення непрямих податків розглядається у працях А. Лаффер [5], Д. Г'юм [6], Дж. Велс [7]. Проте питання оподаткування прибутку підприємств потребує досконалішого вивчення.

Метою цього дослідження є обґрунтування змін у Податковому кодексі порівняно з попередньо діючим законодавством у розрізі оподаткування прибутку підприємств.

---

© Денисова Т. Є., 2012



Відзначимо, що податок на прибуток підприємств – це прями́й податок, сплачуваний підприємствами з прибутку, одержаного від реалізації продукції (робіт, послуг), основних фондів, нематеріальних активів, цінних паперів, валютних цінностей, інших видів фінансових ресурсів та матеріальних цінностей, а також із прибутку від орендних операцій, роялті та від позареалізаційних операцій [8].

Відповідно до Кодексу об'єктом оподаткування податком на прибуток є [9]:

прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом зменшення суми доходів звітного періоду на собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг та суму інших витрат звітного податкового періоду;

дохід (прибуток) нерезидента з джерелом походження з України, що підлягає оподаткуванню згідно з окремою статтею розділу III Кодексу.

Порівняно з діючим законодавством при визначенні об'єкта оподаткування податком на прибуток не будуть застосовуватись терміни "валовий дохід" та "валові витрати", а просто "дохід" та "витрати" як у бухгалтерському обліку, а також "собівартість".

Собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг – це витрати, що прямо пов'язані з виробництвом та/або придбанням реалізованих протягом звітного податкового періоду товарів, виконаних робіт, наданих послуг, які визначаються відповідно до положень (стандартів) бухгалтерського обліку, що застосовуються в частині, яка не суперечить положенням розділу III Кодексу [9].

Сума амортизаційних відрахувань, на відміну від діючого законодавства, окремо не виділена у визначенні об'єкта, оскільки така сума входить до складу собівартості та інших витрат.

Що стосується розділу II Кодексу, в ньому встановлено, що платник податку на прибуток подає податковому органу разом з відповідною податковою декларацією квартальну або річну фінансову звітність (крім малих підприємств) у порядку, передбаченому для подання податкової декларації. При цьому малі підприємства подають разом із річною податковою декларацією річну фінансову звітність.

Також на відміну від Закону України "Про оподаткування прибутку підприємств" попередня (авансова) оплата товарів (робіт, послуг) не буде визнаватися витратами (доходами) і не впливатиме на податкові зобов'язання платника.

Ще однією відмінністю від попереднього діючого законодавства є пункт стосовно суми поворотної фінансової допомоги, отриманої від засновника платника податку, у випадку повернення такої допомоги не пізніше 365 календарних днів з дня її отримання. Такі суми не входять до складу оподаткованого доходу.

Як і Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств" розділ III Податкового кодексу містить перелік доходів, що не враховуються для визначення об'єкта оподаткування. Це, зокрема, прямі інвестиції або реінвестиції у корпоративні права платника, компенсація (відшкодування) за примусове відчуження державою майна платника податку, емісійний дохід, міжнародна технічна допомога та інше, а дохід від реалізації товару визнається за датою переходу покупцеві права власності на такий товар [9].

На відміну від діючого законодавства Кодексом встановлено, що вартість безоплатно отриманих платником товарів (робіт, послуг) визначається з метою включення до доходу на рівні, не нижчому за звичайну ціну.

Окремою нормою Податкового кодексу є порядок визнання доходів у разі отримання коштів цільового фінансування з фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування або бюджетів.

Кодексом зазначено, що у разі продажу товарів за договором комісії (агентським договором) платником податку – комітентом – датою отримання доходу від такого продажу вважається дата продажу товарів, що належать комітенту, яка зазначена у звіті комісіонера (агента); датою отримання доходів від продажу іноземної валюти є дата переходу права власності на іноземну валюту.

Також на відміну від діючого законодавства Кодекс встановлює датою отримання інших доходів, окремо не визначених розділом III Кодексу, дату їх виникнення, згідно з положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку.

Відповідно до пункту 7 Підрозділу 4 "Особливості справляння податку на прибуток підприємств" розділу XX Кодексу, дохід не визначається щодо товарів (результатів робіт, послуг), відвантажених (наданих) після 01.04.2011 р. в частині вартості таких товарів (результатів робіт, послуг), оплаченої у вигляді авансів (передоплати) до такої дати, у тому числі в період перебування на спрощеній системі оподаткування [9].

Таким чином, можна сказати, що у Податковому кодексі податок на прибуток підприємств зазнав змін, що пов'язані із необхідністю усунення економічно необґрунтованих розбіжностей між правилами податкового обліку і положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку щодо визнання та оцінки доходів та витрат. Проте ці зміни мають на меті підвищення своєчасності та повноти платежів. Усьому цьому сприяють більш об'єктивні норми, що точно прописані в Кодексі.

Наукова новизна даної статті полягає в представленні автором виявлених особливостей законодавства, що діяло до та після прийняття Податкового кодексу, стосовно оподаткування прибутку підприємств та їх систематизації шляхом регулювання надходжень.

*Наук. керівн. Гавкалова Н. Л.*

**Література:** 1. Козырин А. Н. Налоговый практикум : учебное пособие / А. Н. Козырин, А. А. Ялбулганов // Юстицинформ. – 2008. – 568 с. 2. Пепеляев С. Г. Налоговое право : учебное пособие / С. Г. Пепеляев. – М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2000. – 608 с. 3. Пушкарева В. М. История финансовой мысли и политики налогов



/ В. М. Пушкарева. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 192 с. 4. Юткина Т. Ф. Налоги и налогообложение : учебник / Т. Ф. Юткина. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 235 с. 5. Arthur B. Laffer The Economics of the Tax Revolt / Arthur B. Laffer, Jan P. Seymour // Harcourt College Publisher. – 138 p. 6. Hume D. Essey "Of Taxes" / Indianapolis IN: Liberty Fund, Inc. Liberty Fund, 1987. – 124 p. 7. Sachs Jeffrey. Common Wealth: Economics for a Crowded Planet / Jeffrey Sachs // Penguin Press. – 2008. – 178 p. 8. Кокшарова С. М. Податки в Україні : навчальний посібник / С. М. Кокшарова. – К. : СІРА, 2006. – 336 с. 9. Податковий кодекс України за станом на 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=275517&p=1292964190720092>. 10. Про оподаткування прибутку підприємств : Закон України : [Закон втратив чинність крім пункту 1.20 статті 1 на підставі Кодексу № 2755-VI (2755-17) від 02.12.2010 р. [Електронний ресурс] // ВВР. – 2011. – № 13 – 14, № 15 –16, № 17, ст. 112. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=334%2F94-%E2%F0>.

---

**Ставицька К. А.**

УДК 005.966-005.2(477)

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОЇ КАР'ЄРИ ЖІНКИ

*Анотація. Розглянуто проблеми, пов'язані з формуванням ділової кар'єри жінки у сфері менеджменту. Запропоновано заходи щодо підвищення конкурентоспроможності жінок на ринку праці.*

*Аннотация. Рассмотрены проблемы, связанные с формированием деловой карьеры женщины в сфере менеджмента. Предложены мероприятия для повышения конкурентоспособности женщины на рынке труда.*

*Annotation. The article considers the problems related to the woman's career promotion in the field of management. The initiatives are offered as for the womens' competitiveness increase on the labor market.*

*Ключові слова: жінка, кар'єра, бізнес, дискримінація.*

Питання рівності між жінками та чоловіками постійно виникають як у загальному розумінні, так і у сфері трудових відносин. Вони зумовили розвиток такого соціального феномена, як "гендерний рух". Це явище є цілком природне для демократичного суспільства, що розвивається.

За даними Держкомстату України, на 2010 рік у структурі населення України жінки займають 54 %, чоловіки відповідно – 46 %. Але при цьому із усіх жінок зайнятими є лише 53 %, тоді як чоловіків – 64 % [1]. Жінки, як і раніше, складають меншість у сфері управління, особливо на середньому та вищому рівнях.

У зв'язку з цим важливо визначити чинники, які заважають сучасній жінці у зростанні її ділової кар'єри. Для вирішення цієї проблеми корисним є аналіз теоретичних досліджень учених-економістів, адже саме поєднання теоретичного і практичного досвіду дозволять розробити концепцію, здатну призвести до кращого використання трудового потенціалу жінок.

Тематику використання праці жінок детально розглядали такі вчені: І. Багрова, Д. Богиня, М. Долишний, Ю. Краснова, Е. Лібанова, Т. Мельник, О. Нестерцова-Собакар, М. Прокопенко, В. Піскунов, А. Перковський, В. Стешенко, Н. Рімашевська, А. Титаренко, К. Якуба та ін. Але не всі аспекти даної проблеми розкриті повною мірою. Тому дослідження та об'єктивна оцінка становища жінки як суб'єкта трудового потенціалу має не тільки теоретичне, а й практичне значення.

Мета дослідження полягає у визначенні позиції жінки в соціально-трудових відносинах, розробці рекомендацій щодо соціалізації трудової активності жінок та ліквідації проблем гендерного походження.

Останнім часом у міжнародній практиці відбувається стрімке зростання числа жінок на менеджерських посадах. Це яскраві особистості, ініціативні, енергійні, які здатні приймати рішення, відстоювати свою думку, незалежність. Жінки-керівники мають ряд переваг, порівняно з чоловіками: володіють більш тонким соціальним інтелектом, краще відчують нюанси відносин, вміють оцінювати, прогнозувати поведінку інших людей, контролюють свої і чужі помилки.

Американський соціолог Е. Боулдінг зазначає, що соціальна роль сучасної жінки пов'язана більше з внутрішніми особливостями суспільства, ніж із зовнішніми. Зберігається дискримінація жінок, хоча вже не в явній, а в прихованій формі. Так, погляд на те, що основна роль жінки – бути матір'ю, вести домашнє господарство, а головне в житті чоловіка – це робота, є бар'єрами у свідомості та поведінці людей, причиною нерівності соціальних позицій чоловіків і жінок [2].



Розглядаючи проблеми якості життя населення, Д. Богиня розкриває необхідність жінки бути активним учасником трудового та громадського життя. Вибір життєвого шляху жінка робить відповідно до своїх особистих якостей, переваг, уподобань, життєвих обставин, але можливість такого вибору значною мірою залежить від економічної та моральної підтримки, яку надає їй держава і суспільство.

Зайняти керівні позиції жінка має більше шансів у стійкому суспільстві, а наше, на жаль, ще далеке від стабільності. І тому жінка опинилася в парадоксальній ситуації: керуючи сім'єю, виховуючи дітей, вона змушена заробляти гроші. Все це досить важко поєднати [3].

Трудове законодавство України проголошує формальну рівність, забороняє дискримінацію на ринку праці. Але на практиці жінки мають менше можливостей кар'єрного зростання, працюють переважно в низкооплачуваній сфері, зазнають труднощів при працевлаштуванні. 80 % безробітних в Україні – жінки. Рівень жіночої заробітної платні становить у середньому 73 % від платні чоловіків. Практично питома вага жінок у складі вивільнених працівників постійно зростає і значно перевищує їхню частку серед числа працюючих чоловіків. Скорочується попит на робочу силу в державному секторі, що також ускладнює становище жінки [4].

Для більш детально розкриття аспектів залучення жінки в соціально-трудові відносини необхідно розглянути розподіл жінок за сферами діяльності.

У приватному бізнесі гендерний баланс зберігається більш-менш стало: 50,4 % жінок – 49,6 % чоловіків. Також більше 50 % жінок зайняті у сфері сільськогосподарського виробництва. Торгівля і послуги – традиційно жіночі сфери – займають друге місце. Бізнесом у промисловості займається 2 % жінок. В юридичній сфері, у Вищому господарському суді України близько 40 % суддів – жінки, в обласних – жінки-судді складають 60 %. У складі Верховної Ради жінки складають 5 % від загальної кількості депутатів (середній світовий показник – 10 %).

Вік жінки також впливає на її трудову та професійну діяльність, адже створення сім'ї та виховання дітей гальмують або навіть зупиняють кар'єрне просування. На рисунку зображено розподіл жінок, зайнятих у бізнесі, на 2010 рік [4].

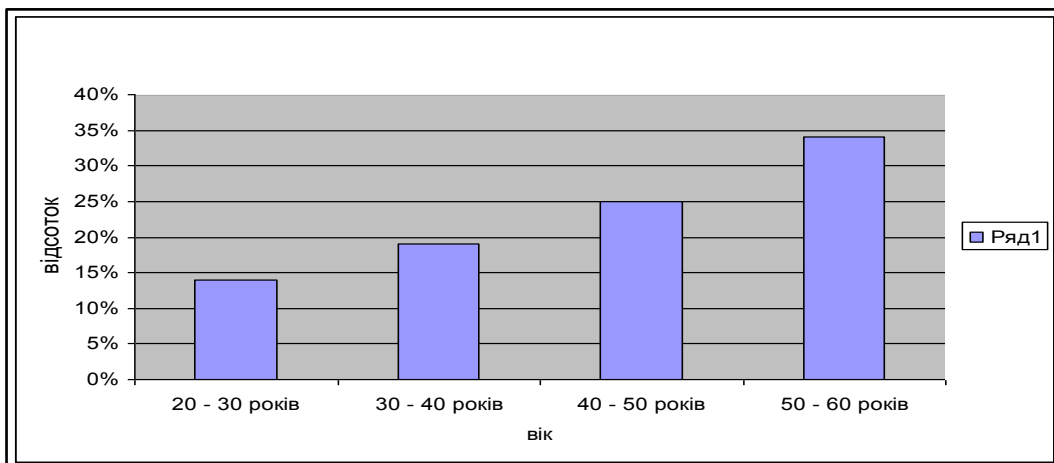


Рис. Розподіл жінок-підприємців за віком у 2010 році

Видно, що найбільша група жінок-підприємців – передпенсійного та пенсійного віку. Для них бізнес, як правило дрібний, є засобом виживання. Кваліфікованих, готових до сучасного ринку підприємниць слід очікувати від молодшого покоління українок, а їх на сьогодні близько 14 %.

Проблема постає тому, що жінкам часто не вистачає стартового капіталу для започаткування власного бізнесу. Проте існує ряд стимулів, що змушують жінок серйозно замислитись про заснування власної справи. Прагнення бути причетною до економіки держави, незалежною від чоловіка та здатною забезпечити свою сім'ю в майбутньому обумовлюють такі дії.

Виділяються дві основні групи жінок-підприємців. Перша – особи з високою кваліфікацією, знанням мов, орієнтовані на роботу з міжнародним бізнесом. Це дуже незначна, порівняно з чоловіками, група жінок. Серед причин – загальний дефіцит спеціалістів високого класу і традиційна монополія чоловіків у діловому світі. Друга категорія – жінки середньої кваліфікації, що ризикнули створити власне підприємство, як правило, у сфері побутових послуг. Проте умови жорсткої конкуренції часто не дають такому бізнесу розвиватися [5].

Було б справедливо, аби держава надавала деякі пільги "жіночому" бізнесу, як це відбувається у ряді розвинених країн. Держава повинна сприяти участі жінок у підприємницькій діяльності для забезпечення рівних прав та можливостей.

Задекларованої, легітимної дискримінації жінок в Україні не існує. Конституція України затверджує демократичні основи розвитку держави, свободи особистості, загальні політико-правові засади гендерної рівності [6]. У цьому значенні Конституція (зокрема, ст. 24) цілком відповідає світовим стандартам, визначеним у багатьох міжнародних документах. Проте актуальною лишається проблема приведення всієї системи законодавства у відповідність до конституційних принципів гендерної рівності.



Для подолання порушень гендерної демократії, що спостерігаються у реальному житті, необхідно більшу увагу приділяти даній проблемі. Суттєву роль у цьому відіграє правильна система контролю за виконанням чинних законів і підзаконних актів. Допомогти у цьому може створення кваліфікованого громадського органу для проведення "гендерної експертизи" як існуючих законів, так і нових законопроектів.

Не менш важливою умовою в подоланні ускладнень у трудовій сфері є обізнаність самих жінок про наявні у них права, пільги та гарантії, закріплені у вітчизняному та міжнародному законодавстві, а також наявність ініціативи щодо їх реалізації.

Відстоювати свої права при дискримінації та інших порушеннях законодавства відносно жінок у трудових правовідносинах не тільки можливо, а й необхідно для формування правового підходу роботодавців до найманих працівників, а також попередження таких порушень.

Таким чином, можна стверджувати, що питанню забезпечення рівних прав між жінками та чоловіками у сфері соціально-трудова відносин треба приділяти більше уваги. Необхідно включити в стратегію розвитку держави заходи щодо ліквідації проблем гендерного походження. Законодавче закріплення й практичне забезпечення гендерної рівності жінок і чоловіків є безсумнівним показником розвинутого громадянського суспільства.

*Наук. керівн. Кожанова Є. П.*

**Література:** 1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 2. Боулдинг Е. Гендерна психологія / Е. Боулдинг. – СПб. : Прайм Еврозонак, 2003. – С. 123. 3. Богиня Д. П. Трудовий менталітет в системі стратегічного розвитку України / Д. П. Богиня // Стратегія економічного розвитку України. – 2005. – № 7. – С. 42–51. 4. Сергій О. Гендерний аспект праці ринку України / Сергій О., Рандіна А. // Управление трудовыми ресурсами. – 2010. – № 5. – С. 35–36. 5. Мельник Т. М. Гендерна політика в Україні / Т. М. Мельник. – К., 1999. – С. 28–35. 6. Конституція України. – Х. : Рубікон, 1996. – С. 7–8. 7. Багрова И. В. Женский труд: социально-экономические проблемы / И. В. Багрова. – К. : Высшая школа, 2006. – С. 18–20.

---

**Мордовец А. В.**

УДК 005.952:631.1

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

*Аннотация. Проанализированы основные проблемы формирования трудовых ресурсов, предложены пути повышения эффективности формирования, развития, управления трудовыми ресурсами на сельскохозяйственных предприятиях.*

*Анотація. Проаналізовано основні проблеми формування трудових ресурсів, запропоновано шляхи підвищення ефективності формування, розвитку, управління трудовими ресурсами на сільськогосподарських підприємствах.*

*Annotation. The main problems of human resources, formation were analysed, ways to improve the formation, development, human resource management on farms were suggested.*

*Ключевые слова: трудовые ресурсы, сельскохозяйственные предприятия, инвестиции, инновации, социальная и экономическая составляющие.*

В последнее время Украина переживает кардинальные изменения во всех сферах экономики, которые требуют разработки и использования новых научных подходов к управлению, планированию для достижения повышения эффективности функционирования предприятий. Одним из источников повышения эффективности сельскохозяйственного производства является совершенствование процесса формирования кадрового потенциала, регулирования и управления трудовыми ресурсами. Эти направления должны стать приоритетными для развития АПК Украины.

---

© Мордовец А. В., 2012





Трудовые ресурсы аграрных предприятий – совокупность работников, которые способны работать в сельском хозяйстве, то есть имеют необходимое физическое развитие, знания, практические навыки для качественного и своевременного выполнения предусмотренных технологией работ в данной сфере материального производства [1, с. 165].

В последнее время на сельскохозяйственных предприятиях прослеживается значительное снижение численности трудовых ресурсов и эффективности их использования, что обусловлено рядом причин: низкими заработными платами и задолженностями по выплатам, миграциями сельского населения, негативной демографической ситуацией, а также недостаточными профессиональными знаниями по вопросам формирования и рационального управления трудовыми ресурсами, отсутствием необходимой кадровой политики. Игнорирование таких проблем приведет к негативным изменениям в количественном и качественном составе трудовых ресурсов сельского хозяйства, что в итоге отразится и на результатах деятельности всего агропромышленного комплекса Украины.

Цель данной статьи – проанализировать и определить основные причины, которые влияют на формирование трудовых ресурсов в сельском хозяйстве; выявить резервы эффективного использования трудовых ресурсов.

Проблемами формирования, управления, функционирования, воспроизводства трудовых ресурсов в сельском хозяйстве занимались такие ученые, как: В. Андрийчук, Д. Богиня, В. Лишиленко, Л. Курбацкая, К. Якуба и др.

Социальной составляющей трудовых ресурсов являются люди как работники в определенных производственных условиях, а экономической – рабочее время, которое необходимо для выполнения общественно необходимого труда. Социально-экономическими проблемами исследования трудовых ресурсов занимались такие ученые, как: О. Богуцкий, В. Герасимчук, Е. Либанова, В. Терещенко и другие, которые утверждали, что труд человека играет главную роль в рациональном использовании земли, средств труда и других ресурсов. Поэтому инвестиции в кадры являются обязательным условием достижения эффективного функционирования сельского хозяйства. Инвестирование в человеческие ресурсы является также одним из способов решения проблем, которые возникают в аграрной сфере Украины [2].

В рыночных условиях хозяйствования для предприятий аграрного сектора экономики Украины одной из главных проблем является привлечение инвестиционных и инновационных ресурсов. Функционирование сельскохозяйственных предприятий невозможно без инвестиций. Проанализировав инвестиции в сельское хозяйство за последние двадцатилетие, можно выделить 4 этапа развития инвестиционного процесса [3] (таблица).

Таблица

**Этапы инвестиционного процесса в сельском хозяйстве Украины**

Этапы	Период	Характеристика
Первый	1991 – 1995	Благоприятные условия финансирования строительства объектов непроизводственного использования в сельской местности
Второй	1996 – 2000	Сокращение инвестиций в сельское хозяйство
Третий	2001 – 2005	Темпы инвестиционного сокращения уменьшаются
Четвертый	2006 – 2010	После кризисное увеличение объемов инвестиций

В 2010 году в сельское хозяйство было вложено 12,2 млрд грн инвестиций, что на 16,5 % меньше, чем в 2009 году. Эта сумма от общегосударственного объема инвестиций составляет 7,1 % в 2010 году, а 2009 году – 6,2 %. В развитие предприятий сельского хозяйства по состоянию на 1 января 2011 года вложено 833,7 млн долл. США прямых иностранных инвестиций, что составило 1,9 % от общего объема иностранных инвестиций в Украину. Прирост объемов иностранного капитала в сельское хозяйство с учетом переоценки, потерь и курсовой разницы за 2010 год составляет 40,7 млн дол. США [4].

Таким образом, независимо от принятия Закона Украины "О приоритетности социального развития села и аграрного комплекса в народном хозяйстве" инвестирование сельского хозяйства осуществлялось по остаточному принципу. В результате чего взамен приоритетного развития аграрного сектора сформировалась тенденция сокращения объемов государственного инвестирования.

Важной проблемой является формирование и эффективное использование трудовых ресурсов на предприятиях сельского хозяйства Украины. Подготовка высококвалифицированных специалистов сельского хозяйства, их рациональное структурное размещение зависит от существующих систем формирования, использования и управления трудовым потенциалом.

Как отмечалось выше, численность трудовых ресурсов, занятых в сельском хозяйстве, постоянно сокращается. Наряду с указанными причинами сокращения численности необходимо отметить следующие: демографическая ситуация в стране, особенно в сельской местности, низкая оплата труда, трудовая миграция и т. д.

Осуществляется старение сельского населения. На многих предприятиях сельского хозяйства возрастная структура занятых такая, что практически треть в ближайшие пять лет выйдет на пенсию. Это усугубляет проблему регулирования трудовых ресурсов в аграрном секторе еще сильнее.



Зарботная плата работников аграрных предприятий в сравнении с другим трудоспособным населением является низкой. Среднемесячная номинальная зарботная плата одного работника предприятия сельского хозяйства в 2010 году по сравнению с 2009 годом увеличилась на 19,4 %, но при этом остается одной из самых низких среди всех видов деятельности и составляет 1 430 грн [4].

Низкая оплата труда, задолженности по выплатам зарботных плат, недостаточное финансирование сельскохозяйственной сферы и т. д. стимулируют увеличение трудовой миграции сельского населения. В сельской местности преобладает внутрeннерегиональная миграция.

Для повышения занятости сельского населения в сельском производстве, регулирования миграционных потоков, снижения безработицы государство разрабатывает нормативно-правовую базу. В частности, в 2004 году Кабинетом Министров Украины была разработана Комплексная программа поддержки возрождения украинского села, которая была направлена на улучшения условий труда сельского населения, совершенствование социальной инфраструктуры, что должно было способствовать привлечению молодых специалистов.

Таким образом, для повышения эффективности формирования, развития, управления трудовыми ресурсами на сельскохозяйственных предприятиях необходимо [5]:

- 1) способствовать привлечению инвестиций и инноваций в развитие сельского хозяйства;
- 2) способствовать увеличению зарботной платы работников сельского хозяйства (привлечь персонал к повышению квалификации, что позволит повышать зарботную плату);
- 3) создавать дополнительные рабочие места, с помощью чего оказать влияние на регулирование трудовой миграции сельского населения;
- 4) разработать программы социально-экономического развития агропромышленного комплекса, которые направлены на совершенствование сельской инфраструктуры, на улучшения условий труда;
- 5) улучшать социальную поддержку для молодежи и молодых семей.

Таким образом, резкое сокращение трудовых мест в сельском хозяйстве из-за отсутствия альтернативы трудоустройства, низкий уровень зарботной платы, высокий уровень трудовой миграции, старение сельского населения являются основными проблемами, которые требуют коренного изменения существующей системы в сельском хозяйстве.

*Научн. рук. Кожанова Е. Ф.*

**Литература:** 1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств : підручник / В. Г. Андрійчук. – К. : ІЗМН, 1996. – 512 с. 2. Азизов П. Организация производства и аграрного бизнеса в сельскохозяйственных предприятиях / Азизов П., Канинский И. К., Скупий В. М. – К. : ІАЕ, 2001. – 834 с. 3. Економіка в АПК [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.slideshare.net/slavalist/ss-7446655>. 4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 5. Замора О. І. Основні тенденції формування використання трудових ресурсів на аграрних підприємствах / Замора О. І. // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4. – С. 85–90. 6. Яценко В. М. Управління трудовими ресурсами сільськогосподарських підприємств на Черкащині / Яценко В. М., Кошулько О. П. // Економіка, фінанси та право. – 2006. – № 7. – С. 14–19.

---

**Федчук И. Г.**

УДК 330.322(477)

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В УКРАИНЕ**

*Анотация. Рассмотрены понятия "инвестиционный климат"; "инвестиционная привлекательность", "инвестиционный риск", а также исследован инвестиционный климат Украины.*

*Анотація. Розглянуто поняття "інвестиційний клімат", "інвестиційна привабливість", "інвестиційний ризик", а також досліджено інвестиційний клімат України.*

*Annotation. Concepts of "investment climate", "investment attractiveness", "investment risk"; Ukraine's investment climate were considered in the article.*

*Ключевые слова: инвестиционный климат, инвестиционная привлекательность, инвестиционные риски.*

---

© Федчук И. Г., 2012



В наше время исследование инвестиционного климата весьма актуально, так как он является основой для принятия любого инвестиционного решения. Необходимо учитывать мотивации как инвестора, так и субъекта инвестирования – хозяйственную систему: регион, отрасль промышленности, холдинг, отдельно взятое предприятие и др.

Как экономическая категория инвестиционный климат – это совокупность субъективных и объективных условий функционирования инвестиционного рынка, формирующаяся под воздействием взаимосвязанных процессов и характеризующая основной компонент инвестиционной деятельности [1].

Проблемой инвестиционного климата есть ожидаемая доходность на вложенный капитал, сопоставимая со степенью риска, а также получение бюджетного, социального или экологического эффектов от освоения инвестиций.

Целью данной статьи является определение состояния инвестиционной привлекательности и инвестиционного климата в Украине.

На сегодняшний день Украина имеет достаточно неблагоприятный инвестиционный климат. В современной Украине управление инвестиционными процессами является чрезвычайно сложным, потому что инвестиционная деятельность в условиях кризиса есть слабой; инвестиционная политика – нестабильной, что связано с законодательной базой, налоговой политикой и т. п.

В современных условиях выхода экономики Украины из кризисного состояния инвестиции являются наиболее эффективным рычагом этого явления и создание инвестиционной привлекательности становится одной из главных задач [2].

Инвестиционная привлекательность представляет собой систему различных объективных условий (признаков) законодательно-правового, социально-политического, экономического характера, обуславливающих интенсивность привлечения инвестиций в основной капитал и создающих предпосылки к мотивированному проявлению инвесторами инвестиционной деятельности [1].

Социально-экономическими показателями инвестиционной привлекательности Украины являются:

- состояние рынка труда;
- уровень заработной платы работников;
- уровень инновационной и образовательной деятельности научных заведений;
- степень обеспеченности населения жильем и коммунальными услугами и др. [3].

За последние годы Украина осуществила ряд успешных шагов на пути интеграции в мировое экономическое пространство. В свою очередь, это повысило инвестиционную привлекательность Украины. Среди таких шагов следует назвать:

- признание ЕС и США рыночного статуса экономики Украины;
- отмена Сенатом США поправки Джексона – Веника относительно Украины;
- подписание более чем 70 странами мира соглашений о содействии и взаимной защите инвестиций;

заклучение 60 международных договоров об избежании двойного налогообложения (все страны Европы и СНГ, а также страны Азии, Северной и Южной Америки и Африки); ратификация Вашингтонской Конвенции 1965 года о порядке решения инвестиционных споров между государствами и иностранными субъектами хозяйствования; обретение Украиной 16 мая 2008 года членства в СТО [4].

Также необходимо помнить о том, что неотъемлемой частью инвестиционной деятельности является вероятность возникновения различных рисков.

В экономической литературе можно встретить различные определения понятия риска. Как правило, эти определения даются применительно к какой-либо конкретной деятельности. Балабанов И. Т. дает следующее определение: "Под риском понимается возможная опасность потерь, вытекающая из специфики тех или иных явлений природы и видов деятельности человеческого общества. Риск – это историческая и экономическая категория" [5].

В. Москвин определяет категорию "риск" как возможность наступления события под влиянием каких-либо факторов, а понятие риска – возможность неполучения ожидаемых средств от финансирования данного проекта [1].

Понятие "инвестиционный риск" как экономическая категория представляет собой возможность возникновения различного рода событий под влиянием каких-либо факторов или совокупности этих факторов, обуславливающих ухудшение инвестиционного климата. Негативные тенденции способны отрицательно повлиять на инвестиционную привлекательность и уровень инвестиционной активности.

Основные инвестиционные риски, которые могут стать перед инвестором, решившим вложить средства в экономику Украины на сегодняшний день, являются:

- риски, связанные с развитием политической ситуации в Украине (риск проведения неблагоприятной для инвестора экономической политики);
- риски, связанные с экономическими процессами (риск общего банковского кризиса, дефолта; риск неблагоприятного изменения курса гривны по отношению к основным мировым валютам в условиях режима плавающего обменного курса; риск потерь из-за негативных изменений процентных ставок по депозитам);



риски возникновения обстоятельств непреодолимой силы, главным образом стихийного (природные катаклизмы) и геополитического характера (внешние военные действия);

риски, основаны на условиях, сложившихся в конкретной (экономической, административной, производственной) среде, в которой он намеривается осуществлять свою деятельность и др. [6].

Сознавая важность улучшения инвестиционного климата в Украине, главной задачей на краткосрочную перспективу является совершенствование необходимой правовой и организационной базы для повышения дееспособности механизмов обеспечения благоприятного инвестиционного климата и формирования основы сохранения и повышения конкурентоспособности отечественной экономики. Для этого необходимо осуществить ряд первоочередных мероприятий по формированию единых стратегических целей и последовательности экономических реформ, обеспечению неизменности и гарантированности защиты прав и свобод инвестора.

Научн. рук. Кожанова Е. Ф.

**Литература:** 1. Котуков А. А. К вопросу исследования понятия "инвестиционный климат" / Котуков А. А. // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 4(28). – С. 53–55. 2. Грабенко О. В. Страхування ризиків інвестиційної діяльності / Грабенко О. В. // Фінанси України. – 2007. – № 9. – С. 109–111. 3. Величко І. Аналіз соціально-економічних складових інвестиційного потенціалу Дніпропетровської області / Величко І., Матвієць М. // Економіст. – К., 2007. – № 2. – С. 25–27. 4. Бизнес-информация/Инвестиции / [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://ukraine.allbusiness.ru/content/document\\_r\\_F0827E8B-22D6-4780-9C88-9281B31E1868.html](http://ukraine.allbusiness.ru/content/document_r_F0827E8B-22D6-4780-9C88-9281B31E1868.html). 5. Балабанов И. Т. Риск-менеджмент / Балабанов И. Т. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 188 с. 6. Инвестиционные риски на Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ucheba.ru/referats/17623.html>.

---

**Беженарь О. А.**

УДК 005.956.2

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **ПРОБЛЕМА ВЫСВОБОЖДЕНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ**

*Аннотация. Рассмотрены процесс высвобождения персонала предприятия, а также причины необходимости высвобождения персонала, виды, программа осуществления процесса высвобождения и предложены рекомендации для осуществления данного процесса.*

*Анотація. Розглянуто процес вивільнення персоналу підприємства, а також причини необхідності вивільнення персоналу, види, програму здійснення процесу вивільнення та запропоновано рекомендації для здійснення даного процесу.*

*Annotation. This article discusses the process of releasing personnel of the enterprise, considers the reasons for the need to release staff types, the software implementation process of release and recommendation for implementation of the process.*

*Ключевые слова: высвобождение персонала, процесс высвобождения, причины высвобождения персонала.*

С течением времени и динамическими изменениями в крайне нестабильной экономической и политической среде меняются потребности в сотрудниках. Внедрение новых модернизированных технологий, реструктуризация, сокращение выпуска определенного вида продукции в связи с сокращением спроса на них, снижение конкурентоспособности предприятия и, как следствие, поиск путей снижения себестоимости продукции приводят к накоплению излишков персонала. Возникает проблема высвобождения персонала, которая рассматривается в работах многих отечественных и зарубежных ученых, занимающихся проблемами управления персоналом: Л. Балабанова, А. Егоршин, Л. Карташова, Д. Клим, Ю. Одегов, О. Сардак, В. Цветаев, что приобретает необходимость исследования данной темы.

---

© Беженарь О. А., 2012

Было замечено, что в результате высвобождения поставленные цели достигаются далеко не всегда, а затраты на его реализацию высоки и сочетаются с различными негативными эффектами и последствиями для широкого круга участников. Поэтому был сделан вывод о том, что для достижения желаемого результата с минимальными общими затратами высвобождением работников необходимо управлять [1].

Однако проблема высвобождения персонала – одна из самых сложных, болезненных и деликатных проблем в кадровом менеджменте, что и определяет актуальность данной темы.

Целью работы является исследование сущности процесса высвобождения персонала и его значение для деятельности предприятия.

Высвобождение персонала – движение работников, обусловленное ликвидацией рабочих мест или такой их реорганизацией, при которой изменяются требования к профессии (специальности) или квалификации работника, а также в связи с расторжением трудового договора по инициативе одной из сторон (работодателя или работника) или уходом на пенсию [2].

В результате изучения и обобщения литературных источников [3], автором представлены виды высвобождения персонала, представленные на рис. 1.

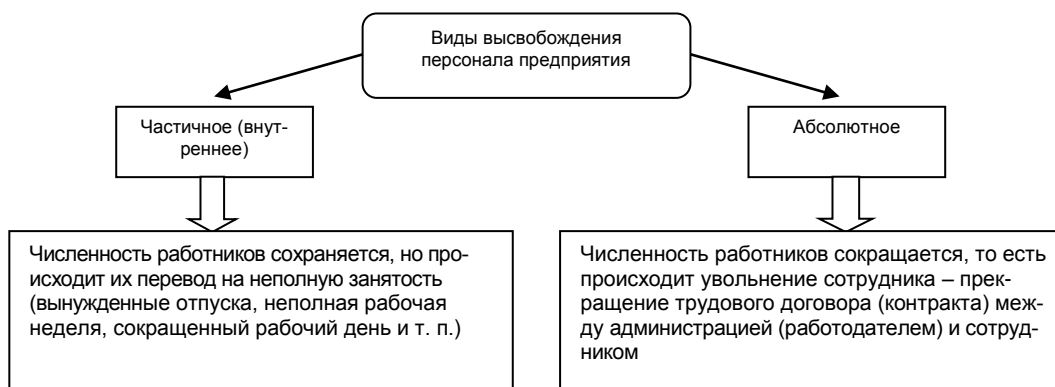


Рис. 1. Виды высвобождения персонала

Возможные причины высвобождения работников следующие:

- 1) сокращение производства, вызванное конъюнктурными или конкурентными причинами;
- 2) технические усовершенствования производства;
- 3) диспропорция численности персонала по причине управленческих ошибок [4].

Автором разработан ряд последовательных этапов составления программы мероприятий по высвобождению персонала (рис. 2).



Рис. 2. Этапы принятия решений по высвобождению персонала

Критерии, по которым будут отбирать претендентов на высвобождение, описываются либо в коллективном договоре, либо определяются на собеседованиях с профсоюзами, либо же устанавливаются управленческим аппаратом предприятия в зависимости от конкретной сложившейся ситуации. Рекомендованный набор критериев отбора претендентов на высвобождение представлен в таблице [5].

## Критерии отбора претендентов на высвобождение

Критерии	
экономическая эффективность	социальная защищенность
Показатели эффективной работы. Квалификация. Способности. Мобильность. Умение быстро адаптироваться к новым условиям. Готовность переучиться и повысить квалификацию	Стаж работы в компании. Возраст. Наличие иждивенцев. Состояние здоровья. Сложившиеся трудовые отношения (срочный/бессрочный трудовой договор, постоянные и временные работники)

Среди основных направлений поддержки высвобождаемых сотрудников наиболее распространенными являются:

метод аутплейсмента – это совокупность методов, с помощью которых кадровые службы осуществляют заинтересованным лицам, которые увольняются, помощь в трудоустройстве за счет предприятия в оптимальный срок и при наиболее благоприятных условиях [6];

компенсации при потере работы. Они могут осуществляться в следующих формах: выходного пособия и пособия по безработице. Эти два вида платежей осуществляются обычно для выполнения различных целей. Выходное пособие, которое выплачивается в момент увольнения, выдается главным образом с целью вознаградить работника за потерю работы или его прошлые заслуги. Пособие же по безработице имеет главной целью обеспечить существование на период вынужденной беззанятости [7].

Кроме того, осуществляется помощь высвобождаемым сотрудникам справиться с эмоциональным грузом ситуации сокращения, то есть HR-служба проводит своеобразную психотерапевтическую работу, уменьшая последствия стресса [1].

На основе изученной информации автор предлагает некоторые рекомендации, с помощью которых можно уволить сотрудника с наименьшими моральными и психическими осложнениями:

1. Не уведомляйте работников об увольнении в конце недели или за день до праздника, когда у них будет дополнительное время для размышления. Это не касается немедленных увольнений, то есть тех нарушений, которые связаны с кражами и другими серьезными негативными поступками работников.

2. Сообщайте причину увольнения официально, с точными и аргументированными фактами плохого выполнения подчиненным работы или тяжелого положения организации.

3. Не говорите никому, кроме тех, кто должен знать, о том, что работник будет уволен. Если такая информация распространится, то это может произвести панику во всей организации и увеличить чувство возмущения увольняемого.

4. Поручите одному из своих ближайших сотрудников контактировать с уволенным работником до тех пор, пока он не найдет другое место работы.

Некорректно уволенный сотрудник может нанести серьезный урон предприятию: распространение сплетен и, как следствие, формирование испорченной деловой репутации предприятия, появление судебных санкций и внеплановых проверок различными инстанциями, которые влекут за собой дополнительные затраты. Поэтому к процессу высвобождения персонала предприятия необходимо относиться серьезно, так как человеческие ресурсы наиболее важные в деятельности предприятия.

*Научн. рук. Кожанова Е. Ф.*

**Литература:** 1. Бедненко А. В. Увольнение работников по сокращению численности или штата и при ликвидации организации / Бедненко А. В. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ipnou.ru/article.php?idarticle=006286>. 2. Высвобождение персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://kurs.ido.tru.ru/courses/manag\\_staff/tema16/tema16.htm](http://kurs.ido.tru.ru/courses/manag_staff/tema16/tema16.htm). 3. Балабанова Л. В. Организация праці менеджера : підручник / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К. : Професіонал, 2007. – 416 с. 4. Шекшня С. В. Управление персоналом современной организации : учебно-практическое пособие / С. В. Шекшня. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЗАО "Бизнес-школа", 2002. 5. Одегов Ю. Г. Управление персоналом, оценка эффективности : учебное пособие для вузов / Одегов Ю. Г., Карташова Л. В. – М. : Экзамен, 2004. – 211 с. 6. Цветаев В. М. Кадровый менеджмент / Цветаев В. М. – М. : Проспект, 2004. – 198 с. 7. Егоршин А. П. Управление персоналом : учебник для вузов. – 4-е изд., испр. – Н. Новгород: НИМБ, 2003. – 720 с. 8. Методика работы с негативной эмоциональной волной в ситуации высвобождения персонала [Электронный ресурс] / Д. Клим, А. Авраменко. – Режим доступа : <http://www.kadrovik.ru/modules.php?op=modload&name>.

## ВИДИ СИСТЕМНОГО АНАЛІЗУ КОНФЛІКТУ

*Анотація. Узагальнено види системного аналізу конфлікту, що дають змогу їх регулювати та попередити їх виникнення.*

*Аннотация. Обобщены виды системного анализа конфликта, которые дают возможность их регулировать и предупредить их возникновение.*

*Annotation. This article summarizes types of system analysis of the conflict, allowing to regulate and prevent them.*

*Ключові слова: конфлікт, аналіз конфлікту, системний підхід, регулювання конфліктів.*

Аналіз конфлікту є неодмінною передумовою його розв'язання, оскільки дає змогу пізнати його глибину, складність і позиції сторін.

Аналіз конфлікту – процес уявного розкладання цілісного конфлікту на підструктури та елементи. Конфлікт – дуже складне явище, що володіє великим числом характеристик, оцінити які людський мозок не має змоги. Єдиний спосіб і перший етап у пізнанні конфліктів – розкладання їх на більш прості складові частини.

Предметом дослідження є системний аналіз конфлікту, об'єкт – конфлікт.

Метою даної статті є узагальнення видів системного аналізу конфлікту.

Аналіз конфліктів застосовується в інтересах як дослідження конфліктів у цілому, так і вивчення їх елементів, видів, рівнів, етапів та динаміки. Найбільш ефективним видом аналізу конфлікту є системний аналіз. На думку Шипілова А., аналіз конфліктів доцільно проводити, використовуючи три види системного аналізу: системно-структурний, системно-функціональний та системно-генетичний. Ураховуючи ключову роль інформації у розвитку, діагностиці та управлінні конфліктом, необхідний також системно-інформаційний аналіз. Цей вид поки не розроблений і застосовується конфліктологами епізодично у вигляді окремих елементів.

Системно-структурний аналіз конфлікту полягає, по-перше, у розгляді його як цілого, що складається із системи підструктур, які, у свою чергу, складаються з елементів, які не розкладаються на підструктури. По-друге, будь-який конфлікт входить як підсистема в систему більш високого рівня [1].

Системно-функціональний аналіз конфлікту – вид системного аналізу конфліктів, який виявляє характер і способи впливу одних елементів конфлікту на інші, а також його можливого впливу на конфлікти інших рівнів та в цілому на соціальне середовище. Системно-функціональний аналіз конфлікту відрізняється від системно-структурного аналізу конфліктів тим, що націлений на вивчення конфлікту не як об'єкта, а як процесу.

Системно-генетичний аналіз конфлікту – дослідження рушійних сил еволюції, розвитку та динаміки конфлікту. Він полягає в розкритті обумовленості конфліктів факторами макро- і мікросередовища, залежно від суб'єктивного світу учасників конфлікту, визначенні ієрархії причин, які породжують конфлікти.

Системно-інформаційний аналіз конфлікту – виявлення ролі інформації, її функцій у зародженні, розвитку та завершенні конфлікту. Він полягає в аналізі закономірностей інформаційного обміну між основними підструктурами конфлікту, динаміки пізнавальних процесів у психіці опонентів та інших учасників конфлікту, основних факторів, що впливають на повноту та об'єктивність інформаційних моделей конфліктної ситуації у її суб'єктів [2].

Городяненко В. Г. додав ще один вид системного аналізу конфлікту до чотирьох основних – системно-ситуаційний аналіз конфлікту, який є одним із перспективних наукових методів емпіричного дослідження конфліктів.

При системно-ситуаційному аналізі конфлікт розглядається як соціально обумовлена і динамічна система, яка не зводиться до простої суми своїх елементів, що володіє структурою, в якій властивості елемента визначаються його місцем у цій структурі. Як одиниця системно-ситуаційного аналізу конфлікту використовується конфліктна ситуація, що має певні змістовні та динамічні характеристики, часові та просторові межі [3].

Анцупов А. Я. на основі аналізу практики сучасних досліджень у країні та за кордоном з позиції системного підходу виділяє ще два види системного аналізу конфліктів – міждисциплінарний аналіз конфлікту та системно-змістовний аналіз конфлікту.

Необхідність міждисциплінарного аналізу конфлікту викликана унікальністю конфлікту як явища, дослідження якого займаються шістнадцятьма наук. Він вимагає, щоб при вивченні конфлікту максимально повно використовувались знання, отримані в усіх галузях конфліктології.



Системно-змістовний аналіз конфлікту – вивчення конфлікту відповідно до універсальної понятійної схеми його опису [2].

Виходячи з цих визначень, на думку автора, доцільно використовувати всі види системного аналізу конфлікту для повного та ефективного вивчення, визначення причин виникнення й регулювання конфліктів. На рисунку наведено види системного аналізу конфлікту.

Кожен вид системного аналізу має певне значення, тому при аналізі певних конфліктних ситуацій необхідно враховувати результати кожного виду для ефективного їх регулювання.

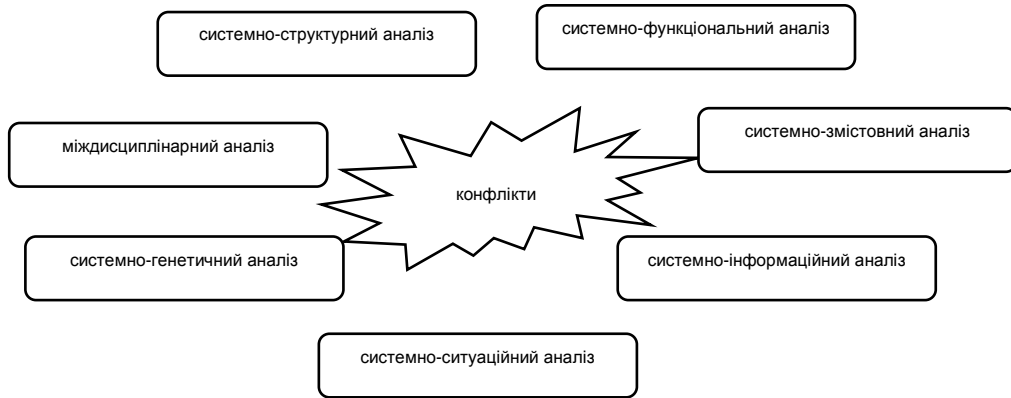


Рис. Види системного аналізу конфлікту

Результати системно-структурного аналізу дозволяють виявити всю сукупність елементів, з яких складається конфлікт. Він характеризує статичну складову конфлікту.

Результати системно-функціонального аналізу полягають у демонстрації всіх істотних взаємозв'язків між елементами, визначеними в результаті системно-структурного аналізу, який характеризує динамічну складову конфлікту. Зовнішні функції конфліктів можуть бути деструктивними і конструктивними. Конфлікт, як правило, є конструктивним [4].

Результати системно-генетичного аналізу дозволяють оцінювати основні напрями і рушійні сили еволюції та динаміки конфліктів, причинно-наслідкові зв'язки між структурними елементами конфлікту, фіксувати фактори об'єктивного і суб'єктивного характеру, вибудовувати ієрархію зазначених елементів. Таким чином, значення цього виду аналізу в рамках системної концепції конфлікту досить велике. Результати системно-інформаційного аналізу конфліктів дозволяють по-новому оцінити значення інформації як в оцінці наших уявлень про конфлікти, так і в роботі з конфліктами [1].

Результати системно-ситуаційного аналізу конфліктів дозволяють конфліктологам всебічно представити саме досліджуване явище і його основні елементи. Системно-ситуаційний аналіз може бути успішно застосований в інтересах вивчення конфліктів будь-якого рівня, починаючи від внутрішньоособистісних і закінчуючи міжнародними.

Результати системно-змістовного аналізу конфліктів забезпечать системній концепції міцність за рахунок вироблення спільного підходу до системи понять і категорій, що описують конфлікти в рамках 16 наук, які активно його вивчають. Цей фактор здійснив би серйозний вплив і на формування конфліктології як самостійної галузі знань. Аналіз публікацій у всіх галузях конфліктології, власні дослідження авторів дозволили запропонувати такий варіант загальної понятійно-категоріальної схеми опису конфліктів: сутність, класифікація, структура, функції, динаміка, еволюція, генезис, інформація в конфлікті, попередження, завершення, дослідження і діагностика [5].

Важливою частиною системної концепції конфліктів є вимоги, які витікають з міждисциплінарного підходу до дослідження і регулювання конфліктної взаємодії. Вони орієнтують на те, щоб при вивченні конфліктів фахівець не обмежувався, як це часто буває, рамками однієї-двох наук [1].

Таким чином, розглянувши всі види системного аналізу, можна зробити висновок про те, що кожен із видів має своє значення, але для того щоб ефективно регулювати конфлікти та запобігати їх виникненню в майбутньому, потрібно використовувати їх у комплексі.

Наук. керівн. Кожанова Є. П.

**Література:** 1. Анцупов А. Я. Словарь конфликтолога / Анцупов А. Я., Шипилов А. И. – СПб. : Питер, 2009. – 526 с. 2. Анцупов А. Я. Конфликтология в схемах и комментариях : учебное пособие / Анцупов А. Я., Баклановский С. В. – 2-е изд., перераб. – СПб. : Питер, 2009. – 304 с. 3. Соціологія : підручник / під ред. В. Г. Городяненка. – К. : Вид. центр "Академія", 2006. – 544 с. 4. Курбатов В. И. Конфликтология / Курбатов В. И. – Ростов н/Д : Феникс, 2007. – 445 с. 5. Шаленко В. Н. Конфлікти в трудових колективах / В. Н. Шаленко. – К. : Скіф, 2002. – 255 с.



## ВИКОРИСТАННЯ РОБОЧОГО ЧАСУ ТА АНАЛІЗ ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Анотація. Розглянуто напрямки вивчення використання робочого часу. Проаналізовано ефективність використання робочого часу на підприємстві та запропоновано заходи щодо її підвищення.*

*Аннотация. Рассмотрены направления изучения использования рабочего времени. Проанализирована эффективность использования рабочего времени на предприятии и предложены меры по ее совершенствованию.*

*Annotation. Directions for study of working time were considered. The efficiency of staff time use in the company was analyzed and measures for its improvement were suggested.*

*Ключові слова: робочий час, ефективність, втрати робочого часу, аналіз, простої, продуктивність.*

З переходом до ринкової економіки аналіз трудових ресурсів набрав більшої ваги, оскільки робоча сила має вартісну оцінку та є конкурентною на ринку праці. Від забезпеченості підприємства необхідними трудовими ресурсами, їх раціонального використання, високого рівня продуктивності праці залежить ефективне використання обладнання, механізмів і, як результат, збільшення обсягів виробництва продукції, прибутку та ряду інших економічних показників [1]. Економічні й соціальні гарантії праці, з одного боку, і жорсткі умови трудової діяльності – з іншого, формують сферу глибоких аналітичних досліджень кадрового потенціалу підприємства. Із дослідженням забезпеченості підприємства робочою силою проводиться аналіз використання робочого часу, адже раціональне використання робочого часу – головний резерв зростання продуктивності праці. Він дає змогу збільшити випуск продукції з мінімальними витратами. Тому у даній статті проведений аналіз використання робочого часу за двома напрямками: виявлення втрат робочого часу і непродуктивного використання робочого часу.

Останнім часом у науковій літературі все більше з'являється робіт, де обґрунтовано важливість поставленої проблеми. Питання методів вивчення використання робочого часу на підприємстві висвітлено такими авторами: Іваненко К. В., Герасимчук В. Г., Мних Є. В., Гіляровська Л. Т., Савицька Г. В., Сибірцова А. Ю., Юдіна К. К. та ін.

Метою статті є аналіз сучасного стану використання робочого часу на підприємстві та його ефективності.

Робочий час на підприємстві є основним елементом його функціонування. Вивчення робочого часу, аналіз його використання направлені на виявлення ненормованих витрат та їх причин. Такий розгляд необхідний для передбачення та усунення факторів, що призводять до недоцільного використання робочого часу. У ході аналізу визначаються показники ефективності витрат робочого часу, що визначаються шляхом порівняння фактичних витрат з обґрунтованими нормативами праці. Дане співвідношення дає можливість визначення ефективності роботи підприємства на всіх стадіях виробничого процесу, виявлення резервів робочого часу та його використання.

Джерелом інформації аналізу використання робочого часу є звіт про використання робочого часу (форма № 3-ПВ), а також таблиць обліку використання робочого часу (форма № П-12), що слугує базою для створення звіту з праці [2]. Зараз на підприємствах має місце неточне відображення фактичних даних про фонд робочого часу. Автор вважає, що це зумовлено такими чинниками:

- процес організації табельного обліку на підприємстві має багато неточностей, недоліків;
- на більшості підприємствах не проводиться моніторинг робочого часу персоналу;
- розповсюдженням стало порушення вимог до обліку невиходів на роботу працівників;
- недосконалість нормативно-правової бази та очікувана зміна трудового законодавства тягне за собою приховування листів тимчасової непрацездатності.

Це далеко не повний перелік недоліків системи обліку використання робочого часу, яка працює на українських підприємствах. Тому це зайвий раз доказує актуальність теми дослідження.

На кожному підприємстві обов'язково формується фонд робочого часу, який поділяється на цілоденний та внутрішньозмінний [3]. Внутрішньозмінний фонд становить кількість годин і хвилин роботи за зміну, а цілоденний містить кількість робочих днів, які необхідно відпрацювати одному чи всім працівникам протягом визначеного періоду. Тому, на думку автора, доцільно аналізувати не ефективність використання робочого часу як цілої системи, а розглядати елементи даної системи окремо.



Ефективність використання цілоденного робочого часу визначається на основі табельного обліку, а внутрішньозмінного – проведенням таких обстежень:

1. Фотографія та самофотографія – виявляє втрати робочого часу та направлена на розробку заходів щодо вдосконалення використання робочого часу. Для аналізу на основі отриманих даних розраховуються коефіцієнт використання змінного робочого часу, коефіцієнт явних втрат робочого часу, коефіцієнт прихованих втрат робочого часу [4]. На думку автора, даний метод аналізу використання робочого часу дає змогу виявляти всі види втрат робочого часу для їх усунення та більш продуктивної праці.

2. Метод моментних спостережень – дозволяє визначити втрати робочого часу та виявляти їх причини, розробляти пропозиції щодо їх усунення. Перевагою цього способу є велика кількість спостережуваних об'єктів, через що поліпшується оперативність отримання та достовірність інформації, але точно визначити обсяг певних втрат протягом зміни загалом неможливо [5].

Існування методів аналізу використання робочого часу та застосування їх на підприємстві все одно не зменшує кількість прогулів, ненормованих робочих днів, недоцільних графіків роботи, відпусток, листів з хвороби та ін. Це не свідчить про те, що всі відомі методи неефективні, це доводить неправильність застосування отриманої у ході спостережень інформації. Тому для усунення неефективного використання робочого часу, перш за все, менеджерам організації різного типу необхідно інформацію не тільки отримувати, а й використовувати на практиці. Також рекомендується вводити більш жорсткий контроль над роботою всіх працівників, у яких трапляються непродуктивні витрати робочого часу через такі обставини:

- неявка на роботу як самостійно, так і з дозволу адміністрації;
- цілодобові простой;
- внутрішньозмінні простой, зафіксовані в обліку;
- облікований брак продукції та ін.

Таким чином, якщо не враховувати простой та втрати робочого часу, фактично завищується відпрацьований час. Ці простой, вважає автор, можна знайти за допомогою опитувань співробітників, адже персонал є носієм всієї інформації на підприємстві та дає змогу скласти портрет працівника і вказати на його слабкі сторони, які спонукають його недоцільно використовувати свій час. Також необхідні вибіркові спостереження, які в цілому будуть складати інформаційну систему. Дані аналізу потрібно перетворювати у заходи щодо поліпшення використання робочого часу.

Розгляд проблеми використання робочого часу на підприємстві розпочався доволі давно, але навіть на сучасному етапі розвитку ринкової економіки недостатня ефективність використання робочого часу має місце. У роботі було висвітлено методи аналізу використання робочого часу та запропоновано заходи щодо усунення непродуктивних витрат робочого часу. Якщо підтримати основну ідею про правильне застосування інформації, українські підприємства не тільки підвищать свій прибуток, але й принесуть державі додаткові засоби для усунення кризи та виходу на європейський рівень.

*Наук. керівн. Кожанова Є. П.*

**Література:** 1. Сибірнова А. Ю. Використання робочого часу та аналіз його ефективності на підприємстві / Сибірнова А. Ю., Юдіна К. К. // Економічні науки. Облік та аудит: збірник статей – Донецьк : Донец. нац. ун-т економіки та торгівлі ім. М. Туган-Барановського, 2010. – 245 с. 2. Чупир В. Є. Комплексна оцінка використання робочого часу. Економіка / Чупир В. Є. – Х. : УкрДАЗТ, 2009. – 165 с. 3. Рутицкая В. Кадровый резерв / Рутицкая В., Гребнева Е. // Менеджер по персоналу. – 2009. – № 1/2. – С. 64–67. 4. Баумоль Б. Секрети економічних показників: приховані ключі до майбутніх економічних та інвестиційних можливостей / Баумоль Б. ; пер. з англ. ; за наук. ред. Г. В. Григораш. – Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2007. – 352 с. 5. Лутай Л. А. Дисципліна відносин: стратегія розвитку та механізм забезпечення : монографія / Лутай Л. А. ; Донец. нац. ун-т економіки та торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2007. – 377 с.

---

**Куцак О. В.**

УДК 331.44

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ ТРУДОВОГО ЖИТТЯ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ**

*Анотація. Розглянуто показники та напрямки поліпшення якості трудового життя працівників підприємств.*

*Аннотация. Рассмотрены показатели и направления улучшения качества трудовой жизни работников предприятий.*

---

© Куцак О. В., 2012

*Annotation. This article regards the performance and direction of improving the quality of working life of employees of enterprises.*

*Ключові слова: якість трудового життя, соціально-економічні відносини, концепції якості трудового життя, поліпшення якості трудового життя працівників підприємств.*

Відповідно до сучасних тенденцій розвитку економіки України збільшується актуальність проблематики якості трудового життя населення, що зумовлює необхідність управління підприємством на забезпечення належного рівня якості трудового життя його працівників. У свою чергу, задоволеність працівників умовами свого трудового життя є запорукою підвищення продуктивності їх праці і, як наслідок, ефективності діяльності підприємства.

У науковому середовищі досліджуються окремі аспекти якості трудового життя, виходячи з різних базових соціально-економічних категорій: трудових і людських ресурсів, трудового та людського потенціалу, людського капіталу тощо. Слід відзначити особливу роль у визначенні якості трудового життя працівників підприємств як соціально-економічної категорії наукових праць українських вчених: Антонюк В. П., Кірюк Т. М., Грішної О. А., Заяць Т. А., Колота А. М., Лібанової Е. М., Мандибури В. О., Новікова В. М., Шамільової Л. Л. та багатьох інших.

Метою даної статті є обґрунтування та характеристика показників якості трудового життя працівників підприємств.

Для стабільного розвитку підприємства в умовах конкурентної боротьби велике значення має його місце на ринку. Конкурентна позиція будь-якого підприємства на ринку визначається низкою притаманних йому переваг, у числі яких якість товарів і послуг відіграють найголовнішу роль. Досягнення більш прогресивних та ефективних технологій виробництва продукції й надання послуг, зростання рівня кваліфікації робочої сили можливе за рахунок високоякісного рівня праці персоналу підприємства [1, с. 106].

Головні принципи, що закладаються в основу при розробці методів підвищення якості трудового життя, полягають у тому, що [2, с. 72]:

- робота повинна бути творчою й осмисленою;
- робота має передбачати безупинне підвищення кваліфікації й освіти працівника;
- працівник повинен брати участь у прийнятті виробничих рішень;
- робота повинна передбачати взаємодопомогу членів колективу;
- умови, в яких здійснюється робота, повинні бути здоровими і безпечними.

Якість трудового життя – це систематизована сукупність показників, що характеризують умови праці в найширшому розумінні – умови виробничого життя – й дають змогу враховувати міру реалізації інтересів і потреб працівника та використання його здібностей (інтелектуальних, творчих, моральних, організаційських, комунікаційних тощо) [3, с. 175]. Це поняття відображає міру задоволеності важливих особистих потреб працівника через трудову діяльність на підприємстві.

Основу концепції якості трудового життя складають [4, с. 234]:

положення про отримання працівником у ході самореалізації задоволення від досягнень у праці як головний мотив порівняно із заробітною платою та кар'єрою;

принцип трудової демократії (демократії на виробництві), що на рівні підприємства означає розширення автономії особистості працівника та можливості його участі в управлінні підприємством та у власності;

розвиток працівника в концепції якості трудового життя передбачає можливості постійного професійного зростання, розвитку його найрізноманітніших здібностей.

У той же час категорія якості є складним і багатоплановим поняттям, яке містить ряд різних аспектів [4, с. 236]. Якість трудового життя – поняття, з одного боку, об'єктивне, адже його стан і динаміку можна виміряти певними кількісними показниками, такими, наприклад, як розмір заробітної плати, тривалість робочого часу, важкість і шкідливість роботи та багато іншого. З іншого боку, якість трудового життя – поняття, безумовно, суб'єктивоване, оскільки воно відображає суб'єктивно визначену оцінку працівником умов своєї трудової діяльності [5, с. 36]. У цьому аспекті мають значення такі показники, які важко або часом і неможливо оцінити кількісно – цікавість роботи, справедливість винагорода, повага до працівника, можливості розвитку та ін. Однак існує певна система показників, які дають змогу охарактеризувати якість трудового життя як високу, якщо ці індикатори позитивні і змінюються на краще, або як низьку – в протилежному випадку.

Поліпшення якості трудового життя працівників підприємств передбачає вдосконалення соціально-економічного змісту праці, розвитку тих характеристик трудового потенціалу, що дозволяють роботодавцям більш щільно використовувати інтелектуальні, творчі, організаційські, моральні здібності людини [6, с. 29]. Відповідна якість трудового життя повинна створити умови для того, щоб дати вихід творчим здібностям працівника, коли головним мотивом стає не тільки заробітна плата, а й задоволення від трудових досягнень у результаті самореалізації і самовираження. Таким чином, висока якість трудового життя характеризується такими показниками [2, с. 70]:

робота має бути цікавою саме для цього конкретного працівника;

мають бути створені умови для безперервного навчання, постійного професійного зростання, розвитку здібностей працівників;

винагорода і визнання праці мають бути справедливими та сприйматися як такі;

умови праці мають відповідати санітарно-гігієнічним нормам;

нагляд з боку керівництва має бути мінімальним, однак здійснюватися завжди, коли в ньому виникає необхідність;



працівники повинні брати участь у прийнятті рішень, що стосуються їх роботи та їх частин; мають бути забезпечені гарантії роботи та дружні взаємовідносини в трудовому колективі; на належному рівні має бути побутове та медичне обслуговування працівників. До того ж оцінку якості трудового життя можна розглянути також із позиції працівника, підприємця і суспільства в цілому (таблиця) [2, с. 72].

Таблиця

Показники рівня якості трудового життя

Рівні оцінки		
З позицій працівника	З позицій підприємця	З позиції суспільства в цілому
Задоволеність працею. Наявність (відсутність) стресових ситуацій на виробництві. Можливості особистого просування. Умови праці. Можливість професійного зростання і самовираження. Психологічний клімат. Змістовність праці	Ефективність праці. Професійна адаптація. Плинність кадрів. Відчуження праці. Трудова дисципліна. Ототожнення цілей працівника з цілями підприємства. Число конфліктів. Відсутність випадків виробничого саботажу, страйків	Якість і рівень життя (вартість споживчого кошика). Рівень якості робочої сили. Вартість системи соціального захисту працівників і їхніх родин. Соціальна адаптація. Відчуження від суспільства. Показники задоволеністю життям

Перелік цих показників можна доповнювати. Якість трудового життя можна підвищити шляхом зміни на краще будь-якого з цих параметрів, що впливають на якість життя працівників підприємств. Мотивуючий вплив якості трудового життя полягає не стільки у її рівні, скільки у напрямку її зміни [4, с. 239]. Це включає, наприклад, реалізацію програм просування в службовій діяльності, навчання працівників методам більш ефективного спілкування і поведіння в колективі, вдосконалення організації праці. Тобто працівники підприємства мають відчувати турботу про себе, бачити, що умови праці в найширшому розумінні цього слова постійно змінюються на краще. У результаті трудовий потенціал одержує максимальний розвиток, а організація — високий рівень продуктивності праці і максимальний прибуток.

Отже, якість праці працівників є однією з головних фундаментальних категорій, що визначає спосіб життя, соціальну й економічну основу для успішного розвитку як людини, так і суспільства, а також комплексним поняттям, що відображає ефективність усіх боків діяльності підприємства.

Наук. керівн. Кожанова Є. П.

**Література:** 1. Щербак В. Г. Інноваційні аспекти управління трудового потенціалу / Щербак В. Г. – Х. : ХНЕУ, 2009. – 332 с. 2. Єсінова Н. І. Економіка праці та соціально-трудові відносини / Н. І. Єсінова. – К. : Кондор, 2006. – 432 с. 3. Колот А. М. Соціально-трудові відносини: теорія і практика регулювання / Колот А. М. – К. : КНЕУ, 2003. – 230 с. 4. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини / Грішнова О. А. – К. : Знання, 2004. – 535 с. 5. Деякі підходи до визначення категорії "якість життя" // Економіка розвитку. – № 1(37). – 2006. – С. 36–37. 6. Методологічні засади дослідження якості життя працюючого населення // Україна : аспекти праці. – 2011. – № 4. – С. 24–32.

**Пух К. О.**

УДК 331.108.37:658

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## АНАЛІЗ МЕТОДІВ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*Анотація. Розглянуто основні методи підбору персоналу, визначено їх позитивні та негативні сторони при застосуванні на підприємствах.*

*Аннотация. Рассмотрены основные методы подбора персонала, определены их положительные и отрицательные стороны при применении на предприятиях.*

© Пух К. О., 2012

*Annotation. The main methods of recruitment are considered, positive and negative aspects of them when they are used by enterprises are identified.*

*Ключові слова: підбір персоналу, методи, позитивні сторони, негативні сторони.*

Практично усі компанії мають потребу в підборі персоналу. Керівник успішної фірми ніколи не розповість про свій метод підбору кандидатів, оскільки кожен приходиться до свого способу шляхом спроб та помилок. Тому підбір кадрів є найважливішою функцією процесу управління. Вибір технології та якісного інструментарію для забезпечення оперативного та ефективного підбору персоналу є головною проблемою кадрових спеціалістів. Актуальність питання, що розглядається, обумовлена необхідністю виявлення найефективнішого методу підбору співробітників для злагодженого функціонування всього підприємства.

Метою даної статті є розгляд та обґрунтування основних методів підбору персоналу, які допоможуть у формуванні кваліфікованого складу працівників фірми.

Підбір персоналу – це процес залучення більш-менш придатних кваліфікованих працівників для подальшої їх оцінки та приймання на роботу.

Проблемою підбору персоналу займалися багато закордонних та вітчизняних вчених, до числа яких належать Р. Дафт, Магура Г. І., Самігін С. І. та Кібанов А. Я.

Існує ряд основних методів підбору персоналу, які використовуються найчастіше (рисунок).



Рис. Методи підбору персоналу [1]

При підборі персоналу необхідно враховувати цілі та завдання підприємства. Важливо провести аналіз ринку праці та врахувати рівень конкурентоспроможності професійної сфери.

Часто стимулюючим фактором при підборі кандидатів є бюджет, який організація спроможна виділити на пошук фахівця. Тому важливо визначити кадрову стратегію компанії виходячи з її цілей і завдань. Крім того, перед прийняттям кадрових рішень слід провести аналіз ринку праці та врахувати рівень конкуренції у тій чи іншій професійній сфері [2].

Багато компаній шукають кандидатів на заміщення вакансій у своєму ж колективі. В даному випадку мова йде не про первинні посади, а про вакантні місця керівників середнього та вищого рівнів. Вакансії з'являються як наслідок ротації персоналу або введення нових посад з розвитком компанії [3]. В цих умовах керівництво звертає свою увагу на вже працюючих в організації співробітників. 50 % компаній використовують цей метод пошуку, адже він, як правило, не потребує значних фінансових витрат, сприяє укріпленню колективу компанії. Однак даний прийом обмежує вибір, не дає припливу нових сил [2].

Також найбільшою популярністю користується розміщення оголошення у засобах масової інформації. Організації відзначають відносну дешевизну даного методу пошуку кандидатів і досить швидкий відгук на оголошення, хоча такий метод має і недолік – безліч нерелевантних відгуків, тобто великий потік людей, які не відповідають висунутим вимогам, і пов'язані з цим суттєві витрати внутрішніх ресурсів організації [2].

Близько 88 % компаній користуються послугами агентств з підбору персоналу, хоча вважають цей метод досить дорогим і тривалим. При звертанні до агентств успіх підбору залежить від того, наскільки чітко сформовані вимоги до кандидатів, наскільки правильно їх розуміє менеджер агентства, що працює з компанією-замовником, від його оперативності у роботі. Від якості виконання замовлення агентством залежить термін підбору необхідного спеціаліста. Безперечною перевагою даного методу є той факт, що на співбесіду приходять люди, які пройшли попередній відбір [3]. Більшість підприємств вважають за краще працювати з уже перевіреними партнерами-агентствами, послугами яких вже довелось неодноразово користуватися. Такі агентства добре уявляють собі ситуацію на ринку праці, специфіку бізнесу компанії, її структуру і стратегію [2].

За допомогою Internet-ресурсів ведуть пошук кандидатів близько 50 % організацій. Цей метод маловитратний, однак вимагає певних витрат часу і знання принципів електронного рекрутингу [2]. Найбільш ефективним може бути пошук у найпоширеніших соціальних мережах. Деякі організації мають свої сайти, де розміщують потрібні вакансії. Однак доступ до Інтернету є не у кожного громадянина, що веде пошук роботи.

Не менше 40 % фірм, що ведуть пошук кандидатів на заміщення вакантної посади, керуються рекомендаціями співробітників підприємства. Даний метод не потребує фінансових витрат, забезпечує високий ступінь сумісності прийнятого персоналу з компанією за рахунок існуючих контактів з уже



працюючими спеціалістами. Однак рядові співробітники, що рекомендують кандидата, не є професіоналами в підборі персоналу, можуть не знати посадових обов'язків по вакансії, що не дозволяє підібрати персонал високого професійного рівня. В основі підбору по знайомству є не професіоналізм наявного персоналу, а особиста вигода [3].

Крім цього, 33 % організацій звертаються за рекомендаціями до колег, партнерів та знайомих, 28 % вдаються до допомоги наявної в компанії бази даних кандидатів [2].

Для залучення нових кандидатів 17 % підприємств беруть участь у ярмарках вакансій, проводять презентації для студентів старших курсів. При серйозній підготовці подібних ярмарок можливо привернути увагу багатьох потенційних робітників. По-перше, провести презентацію власної компанії для зацікавлених у роботі людей; по-друге, звернутися до широкого кола слухачів, по-третє, провести попередні переговори з кандидатами [4, с. 40].

Пошук у навчальних закладах дає можливість притоку нових креативних сучасних ідей, однак потребує більшого часу на входження спеціаліста на посаду при недостатності професійного досвіду. Більшість організацій готові зрощувати для себе кадри з числа молодих спеціалістів, що поступово пізнають етапи виробництва [2, с. 40].

Усі вищевикладені методи дають роботодавцю можливість залучити найбільшу кількість релевантних кандидатів і забезпечують їм максимальний вибір, що дозволяє закрити вакантні місця.

*Наук. керівн. Кожанова Є. П.*

**Література:** 1. <http://www.director-info.ru/>. 2. Нікольська Є. Підбір персоналу без помилок. Ч. 1. Методи підбору кандидатів [Електронний ресурс] / Є. Нікольська, М. Прибилова // The Career Forum. – Режим доступу : <http://www.i2r.ru>. 3. Методи підбору персоналу [Електронний ресурс] / О. Яковлев // Робота і зарплата. – Режим доступу : <http://www.zarplata.ru>. 4. Волобуєв М. Методи пошуку персоналу / Волобуєв М. // Менеджер по персоналу. – 2008. – № 4. – С. 40.

---

**Котляревська К. Ю.**

УДК 005.95/.96:005.591.4

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **АНАЛІЗ НАПРЯМКІВ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ**

*Анотація. Розглянуто напрямки вдосконалення управління персоналом в умовах реструктуризації підприємств.*

*Аннотация. Рассмотрены направления совершенствования управления персоналом в условиях реструктуризации предприятий.*

*Annotation. The article deals with the ways of improving human resource management in the conditions of restructuring the enterprises.*

*Ключові слова: персонал, управління, реструктуризація, підприємство.*

Визнання України державою з ринковою економікою, поступове входження до світового господарського простору актуалізує проблему створення якісного сучасного механізму управління персоналом. Постійно зростає значущість ринку, збільшуються вимоги до організації та функціонування сучасних об'єктів господарювання. Виникає потреба в розбудові та впровадженні науково обґрунтованих як теоретичних, так і практичних рекомендацій щодо здійснення процесу реструктуризації підприємств і визначення основних методів та технологій управління персоналом у даному процесі. У зв'язку з цим оволодіння основами організації управління персоналом на підприємстві набуває особливої актуальності. Мета статті полягає у пошуку необхідних напрямків удосконалення системи управління персоналом підприємства в умовах реструктуризації.

Під реструктуризацією підприємства розуміється система організації економічних та інших заходів, спрямованих на реформування господарської діяльності та досягнення стратегічних цілей його розвитку шляхом здійснення необхідних структурних перетворень, адаптованих до зміни факторів зовнішнього середовища його функціонування [1].

---

© Котляревська К. Ю., 2012



Складність проведення реструктуризації підприємств в Україні характеризується тим, що супроводжується трансформацією економіки країни в цілому. Реструктуризація – це процес, який відбувається у послідовно-паралельному порядку на різних рівнях економіки; вимагає значного часу, бачення перспективи розвитку підприємства в новій економічній ситуації. Вибір засобів та методів реструктуризації залежить від причин, які спонукають підприємство до змін, викликають об'єктивну потребу в реструктуризації.

Удосконалення управління персоналом в умовах реструктуризації підприємства базується на виборі форм реструктуризації. Аналіз процесу управління персоналом показав, що сучасне бізнес-середовище потребує пошуку нових ефективних форм управління підприємствами. У зв'язку з чим важливого значення при впорядкуванні управління персоналом набувають організаційні структури управління, якість яких значною мірою визначає ефективність реалізації стратегії функціонування підприємства. Організаційна структура управління становить впорядковану за ієрархічними рівнями сукупність структурних одиниць та усталених зв'язків між ними, що пов'язує в єдиний системний процес управлінські та підприємницькі функції, забезпечує цілісність підприємства та визначає потенційну якість його кадрового складу [2]. Організаційні структури потребують поліпшення, оскільки вони на практиці вирізняються надмірною кількістю структурних підрозділів, заступників, недосконалістю маркетингових служб і недостатньо сконцентрованою роботою з персоналом. Саме тому, проаналізувавши розробки і досвід науковців Л. Батченка, Т. Бень, І. Мазур та Г. Міцберга, пропонується:

визначення цільових установок підприємства завдяки уточненню цілей та стратегій розвитку, конкретизації завдань діяльності;

діагностика поточної системи бізнес-процесів;

проекування реорганізації організаційних структур управління на основі моделювання майбутньої системи бізнес-процесів підприємства [2].

Удосконалення системи управління персоналом в умовах реструктуризації неможливо без побудови чіткого процесу формування дисципліни. Російський вчений В. Шкатула визначає дисципліну як "суспільні відносини, що складаються з приводу дотримання соціальних і технічних норм, правил поведінки в родині, організації, суспільстві, державі". Задля вдосконалення трудового розпорядку доцільна розробка внутрішніх корпоративних документів, культурного кодексу. Формування й становлення дисципліни на підприємстві служать основою для оптимізації управлінських рішень у процесі розробки стратегій реструктуризації підприємства та сприяють вдосконаленню механізму реалізації даних стратегій. Розглядається поняття трудової дисципліни в якості дотримання встановленого порядку спільної діяльності, а саме: сумлінне виконання своїх трудових обов'язків, дотримання правил внутрішнього трудового розпорядку, закономірність колективної праці тощо.

Також необхідно чітко оптимізувати склад персоналу в умовах реструктуризації (рисунок). Надмірна кількість працівників, окрім негативного впливу на результативність діяльності підприємства, становить складну соціальну проблему – найчастіше велику частину надлишкового персоналу складають пенсіонери та категорії працівників, що мають відмінні виробничі показники в минулому і відсутність можливості пристосування до змін та здобувати необхідні нові знання і навички через різні причини у сьогоденні [3].



Рис. Оптимізація складу персоналу

Питаннями удосконалення системи мотивації і стимулювання працівників до підвищення ефективності праці займалися такі вчені: Т. Базаров, М. Гредем, Г. Десслер, С. Довбня [4 – 7]. Реальна



ефективність як процесу реструктуризації, так і продуктивності підприємства в цілому залежить від задоволеності працівників, тому що продуктивність працівників має неопосередкований вплив на прибутковість підприємства, якість продукції, її конкурентоспроможність. Окрім матеріального стимулювання, необхідні:

моральне стимулювання;

заходи дисциплінарного впливу;

звертання до більш значущих для працівника цінностей;

створення сприятливих умов для поєднання роботи на підприємстві із виконанням сімейних та громадських обов'язків;

задоволення соціальних, культурних, духовних потреб працівників;

розвиток згуртованості працівників за рахунок проведення заходів у колективі, оскільки процес реструктуризації піддає стресу весь колектив, тому необхідно намагатися керівнику підтримувати командний дух і не дати можливості зруйнувати команду роботи.

Раціональна система мотивації та стимулювання праці може стати як засобом вирішення протиріччя в умовах реструктуризації, так і сприяти ефективному її проведенню. Перераховані засоби необхідно використовувати в комплексі, щоб вони були взаємоузгоджені та дозволяли впливати на працівників максимально ефективно.

*Наук. керівн. Кожанова Є. П.*

**Література:** 1. Білик М. Сутність та класифікація реструктуризації державних підприємств / М. Білик // Економіст. – 2000. – № 1. – С. 96–99. 2. Лутай Л. А. Управління персоналом в умовах реструктуризації : монографія / Лутай Л. А., Козицька Г. В., Шпандарук В. О. ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України ; Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – 193 с. 3. Мазур І. І. Ефективний менеджмент : учебн. посібник для вузів / І. І. Мазур, В. Д. Шапіро, Н. Г. Ольдерогге ; под. общ. ред. І. І. Мазура. – М. : Высшая школа, 2003. – 407 с. 4. Базаров Т. Ю. Управление персоналом : учебн. для вузов / Т. Ю. Базарова, Б. Л. Ерёміна. – М. : Банки и биржи ; ЮНИТИ, 1998. – 423 с. 5. Грэхем Х. Т. Управление человеческими ресурсами : учебн. пособие для вузов / Х. Т. Грэхем, Р. С. Беннет ; пер. с англ. Т. Ю. Базарова и Б. Л. Ерёміна. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 598 с. 6. Десслер Г. Управление персоналом / Г. Десслер ; пер. с англ. – М. : Грином, 1997. – 432 с. 7. Довбня С. Б. Управління на основі моделювання бізнес-процесів: сутність, етапи та переваги. / С. В. Довбня, О. О. Письменна // Вісн. Житомир. держ. тен. ун-ту. – 2005. – № 1(13). – С. 40–48.

---

**Маркарян Ю. Е.**

УДК 005.963

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **СУТНІСТЬ АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ТА РОЗРОБКА ПРОГРАМИ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Розглянуто поняття адаптації, виділено її види та запропоновано програму входження нового працівника на вакантну посаду.*

*Аннотация. Рассмотрено понятие адаптации, определены ее виды и предложено программу входжения нового работника на вакантную должность.*

*Annotation. In the given work the concept of adaptation is considered, its kinds are defined and the program of occupying a vacant post by the new worker is offered.*

*Ключові слова: адаптація, види адаптації: професійна, психофізіологічна, соціально-психологічна, програма.*

Після зарахування на посаду починається залучення співробітника, тобто направлення його на вакантне місце згідно з потребами організації та його інтересами. Безпосередній керівник вводить на посаду цю людину, а саме проводить сукупність процедур, мета яких прискорити освоєння новач-

---

© Маркарян Ю. Е., 2012





ком роботи, скоротити період адаптації в колективі, допомогти встановити контакти з оточуючими. Людина відчуває, що її чекали, до її приходу готувались. Така процедура допоможе уникнути багатьох помилок і тим самим знизити вірогідність розчарування і передчасного звільнення. Далі починається процес адаптації нового співробітника, тобто пристосування його до змісту та умов праці, соціального середовища.

Дослідженням у сфері адаптації підприємства та його окремих підрозділів до змін зовнішнього і внутрішнього середовищ займалися провідні вчені, такі, як М. Кизим, С. Алексєєв, Цимбалюк С. О., Ф. Хміль та ін. Але слід відзначити, що питання стосовно адаптації персоналу все ще потребують подальших наукових досліджень та є актуальними в сучасних умовах [1 – 4].

Адаптація – процес пристосування працівників до умов зовнішнього і внутрішнього середовищ. Термін "адаптація" досить поширений та застосовується в різних галузях науки.

Метою адаптації працівників є можливість більш швидкого досягнення робочих показників, прийнятних для організації – роботодавця – та зменшення стартових витрат.

У соціології і психології виділяють соціальну й виробничу адаптацію. Певною мірою ці два види адаптації перетинаються один з одним, але кожен із них має самостійну сферу: соціальна діяльність не замикається на виробництві, а виробничу – включає технічні, біологічні та соціальні аспекти [2].

Три види адаптації наведено на рисунку.

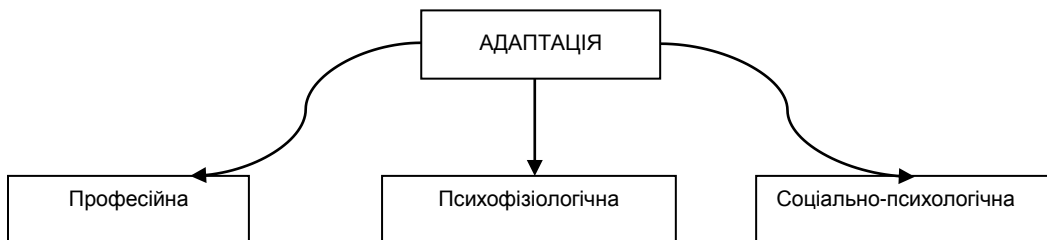


Рис. Види адаптації

Професійна адаптація починається з того, що, враховуючи досвід, знання і характер новачка для нього визначають найбільш придатну форму підготовки, наприклад, направляють на курси або закріплюють наставника.

Психофізіологічна адаптація до умов праці, режиму роботи і відпочинку особливих труднощів не викликає. Вона здебільше залежить від здоров'я людини, її природних реакцій, характеристики цих умов.

Соціально-психологічна адаптація в колективі може бути пов'язана з чималими ускладненнями, особливо для керівників. Насамперед, може мати місце невідповідність керівника і нових підлеглих за рівнем [3].

Узагальнюючи думку Цимбалюка С. О. про соціально-психологічну адаптацію, автор підкреслює, що в період цієї адаптації кожного новачка можуть підстерігати багато розчарувань. До них можна віднести: обманути очікування швидкого успіху, обумовлені недооцінкою багаточисельних об'єктивних і суб'єктивних перешкод; переоцінка значення наукових рекомендацій та інструкцій для роботи й недооцінка важливості живого людського спілкування. Розчарування може бути пов'язане з відсутністю належної поваги до нього та його знань зі сторони членів колективу.

На думку автора, найлегше адаптація новачка проходить у тому випадку, якщо він стає на місце особи, яка нічим не виділялася, а найважче – якщо попередник був "суперзіркою".

Проаналізувавши роботи вчених [1 – 4], можна зробити висновок, що як і при наборі кадрів, так і при введенні в посаду новачків важливо зрозуміти основні мотиви, що зумовлюють для них необхідність роботи, а також пов'язані з цим надії і побоювання. Більшість людей, приступаючи до роботи, хочуть швидше її освоїти і показати, що вони можуть впоратися з нею добре. Однак незалежно від того, перша це їхня робота чи ні, нові співробітники приходять у перший робочий день з безліччю природних побоювань. Для запобігання таких ситуацій необхідна продумана процедура введення в посаду, або, іншими словами, програма адаптації персоналу.

На основі аналізу літературних джерел [1 – 4] автором запропоновано програму адаптації, яка становить набір конкретних дій, що потрібно зробити співробітникам, відповідальному за адаптацію:

- організація семінарів, курсів з різних питань адаптації;
- проведення індивідуальних бесід керівника, наставника з новим співробітником;
- інтенсивні короткострокові курси для керівників, знову вступників;
- спеціальні курси підготовки наставників;
- використання методу поступового ускладнення виконуваних новачком завдань;
- виконання разових громадських доручень для встановлення контактів нового працівника з колективом;
- підготовка заміни при ротації кадрів;
- проведення в колективі спеціальних рольових ігор по згуртуванню співробітників.

Протягом першого тижня керівнику бажано щодня бачитися з працівником, дізнаватися про успіхи та допомагати усунути проблеми. Це дозволить якомога раніше (ідеально протягом місяця) повністю скласти уявлення про його слабкості і переваги, взаємини в колективі, старанність, зовнішній вигляд.



Керівнику доцільно завести картку контролю за адаптацією і постійно тримати в полі зору цей процес. На першому етапі йому потрібно допомогти новому співробітнику вибрати найбільш підходяще робоче місце, на другому – надати допомогу в освоєнні тонкощів своєї професії, на третьому – суміжних професій, а також залучати до справ колективу [5].

З усіма цими висновками важко не погодитися, тому що в сучасних українських умовах, коли більша частина організацій не може собі дозволити не те що організувати окремий підрозділ, що виконує виключно функції адаптації персоналу, а навіть нормально функціонуючий кадровий відділ, який би складався з кваліфікованих співробітників, у цих умовах на плечі безпосередніх керівників лягає багато функцій щодо адаптації персоналу.

Однак найбільша небезпека для майбутньої кар'єри молодого спеціаліста – це некомпетентний перший керівник, який може стати перешкодою в просуванні вперед.

*Наук. керівн. Кожанова Є. П.*

**Література:** 1. Алексеев С. Б. Адаптивное управление конкурентоспособностью предприятия / С. Б. Алексеев. – Донецк : ДонНУЭТ, 2007. – 165 с. 2. Адаптивные модели в системах принятия решений / под ред. Н. А. Кизима. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2007. – 364 с. 3. Цимбалюк С. О. Технології управління персоналом : навч. посібн. / С. О. Цимбалюк. – К. : КНЕУ, 2009. – 399 с. 4. Хміль Ф. Управління персоналом : підручник / Ф. Хміль. – К. : Академвидав, 2006. – 487 с. 5. [http://ref.co.ua/46937-Adaptaciya\\_personala.html](http://ref.co.ua/46937-Adaptaciya_personala.html).

---

**Журавлёва К. К.**

УДК [658.152:005.336.4](477)

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ УКРАИНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

*Аннотация. Посвящена изучению сущности, видов инвестиций в человеческий капитал, а также обоснованию необходимости вложения средств в персонал.*

*Анотация. Присвячено вивченню суті, видів інвестицій у людський капітал, а також обґрунтуванню необхідності вкладення коштів у персонал.*

*Annotation. This article is devoted to the study of nature, of investments in human capital, as well as determining whether to invest in staff.*

*Ключевые слова: человеческий капитал, инвестиции, персонал.*

Современное состояние экономики нашего государства определено негативными последствиями социально-экономического кризиса в Украине. Важной особенностью современных процессов является то, что предприятия практически потеряли контроль за состоянием своего трудового потенциала и процессами его формирования и использования. Компании осознают, что обучение и развитие персонала выступают важнейшим условием успешного функционирования любой организации, любого бизнеса.

Целью данной статьи выступают изучение необходимости инвестиций в человеческий капитал украинских предприятий.

Человеческий капитал – это сформированный или развитый в результате инвестиций и накопленный человеком определенный запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, который целенаправленно используется в той или иной сфере общественного производства, содействует росту производительности труда и благодаря этому влияет на повышение благосостояния людей [1].

Исследованиями в области эффективного использования человеческого капитала занимались М. Армстронг, О. Гришнова, А. Егоршин, А. Кибанов, В. Лукашевич, Г. Назарова, Т. Шульц [2 – 5].

Инвестициями в человеческий капитал называют любое мероприятие, которое внедряется для повышения качества трудовых ресурсов и производительности труда [3].

---

© Журавлёва К. К., 2012

К основным формам "инвестиций в человека" относят: охрану здоровья, образование, воспитание, а также весь комплекс затрат, связанных с подготовкой человека к производству. Человеческий капитал – продуктивные знания; его составные части экономисты выделяют по видам затрат, инвестиций в него. Так, Ильинский И. В. выделяет такие составляющие: капитал образования, капитал здоровья, капитал культуры [6]. Следовательно, формула человеческого капитала имеет такой вид:

$$ЧК = K_3 + K_0 + K_K,$$

где ЧК – человеческий капитал;

$K_3$  – капитал здоровья;

$K_0$  – капитал образования;

$K_K$  – капитал культуры.

К. Макконнелл и С. Брю выделяют следующие виды инвестиций в человеческий капитал: расходы на образование, включая общее и специальное, формальное и неформальное, подготовку на рабочем месте;

расходы на здравоохранение, складывающиеся из расходов на профилактику заболеваний, медицинское обслуживание, диетическое питание, улучшение жилищных условий;

расходы на мобильность, благодаря которым работники мигрируют из мест с относительно низкой производительностью в места с относительно высокой производительностью [7].

По мнению Г. Беккера, Л. Туроу, Т. Шульца, к инвестициям, развивающим созидательные способности индивидов, относятся формальное и неформальное образование, подготовка на производстве, медицинские услуги и исследования в области здравоохранения, расходы на оптимизацию миграции, поиск информации о состоянии экономики [1].

Оригинальный подход к изучению этой проблемы разработал Дж. Кэндрик. Все виды инвестиций он классифицировал следующим образом (рисунок):

вещественные, воплощенные в людях;

невещественные, воплощенные в людях;

невещественные, не воплощенные в людях [8].

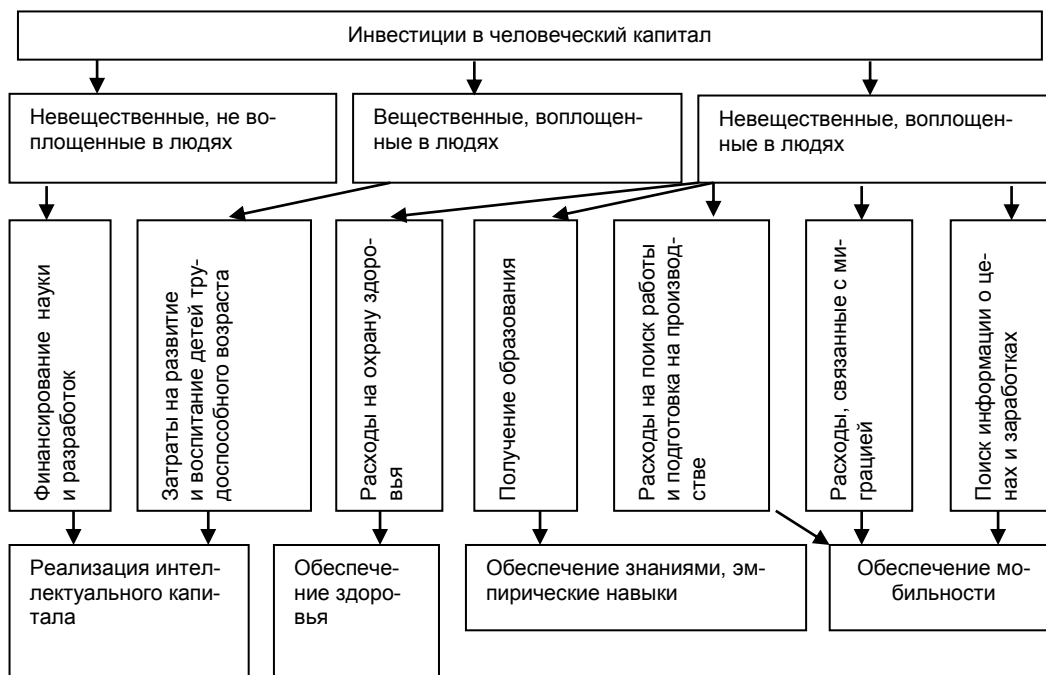


Рис. Виды инвестиций в человеческий капитал

В отличие от других видов капитала, человеческий капитал обладает нематериальной формой и связан непосредственно с конкретным человеком и не может быть отделен от него.

Источниками финансирования человеческого капитала являются: правительство, негосударственные общественные фонды и организации, отдельные предприятия, домохозяйства, международные организации и фонды.

Из всех видов инвестиций в человеческий капитал самыми важными являются вложения в охрану здоровья, образование (общее и специальное). Инвестиции в охрану здоровья включают: затраты на медицинское обслуживание, профилактику производственных заболеваний, питание, улучшение жилищных условий, которые создают условия для повышения качества и эффективности использования человеческого капитала. Важным отличием таких вложений от других является то, что



они направлены на увеличение знаний и опыта людей, а, следовательно, на повышение продуктивности труда. Общее и специальное образование улучшают качество, повышают уровень знаний человека, тем самым увеличивая объем и качество человеческого капитала. Инвестиции в повышение квалификации сейчас являются одним из наиболее важных вложений в человеческий капитал во всех странах мира [3].

Инвестиции предприятия в человеческий капитал содействуют:

повышению индивидуальной производительности труда человека, которая делает его способным выполнять ту работу, которая имеет большую социальную ценность и выше вознаграждается;  
развитию в человеке профессиональных навыков, которые, в свою очередь, помогают ему принимать рациональные решения;  
развитию интеллекта и творческих способностей к реализации новых идей в организации производства в соответствии с конкретными условиями труда.

Таким образом, за счет данных факторов можно создать мощную человеческую базу для развития предприятия на протяжении длительного времени.

В целом человеческий капитал – это качественные характеристики человека, которые накапливаются в течение жизни, могут приносить доход и быть использованы в деловой карьере, а также в процессе самосовершенствования, повышая уровень своих знаний, умений, навыков, способностей, квалификации [6].

Можно сделать вывод, что инвестирование в развитие персонала приносит предприятию большую прибыль, чем инвестирование в совершенствование производственных мощностей, то есть человеческий ресурс можно определить как ключевой фактор эффективного использования всех остальных ресурсов, имеющихся в распоряжении предприятия. Кроме того, эффективное управление развитием и обучением персонала помимо непосредственного роста прибыли имеет ряд таких, не менее важных, положительных последствий для организации, как: раскрытие потенциала работников; сплочение и улучшение социально-психологического климата коллектива; рост мотивации; укрепление лояльности сотрудников организации; обеспечение преемственности в управлении; привлечение новых сотрудников; формирование желательных элементов трудового поведения и соответствующей организационной культуры, способствующей успешному достижению организационных целей.

*Научн. рук. Кожанова Е. Ф.*

**Литература:** 1. Тугускина Г. Оценка эффективности инвестиций в человеческий капитал предприятий [Электронный ресурс] / Г. Тугускина // Управление персоналом. – 2009. – № 3. – Режим доступа : <http://www.top-personal.ru/issue.html?1896>. 2. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг. – 8-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 831 с. 3. Грішнова О. А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки / О. А. Грішнова. – К. : Т-во "Знання", КОО, 2001. – 254 с. 4. Лукашевич В. В. Эффективность инвестиций в человеческий капитал / В. В. Лукашевич // Полиграфист и Издатель. – 2002. – № 6. – С. 43–48. 5. Назарова Г. В. Формування та розвиток людського капіталу корпоративних підприємств / Г. В. Назарова, Н. Л. Гавкалова, Н. С. Маркова. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2006. – 240 с. 6. Лысков А. Ф. Проблемы инвестирования в человеческий капитал [Электронный ресурс] / Лысков А. Ф. – Режим доступа : <http://www.dis.ru/library/manag/archive/2005/4/3848.html>. 7. Макконел К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Т. 2 / Макконел К. Р., Брю С. Л. – М. : Республика, 1992. – 400 с. 8. Кендрик Дж. Совокупный капитал США и его формирование / Кендрик Дж. – М. : Прогресс, 1978. – 275 с.

---

**Литвинцева Г. С.**

УДК 658.155:664.6

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ЗАТ "ХЛІБОЗАВОД "САЛТІВСЬКИЙ"**

*Анотація. Проаналізовано основні показники рентабельності підприємства на прикладі ЗАТ "Хлібозавод" Салтівський та запропоновано певні кроки для підвищення ефективності діяльності підприємства.*

---

© Литвинцева Г. С., 2012

*Аннотация. Проанализированы основные показатели рентабельности предприятия на примере ЗАО "Хлебозавод "Салтовский" и предложены определенные шаги для повышения эффективности деятельности предприятия.*

*Annotation. The article analyzes the main indicators of profitability on the example of Company bakery "Saltovskiy" and suggests some steps to improve the efficiency of the enterprise.*

*Ключові слова: рентабельність підприємства, резерв, методика аналізу рентабельності підприємства, ефективність діяльності підприємства.*

У процесі становлення ринкових відносин в Україні всі ланки фінансової системи опинилися у глибокій кризі. Тому необхідним є аналіз показників прибутковості (рентабельності) діяльності підприємства з метою запобігти його банкрутства і для подальшої успішної діяльності з перспективами виходу на міжнародні ринки і тим самим підвищувати авторитет держави.

Дослідженню рентабельності підприємства присвячені праці таких вітчизняних науковців, як Агапова М. В., Амельченко Т. В., Гущина І. І., Марцин В. С. та інші. Серед російських досліджень з даної проблеми варто відзначити роботи Васильєва В. В., Пархомець М. К., Кодацко В. П. Проте, на погляд автора, проблеми аналізу рентабельності підприємства в умовах ринкової економіки вимагають подальших досліджень [1 – 8].

Мета дослідження – розробка шляхів удосконалення аналізу рентабельності підприємства, виявлення резервів та підвищення ефективності діяльності підприємства на прикладі ЗАТ "Хлібозавод "Салтівський".

Завдання дослідження: розглянути економічну сутність рентабельності підприємства, визначити і порівняти існуючі методики аналізу рентабельності підприємства, проаналізувати рентабельність ЗАТ "Хлібозавод Салтівський", внести пропозиції щодо заходів стосовно підвищення ефективності діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є ефективність діяльності підприємства.

Предметом дослідження є ефективність діяльності підприємства на прикладі ЗАТ "Хлібозавод "Салтівський".

Головною метою створення і функціонування підприємства є отримання максимально можливого прибутку за рахунок реалізації споживачам виробленої продукції (виконаних робіт, наданих послуг), які задовольняють соціальні й економічні запити населення. З господарської точки зору доцільним є те підприємство, яке дає прибуток, тобто рентабельне підприємство.

У вітчизняній і зарубіжній економічній літературі існує багато визначень поняття рентабельності.

Рентабельність (від нім. *rentabel* – прибутковий) – показник економічної ефективності виробництва на підприємствах. Комплексно відображає використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів [7].

На думку Агапової М. В., рентабельність – це відносний показник ефективності роботи підприємства. У загальній формі він обчислюється як відношення прибутку до витрат [1]. У словнику банківської термінології дається таке визначення: рентабельність – це якісний, вартісний показник, що характеризує рівень віддачі витрат або ступінь використання ресурсів, що є в наявності, в процесі виробництва і реалізації продукції [8].

Рентабельність безпосередньо зв'язана з отриманням прибутку. Однак її не можна ототожнювати з абсолютною сумою отриманого прибутку [2].

Щоб обрати одну з багатьох методик аналізу рентабельності підприємства, яка буде найефективнішою та найдієвішою, необхідно дослідити декілька існуючих методик.

Одні аналітики вважають, що на першому етапі аналізу рентабельності підприємства необхідно оцінити рентабельність реалізованої продукції. На другому етапі слід проаналізувати рентабельність капіталу, тобто оцінити ефективність використання власних засобів. На заключному етапі проводять аналіз і пошук резервів зростання рентабельності підприємства й розробляють засади щодо реалізації виявлених резервів [1; 3].

На думку інших аналітиків, на першому етапі необхідно аналізувати прибутковість продукції (аналіз рентабельності продажу, аналіз рентабельності звичайної діяльності, аналіз рентабельності операційної діяльності). Даний етап проводиться для оцінки вигідності для підприємства виробництва продукції. На другому етапі проводять аналіз прибутковості майна та його частин (аналіз рентабельності всього капіталу (активів), аналіз рентабельності основних засобів та інших необоротних активів). На наступному етапі слід проаналізувати показники прибутковості використаного капіталу (аналіз рентабельності власного капіталу, аналіз рентабельності перманентного капіталу). На заключному етапі здійснюються аналіз і пошук резервів зростання рентабельності підприємства і розробляються засади щодо реалізації виявлених резервів [2; 4; 6].

Слід відзначити, що аналітики виділяють у своїх методиках заключним етапом пошук резервів зростання рентабельності підприємства. Отже, в економічній літературі існує багато різних методик аналізу рентабельності підприємства, але слід відзначити, що кожна з них має свої переваги та недоліки. На думку автора, наведені вище методики мають такі недоліки.

При застосуванні першої методики не аналізується:

1) рентабельність операційної діяльності, тобто не визначається, скільки отримано власного прибутку з 1 грн понесених витрат;



2) рентабельність звичайної діяльності, тобто не оцінюється, скільки отримано прибутку від звичайної діяльності з 1 грн звичайних витрат;

3) фондорентабельність, тобто не оцінюється величина прибутку, яка припадає на 1 грн оборотних активів;

4) рентабельність оборотних активів, тобто не визначається величина прибутку, яка припадає на 1 грн оборотних активів.

При застосуванні методики другої групи аналітиків не аналізується:

1) рентабельність продукції (товарів, робіт, послуг), тобто не оцінюється, скільки отримано валового прибутку з 1 грн понесених витрат;

2) рентабельність інвестиційного капіталу, тобто не оцінюється ефективність використання інвестованого капіталу.

Таким чином, щоб оцінити результати діяльності підприємства в цілому і проаналізувати його сильні й слабкі сторони, необхідно синтезувати показники, причому таким чином, щоб виявити причинно-наслідкові зв'язки, що впливають на фінансовий стан і його компоненти. Тож можна сказати, що методика другої групи авторів найбільш детальна, тому що з її допомогою можна проаналізувати рентабельність підприємства більш якісно, поглиблено, а також виявити резерви зростання рентабельності підприємства.

Звернемо увагу на динаміку різних показників рентабельності на прикладі ЗАТ "Хлібозавод "Салтівський".

За результатами аналізу можна підсумувати, що майже за всіма показниками рентабельності у 2009 р. та у 2010 р. ЗАТ "Хлібозавод "Салтівський" мав незадовільні результати. Але слід відзначити, що в 2010 р. показники рентабельності почали зростати. Це зумовлено тим, що підприємство за цей рік отримало більшу виручку від реалізації товарів порівняно з 2009 р.

Проте як у 2009 р., так і у 2010 р. усі показники, крім рентабельності продукції, яка становила у 2009 р. 46,87 %, а в 2010 р. – 42,3 %, мають від'ємне значення, що підтверджується отриманим збитком за цей період. Можна стверджувати, що стан ЗАТ "Хлібозавод "Салтівський" незадовільний і ситуація нестабільна, тому підприємству для його ефективної господарської діяльності потрібно переглянути і в разі необхідності змінити свою фінансову політику і фінансову стратегію.

Як правило, декілька причин є впливовими на будь-який економічний чинник. Тому для побудови економіко-математичної моделі рентабельності ЗАТ "Хлібозавод "Салтівський", на думку автора, доцільно побудувати класичну множинну модель лінійної регресії.

Добір факторів, зміна яких може істотно впливати на рентабельність ЗАТ "Хлібозавод "Салтівський", здійснюємо шляхом порівняльного аналізу часових залежностей економічних показників діяльності підприємства з використанням літературних даних [3]. За означенням рентабельність підприємства – це відношення чистого прибутку до величини всіх активів [5]. Тому рівняння множинної регресії мало б включати параметри чистого прибутку та величини всіх активів. Однак, згідно з рекомендаціями роботи [9, с. 204], вони не можуть бути факторними ознаками рівняння регресії через функціональний характер зв'язку з результативним показником. Отже, елементами рівняння мають бути ознаки з істотним впливом на чистий прибуток і величину всіх активів.

Виходячи з цього, проведено дослідження залежності рентабельності ЗАТ "Хлібозавод "Салтівський" (у) від х – коефіцієнта термінової ліквідності, х<sub>2</sub> – коефіцієнта маневреності, х<sub>3</sub> – питомої ваги дебіторської заборгованості в загальній сумі оборотних активів та х<sub>4</sub> – коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості.

За допомогою інструментарію середовища MS Excel побудували модель у натуральних змінних.

Отже, теоретичне рівняння лінійної множинної регресії в натуральних змінних становить:

$$y = -0,15688 + 0,03433 \times x_1 + 0,02480 \times x_2 + 0,12690 \times x_3 - 0,00267 \times x_4.$$

Таким чином, обрані показники ЗАТ "Хлібозавод "Салтівський" за впливом на рентабельність підприємства ранжуються в порядку його зменшення так: питомої ваги дебіторської заборгованості в загальній сумі оборотних активів (0,12690), коефіцієнта термінової ліквідності (0,03433), коефіцієнта маневреності (0,02480), коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості (-0,00267).

Існує багато чинників, що впливають на величину прибутку і рівень рентабельності. Ці чинники можна підрозділити на внутрішні і зовнішні. Зовнішні – це чинники, незалежні від зусиль даного колективу (зміна цін на матеріали продукції, тарифів перевезення, норм амортизації і т. д.). Такі заходи проводяться в загальному масштабі і сильно впливають на узагальнювальні показники господарської діяльності підприємств. Структурні зрушення в асортименті продукції істотно впливають на величину реалізованої продукції, собівартість і рентабельність виробництва.

Слід відзначити, що резерви зростання прибутку і рентабельності практично невичерпні, оскільки не зупиняється розвиток науки і техніки, постійно вдосконалюються форми і методи організації виробництва і праці.

Розглянемо основні резерви підвищення рентабельності ЗАТ "Хлібозавод "Салтівський":

1) зниження собівартості продукції підприємства. Це можливе за рахунок упровадження нової техніки, технологій, більш раціонального використання як матеріальних, так і трудових ресурсів, зменшення питомої ваги постійних витрат у собівартості продукції, адже зниження собівартості продукції прямо пропорційно впливає на збільшення прибутку підприємства;

2) виробництво і розробка нових видів продукції, яка зацікавить споживачів. Для зростання прибутку ЗАТ "Хлібозавод "Салтівський" слід:



- нарощувати обсяги виробництва, тобто збільшувати реалізацію своєї хлібобулочної продукції;
- упроваджувати заходи щодо підвищення продуктивності праці своїх працівників, мотивувати їх;
- орієнтуватися на ринок та захопити якомога більшу його частку;
- застосовувати маркетингові засоби реалізації продукції;
- розширювати асортимент продукції і підвищувати її якість;
- з максимальною віддачею використовувати потенціал, що є у його розпорядженні, включаючи і фінансові ресурси;
- грамотно будувати договірні відносини з постачальниками;
- орієнтуватись на довготривалі зв'язки з партнерами, а не разову співпрацю;
- зі знанням справи вести цінову політику;
- уміти найдоцільніше розміщувати одержаний раніше прибуток задля досягнення оптимального ефекту;
- співпрацювати з міжнародними фірмами на таких умовах, які б забезпечували отримання прибутку ЗАТ "Хлібозавод "Салтівський";

3) підвищення енергоефективності. Проблема економії і зменшення споживання енергії повинна бути під постійним контролем відповідних спеціалістів підприємств з енергомістким виробництвом. Доцільним буде впровадження нових технологій, які змінюють технологічний процес на менш енерговитратний.

Також для підвищення рентабельності ЗАТ "Хлібозавод "Салтівський" дуже важливим є прогнозування, оскільки, щоб грамотно керувати виробництвом, активно впливати на формування показників господарської і фінансової діяльності, необхідно постійно використовувати дані про його стан, а також зміни, які в ньому проходять.

Згідно із зазначеними вище пропозиціями здійснення діяльності і дотримання загальних вимог призведе до збільшення рентабельності підприємства та ефективного функціонування економіки в цілому. Застосування на практиці розроблених заходів узагалі по підприємству дасть змогу збільшити прибуток, а отже, і підвищити ефективність діяльності підприємства.

Таким чином, було розглянуто сучасні тенденції рентабельності підприємства, а також сформульовано основні кроки для підвищення ефективності діяльності підприємства в найкоротші терміни на прикладі ЗАТ "Хлібозавод "Салтівський".

*Наук. керівн. Петряєва З. Ф.*

**Література:** 1. Амельченко Т. В. Прибутковість як один із найважливіших показників ефективності діяльності підприємства / Амельченко Т. В., Чайлякова Д. І. // *Економіка Крима*. – 2010. – № 2(31). – С. 158-160. 2. Васильєв В. В. Шляхи підвищення результативності українських підприємств / В. В. Васильєв // *Фондовий ринок*. – 2009. – № 12. – С. 11–14. 3. Гущина І. І. Финансовый анализ деятельности предприятия / И. И. Гущина, М. В. Агапова // *Бухгалтерский вестник*. – 2009. – № 4. 4. Кодацкий В. П. Проблемы формирования прибыли / В. П. Кодацкий // *Економист*. – 2009. – № 3. – С. 49–60. 5. Марцин В. С. Економіка торгівлі [Електронний ресурс] / В. С. Марцин. – Режим доступу : <http://pidruchniki.com.ua>. 6. Пархомець М. К. Аналіз ефективності та фінансової стійкості підприємств / М. К. Пархомець, Л. І. Дудар // *Інноваційна економіка*. – 2010. – № 4. – С. 60–66. 7. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – 4-е изд., перераб. и доп. – Мн. : ООО "Новое знание", 2000. – 688 с. 8. Словник банківської термінології [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.glossary.org.ua>. 9. Фещур Р. В. Статистика: теоретичні засади і прикладні аспекти : навч. посібн. / Р. В. Фещур, А. Ф. Барвінський, В. П. Кічор та ін. ; за наук. ред. Р. В. Фещура. – Львів : Інтеллект-Захід, 2003. – 576 с.

УДК 657.372.14:664

**Воргуль Т. В.**

Студент 2 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **ОПТИМИЗАЦИЯ САЛЬДО ТОРГОВОГО БАЛАНСА ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

*Аннотация. Рассмотрена импортно-экспортная деятельность предприятия пищевой промышленности. С помощью симплексного метода найдено оптимальное решение поставленной экономико-математической задачи. Проанализирована проблема максимизации сальдо торгового баланса.*

© Воргуль Т. В., 2012



*Анотація. Розглянуто імпортно-експортну діяльність підприємств харчової промисловості. За допомогою симплексного методу знайдено оптимальне рішення наведеної економіко-математичної задачі. Проаналізовано проблему максимізації сальдо торгового балансу.*

*Annotation. The import-export work of the food processing industry is considered. Due to the simplex method, the optimal solution of the assigned mathematical economic" task has been found. The problem of the trade surplus was analysed.*

*Ключевые слова: сальдо торгового баланса, предприятие пищевой промышленности, экономико-математическая оптимизационная модель, симплексный метод решения.*

Важным экономическим показателем является сальдо торгового баланса – разность между стоимостью экспорта и импорта. Положительное сальдо торгового баланса означает превышение экспорта над импортом (страна или предприятие больше продает, чем покупает). Отрицательное сальдо торгового баланса – превышение импорта над экспортом (страна или предприятие больше покупает, чем продает). Обычно считается, что это плохо. Международный валютный фонд в своих рекомендациях и условиях выдачи кредитов указывает на необходимость и полезность для экономики иметь положительный торговый баланс [1]. В результате любая экономика стремится максимизировать сальдо торгового баланса либо, по крайней мере, достичь того, чтобы оно было положительным. Следовательно, экономика Украины также ориентируется на импортозамещение и повышение доли экспорта в ВВП.

Аналогичные стремления возникают и у владельцев предприятий. Исходя из этого, рассмотрим проблему, связанную с максимизацией сальдо торгового баланса для предприятия, деятельность которого связана с оптовой торговлей продуктами питания как в Украине, так и за рубежом.

Для обеспечения потребностей внутреннего рынка компания закупает коричневый тростниковый сахар. В тоже время компания экспортирует белый сахар отечественного производства. Более детальная структура импорта-экспорта предприятия представлена в таблице.

Таблица

**Структура импорта-экспорта предприятия**

Наименование продукта	Страна-импортер (экспортер)	Стоимость за 1 т, долл.
Импорт		
Коричневый тростниковый сахар	США	3500
	Индия	3000
Экспорт		
Белый сахар	Страны ЕС	1000
	Россия	800
	США	1200

Допустим, что также известны следующие условия:

- а) общая стоимость импорта из США более чем в 2 раза меньше, чем из Индии;
- б) сумма импорта из Индии больше либо равна \$ 9000;
- в) количество экспортируемых тонн сахара в страны ЕС и США меньше или равно количеству экспортируемых тонн в Россию;
- г) предприятие стремится, чтобы объем экспорта более чем в 7 раз превышал объем импорта;
- д) разность между суммой экспорта и импорта из США превышает или равна \$ 4000.

Исходя из теоретического анализа проблемы, построим экономико-математическую модель, для которой изначально определим структуру управляемых переменных. Обозначим:

- $x_1$  – объем импортируемых тонн коричневого сахара из США;
- $x_2$  – количество импортируемых тонн коричневого сахара из Индии;
- $x_3$  – объем экспорта в страны ЕС;
- $x_4$  – объем экспортируемых тонн белого сахара в Россию;
- $x_5$  – количество экспортируемых тонн белого сахара в США.

Ключевым этапом является определение функции цели, то есть максимального сальдо торгового баланса:

$$Z = -3500x_1 - 3000x_2 + 1000x_3 + 800x_4 + 1200x_5 \rightarrow \max. \quad (1)$$

Следующим шагом экономико-математического моделирования является описание ограничений в виде неравенств:

- 1) ограничение стоимости импорта из США по отношению к импорту из Индии:

$$2 \times 3500 x_1 \leq 3000 x_2; \quad (2)$$



2) ограничение суммы импорта из Индии:

$$3000 x_2 \geq 9000; \quad (3)$$

3) ограничение объема экспорта в страны ЕС и США по отношению к России:

$$x_3 + x_5 \leq x_4; \quad (4)$$

4) ограничение в соотношении объема экспорта и импорта:

$$7 \times (x_1 + x_2) \leq x_3 + x_4 + x_5; \quad (5)$$

5) ограничение относительно сумм экспорта в США и импорта из США:

$$1200 x_5 - 3500 x_1 \geq 4000; \quad (6)$$

К тому же необходимо учитывать ограничения относительно неотрицательности переменных:

$$x_1 \geq 0; x_2 \geq 0; x_3 \geq 0; x_4 \geq 0; x_5 \geq 0. \quad (7)$$

Выражения (1) – (7) составляют математическую модель. Для решения поставленной экономико-математической задачи целесообразно использовать симплексный метод решения задач линейного программирования. В данном случае оптимальной формой решения является симплекс-таблица. Данная процедура позволяет найти оптимальное значение функции цели и искомым переменных. Исходя из этого найдено решение, которое было получено с помощью Интернет-сайта: <http://math.semestr.ru/simplex/simplex.php>.

Таким образом, максимальное сальдо торгового баланса предприятия составляет 14 916,67 долл., при следующих оптимальных величинах: объем импорта коричневого сахара из США равен 1,29 т, из Индии импортируется 3 т коричневого сахара, объем экспорта в страны ЕС составляет 7,92 т, объем экспортируемого белого сахара в Россию – 15 т и количество экспортируемых тонн белого сахара в США составляет 7,08 т.

Итак, полученные результаты удовлетворяют все поставленные ограничения и являются оптимальным решением представленной задачи. Функция цели, а точнее сальдо торгового баланса положительно и достигает своего максимального значения при указанных ограничениях.

С экономической точки зрения предприятие рационально использует свой капитал. На это указывают не только полученные результаты, но и не принятые во внимание транспортные расходы. В целом деятельность предпринимателя благоприятно сказывается как на собственной прибыли и положении предприятия по отношению к конкурентам (о чем говорит высокий показатель сальдо торгового баланса), так и в общем на экономике Украины, так как для нашей страны, в которой многие продукты питания импортируются, преимущество экспорта над импортом приобрело особо важное значение. То есть положительный торговый баланс и высокий его показатель говорят о спросе на отечественный товар на международном рынке, а также о выгоде для предпринимателя высокой доли экспорта в торговле.

*Научн. рук. Малярец Л. М.*

**Литература:** 1. Сальдо [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Сальдо>.

УДК 336.764.1

**Казарина А. Р.**

Студент 2 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## ОПТИМАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПОРТФЕЛЕМ АКТИВОВ

*Аннотация. Рассмотрена проблема оптимального управления портфелем активов, с которой часто сталкиваются инвесторы и предприниматели. Используя программу "Поиск решения", решена реальная задача и обоснованы выводы, учитывая которые можно принимать правильные решения в экономической деятельности.*

© Казарина А. Р., 2012



*Анотація. Розглянуто проблему оптимального управління портфелем активів, з якою часто стикаються інвестори і підприємці. Використовуючи програму "Пошук рішення", вирішено реальне завдання й обґрунтовано висновки, враховуючи які можна приймати правильні рішення в економічній діяльності.*

*Annotation. We consider the problem of optimal portfolio management, which is often faced by investors and the entrepreneur. By using program the Search for Solutions we will solve the real problem and justify the findings, given that you can receive true test solutions in economic sphere.*

*Ключевые слова: активы, рациональное управление, математическая модель, инвестиционные вложения.*

В управлении портфелем активов для инвестора актуальным является определение оптимальных величин. Согласно определению, портфель активов – это совокупность инвестиционных вложений юридического или физического лица [1].

В действительности инвестиционный портфель представляет собой совокупность ценных бумаг разного вида, разного срока действия и разной степени ликвидности, принадлежащую одному инвестору и управляемую как единое целое. Если имеется более одной ценной бумаги, следовательно, есть портфель инвестиций. Портфель создается путем покупки дополнительных акций, облигаций, взаимных фондов или других инвестиций. Конечной целью является увеличение стоимости портфеля, при этом выбирают инвестиции, которые по предположению будут расти в цене [2].

Рассмотрим проблему принятия инвестором решения о вложении имеющегося у него капитала. Набор характеристик потенциальных объектов для инвестирования, выбранных в городе Харькове и имеющих определенные имена, задается в таблице.

Таблица

**Объекты инвестиционной деятельности и их характеристики**

№ п/п	Название	Доходность (%)	Срок выкупа (год)	Надежность (баллы)
1	ЖК "Павлово поле"	5,5	2013	5
2	ЖК "Триумф"	6,0	2014	5
3	ЖК "Монте-Плаза"	7,0	2015	3
4	ЖК "Молодежный городок"	8,5	2016	2
5	ЖК "Новая Шатиловка"	10	2017	2
6	ЖК "Дом на набережной"	5,0	2012	4

Предположим, что при принятии решения о приобретении активов должны быть соблюдены условия:

- а) суммарный объем капитала, который должен быть вложен, составляет \$ 1 000 000;
- б) доля средств, вложенная в один объект, не может превышать четверти от всего объема;
- в) более половины всех средств должны быть вложены в долгосрочные активы (допустим, на рассматриваемый момент к таковым относятся активы со сроком погашения после 2013 г.);
- г) доля активов, имеющих надежность менее чем 4 балла, не может превышать трети от суммарного объема.

Составим экономико-математическую модель для данной проблемы. Целесообразно начать построение модели с определения структуры управляемых переменных. В рассматриваемом примере в качестве таких переменных выступают объемы средств, вложенных в активы той или иной фирмы. Обозначим их как  $x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6$  соответственно. Тогда суммарная прибыль от размещенных активов, которую получит инвестор, может быть представляется в виде:

$$P = 0,055x_1 + 0,06x_2 + 0,07x_3 + 0,085x_4 + 0,1x_5 + 0,05x_6 \rightarrow \max. \quad (1)$$

Это есть целевая функция. На следующем этапе моделирования необходимо формально описать ограничения а-д по структуре портфеля:

- 1) ограничение на суммарный объем активов:

$$x_1 + x_2 + x_3 + x_4 + x_5 + x_6 \leq 1\,000\,000; \quad (2)$$

- 2) ограничение на размер доли каждого актива:

$$\begin{aligned} x_1 \leq 250\,000, \quad x_2 \leq 250\,000, \quad x_3 \leq 250\,000; \\ x_4 \leq 250\,000, \quad x_5 \leq 250\,000, \quad x_6 \leq 250\,000; \end{aligned} \quad (3)$$

- 3) ограничение, связанное с необходимостью вкладывать половину средств в долгосрочные активы:

$$x_2 + x_3 + x_4 + x_5 \geq 500\,000; \quad (4)$$

- 4) ограничение на долю ненадежных активов:

$$x_3 + x_4 + x_5 \geq 1/3 \times 1\,000\,000. \quad (5)$$

Наконец, система ограничений в соответствии с экономическим смыслом задачи должна быть дополнена условиями неотрицательности для искомых переменных:

$$x_A \geq 0, x_B \geq 0, x_C \geq 0, x_D \geq 0, x_E \geq 0, x_F \geq 0. \quad (6)$$

Выражения (1) – (6) составляют математическую модель поведения инвестора. Модель предполагает поиск таких значений переменных  $x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6$ , при которых достигается наибольшее значение прибыли, то есть функция  $P \rightarrow \max$ .

Для аналитического решения поставленной задачи воспользуемся Поискem решения в электронной таблице Excel. После введения и обработки данных получены следующие результаты (рисунок).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1							Zmax		
2	0,055	0,06	0,07	0,085	0,1	0,05	69166,67		
3									
4	1	1	1	1	1	1	1000000	<=	1000000
5	1	0	0	0	0	0	250000	<=	250000
6	0	1	0	0	0	0	250000	<=	250000
7	0	0	1	0	0	0	0	<=	250000
8	0	0	0	1	0	0	83333,33	<=	250000
9	0	0	0	0	1	0	250000	<=	250000
10	0	0	0	0	0	1	166666,7	<=	250000
11	0	0	1	1	1	0	333333,3	<=	333333,3
12	0	1	1	1	1	0	583333,3	>=	500000
13	x1	x2	x3	x4	x5	x6			
14	250000	250000	0	83333,33	250000	166666,7			

Рис. Результаты решения задачи

Таким образом, вложения имеющейся суммы в разные объекты инвестиционной деятельности разделились так: в объект 1 сумма вклада составляет  $x_1 = \$ 250\ 000$ ; аналогично, в объект 2 –  $x_2 = \$ 250\ 000$ ; в объект 3 сумма вклада составляет  $x_3 = \$ 0$ ; в объект 4 –  $x_4 = \$ 83\ 333,33$ ; в объект 5 –  $x_5 = \$ 250\ 000$ ; в объект 6 –  $x_6 = \$ 166\ 666,7$ . При таком распределении имеющихся активов максимальная прибыль инвестора составит  $\$ 69\ 166,67$ . Полученное решение является оптимальным.

Следовательно, инвестор оптимально осуществит свои вложения в объекты инвестирования по схеме, полученной в результате решения задачи.

Научн. рук. Малярец Л. М.

**Литература:** 1. Большаков С. В. Финансы предприятий: теория и практика : учебник / Большаков С. В. – М. : Книжный мир, 2005. – 85 с. 2. Акулич И. Л. Математическое программирование в примерах и задачах : глава 1. Задачи линейного программирования ; глава 2. Специальные задачи линейного программирования / Акулич И. Л. – М. : Высшая школа, 1986. – 89 с.

УДК 658.62:664

**Шеховцева К. В.**

Студент 2 курса  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## ОПТИМИЗАЦИЯ ОБЪЕМОВ ВЫПУСКА ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

*Аннотация. Проведен анализ деятельности предприятия пищевой промышленности. Построена оптимизационная модель максимизации прибыли с учетом реальных ресурсных возможностей предприятия.*

© Шеховцева К. В., 2012



*Анотація. Проведено аналіз діяльності підприємства харчової промисловості. Побудовано оптимізаційну модель максимізації прибутку з урахуванням реальних ресурсних можливостей підприємства.*

*Annotation. The analysis of the company, representing the food industry has been made. Optimization model is constructed to maximize profits, based on actual resource potential of the enterprise.*

*Ключевые слова: оптимизационная модель, максимизация прибыли, задача линейного программирования.*

Пищевая промышленность Украины – это совокупность крупных, средних и малых предприятий различных форм собственности, которые производят почти 20 % от общего объема промышленной продукции страны [1]. Пищевая отрасль народного хозяйства Украины занимает первое место по объемам привлеченных иностранных инвестиций. По последним данным, в данную отрасль поступило около 900 млн долл. США, что составляет 19 % всех иностранных инвестиций, вложенных в отечественную экономику. Продовольственные товары из Украины экспортируются в страны СНГ, Балтии, а также почти в 20 стран дальнего зарубежья.

Значительную часть реализованной продукции составляет производство хлебобулочных изделий. Товары данного производства пользуются повышенным спросом среди населения, входят в категорию товаров первой необходимости (эластичность по спросу составляет  $\leq 1$ ), поэтому анализ деятельности предприятий по выпуску хлебобулочных изделий является актуальным вопросом в области прогрессивного направления развития экономики Украины. Ключевыми аспектами подобного анализа являются определение текущей прибыльности предприятия и прогнозирование дальнейшего увеличения его прибыли за счет оптимального, сбалансированного использования существующих ресурсов. Максимизация прибыли, основанная на построении оптимизационной модели по выпуску продукции, является одной из основных задач экономико-математического моделирования. Оптимизационная модель, построенная на примере типичного для пищевой промышленности производства, поможет максимизировать прибыль предприятия, играющего ключевую роль в удовлетворении первичной потребности общества и вносящего свою долю в значительную часть отраслевого экспорта.

По данным АПН [2], в Харьковской области действует около полутора десятка крупных предприятий, занимающихся подобным производством, среди которых одним из наиболее перспективных и масштабных по объему выпускаемой продукции является ООО "Кулиничевский хлебозавод". В состав хлебопекарского комплекса входит 6 филиалов с развитой производственной базой. Ассортимент выпускаемой продукции включает в себя, помимо хлебобулочных изделий, кондитерские изделия, замороженные полуфабрикаты, изделия из слоёного теста и торты [3]. Исходя из такого разнообразия, целесообразным для математического анализа будет изучение деятельности цеха, ориентированного непосредственно на выпуск различных сортов пшеничного хлеба, который составляет наибольший процент от продаж и, следовательно, приносит производителю наибольшую прибыль.

Рассмотрим производство пшеничного хлеба ООО "Кулиничевский хлебозавод" на примере выпуска шести видов продукции. Сюда входят:

- 1) хлеб пшеничный "Київський";
- 2) хлеб "Белый из пшеничной муки высшего сорта";
- 3) хлеб "Гірчичний";
- 4) хлеб "Сімейний";
- 5) паляниця "Кременецька";
- 6) хлеб "Красносельський".

Производство данных видов продукции основано на использовании девяти типов сырья:

- 1) вода;
- 2) молоко;
- 3) мука высшего сорта;
- 4) масло растительное;
- 5) масло горчичное;
- 6) сахар;
- 7) соль;
- 8) дрожжи;
- 9) маргарин.

На основе анализа рынка хлебобулочных и сырьевых ресурсов были получены числовые выражения запасов используемого сырья на предприятии, цен на все виды продукции и сырья, а также подсчитаны числовые значения издержек и прибыли на единицу выпускаемой продукции в краткосрочном периоде (1 сутки). Детальная структура производства продукции, количества используемого сырья, объемов запасов и цен на продукцию представлена в табл. 1 и 2.

Таблица 1

## Структура производства ООО "Кулиничевский хлебозавод"

Кол-во исп. ресурсов на 1 ед., г	Хлеб "Київський"	Хлеб "Белый"	Хлеб "Гірчичний"	Хлеб "Сімейний"	Паляниця "Кременецька"	Хлеб "Красносельский"	Цена 100 г. исп. сырья, грн
Вода	210	0	120	150	70	150	0,32
Молоко	0	0	0	200	150	0	0,28
Мука (высш. сорт)	420	520	300	550	400	450	0,234
Масло растительное	35	0	0	50	0	0	1,058
Масло горчичное	0	0	35	0	0	0	0,297
Сахар	20	0	20	25	20	30	0,28
Соль	8	10	7	10	10	8	1
Дрожжи	10	20	18	15	10	12	1,14
Маргарин	0	0	0	0	40	0	0,93
Цена ед. хлеба, грн	4,5	2,5	4,25	6,75	5,5	3,35	
Издержки, 1 ед., грн	2,2751	1,5448	1,52115	3,197	2,222	1,8338	
Прибыль, 1 ед., грн	2,2249	0,9552	2,72885	3,553	3,278	1,5162	

Таблица 2

## Запасы производства ООО "Кулиничевский хлебозавод"

Сырьё	Запасы, т	Запасы, г
Вода	4,2084142	4208414,2
Молоко	1,815295	1815295
Мука высшего сорта	20,64963	20649630
Масло растительное	0,385835	385835
Масло горчичное	0,1466766	146676,6
Сахар	0,753806	753806
Соль	0,4022908	402290,8
Дрожжи	0,6755334	675533,4
Маргарин	0,198148	198148

Данные, содержащиеся в этих таблицах, позволяют составить экономико-математическую модель и определить показатели, приводящие к максимизации прибыли. Для начала определим структуру управляемых переменных. Обозначим:

- $x_1$  – суточный объем выпуска хлеба "Київський", т;
- $x_2$  – суточный объем выпуска хлеба "Белый из пшеничной муки высшего сорта", т;
- $x_3$  – суточный объем выпуска хлеба "Гірчичний", т;
- $x_4$  – суточный объем выпуска хлеба "Сімейний", т;
- $x_5$  – суточный объем выпуска хлеба "Паляниця "Кременецька", т;
- $x_6$  – суточный объем выпуска хлеба "Красносельский", т.

Решением задачи линейного программирования является нахождение оптимального плана, при котором достигается экстремум требуемого вида. Одним из основных этапов составления данного плана выступает определение функции цели. Целью данного исследования является максимизация прибыли, то есть нахождение положительного экстремума. Для формулировки функции цели воспользуемся данными из табл. 1, строка "Прибыль, 1 ед., грн", а также неизвестными  $x_1$  –  $x_6$ , которые представляют собой суточные нормы выпуска продукции.

Функция цели имеет вид:

$$Z = 2,2249x_1 + 0,9552x_2 + 2,72885x_3 + 3,553x_4 + 3,278x_5 + 1,5162x_6 \rightarrow \max.$$

Следующим шагом экономико-математического моделирования является определение ограничений на неизвестные. Для этого воспользуемся данными табл. 1 и 2. Как известно, норма расхода ресурсов (табл. 1) не должна превышать имеющиеся запасы (табл. 2). Исходя из этого утверждения, составляем систему неравенств:



$$\begin{cases}
 210x_1 + 120x_3 + 150x_4 + 70x_5 + 150x_6 \leq 4208414,2; \\
 200x_4 + 150x_5 \leq 1815295; \\
 420x_1 + 520x_2 + 300x_3 + 550x_4 + 400x_5 + 450x_6 \leq 20649630; \\
 35x_1 + 50x_4 \leq 385835; \\
 35x_3 \leq 146676,6; \\
 20x_1 + 20x_3 + 25x_4 + 20x_5 + 30x_6 \leq 753806; \\
 8x_1 + 10x_2 + 7x_3 + 10x_4 + 10x_5 + 8x_6 \leq 402290,8; \\
 10x_1 + 20x_2 + 18x_3 + 15x_4 + 10x_5 + 12x_6 \leq 675533,4; \\
 40x_5 \leq 198148.
 \end{cases}$$

Получили систему ограничений. Совместно с функцией цели данная система составляет математическую модель. Исходя из имеющихся данных, решение поставленной экономико-математической задачи целесообразно будет осуществить, используя симплексный метод решения задач линейного программирования. Применимо к данному случаю, наиболее оптимальной формой решения является симплекс-таблица, которая позволяет найти оптимальное значение функции цели и искомых переменных. Для начала, используя Microsoft Excel, построим опорную таблицу, отвечающую условиям задачи (табл. 3).

Таблица 3

**Исходные данные**

	X1	X2	X3	x4	X5	X6	Запасы
Вода	210	0	120	150	70	150	4208414,2
Молоко	0	0	0	200	150	0	1815295
Мука (высш. сорт)	420	520	300	550	400	450	20649630
Растительное масло	35	0	0	50	0	0	385835
Горчичное масло	0	0	35	0	0	0	146676,6
Сахар	20	0	20	25	20	30	753806
Соль	8	10	7	10	10	8	402290,8
Дрожжи	10	20	18	15	10	12	675533,4
Маргарин	0	0	0	0	40	0	198148
Прибыль, 1 ед.	2,2249	0,9552	2,72885	3,553	3,278	1,5162	

Для поиска оптимального решения задач линейного программирования с заданными ограничениями в Microsoft Excel используется надстройка "Поиск решения" [4, с. 14–21]. Приведя опорную таблицу к адаптированному для решения виду, в строке "Решения" получаем необходимые значения неизвестных (табл. 4).

Таблица 4

**Исходные данные**

Переменные	x1	x2	x3	x4	x5	x6		
Решения	<b>3365</b>	<b>14433</b>	<b>4190,76</b>	<b>5361,2</b>	<b>4953,7</b>	<b>12319,56</b>		
	Матрица коэффициентов системы						Левая часть	Правая часть
Вода	210	0	120	150	70	150	4208414,2	4208414,2
Молоко	0	0	0	200	150	0	1815295	1815295
Мука, высш. сорт	420	520	300	550	400	450	20649630	20649630
Растительное масло	35	0	0	50	0	0	385835	385835
Горчичное масло	0	0	35	0	0	0	146676,6	146676,6
Сахар	20	0	20	25	20	30	753806	753806
Соль	8	10	7	10	10	8	402290,8	402290,8
Дрожжи	10	20	18	15	10	12	675533,4	675533,4
Маргарин	0	0	0	0	40	0	198148	198148
Целевая функция	2,2249	0,9552	2,72885	3,553	3,278	1,5162	<b>86674,6346</b>	max

Таким образом, максимизация прибыли от продукции хлебопекарного цеха предприятия "ООО "Кулиничевский хлебозавод" будет осуществлена при условии, если данный цех будет выпускать в сутки 3 365 единиц батона пшеничного "Киевского", 14 433 единицы батона "Белого", 4 191 единицу

хлеба "Гірчичний", 5 361 единицу батона "Семейный", 4 954 единицы "Паляниця "Кременецька" и 12 320 единиц хлеба "Красносельского". Общая прибыль, по найденному оптимальному плану, составит 86 674,6346 гривен.

Целью данного научного исследования являлась оптимизация и оценка функционирования предприятия, а также планирование микроэкономических показателей его деятельности на основе анализа текущих данных по видам продукции, их ценам и размерам расходов на сырье. Для этого было необходимо определить объем производства продукции каждого вида при условии использования существующих запасов сырья.

Проанализировав полученные результаты, можно сделать вывод о том, что данные показатели полностью удовлетворяют все поставленные ограничения и в совокупности представляют собой оптимальное решение поставленной задачи. Функция цели достигает своего максимального значения при указанных ограничениях, что свидетельствует о том, что предприятие рационально использует свой капитал.

Научн. рук. Малярець Л. М.

**Литература:** 1. Пищевая промышленность Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://ru.wikipedia.org/wiki/Пищевая\\_Промышленность\\_Украины](http://ru.wikipedia.org/wiki/Пищевая_Промышленность_Украины). 2. Агентство промышленных новостей [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.apn-ua.com/>. 3. Кулиничевский хлебозавод [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.kulinichi.com/>. 4. Лабораторний практикум з навчальної дисципліни "Економіко-математичне моделювання" : навчально-практичний посібник / Л. М. Малярець, П. М. Куліков, І. Л. Лебедєва та ін. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 136 с.

УДК 658.62:664.6

**Гринько Т. Н.**

Студент 2 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **ОЦЕНКА УСЛОВИЙ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ НА ПРИМЕРЕ ВЫПУСКА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ "ООО "КУЛИНИЧЕВСКИЙ ХЛЕБОЗАВОД"**

*Анотація. Проведен аналіз умов діяльності підприємства на сучасному українському ринку, створена оптимізаційна модель з урахуванням його поточних показників. Проведено порівняння отриманих під час розв'язання показників з наявними на сьогодні на ринку.*

*Анотация. Проведено анализ умов діяльності підприємства на сучасному українському ринку, створено оптимізаційну модель з урахуванням його поточних показників. Проведено порівняння отриманих під час розв'язання показників з наявними на сьогодні на ринку.*

*Annotation. The conditions of the enterprise in modern Ukrainian market was conducted. An optimization model with its current performance was created. A comparison of solutions in the indicators currently available on the market were made.*

*Ключевые слова: минимизация затрат, оптимизационная модель, задача линейного программирования.*

Производство – одна из важнейших составляющих современной жизни и современной экономики. Оно обеспечивает население всеми необходимыми ему для жизни благами, а также другими товарами, которые имеют спрос. Массовое, в особенности автоматизированное, производство избавляет людей от необходимости самостоятельно создавать необходимые им вещи, продукты и позволяет перенаправить свои способности в другое русло, таким образом двигая прогресс. Также благодаря массовому производству достигаются меньшие затраты на производство единицы продукции, в основном – ресурсные и временные, поэтому товары становятся более доступными для всех.

Для любого предприятия главной является точность расчетов и их своевременность. Для достижения наибольшей экономической эффективности, а значит и наибольшей пользы для общества,



на все изменения с наибольшей эффективностью и скоростью. Кроме статичных факторов, которые обычно рассматриваются в условных экономических задачах, в реальных условиях появляется очень много динамичных и изменчивых факторов, которые также влияют на решения фирмы.

В условия рынка возможна ситуация, когда в определенный момент некоему предприятию выгоднее не заниматься выпуском продукции, а распродать уже закупленные ресурсы. Вопрос состоит в том, что ресурсы для производства закупаются не ежедневно, а в определенные дни – предприятие подписывает контракт с поставщиками либо закупает некий ресурс и хранит его на складах (если это возможно). Закупки производятся согласно первоначальному оптимальному плану производства, в котором будущая ситуация на рынке может быть только спрогнозирована. Поэтому когда речь заходит о выпуске в небольших временных отрезках, руководству этого предприятия приходится постоянно следить за ситуацией на рынке и на самом производстве, чтобы вносить коррективы в работу этого предприятия и принимать решения относительно наиболее выгодных действий в существующих условиях.

Кроме вопросов "Сколько выпускать?" и "Что выпускать?", приходится задаваться вопросом "Выпускать ли вообще?". Если через некоторое время после закупки ресурсов, их цены вырастут, то фирме может быть выгоднее продать их и остановить производство. Такое решение может быть верным при резком изменении цен на ресурсы, так как в таком случае решение про резкий соответственный подъем цен на продукцию может не принести никакого дохода. Чтобы узнать ответ на вопрос "Производить или не производить?", проводят отдельные расчеты на основе имеющихся данных.

Рассмотрим работу одного из цехов Харьковского филиала ООО "Хлебзавод "Кулинич", расположенного в г. Купянск, а именно цеха, производящего пшеничный хлеб. В данном цехе производится 6 видов пшеничного хлеба:

- 1) хлеб пшеничный "Київський";
- 2) хлеб "Белый из пшеничной муки высшего сорта";
- 3) хлеб "Гірчичний";
- 4) хлеб "Сімейний";
- 5) паляница "Кременецька";
- 6) хлеб "Красносельський".

Известен состав и рецептура приготовления всех этих 6 видов хлеба, известны установившиеся на данный момент на украинском рынке цены на основные ресурсы производства: муку пшеничную высшего сорта, молоко, воду, растительное масло, масло горчичное, сахар, соль, дрожжи сухие прессованные и маргарин. Все эти данные переведены в граммы и приведены в таблице. Кроме того, в таблице приведена прибыль с единицы продукции, рассчитанная как разность между ценой единицы хлеба и затратами на ее производство.

Таблица

#### Исходные данные

Ресурс	Затраты на производство единицы хлеба, кг						Запас, кг
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	
Вода	0,21	0	0,12	0,15	0,07	0,15	420,4142
Молоко	0	0	0	0,2	0,15	0	1815,295
Мука	0,42	0,52	0,3	0,55	0,4	0,45	2099,63
Масло растит.	0,035	0	0	0,5	0	0	385,835
Масло горчич.	0	0	0,035	0	0	0	176,6466
Сахар	0,02	0	0,02	0,025	0,02	0,03	753,806
Соль	0,008	0,01	0,007	0,01	0,01	0,008	402,2908
Дрожжи	0,01	0,02	0,018	0,015	0,01	0,012	675,7334
Маргарин	0	0	0	0	0,04	0	198,148
Прибыль 1 ед.	2,2249	0,9552	2,72885	3,553	3,278	1,5162	

Примечания:

- x<sub>1</sub> – хлеб пшеничный "Київський";  
x<sub>2</sub> – хлеб "Белый из пшеничной муки высшего сорта";  
x<sub>3</sub> – хлеб "Гірчичний";  
x<sub>4</sub> – хлеб "Сімейний";  
x<sub>5</sub> – паляница "Кременецька";  
x<sub>6</sub> – хлеб "Красносельський".

Целевая функция будет иметь вид:

$$F = 0,4204142u_1 + 1,815295u_2 + 2,099630u_3 + 0,385835u_4 + 0,176646u_5 + 0,753806u_6 + 0,4022908u_7 + 0,6757334u_8 + 0,198148u_9 \rightarrow \min.$$

Ограничения:

$$210u_1 + 420u_3 + 35u_4 + 20u_6 + 8u_7 + 10u_8 \geq 2,2249;$$

$$520u_3 + 10u_7 + 20u_8 \geq 0,9552;$$



$$120y_1 + 300y_3 + 35y_5 + 20y_6 + 7y_7 + 18y_8 \geq 2,2249;$$

$$150y_1 + 200y_2 + 550y_3 + 50y_4 + 25y_6 + 10y_7 + 15y_8 \geq 2,2249;$$

$$70y_1 + 150y_2 + 400y_3 + 20y_6 + 10y_7 + 10y_8 + 40y_9 \geq 2,2249;$$

$$150y_1 + 450y_3 + 30y_6 + 8y_7 + 12y_8 \geq 2,2249;$$

$$y_1 \geq 0, y_2 \geq 0, y_3 \geq 0, y_4 \geq 0, y_5 \geq 0, y_6 \geq 0, y_7 \geq 0, y_8 \geq 0, y_9 \geq 0,$$

где  $y_1, y_2, y_3, y_4, y_5, y_6, y_7, y_8, y_9$  – цены килограмма каждого из ресурсов в гривнах, а именно:

- $y_1$  – цена воды;
- $y_2$  – молока;
- $y_3$  – муки высшего сорта;
- $y_4$  – растительного масла;
- $y_5$  – горчичного масла;
- $y_6$  – сахара;
- $y_7$  – соли;
- $y_8$  – сухих прессованных дрожжей;
- $y_9$  – маргарина.

Для поиска оптимального решения задач линейного программирования с заданными ограничениями в Microsoft Excel используется надстройка "Поиск решения" [4, с. 14–21]. Приводим исходную таблицу к адаптированному для решения виду и получаем такие результаты (далее приведено значение, округленное до копеек):

$$y_1 = 14,24 \text{ грн};$$

$$y_2 = 61,51 \text{ грн};$$

$$y_3 = 71,14 \text{ грн};$$

$$y_4 = 13,07 \text{ грн};$$

$$y_5 = 5,98 \text{ грн};$$

$$y_6 = 25,54 \text{ грн};$$

$$y_7 = 13,63 \text{ грн};$$

$$y_8 = 22,90 \text{ грн};$$

$$y_9 = 6,71 \text{ грн}.$$

В настоящее время на украинском рынке действуют следующие цены:

- вода – 3,2 грн;
- молоко – 2,8 грн;
- мука высшего сорта – 2,34 грн;
- масло растительное – 10,58 грн;
- масло горчичное – 2,97 грн;
- сахар – 2,8 грн;
- соль – 10 грн.
- дрожжи сухие прессованные – 11,4 грн;
- маргарин – 9,3 грн.

Очевидно, что реальные цены в большинстве случаев несоизмеримо меньше, чем те, при которых производителю стоило бы отказаться о производства. В зоне риска растительное масло, цена отказа всего на 23,5 % выше, чем реальная. Скачок инфляции может привести к дополнительным потерям хлебозавода. Единственный ресурс, от которого, возможно, стоило бы отказаться – это маргарин, потому как его реальная цена превышает ту, при которой предприятию было бы выгодней продавать сам ресурс, чем печь из него хлеб.

Возможно, предприятие не продает данный ресурс, так как полученная с остальных ресурсов прибыль позволяет компенсировать потери на маргарине и, таким образом, одновременно позволяет увеличить количество потребителей продукции хлебозавода за счет более широкого ассортимента.

Таким образом, данное исследование показывает, что в условиях современного украинского рынка маловероятна ситуация, когда предприятию "Кулинички" пришлось бы останавливать работу одного из своих цехов по производству белого хлеба из-за его неэффективности. На данный момент высокий спрос на продукты питания, в особенности на хлеб, который всегда остается актуальным на рынке, позволяет предприятиям, которые уже закрепились в этой отрасли, получать высокие прибыли и активно развивать свое производство.

*Научн. рук. Малярец Л. М.*

**Литература:** 1. Кулиничевский хлебозавод [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.kulinichi.com/>. 2. Новости пищевой промышленности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.foodmarket.info/>. 3. Агентство промышленных новостей [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.apn-ua.com/>. 4. Хлеб белый [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Хлеб>. 5. Лабораторний практикум з навчальної дисципліни "Економіко-математичне моделювання : навчально-практичний посібник / Л. М. Малярець, П. М. Куліков, І. Л. Лебедева та ін. – Х. : Изд. ХНЕУ, 2009. – 136 с.

Студент 4 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ В ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІЙ СФЕРІ

*Анотація. Проведено аналіз міжнародного співробітництва України в інноваційно-інвестиційній сфері, розглянуто шляхи покращення подальшої інтеграції країни у світове інноваційно-інвестиційне партнерство.*

*Аннотация. Проведен анализ международного сотрудничества Украины в инновационно-инвестиционной сфере, рассмотрены пути стимулирования и улучшения последующей интеграции страны в мировое инновационно-инвестиционное партнерство.*

*Annotation. The analysis of international cooperation of Ukraine is conducted in the innovative and investment sphere, the ways of stimulation and improvement of subsequent integration of our country into the innovative-investment partnership were considered.*

*Ключові слова: інновації, інвестиції, державна інноваційна політика, інноваційна інфраструктура, міжнародна співпраця.*

Україна має потужний потенціал у розвитку інноваційно-інвестиційної сфери вітчизняної економіки. Місце України на світовому ринку сьогодні та в майбутньому залежатиме, насамперед, від того, наскільки ефективно розв'язується питання підвищення конкурентоспроможності економіки на основі інновацій та активного залучення інвестицій. Ефективні інноваційні процеси неможливі без активного розвитку міжнародного співробітництва та міжнародної кооперації в інноваційно-інвестиційній сфері.

Роль державної підтримки та регулювання інноваційно-інвестиційної сфери, проблеми розвитку інноваційної інфраструктури, її елементів було розглянуто в працях вітчизняних та зарубіжних вчених: Бутенко О. І., Гринько Т. В., Гриньової В. М., Єфременко В. Ф., Попова О. Є., Української Л. О., Федулової Л. І., Шепелева Г. В. та ін.

Метою статті є аналіз перспектив міжнародного співробітництва України в інноваційно-інвестиційній сфері, визначення основних проблем та перешкод на шляху до подальшого залучення нашої країни до міжнародних інтеграційних процесів у високотехнологічних сферах економіки, а також визначення напрямів подолання перепон, які гальмують міжнародне співробітництво нашої країни в інноваційно-інвестиційній сфері.

У більшості країн співробітництво з іноземними партнерами настільки ж важливе, як і внутрішнє, бо воно є ознакою формування глобальних мереж інновацій [1, с. 74] (рис. 1).

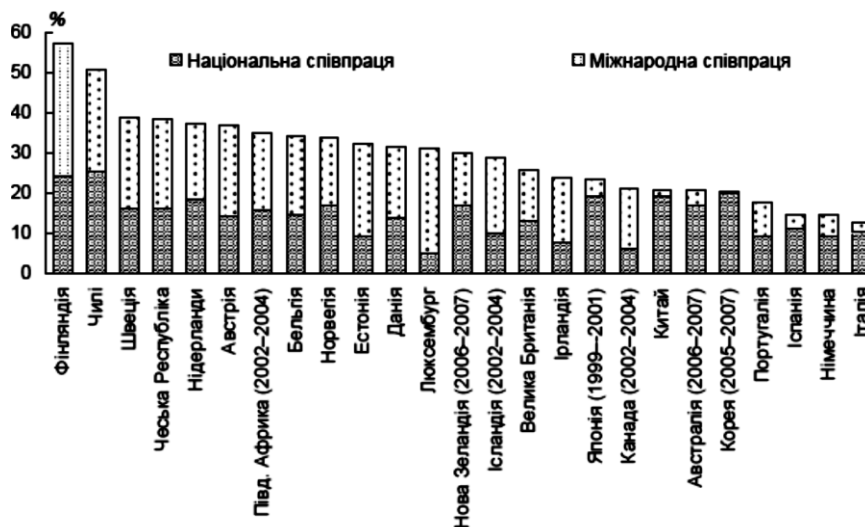


Рис. 1. Співвідношення національного та міжнародного інноваційного співробітництва у 2004 – 2007рр., % від числа інноваційних фірм [1, с. 75]

Згідно із законодавчою базою України, інвестиції – це всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності для отримання прибутку або досягнення соціального ефекту [2].

Визначення поняття інвестицій Дж. Кейнса точніше характеризує сутність інвестицій: це "поточний приріст цінності капітального майна внаслідок виробничої діяльності даного періоду ... та частина прибутку за певний період, що не була використана для споживання" [3, с. 117].

У загальному вигляді інвестиції – це економічна категорія розширеного відтворення, яка є основним інструментом формування мікро- та макроекономічних пропорцій та визначає темпи економічного зростання [4, с. 17].

Що стосується інновацій, то згідно із Законом України "Про інноваційну діяльність", інновації – це новостворені або вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери [5].

У сучасній літературі поширені два підходи щодо визначення поняття "інновація": 1) статичний, де інновація виступає як "інновація-продукт", коли вона представляється як результат інноваційного процесу у вигляді нової техніки (продукції), технології, нового методу, що впроваджується на ринку; 2) динамічний, де інновація виступає як "інновація-процес", коли в динаміці розглядається процес, що охоплює дослідження, проектування, розроблення, організацію виробництва, комерціалізацію і поширення нових виробів, технологій, принципів замість існуючих.

Погляду на інновацію як процес дотримувались такі зарубіжні вчені: Д. Бессант, К. Павітт, Б. Санто, Б. Твісс, Д. Тідд. Серед українських економістів прихильниками даного підходу є І. Будникевич, О. Колодизев, О. Коюда, О. Лапко, Л. Нейкова, Д. Черваньов, І. Школа, О. Ястремська [6 – 8].

На сьогоднішній день конкурентоспроможність в Україні та її інноваційна діяльність оцінюються світовими експертами досить низько. Згідно з індексом глобальної конкурентоспроможності (ІГК) Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) та Звітом про конкурентоспроможність України 2010 р., опублікованим фондом "Ефективне управління" разом з ВЕФ, серед 134 країн світу Україна займає 82-ге місце, перемістившись за останні роки на 10 позицій нижче [9, с. 72].

Зазначені результати свідчать про необхідність формування та забезпечення умов для стимулювання розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності, насамперед, через створення позитивного інвестиційного клімату внаслідок поліпшення загального міжнародного іміджу країни.

Для того щоб створити необхідні умови для розвитку міжнародного економічного співробітництва та удосконалити залучення й використання інвестицій, організоване Національне агентство України з реконструкції та розвитку (НАУРР) при Кабінеті Міністрів України (рис. 2).



Рис. 2. Національне агентство України з реконструкції та розвитку [10; 11]

Основні напрями діяльності НАУРР:

- 1) забезпечення проведення єдиної державної політики у сфері фінансово-економічного співробітництва з міжнародними фінансовими організаціями (МФО);
- 2) розробка й реалізація економічних, організаційних заходів, підготовка актів нормативно-правового характеру у сфері фінансового та економічного співробітництва;
- 3) підготовка пропозицій й удосконалення механізму державного регулювання, залучення, використання й погашення іноземних кредитів, надання гарантій та інших зобов'язань Кабінету Міністрів України;
- 4) аналіз ефективності використання іноземних кредитів та їх залучення в економіку України;
- 5) розробка й реалізація програм і проектів міжнародної технічної допомоги, проведення державної реєстрації [11, с. 74–75].

НАУРР у межах своєї компетенції сприяє залученню іноземного капіталу шляхом створення сприятливого інвестиційного клімату. Основна мета його діяльності – це створення умов для подальшого розвитку міжнародного економічного співробітництва. Агентство повинно забезпечити умови



для надходження в Україну недержавних, позабюджетних коштів, іноземного капіталу, що сприяє прискоренню структурних змін в економіці держави.

Одним із напрямів міжнародного співробітництва нашої держави в інноваційно-інвестиційній сфері є проведення Державним агентством з інвестицій та управління національними проектами роуд-шоу – презентацію Національних проектів провідним представникам міжнародного бізнесу – 16 найбільшим фінансовим центрам світу, перший етап якого розпочався 31 жовтня 2011 року в Лондоні.

Державне агентство з інвестицій та управління національними проектами України (Держінвест-проект України) є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується та координується Кабінетом Міністрів України.

Агентство відповідальне за реалізацію інвестиційної реформи в Україні, метою якої є: використання обмежених ресурсів держави як засобу партнерства з приватними інвестиціями; створення необхідної інфраструктури для залучення інвестицій; створення умов для збільшення припливу інвестицій [12].

Презентації вже відбулись в Європі, зокрема в Лондоні (31 жовтня), Відні (2 листопада), Франкфурті (3 листопада), та США – в Нью-Йорку (7 листопада), Хьюстоні (8 листопада), Чикаго (9 листопада) та Вашингтоні (10 листопада), Ель-Кувейті (14 листопада).

Реалізація роуд-шоу є одним із компонентів інвестиційної реформи України, основною метою якої є активне залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України, формування позитивного інвестиційного іміджу України в світі, а також позиціонування України як провідного фінансового, інноваційного, політичного бізнес-центру у Східній Європі.

22 листопада 2011 року в Стамбулі відбулося установче засідання українсько-турецької робочої групи між Державним агентством з інвестицій та управління національними проектами України та представниками кількох державних відомств Туреччини з питань співпраці в постачанні скрапленого газу для реалізації Національного проекту "LNG-Термінал", який буде споруджено на Чорноморському узбережжі. Представникам еміратського бізнесу, які відвідали захід, було запропоновано декілька українських проектів національного значення. Це, зокрема, проект "Енергія природи", що передбачає використання відновлювальних джерел енергії, проект "Чисте місто", метою якого є залучення інвестицій у створення індустрії з переробки твердих побутових відходів, та інтегральний реабілітаційний проект "ІнтерМедікалЕкоСіті" зі створення реабілітаційної клініки лікаря Володимира Козьякіна [12].

Міжнародне співтовариство вже давно рекомендує застосовувати стратегії зростання економіки за рахунок розвитку "зелених технологій". Наприклад, США розробили план протягом наступних 10 років інвестувати 150 млрд дол. США в розвиток екологічно чистих видів енергії [1, с. 71].

Україна та Держава Катар мають намір активізувати двосторонній діалог з метою розвитку торгово-економічного, політичного та культурного співробітництва між країнами. Уряд України зацікавлений розвивати співробітництво в сільському господарстві, електроенергетиці, авіа- та суднобудуванні, у сфері високих технологій, туризмі, освіті [12].

Але, незважаючи на прогресивні кроки України на шляху поглиблення співробітництва в інвестиційній та інноваційній сферах, існують значні перепони, які перешкоджають та гальмують інноваційно-інвестиційне співробітництво з іншими державами та інноваційно-інвестиційний розвиток національної економіки в цілому. До таких перешкод, зокрема, відносять:

1) брак цілісної та всеосяжної системи законодавства в інноваційній сфері обумовлює відокремленість наукової та дослідницької діяльності від виробництва;

2) безсистемний характер участі українських учених у заходах міжнародних організацій, що обумовлене відсутністю фінансового забезпечення міжнародної науково-технічної співпраці з боку України;

3) відсутність налагодженої системи інформування про профільні міжнародні організації, терміни проведення міжнародних науково-технічних заходів та ін.;

4) систематичне невиконання Україною зобов'язань по міжнародних програмах науково-технічної співпраці через припинення фінансування проектів зі свого боку;

5) неузгодженість окремих норм нових законодавчих актів з положеннями уже чинних законів;

6) недосконалість законодавства та його невідповідність міжнародним нормам.

Зважаючи на зазначені проблеми правового регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності, такі заходи сприятимуть покращенню діяльності у цій сфері:

розмежувати повноваження центральних органів виконавчої влади, які забезпечують розв'язання питань інноваційно-інвестиційної діяльності.

удосконалити законодавчу базу, яка регулює діяльність інноваційної інфраструктури;

удосконалити механізм формування державних цільових програм.

Для забезпечення подальшого міжнародного співробітництва нашої країни в інноваційно-інвестиційній сфері та сприяння економічному зростанню в цілому необхідне, в першу чергу, активне втручання держави в стимулювання, заохочення, захист іноземних партнерів, створення сприятливого інвестиційного клімату, раціональне використання фінансових та виробничих ресурсів, подолання недосконалості податкової та правової систем.

*Наук. керівн. Українська Л. О.*

**Література:** 1. Федулова Л. І. Тенденції розвитку інноваційної політики та її вплив на економічне зростання / Федулова Л. І. // Економіка і прогнозування. – 2011. – № 2. – С. 63–81. 2. Про інвестиційну діяльність : Закон України зі змінами та доповненнями // Вісник Верховної Ради. – 1991. – № 47. – С. 15–17. 3. Данилов О. Д.

Інвестування : навчальний посібник / Данілов О. Д., Івашина Г. М., Чумаченко О. Г. – К. : Комп'ютерпрес, 2001. – 364 с. 4. Дука А. П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування : навч. посібн. / Дука А. П. – 2-ге вид. – К. : Каравела, 2008. – 432 с. 5. Про інноваційну діяльність : Закон України від 4 липня 2002 р. № 40 IV, розділ 1.1.1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua). 6. Долішній М. І. Організаційно-економічні напрямки активізації інноваційної діяльності в Україні: регіональні аспекти / М. І. Долішній, С. І. Бойко, С. О. Ішук // Регіональна економіка. – 2004. – № 1. – С. 48–54. 7. Євдокименко В. К. Стратегія соціально-економічного розвитку адміністративно-територіальної одиниці: концептуальний підхід в сучасних умовах / В. К. Євдокименко // Регіональна економіка. – 2004. – № 2. – С. 104–118. 8. Комлик М. О. Інноваційний розвиток – потреба та реальність / М. О. Комлик // Наукові вісті НТУУ "КПІ". – 2003. – № 3(29). – С. 12–20. 9. Россоха В. В. Інноваційно-технологічне забезпечення розвитку економіки : український вимір / Россоха В. В. // Агроінком. – 2011. – № 7–9. – С. 67–74. 10. Проблеми розвитку інвестиційної діяльності : монографія / Гриньова В. М., Коюда В. О., Лепейко Т. І. та ін. ; за заг. ред. проф. Гриньової В. М. – Х. : Вид. ХДЕУ, 2002. – 464 с. 11. Інвестування : навчальний посібник / Гриньова В. М., Коюда В. О., Лепейко Т. І. та ін. / за заг. ред. докт. екон. наук, проф. В. М. Гриньової. – 2-ге вид., доправ. і доп. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2004. – 404 с. 12. Державне агентство з інвестицій та управління національними проектами. – Режим доступу : <http://www.ukrproject.gov.ua>.

УДК [339.727.22:339.944](477)

**Михайловський О. М.**

Студент 4 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ АКТИВІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ УКРАЇНИ**

*Анотація. Присвячено аналізу взаємодії транснаціональних корпорацій (ТНК) з підприємствами України, а також шляхам подолання непривабливості інвестиційного клімату. Проаналізовано обсяг іноземного капіталу та прямі іноземні інвестиції з боку ТНК.*

*Аннотация. Посвящено анализу взаимодействия транснациональных корпораций (ТНК) с предприятиями Украины, а также путям преодоления непривлекательности инвестиционного климата. Проанализированы объем иностранного капитала и прямые иностранные инвестиции со стороны ТНК.*

*Annotation. This article analyzes the interaction of TNCs with Ukrainian companies as well as ways to overcome the unattractive investment climate. The amount of foreign capital and foreign direct investment by TNCs were also analyzed.*

*Ключові слова: транснаціональні корпорації (ТНК), інвестиційний клімат, інтернаціоналізація.*

За останні десятиріччя на міжнародній арені з'явилися нові міжнародні підприємства, які швидко зайняли власну нішу у світовій економіці. Потужність діяльності таких агентів та кількість їх активів іноді можна порівняти лише з ВВП декількох країн разом узятих. Сфера діяльності транснаціональних корпорацій (ТНК) на сьогоднішній день розповсюджується майже на всі країни світу та галузі економіки. Стабільний розвиток України в сучасних умовах глобалізації неможливий без взаємодії з ТНК. Враховуючи стратегічний курс України на інтеграцію у світове господарство, суттєве значення має дослідження її співпраці з ТНК. Наша країна не так давно здобула незалежність і стала на шлях самостійного економічного розвитку, запорукою успішності якого є зважена економічна політика та зовнішньоекономічні зв'язки.

Мета роботи – виявлення проблем та причин непривабливого інвестиційного клімату для ТНК в Україні.

Дану тему розглядали такі вчені, як: Білоус Т. С., В. Полуянов, Задорожня Н. В. (проблеми сучасних монополій та ТНК), Макогон Ю. В. (транснаціональний регіоналізм та сучасний регіональний розвиток в Європі). Дана тема була розкрита неповністю, тому необхідно розглянути її більш детально.

Сьогодні немає жодного значного процесу у світовій економіці, що відбувався б без участі ТНК. Вони беруть як пряму, так і опосередковану участь у світових економічних та політичних процесах. ТНК значно поглибили рівень взаємозалежності між країнами, інтенсифікувавши процес міжнародного поділу праці, спеціалізації та кооперації національних економік. Хоча ТНК здійснюють свою діяльність у системі світового господарства, їх вплив поширюється і на політичну сферу, що дозволяє розглядати ТНК поряд із державами і міжнародними організаціями.



Залучення потужностей ТНК у національне господарство України залежить від інвестиційного клімату та сприятливості економічного середовища. Також стабільність взаємовідносин України з транснаціональними корпораціями, насамперед, залежить від якості державного регулювання, що забезпечує правомірне та об'єктивне урегулювання спірних питань та подальшу безконфліктну співпрацю.

За станом на 1 січня 2010 року в економіку України іноземними інвесторами внесено 40 026,8 млрд дол. США. У 2009 році приріст сукупного обсягу іноземного капіталу в економіці становив 4,3 млрд дол. США, що складає 69,4 % рівня попереднього року. Інвестиції надійшли зі 125 країн світу. Суттєві обсяги іноземних інвестицій зосереджено на підприємствах промисловості – 23,0 % загального обсягу прямих інвестицій в Україну, у тому числі переробної – 19,7 % [1]. У порівнянні з Білорусією, інвестиційні надходження якої за 2010 рік становили 9,085 млрд дол. США, Україна на перший погляд має більш привабливий інвестиційний клімат. Але, з іншого боку, територія України більша за територію Білорусі майже втричі. Також Україна має втричі більше міст-мільйонерів, а отже, інвестиційний клімат України достатньо непривабливий.

Визначальною ознакою, яка зумовила зміни макроекономічних показників економіки України в I кварталі 2010 року, стали наслідки світової фінансової кризи, на тлі яких з'явилися перші ознаки погавлення виробничої діяльності та покращення економічної ситуації [2].

Однією з головних заборук розвитку України є залучення в її економіку прямих іноземних інвестицій (ПІІ). Надходження ПІІ забезпечується розміщенням на території держави потужностей ТНК [3].

Україна почала брати участь у міжнародних економічних відносинах, що свідчить про повільне, але все ж стабільне зростання її ролі у світовій торгівлі. Україна, незважаючи на кризові явища та економічні труднощі, намагається поступово нарощувати свій потенціал, на який безпосередньо впливають транснаціональні корпорації.

Не менш важливим для ослабленого національного господарства України є залучення іноземного капіталу та інвестицій, які можуть допомогти відновити економіку країни, переоснастити виробництво та надати сильний поштовх для її подальшого розвитку.

Однак для того щоб залучити корпорації до розміщення своїх потужностей у нашій державі, необхідно суттєво покращити її інвестиційний клімат та економічну привабливість. Діяльність ТНК на території України досить динамічно набирає обертів, що має для національної економіки як позитивний, так і негативний вплив. Всі ці питання свідчать про беззаперечну актуальність даної теми, особливо в наш час. Діяльність транснаціональних корпорацій є дуже важливою для економіки будь-якої країни. Україна також не є винятком у цій ситуації, оскільки її політика, що спрямована на широку інтернаціоналізацію, прямо залежить від об'єму прямих іноземних інвестицій, а також капіталовкладень ТНК, що надходять у національну економіку [4].

На сучасному етапі наша держава ще не завоювала достатньої довіри світової спільноти та транснаціональних корпорацій, зокрема щоб останні проявляли бажання співпрацювати з Україною та розміщувати в ній свої потужності.

Важливим джерелом забезпечення інвестиційного розвитку України є залучення іноземних інвестиційних капіталів в її економіку. Особливої уваги та створення сприятливого інвестиційного клімату потребують прямі іноземні інвестиції у виробничий сектор економіки всіх країн, що розвиваються, які значно перевищують портфельні інвестиції.

Інвестиційний клімат – сукупність економічних, правових, регуляторних, політичних та інших факторів, які у кінцевому рахунку визначають ступінь ризику капіталовкладень та можливість їх ефективного використання [5].

Вплив прямих закордонних інвестицій транснаціональних корпорацій на економічний розвиток країни має як позитивні, так і негативні наслідки.

Для України є доцільною державна політика використання переваг транснаціоналізації економіки з одночасним захистом національного виробника у визначених галузях та створення передумов виходу українських компаній на закордонні ринки, а негативний вплив інвестицій ТНК на економічні процеси в Україні необхідно звести нанівець збалансованою системою державного регулювання іноземних інвестицій.

Для взаємодії з ТНК як в Україні, так і на світових ринках необхідно створювати власні, українські транснаціональні структури, і певні кроки до цього країна вже зробила [4].

Вирішивши такі проблеми, як складність адміністрування податків, кількість та складність отримання дозволів, надмірне технічне регулювання (сертифікація та стандартизація), часті перевірки органів державного нагляду, а також удосконаливши державне регулювання надходження прямих іноземних інвестицій та діяльності транснаціональних корпорацій, Україна зробить великий крок до безпечної взаємодії та взаємовигідної співпраці з транснаціональними корпораціями, що виведе нашу країну на міжнародний рівень і дозволить їй міцно закріпити свої позиції на ньому.

*Наук. керівн. Попов О. Є.*

**Література:** 1. Офіційний сайт Державного агентства України з інвестицій та розвитку. – Режим доступу : [www.in.gov.ua](http://www.in.gov.ua). 2. Обзор перспектив мировых инвестиций на 2008 – 2010 годы : материалы Конференции ЮНКТАД, Женева, 24 сентября 2008 г. – Женева : ЮНКТАД, 2008. – 15 с. 3. Офіційний сайт Міністерства економіки України. – Режим доступу : [www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua). 4. Новицький В. Є. Міжнародна економічна діяльність України / Новицький В. Є. – К., 2003. – 948 с. 5. Консультаційна програма Міжнародної фінансової корпорації з інвестиційного клімату // Інвестиційний клімат в Україні, яким його бачить бізнес. – 2009. – 225 с.

Студент 4 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## МОДИФІКАЦІЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО МЕХАНІЗМУ ЦІН

*Анотація. Розглянуто теоретичні аспекти і методи ціноутворення, проаналізовано роль державного регулювання цін в Україні.*

*Аннотация. Рассмотрены теоретические аспекты и методы ценообразования, проанализирована роль государственного регулирования цен в Украине.*

*Annotation. The theoretical aspects of pricing method have been examined, the analysis of the role of the political of the state price adjustment in Ukraine has been made.*

*Ключові слова: ціноутворення, ринкова ціна, вартісний та споживчий методи ціноутворення.*

Ціноутворення, як у теоретичному аспекті, так і в практичній діяльності, завжди було і залишається актуальною темою для вчених, оскільки ціна є однією з базових інструментів, яка регулює суспільне виробництво, діяльність підприємств та різних галузей. За допомогою ціни як важеля суспільної виробничо-господарської системи формуються економічні відносини держави.

Ціна як економічна категорія використовується для реалізації фінансових відносин, стимулювання розвитку науково-технічного прогресу, формування структури споживання і товарообігу [1, с. 17].

Глибоко питання ціноутворення були розглянуті родоначальниками англійської класичної політичної економії В. Петті, А. Смітом і Д. Рікардо, які прагнули застосувати трудову теорію вартості до дослідження внутрішнього змісту і розвитку економіки. Розвинув і поглибив трудову теорію вартості К. Маркс.

Трохи з іншої сторони питання ціноутворення були розглянуті представниками неокласичного напрямку політичної економії на чолі з професорами Віденського університету К. Менгером, О. Бем-Баверком і Ф. Візер, які надалі іменувалися австрійською школою граничної корисності. Американець Дж. Б. Кларк доповнив теорію граничної корисності споживчих благ теорією граничної продуктивності праці і капіталу [1, с. 23].

А. Маршалл у центр дослідження поставив формування на різних товарних ринках цін під впливом взаємодії попиту і пропозиції, тобто намагався поєднати вчення про вартість Д. Рікардо з теорією граничної корисності, при цьому були виявлені кількісні залежності між ціною та попитом, ціною та пропозицією.

Проблему ціноутворення розглядають та вивчають і сучасні українські вчені, такі, як: Попов О. Є., Українська Л. О., Пономаренко О. О., Артус М. М., Гриценко А. А., Колесніков О. В., Корінев В. Л., М. Павлишенко, А. Шевченко, Шкварчук Л. О. Над вдосконаленням теорії ціноутворення та розробкою практичного формування цін працюють також зарубіжні автори: Дж. Дейлі, Долан Р. Дж., Негл Т. Т., Салімжанов І. К., А. Чубаков, Цацулін А. Н. та ін.

Мета цієї статті – виявлення основних теоретичних аспектів, що проявляються у сфері ціноутворення, аналіз існуючих методів ціноутворення, методів державного нагляду та регулювання цін.

В умовах трансформаційної економіки Україна вимагає якісної зміни підходів до процесу формування ціни. Державне регулювання економічних процесів було раніше всеохоплюючим, політика цін передбачала повний контроль за ціноутворенням всіх галузей народного господарства. Суворе регламентація та розрахунок середньогалузевих цін товаровиробників призводили до того, що діяльність окремих підприємств та ланок народного господарства мала збитковий характер.

При ринковому ціноутворенні реальний процес формування цін відбувається не на виробництві, а у сфері реалізації продукції, тобто на ринку під дією попиту і пропозиції, товарно-грошових відносин. Ціна товару та його користь проходять перевірку на ринку й остаточно формуються на ньому.

Сучасні методи ринкового ціноутворення, що обираються підприємством, базуються на двох альтернативних підходах до встановлення ціни – витратному та ціннісному. Витратні і ціннісні підходи до ціноутворення притаманні будь-якій економіці ринкового типу. І якщо витратні методи використовуються при формуванні цін і тарифів на товари та послуги, що підпадають під державне регулювання (фіксовані і регульовані), то ціннісні методи більш притаманні вільному ціноутворенню.

Суть вартісного методу полягає у визначенні ціни витратами живої та уречевленої праці. Даний метод використовувався в плановій економіці. Завдання планового ціноутворення зводилось до точного обліку цих витрат, а безперешкодна реалізація продукції за такими цінами здійснювалась через адміністративний апарат. На думку автора, на сучасному етапі витратний метод не втратив своєї актуальності, але він є неповним, оскільки в його межах не був сформований базис для досліджень



вільного ціноутворення. Даний метод не пояснює того факту, що у сучасних суспільствах з трансформаційною економікою з'явилась можливість збільшення виробництва натурально-речового продукту при скороченні зайнятих безпосередньо продуктивною працею [2, с. 55].

Ринкове ціноутворення базується на споживчому методі, згідно з яким ціна визначається граничною корисністю благ.

Оскільки жоден із методів не є відображенням сучасного стану ціноутворення в умовах трансформаційної економіки, а лише висвітлює окремі моменти, то слід застосувати принцип доповнення, згідно з яким цілісність явища може бути отримана лише при розгляді взаємовиключних теорій, які тільки разом вичерпують усю інформацію.

В області ціноутворення принцип доповнювання означає необхідність поєднання вартісних та суб'єктивно-психологічних факторів.

Такий підхід набуває особливої актуальності для України, бо трансформація її економіки має інверсійний характер, пов'язаний з перестановкою у послідовності економічних перетворень. Це пов'язано з тим, що в Україні важливу роль відіграє трудова детермінанта, але разом з цим важливого значення набувають і постіндустріальні форми [3, с. 117].

На рисунку запропонована модель ціни, де вона становить вартісну компоненту, яка скоригована на суб'єктивний фактор.

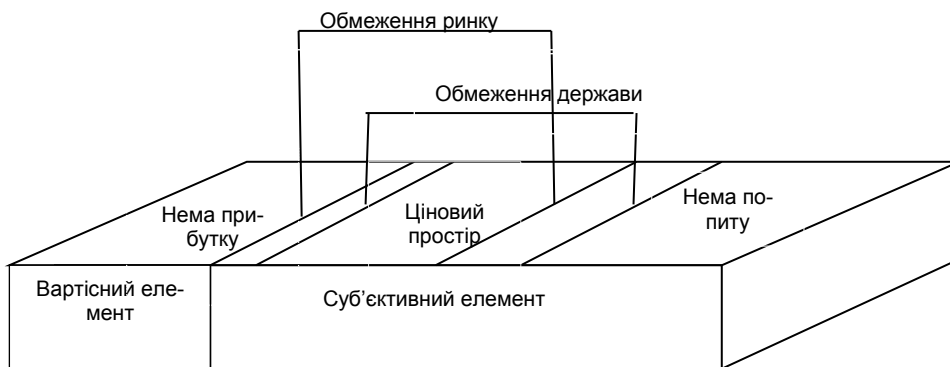


Рис. Економічна модель комплексної ціни

Кожне розвинуте суспільство з ринковою економікою базується на регулюванні економіки засобами змішаного типу розумного поєднання ринкових відносин і державного управління. Тому в умовах ринкової економіки України найбільш прийнятною вважається необхідність доповнення ринкового саморегулювання цілеспрямованим регулюючим впливом держави на процес ринкового ціноутворення.

Державне регулювання цін – це діяльність держави, спрямована на встановлення і підтримку певного рівня цін. Запроваджуючи державне регулювання цін, держава робить спробу за допомогою законодавчих адміністративних і фінансово-кредитних заходів впливати на ціни таким чином, щоб сприяти стабільному розвитку економічної системи держави. Регулювання цін становить не одноразовий акт із впливу на рівень цін, їх динаміку і співвідношення, а комплекс заходів з активізації всіх ціноутворюючих факторів з метою нейтралізації циклічних коливань процесу відтворення [2, с. 136].

Існуючий в Україні механізм державного регулювання ціноутворюючих факторів працює в цілому незадовільно і вимагає кардинального вдосконалення. Чи не єдиним його елементом була кредитно-грошова політика уряду та НБУ, спрямована на підтримку валютного курсу національної грошової одиниці, обмеження грошової маси, регулювання облікової ставки і норм обов'язкового резервування залучених комерційними банками коштів. Наступним антиінфляційним методом, який використовується державою в останні роки, є скорочення соціальних та інвестиційних витрат з метою мінімізації бюджетного дефіциту. Реалізація цієї політики відбувається шляхом нагромадження заборгованості із заробітної плати, пенсій та інших соціальних виплатах, радикального скорочення дотацій промисловим сільськогосподарським підприємствам, зростання внутрішнього та зовнішнього державного боргу.

Наук. керівн. Пономаренко О. О.

**Література:** 1. Артус М. М. Функціонування системи цін у фінансовому механізмі ринкової економіки України : монографія / Артус М. М. – К. : Новий Світ, 2010. – 307 с. 2. Зборовська О. М. Ціноутворення як основа ефективності функціонування підприємств та чинник підвищення добробуту населення : монографія / Зборовська О. М. ; за ред. докт. екон. наук, проф. А. В. Череп. – Запоріжжя : Запорізь. нац. ун-т, 2011. – 288 с. 3. Корінев В. Л. Цінова політика підприємства : монографія / Корінев В. Л. – К. : КНЕУ, 2008. – 257 с.



Студент 4 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РЕФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ НА ОСНОВЕ ИНТЕГРАЛЬНОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

*Анотація. Раскрыта сущность понятия качества жизни; проанализированы теоретические подходы к определению понятия качества жизни в условиях реформирования рыночных отношений. Представлена иерархическая система базовых критериев и индикаторов, статистических показателей качества жизни населения Украины.*

*Анотація. Розкрито сутність поняття якості життя. Проаналізовано теоретичні підходи до визначення поняття якості життя в умовах реформування ринкових відносин. Подано ієрархічну систему базових критеріїв та індикаторів, статистичних показників якості життя населення України.*

*Annotation. The essence of the concept of quality of life has been revealed; the theoretical approaches to the definition of quality of life in the reform of market relations have been analyzed, the basic hierarchical system of criteria and indicators, statistical indicators of quality of life of the Ukrainian population has been presented.*

*Ключевые слова: качество жизни, реформирование экономических отношений, иерархическая система базовых критериев и индикаторов, статистических показателей качества жизни населения.*

В современных условиях хозяйствования качество жизни населения становится главным фактором оценки конкурентоспособности и экономического роста стран и отдельных регионов. Этот показатель наиболее четко отображает направления мировой политики и определяет приоритеты в управлении региональным развитием. Качество жизни представляет собой интегрированную качественную характеристику жизни людей, которая раскрывает, относительно общества в целом, критерии его жизнедеятельности, условий жизнеобеспечения, а также условия жизнеспособности общества как целостного социально-экономического понятия.

В Украине проблемам оценки и выбора методов повышения качества жизни населения ведущие ученые и экономисты не уделяют достаточного внимания. Со стороны государства существуют отдельные программы и внедрения, однако не существует четкой политики и механизма их регулирования. Решение этих проблем нуждается в проведении фундаментальных научных исследований, которые, в свою очередь, требуют значительных финансовых, интеллектуальных и других ресурсов. Поэтому необходимым является определение факторов влияния на жизнь населения, уточнение методик оценки ее качества, разработка целевых региональных программ, обоснование выбора направлений повышения качества жизни населения и уточнение самого понятия, что является основой для разработки механизма повышения качества жизни населения.

Существенный вклад в формирование и развитие научных основ качества жизни сделали Айвазян С. А., Баженов С. А., Маликов Н. С., Т. Панек, Х. Моленкопф и т. д. [1, с. 102]. Анализ управления качеством жизни представлен в работах Ардашева А. В., Бараненко А. В., Калиниченко О. Б., Булич Е. Г., Муравова I. В., Гальперина М. Р., Жохова А. М. и др. Все вышеупомянутые авторы уделяли внимание развитию понятия "качество жизни" как экономической категории, но мало кто обращал внимание на оценку качества жизни населения с точки зрения ее интегральной характеристики.

Таким образом, интерес к проблемам качества жизни возрастает, однако в научной среде еще не сформировался единый подход к содержанию самого понятия "качество жизни", нет общепризнанной методологии и методики его измерения. Кроме того, проблема все больше становится социальной, междисциплинарной и на сегодня нуждается в дополнительном изучении. Поэтому выбранная автором тема статьи является актуальной на сегодня, особенно в условиях глобализации международных экономических отношений.

Целью статьи является обобщение подходов к определению понятия "качество жизни населения" и его уточнение согласно предметной области исследований, а также построение системы критериев для интегральной оценки экономической категории качества жизни.

В отечественной и зарубежной практике хозяйствования для оценивания жизни населения использовались разные понятия: благосостояние, уровень жизни, качество жизни. Как утверждает



Ардашев А. В., термин "качество жизни" включает в себя как количественные, так и качественные показатели, поэтому является более широким понятием и дает возможность использовать его в разном смысле: от конкретных вопросов, которые касаются условий работы и быта населения страны, до общепсихологических проблем человеческого бытия [1, с. 98].

Существуют разные подходы к определению понятия "качество жизни населения", которые приведены в таблице.

Таблица

**Результат основных подходов к определению понятия "качество жизни" представителями разных экономических школ и направлений**

Автор и последователь теоретических взглядов	Основные положения и утверждения
Удотова Л. Ф. [1, с. 12]	Степень соответствия условий и уровня жизни научно обоснованным нормативам или определенным стандартам
Л. Лева, Л. Андерсон, И. Прибиткова [1, с. 15]	Оценка совокупности условий физического, умственного и социального благосостояния, как их понимает отдельный индивид и отдельная группа населения
Петропавлова Г. П. [1, с. 12]	Социально-экономическая, социологическая категория, которая отображает степень достижения при сформированном уровне развития всех элементов установленного стандарта жизни населения
Аюшеева С. М. [1, с. 12]	Категория, которая отображает содержание жизни общества в целом и включает три взаимосвязанные системы: защищенность, гарантия, обеспеченность
Ноздрина Л. В. [1, с. 12]	Категория, которая объединяет ряд социально-экономических параметров, которые охватывают всю социоекосистему, и характеризует состояние удовлетворения материальных, социальных и других нужд настоящего и будущего поколения в условиях сохранения окружающей среды в зависимости от существующих экономических тенденций и развития
Бойцов Б. В. [1, с. 9]	Совокупность характеристик условий жизни населения, которые сформировались в массовом сознании
Дробишева В. В. [1, с. 9]	Интегральная качественная характеристика жизни людей, которая раскрывает не только уровень потребления материальных благ и услуг, но и удовлетворение духовных нужд, здоровье, продолжительность жизни, условия окружающей среды, морально-психологический климат, душевный комфорт
Елисеева И. И. [1, с. 11]	Общественная социально-экономическая категория, которая содержит в себе не только уровень потребления материальных благ и услуг, но и удовлетворение духовных нужд, здоровье, продолжительность жизни, условия окружающей среды, морально-психологический климат, душевный комфорт
Узунов Ф. В. [1, с. 6]	Качественная характеристика иерархии значения удовлетворенности компонент жизни человека
Яппарова Р. Р. [1, с. 12]	Комплексное понятие, которое отображает степень развития человеческого потенциала, условия, формы и субъективную оценку его реализации в процессе жизнедеятельности человека, социальной группы и общества в целом

Согласно таблице, некоторые ученые определяют качество жизни населения непосредственно как стандарт, например, Удотова Л. Ф. [2, с. 16]. Вместе с тем английский ученый А. Тойнби считал, что качество жизни – это цель человека, и отмечал, что цель человеческого жизни – духовная [1, с. 121]. Именно поэтому существует также социологический аспект определения этого понятия.

Среди современных украинских исследователей качества жизни населения в социологическом измерении необходимо выделить таких ученых: Бакирова В. С., Е. Головаху, Н. Панину, И. Прибиткову, Ю. Саенку и др. Они сводят понимание качества жизни к субъективным ощущениям и представлениям особенности о собственном благосостоянии. Много других точек зрения находятся в разрезе этих двух плоскостей, а именно в социальном измерении и сугубо количественном понимании понятия "качество жизни населения".

Также "качество жизни" – многоуровневая категория, которая может характеризовать совокупное состояние качества жизни населения страны, качество жизни определенных общественных классов, социальных групп или отдельных слоев населения, качество жизни конкретного лица или семьи [3, с. 87]. Определение понятия "качество жизни населения" влияет на показатели, которые избраны для ее оценивания. Они могут характеризовать как один элемент качества жизни, так и всю их совокупность, которая в определенной мере зависит от объекта исследования. Перечень этих показателей довольно часто включает такие: здоровье; возможность вести здоровый образ жизни на всех этапах жизненного цикла; индивидуальное развитие путем обучения; занятость и качество трудовой жизни; досуг; возможность приобретения товаров и пользование услугами; личная безопасность и правовые органы; социальные возможности и социальная активность [3, с. 88].

Построение системы критериев и индикаторов категории качества жизни базируется на выяснении факта, который понимается под интегральной характеристикой понятия "качество жизни". Анализ разных подходов к определению качества жизни в таблице позволяет сделать вывод о непрерывности поиска единого понимания и толкование данной экономической категории. Необходимо отметить, как определяет Ю. Саенко, что любое толкование категории качества жизни обусловлено субъективными факторами. Это понятие может меняться во времени и пространстве в зависимости от конкретных глобальных и исторических условий жизни общества и специфики прикладных целей социально-экономических исследований. Таким образом, актуальным на данное время развития рыночных отношений в Украине является определение системы базовых критериев и индикаторов категории качества жизни населения и перечня статистических социально-экономических показателей, которые обеспечивают возможность объективного оценивания качества жизни населения в широчайшем понимании [3, с. 90].

На рисунке представлена иерархическая система базовых критериев и индикаторов, а также статистических показателей качества жизни населения Украины.

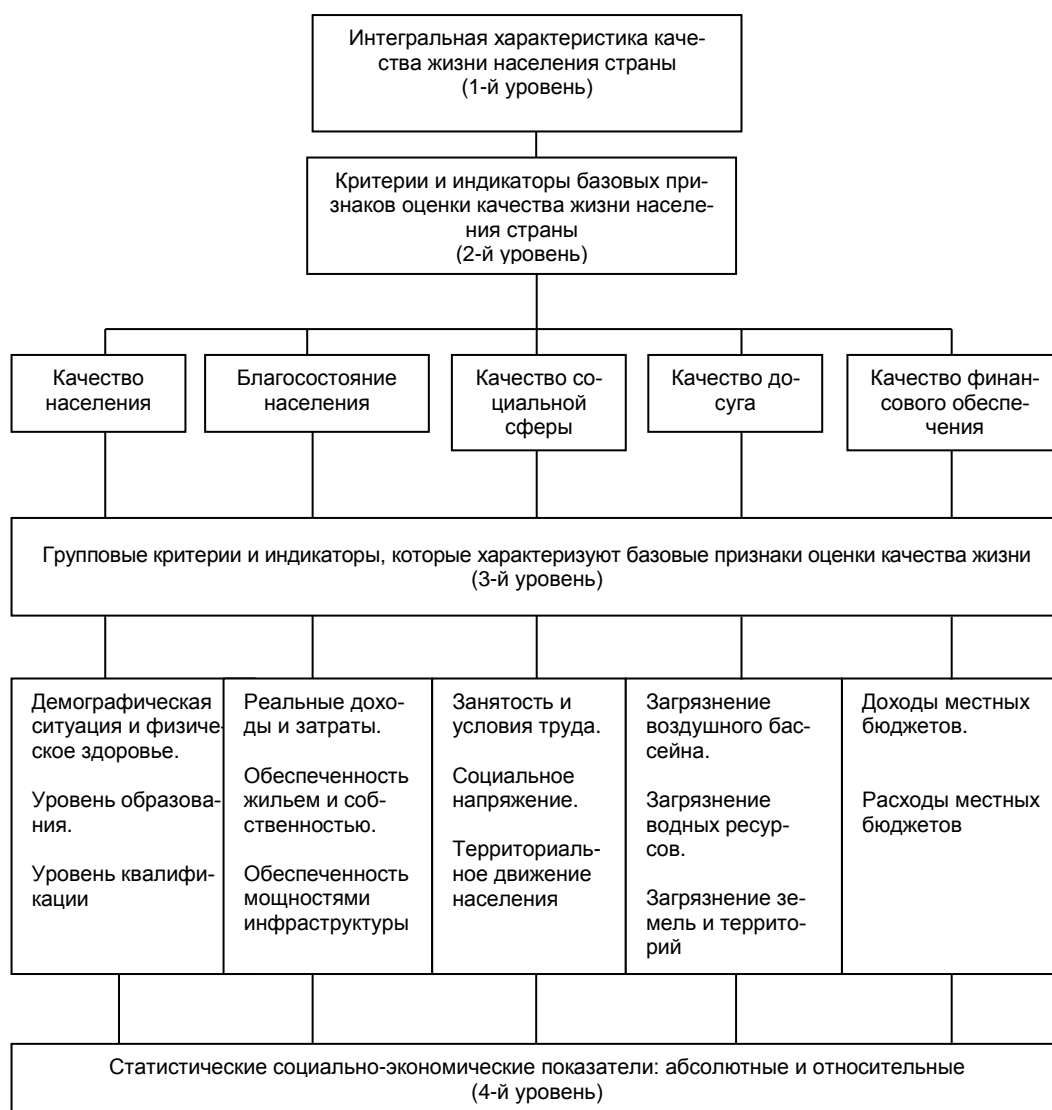


Рис. Иерархическая система базовых критериев и индикаторов, статистических показателей качества жизни населения Украины [3, с. 90]

По данным рисунка обобщение взглядов зарубежных и отечественных ученых-экономистов на решение проблемы комплексной оценки качества жизни показывает, что на современном этапе приоритетным направлением в исследовании этой проблематики есть подход, который базируется на разработке методологических и методических основ построения и использования критериев и индикаторов качества жизни населения.

Таким образом, в данной статье определена иерархическая система критериев и статистических показателей качества жизни населения Украины. Дальнейшие исследования по данной проблеме



матики должны быть направлены на апробацию методики интегральной оценки качества жизни населения с использованием предложенных критериев, индикаторов и социально-экономических показателей.

*Научн. рук. Филатов В. М.*

**Литература:** 1. Кизим Н. А. Качество жизни населения и внешнеэкономическая деятельность предприятий / Н. А. Кизим, В. А. Зинченко. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2009. – 184 с. 2. Сергеева Л. Н. Анализ международного опыта определения показателя "качество жизни" / Л. Н. Сергеева, Е. А. Теряник // Бизнес-Инфор. – 2009. – № 6. – С. 11–17. 3. Комплексне оцінювання ефективності соціально-економічного розвитку регіонів на основі критеріїв якості життя населення // Регіональна економіка. – 2005. – № 3. – С. 84–93.

---

**Прокопенко Д. А.**

УДК 330.322(477)

Студент 2 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

*Анотація. Досліджено сучасний стан інвестиційної діяльності в Україні та запропоновано можливі шляхи покращення інвестиційної ситуації в державі.*

*Аннотация. Исследовано современное состояние инвестиционной деятельности в Украине и предложены возможные пути улучшения инвестиционной ситуации в государстве.*

*Annotation. In article the current state of investment activity in Ukraine is examined and possible ways to improve the investment situation in the state are suggested.*

*Ключові слова: інвестиції, прямі іноземні інвестиції, іноземний капітал, інвестиційний клімат, інвестори, інвестиційна привабливість.*

Інвестиції відіграють важливу роль в економічному розвитку будь-якої країни. Їх роль підвищується в умовах фінансово-економічної кризи, бо підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних промислових підприємств та стійкий їх розвиток неможливі без здійснення інвестиційної діяльності. Характеризуючи сучасний стан інвестицій в Україні, можна зазначити, що на даний момент наша держава не здобула серйозних досягнень у забезпеченні національної конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості. Для такого типу діяльності необхідно, перш за все, щоб майбутні інвестори були зацікавлені в інвестуванні саме в нашу країну. Отже, виявлення шляхів покращення інвестиційної ситуації в Україні є актуальною проблемою.

Питанням розв'язання інвестиційних проблем української економіки останнім часом присвячується досить багато наукових праць. При дослідженні проблем інвестиційного забезпечення вагомих наукових результатів досягли вчені Сазонець І. Л., С. Марченко, Пересада А. А., А. Шунькіна, В. Корнус, А. Головач, П. Буряк, Полякова Ю. В. та ін.

Мета даної статті – розглянути особливості інвестиційної діяльності в Україні та запропонувати можливі шляхи покращення інвестиційного клімату в державі.

З метою визначення шляхів покращення інвестиційної ситуації в державі доцільно проаналізувати ситуацію, яка склалася на сьогоднішній день. Слід зазначити, що інвестиційний клімат в Україні в цілому сприятливий. Це визначається тим, що Україна має значний інвестиційний потенціал: вигідне економіко-географічне положення, сприятливі природні умови, велику кількість ресурсів. Але існують деякі проблеми. Наприклад, недосконалість законодавства, нерозвиненість виробничої та соціальної інфраструктури, нестабільність політичної ситуації, корупція у владі, податкове навантаження малих підприємств, нестабільність курсу гривні відносно іноземних валют, наявність внутрішніх конфліктів. Все це призводить до того, що наша держава зі сприятливості інвестиційного клімату займає 39 місце із 40 можливих [1]. Представники багатьох іноземних компаній відкрито стверджують, що надходження масштабних інвестицій в Україну ускладнюється відсутністю в ній стабільності навіть на короткий проміжок часу [2].

Для подальшого аналізу інвестиційного клімату важливо сформулювати визначення інвестицій. Отже, згідно із Законом України "Про інвестиційну діяльність" інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток або досягається соціальний ефект, а під інвестиційною діяльністю розуміється сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій [3].

---

© Прокопенко Д. А., 2012

З метою дослідження інвестиційної ситуації, яка склалася на даний момент в Україні, доцільно проаналізувати надходження в державу іноземних інвестицій протягом декількох років (рисунок).

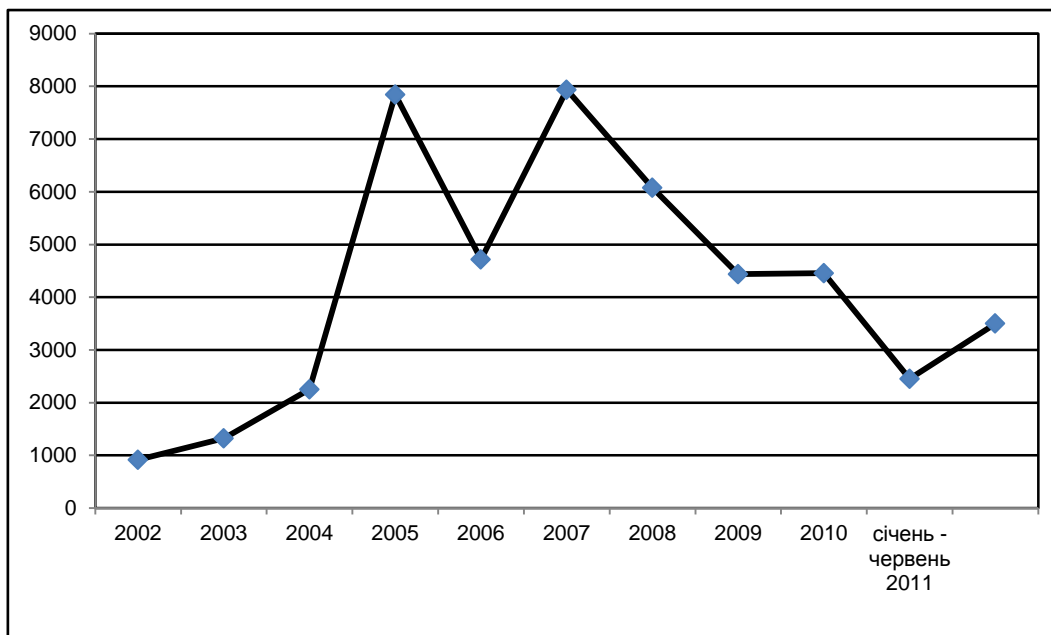


Рис. Приріст прямих іноземних інвестицій в Україну [4]

Аналізуючи рисунок, необхідно зазначити, що з початку 2005 р. приплив іноземного капіталу в Україну значно збільшився внаслідок офіційного затвердження курсу зовнішньої політики як "проєвропейської". Зменшення приросту інвестицій у 2008 р. пояснюється складною передкризовою ситуацією. Однак економічна криза змусила інвесторів переоцінити ризики.

У зв'язку з цим спостерігалась тенденція зменшення інвестування іноземного капіталу в Україну в 2009 р., яка склала 53 % (з 9,9 у 2008 р. до 4,7 млрд USD у 2009 р.), повернувшись до рівня 2006 р. Після політичної та економічної стабілізації у 2010 р. приплив інвестицій знову почав збільшуватися. Обсяг прямих іноземних інвестицій, внесених в Україну, на 1 липня 2011 року склав 47 млрд 205 700 000 доларів, що на 5,5 % більше обсягів інвестицій на початок 2011 р. і на 16,8 % більше обсягу на 1 липня 2010 року, і в розрахунку на одну особу становив 1 033,2 доларів. Отже, протягом 2011 р. спостерігаємо приріст прямих іноземних інвестицій [4].

За обсягами інвестицій в Україну за станом на 01.01.2011 р. перше місце займає Кіпр (27 % від об'єму всіх прямих іноземних інвестицій), на другому затвердилась Німеччина (19 % відповідно), а третє займають Нідерланди (13 % відповідно). Однак більшість іноземних експертів вважають, що основним інвестором в економіку України все-таки є Росія, хоча офіційно вона займає четверте місце (9 %) [4].

Якщо розглядати інвестований капітал на початку 2011 р. у галузеву структуру, то слід зазначити, що в основному він зосередився у фінансовому секторі (33 %). Традиційно для України велика частка інвестицій надходить у металургійний сектор країни і становить 21 %. Третю і четверту позицію займають нерухомість та оптова торгівля, на які припадає 9 і 8 % відповідно [4].

Згідно з розподілом прямих іноземних інвестицій по різних галузям на території України сформувалися певні пріоритетні зони інвестування:

1. Західний регіон (Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська, Тернопільська, Волинська області), де ефективними можуть бути виробництво з використанням місцевих природних ресурсів, таких як сірка, калійна сіль, нафта, газ, а також розвиток мережі оздоровчих курортно-туристичних комплексів.

2. Донецько-Придніпровський регіон (Донецька, Луганська, Запорізька, Дніпропетровська області), у зв'язку з наявністю таких корисних копалин, як вугілля, нафта та газ, а також через наявність платформи для подальшого розвитку, де необхідно провести реконструкцію та технічне переобладнання шахт, металургійних та технічних виробництв на базі безвідходних, маловідходних та екологічно чистих технологій.

3. Південний регіон (Одеська, Миколаївська, Херсонська області), де найбільш вигідним є здійснення реконструкції та технічного переоснащення портового господарства, розвиток виробництва обладнання для харчової та консервної промисловості, розширення мережі оздоровчих курортно-туристичних комплексів [5].

Слід зауважити, що існують певні критерії оцінки інвестиційної привабливості регіонів, до складу яких входить:

- рівень загального розвитку регіону;
- рівень розвитку інвестиційної інфраструктури;
- демографічна характеристика;
- рівень розвитку ризикових відносин та комерційної інфраструктури;



рівень криміногенних, екологічних та інших ризиків;  
та інші [6].

За рівнем загального розвитку регіону лідируючі позиції займають такі області, як Київська, Донецька, Миколаївська, Одеська, Полтавська. За рівнем розвитку інвестиційної інфраструктури – Донецька, Львівська, Дніпропетровська, Харківська. З огляду на демографічну ситуацію найпривабливішими є Донецька, Дніпропетровська, Харківська області, АР Крим. За рівнем розвитку ризикових відносин та комерційної інфраструктури – Донецька, Львівська, Дніпропетровська області, АР Крим. За рівнем криміногенних, екологічних та інших ризиків – Тернопільська, Чернівецька, Закарпатська, Рівненська області [4]. Виходячи з цього, можна вивести рейтинг областей за їх інвестиційною привабливістю: перше місце займає Донецька область, друге – Дніпропетровська, третє – Харківська, четверте – Львівська, а п'яте – Одеська область [6].

Підводячи підсумок, важливо зазначити, що на сьогоднішній день в Україні склалася досить складна ситуація щодо вкладання іноземних інвестицій у державу. Однією з ряду проблем є спрямування вкладених інвестицій на ліквідацію державної заборгованості минулих років, а не для безпосереднього інвестування в економіку країни. Також негативними факторами, які впливають на розмір іноземних інвестицій, є фінансова нестабільність та складна система оподаткування, через яку іноземні інвестори стали більш вибагливими, а низка великих іноземних компаній взагалі починають згоряти свій бізнес в Україні.

Отже, для покращення інвестиційного клімату в Україні необхідно провести ряд заходів, таких, як:  
підвищити рівень загального розвитку регіону та рівень розвитку інвестиційної інфраструктури;  
покращити демографічну характеристику;  
контролювати рівень криміногенних, екологічних та інших ризиків;  
удосконалити правову та нормативну бази держави, націлених на створення і функціонування стабільної економіки;

провадити політику, направлену на стійке зниження інфляції та інфляційних очікувань;  
підвищувати рівень ВВП;  
врегулювати проблему державного боргу, що значно поліпшить імідж України в очах іноземних інвесторів;  
скоротити масштаби корупції в органах самоврядування;  
розвивати фінансовий сектор;  
та інші.

Перелічені заходи, звичайно ж, не вирішують всіх проблем із залучення інвестицій в економіку України, але їх можна розглядати як важливі напрями у сфері вдосконалення інвестиційної ситуації.

Слід зазначити, що політика, яку необхідно провести, повинна бути направлена не на швидке, а на постійне і неухильне поліпшення цієї ситуації. В інвесторів повинна скластися впевненість, що сьогодні краще, ніж вчора, а завтра буде краще, ніж сьогодні. Таким чином, потрібна довгострокова стратегія стимулювання залучення інвестицій, закріплена в державній економічній політиці.

*Наук. керівн. Крюкова О. М.*

**Література:** 1. Савицький А. Інвестиційний клімат України: Стабільно несприятливий [Електронний ресурс] / А. Савицький – 2009. – Режим доступу : [http://www.ukrudprom.ua/digest/Investisionniy\\_klimat\\_Ukraini\\_stabilno\\_neblagopriyatniy/](http://www.ukrudprom.ua/digest/Investisionniy_klimat_Ukraini_stabilno_neblagopriyatniy/). 2. Державне агентство України з інвестицій та інновацій. – Режим доступу : <http://www.in.gov.ua/>. 3. Про інвестиційну діяльність : Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 47. – С. 1351–1359. 4. Державний комітет статистики України. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>. 5. Олександренко І. В. Оцінювання впливу прямих іноземних інвестицій на економічний розвиток регіону / І. В. Олександренко // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємство. – 2009. – № 4. – С. 134–137. 6. Внутрішньоденна торгівля на Форекс – Forex daytrading by K. Nikolaenko. – Режим доступу : [http://niko-daytrade.blogspot.com/2010/11/blog-post\\_5133.html](http://niko-daytrade.blogspot.com/2010/11/blog-post_5133.html).

---

**Беренов А. Д.**

УДК 316.32

Студент 4 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРОЦЕССА ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

*Анотация. Определены современные тенденции и проявления глобализации экономики.*

*Анотация. Визначено сучасні тенденції та прояви глобалізації економіки.*

---

© Беренов А. Д., 2012

*Annotation. The current trends and manifestations of globalization of the economy are identified in the article.*

*Ключевые слова: глобализация, глобализация экономики.*

Актуальность проблем глобализации определяется качественными изменениями в системе международных взаимосвязей в современных условиях. Сотрудничество в обеспечении международной стабильности и безопасности, решении проблем экологии и многих других стало условием дальнейшего существования человечества. Развитие системы радио- и телекоммуникаций, Интернета привело к возникновению единого глобального информационного пространства. Вопросы глобализации экономической деятельности стали широко обсуждаться в мировой экономической литературе с конца 60-х – начала 70-х гг. XX века, хотя сам процесс к тому моменту шел уже десятилетия. Этой проблеме посвящены многочисленные публикации как отечественных, так и зарубежных ученых, таких, как: Б. Гаврилишин, Дж. Гелбрейт, И. Бураковский, В. Новицкий, Дж. Стиглиц, А. Филипко и др. Но, несмотря на это, до сих пор ведутся острые дискуссии, нет единства даже в понимании самого явления глобализации и в определении ее основных тенденций, проявлений и последствий.

Современные глобализационные процессы вызывают множество споров вокруг социально-экономической, политической, финансовой деятельности современного общества. Будучи объективной тенденцией развития человеческой цивилизации, глобализация открывает дополнительные возможности и сулит немалые выгоды экономике отдельных стран. Благодаря этому объективному процессу достигается экономия на издержках производства, оптимизируется размещение ресурсов в мировом масштабе, расширяется ассортимент и повышается качество товаров на национальных рынках, становятся широкодоступными достижения науки, техники и культуры и т. п. Но этот процесс сопряжен с издержками и угрозами для национальных экономик, причем не только бедных, но и богатых стран. Для стран, которые не располагают возможностями контроля за тем, что происходит вне их границ, стихийные глобальные процессы могут иметь негативные последствия. Поэтому решение проблем развития экономики страны в условиях глобализации требует соответствующих методических разработок в этом направлении исследования.

Цель работы – исследование современных тенденций процесса глобализации мировой экономики.

В 80 – 90-х годах XX века для социальных аналитиков стали очевидными качественные преобразования общественной жизни в индустриально развитых странах Запада, вызванные процессами глобализации и информатизации, которые привели к революционным изменениям в экономической, политической и культурной жизни западного человека и общества, ознаменовав начало новой культурной эпохи и обусловив появление новых, кардинально отличающихся от предыдущих социокультурных реалий.

В области экономических наук глобализация связывается, прежде всего, с идеей свободного мирового рынка, глобальной массовой культурой и мировым информационным сообществом. Интернациональные предприятия действуют на глобальном товарном и финансовом рынках на основе высоких информационных технологий, а труд конкурирует на глобальном рынке труда. Глобализованные экономика и общество характеризуются падением значения производящей промышленности и расширением области услуг, особенно финансовой и информационной сфер. Финансовый рынок, функции которого не ограничиваются посредничеством между спросом и предложением капитала, сегодня сам создает свой продукт.

Немецкий социолог У. Бек утверждает, что глобализация – это, прежде всего, образование и распространение смешанных форм социальности – создание множества разнопорядковых локальностей, взаимодействующих друг с другом, что приводит к одновременным процессам гомогенизации и гетерогенизации. Эти процессы, которые, по его мнению, отражают сущность глобализации, У. Бек интерпретирует как "глокализацию" [1]. Э. Гидденс трактует глобализацию как процесс укрепления международных социальных отношений и отмечает, что главным ее признаком является способность пространственно отдаленных событий влиять, нередко мгновенно, друг на друга [2]. И. Валлерстайн сосредоточивается на том, что в процессе глобализации образуется глобальное общество – мирсистема, центром которой являются страны-ядра – наиболее развитые страны мира, эксплуатирующие менее развитые страны, которые образуют полупериферию и периферию [3].

Представляется, что глобализация – это не только и не столько процесс в экономической жизни или, тем более, процесс всемирной "американизации". Это внутренне противоречивый, но в целом закономерный и позитивный процесс интеграции человечества на основе универсальных ценностей в условиях объективных общечеловеческих проблем и угроз.

Говоря о глобализации экономики, чаще всего сводят ее к растущей экономической открытости стран, либерализации национальных режимов торговли и капиталопотоков, формированию глобального финансового рынка и всемирной информационной сети. Все это действительно присуще процессу глобализации, который является новейшим этапом многовекового процесса интернационализации хозяйственной жизни.

Кроме этого, глобализация экономики стала возможной благодаря быстрому развитию транспортных систем и средств связи. Вместе с тем бурное развитие экономики породило новые мощные потоки информации, структура которой постоянно усложнялась, что требовало новых возможностей обработки и передачи информации, возникших с появлением универсального программированного компьютера и все возрастающих благодаря созданию информационных технологий (ИТ), как называют любые машинные технологии коммуникации. Постепенно ИТ начинают активно использоваться в промышленности, в первую очередь для автоматизации предприятий, что имеет огромное значение для их организации и накопления опыта работы. Внедрение ИТ в производство способствовало упорядочению значительных потоков информации, используемой менеджерами в управлении и коорди-



нации действий предприятий. Позже, благодаря существенному удешевлению стоимости единицы компьютерной мощности, использование ИТ вышло за пределы промышленности и охватило сферы домашнего быта и досуга, дав в распоряжение человека огромные информационные и коммуникационные ресурсы, которых он никогда не имел раньше, и одновременно изменив качество жизни, уничтожив границы между трудом и отдыхом, преобразовав пространство, сжав время, создав виртуальную реальность. Важно также, что ИТ путем упорядочения разнообразных потоков информации через средства массовой информации передают и распределяют информацию и другие формы символической коммуникации широкой, разнородной и географически рассредоточенной аудитории и, к тому же, в сочетании с аудиовизуальными средствами создает многообразие поведенческих моделей, которые постоянно, ежедневно на рабочем месте и в быту окружают человека и все ощутимее программируют его деятельность.

Благодаря информационной революции и бурному развитию коммуникационных технологий интернационализация хозяйственной жизни в последние десятилетия прошлого века существенно ускорилась и усилилась. С помощью спутников связи по мобильному телефону, телефаксу, Интернету можно общаться из любой точки земного шара с абонентом в любой другой его точке. Новейшие телекоммуникационные и информационные технологии создали наднациональные мосты, благодаря которым информация легко преодолевает на своем пути физические преграды и государственные границы. Складывается глобальное "киберпространство". Позволяя получать необходимую информацию с любого расстояния в реальном режиме времени и быстро принимать решения, современные системы телекоммуникаций беспрецедентно облегчают организацию международного инвестирования капиталов, кооперирования производства и маркетинга на фирменном уровне, как и взаимоприспособление макроэкономической политики разных государств на уровне правительств и центральных банков. Благодаря информационной революции формируется, в сущности, новая мировая экономика, где государственные границы неудержимо размываются.

Таким образом, главной особенностью системы глобализма, основанной на новом информационно-интеллектуальном способе производства, есть то, что движение капиталов является глобальным и осуществляется "со скоростью света". Поэтому на этапе глобализма впервые срastaются во времени и становятся интегрированными информационная (технологическая) и экономическая революции, которые усиливают друг друга, сливаясь в единую глобальную революцию современности. Если раньше индустриальные технологии долгое время монополично изолировались в рамках отдельных стран, то теперь благодаря их интеллектуальному и электронно-информационному характеру они одновременно генерируются через глобальные сети менеджмента и передаются в глобальное пространство. Цель системы глобализма очевидна – создание подконтрольной глобальной экономики, то есть "экономики, способной работать как единая система в режиме реального времени в масштабе всей планеты".

Итак, глобализация – процесс объективный, подготовленный всем предшествующим развитием мирового социума. Как и всякий исторический процесс, глобализация несет человечеству и блага, и новые испытания. К ее позитивным и негативным аспектам приходится приспосабливаться всем – и большим и малым странам, и бедным и богатым. Для того чтобы такое приспособление происходило быстрее и с наименьшими издержками, нужны согласованные решения и совместные усилия всего мирового сообщества. В связи с этим особую актуальность приобретают вопросы разработки рекомендаций по формированию экономической политики в условиях глобализации, что является перспективным направлением для дальнейших исследований в этой области.

*Научн.рук. Украинская Л. О.*

**Литература:** 1. Бек У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию / Бек У. – М., 2010. 2. Giddens A. The Consequences of Modernity / Giddens A. – Cambridge, 1998. 3. Wallerstein I. The Modern World System / Wallerstein I. // Social Theory: The Multicultural and Classic Readings. – Boulder (Col.), 2005.

---

**Сеидов Ф. Н.**

УДК 339.9

Студент 4 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА СОВРЕМЕННОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ**

*Аннотация. Определено влияние глобализации на современное экономическое развитие.*

*Анотація. Визначено вплив глобалізації на сучасний економічний розвиток.*

---

© Сеидов Ф. Н., 2012

120

"Управління розвитком", №5(126)2012



*Annotation. The impact of globalization on modern economic development is identified in the article.*

*Ключевые слова: глобализация, экономическое развитие.*

Глобализация – ключевой процесс развития мировой экономики конца XX – начала XXI в., следствием которого стало новое качество экономических связей, позволяющее называть глобальную экономику принципиально новым явлением, которое не имело аналогов в экономической истории. Развертывание процесса глобализации отличается противоречивым влиянием на национальные экономики и ход современного мирового хозяйственного развития в целом. С одной стороны, глобализация невиданно расширяет возможности отдельных стран по использованию и оптимальной комбинации разнообразных ресурсов, их более глубокому и всестороннему участию в системе международного разделения труда. С другой – глобальные процессы значительно обостряют конкурентную борьбу, формируют почву для манипулирования огромными финансовыми и инвестиционными средствами, что представляет реальную угрозу для стран с низкими и средними доходами. Таким образом, неоднозначность влияния глобализации на современное экономическое развитие обуславливает необходимость разработки этой проблемной области.

Глобализация проявляется в росте международной торговли и инвестиций, невиданной до этого диверсификации мировых финансовых рынков и рынков рабочей силы, значительном повышении роли ТНК в мирохозяйственных процессах, обострении глобальной конкуренции, появлении систем глобального, стратегического менеджмента. Таким образом, глобализация оказывает влияние на все сферы социально-экономической системы. Исследование проблем влияния глобализации на национальную экономику и мировое хозяйство привлекает пристальное внимание ученых в последние годы. Так, этим проблемам посвящены работы О. Билоруса, В. Власова, Р. Гилтина, М. Делягина, Н. Иванова и др. Вместе с тем отдельные аспекты влияния глобализации на современное экономическое развитие выделены не достаточно широко, требуют дальнейшего изучения и развития.

Цель исследования – определение влияния глобализации на современное экономическое развитие.

Конец XX века принес окончательное становление постиндустриальной мирохозяйственной системы и стал характеризоваться невиданным наращиванием волн глобализации, интеграции и регионализации, принес резкое падение роли и статуса наций-государств, особенно государств с низким уровнем международной конкурентоспособности и привел к невиданному росту влияния могущественных стран. Отшла в историю система биполярного мирового порядка, что означало фактический распад традиционной европейской и глобальной системы безопасности, основанных на Хельсинкских соглашениях. Мир вступил в невиданно сложный трансформационный этап, изучение сути которого оказалось в центре внимания мирового интеллектуального сообщества.

Теоретическая разработка и реализация национальных конкурентоспособных, глобально-ориентированных стратегий развития являются сегодня едва ли не самыми актуальными задачами для многих стран. Их успешная реализация напрямую зависит от формирования основ современного устойчивого развития страны в условиях глобализации.

Опыт последнего десятилетия XX века показал, что полноценная глобальная парадигма развития является приемлемой лишь для наиболее развитых больших и малых государств, имеющих максимально высоким уровнем международной конкурентоспособности. Для Украины эта модель станет приемлемой лишь в перспективе 25-30 лет, если она сможет поднять уровень своей международной конкурентоспособности к западноевропейскому уровню.

Глобализация – это качественно новая ступень развития давно идущего процесса интернационализации экономических, политических, культурных, правовых и других аспектов общественной жизни, когда взаимозависимость национальных социумов достигла такого уровня, что начались кардинальные перемены в жизни всего мирового сообщества, превращающегося постепенно в целостный общественный организм.

В. Минголо трактует глобализацию как третий этап тысячелетней глобальной трансформации. Первый – распад колониальной системы, второй – распад социалистической системы. Отмечается новая цивилизационная роль глобальных ТНК, которые якобы подводят народы к достижениям цивилизации. Многие американские исследователи считают, что глобализация распространяет в мире права человека и демократию, передавая их из передовых стран в отсталые [1].

По мнению М. Портера, глобализм – это система глобального монополизма и глобальной конкуренции [2]. На этом этапе рыночная конкуренция трансформируется не в конкуренцию, а в полную власть глобальных монополий. Поэтому внутренние законы и интересы развития глобальных компаний навязываются как глобальные законы развития. Главным императивом развития становится глобальная конкурентоспособность страны или компании.

"Экономическая глобализация – ... принципиально новый процесс, который начался в конце XIX века, был прерван двумя мировыми войнами и "великой депрессией", приобрел ускорение и распространение в последней четверти XX века в результате реализации достижений научно-технического прогресса" [3].

Хотя некоторые исследователи глобализационных процессов и убеждают, что для индустриально развитых стран глобализация принесла позитивные результаты, тем не менее существует противоположное мнение, наиболее выразительно репрезентируемое антиглобалистским движением.



ем, сторонники которого рассматривают глобализацию как завуалированную форму империализма, когда усиливается эксплуатация рабочих, развивающихся стран, меньшинств и природы в целом. Кстати, глобализацию нередко рассматривают, с чем нельзя не согласиться, как "капиталистическую" альтернативу коммунистической идее интернационализма, выродившуюся на практике в попытку политического и культурного гегемонизма [4, с. 6].

Среди негативных последствий глобализационных процессов прежде всего называют глобализацию бедности. Причем следует заметить, что распространение бедности происходит на фоне общего обогащения западных стран. По данным У. Бека, страны Европейского Союза (ЕС) за последние двадцать лет XX века стали богаче на 50 – 70 %. Тем не менее, как отмечает немецкий социолог, "ЕС насчитывает сегодня двадцать миллионов безработных, пятьдесят миллионов бедных и пять миллионов бездомных" [5, с. 17].

Кроме этого, глобализация объективно ведет к размыванию и ослаблению регулирующих функций национального государства, которое уже не может так же эффективно, как прежде, защищать национальные интересы от нежелательных внешних воздействий. Государства, что не в состоянии регулировать те экономические, социальные и культурные процессы, которые выплеснулись за пределы национальных границ, в значительной мере обрели самостоятельность и становятся неуправляемыми. Такие процессы перерастают из межстрановых, более или менее эффективно регулировавшихся в одностороннем, двустороннем или многостороннем порядке национальными государствами, во внестрановые, то есть глобальные, почти или совсем не поддающиеся государственному регулированию.

В последние десятилетия ведущие западные страны, особенно США, активно реализуют так называемые "стратегии по защите инвестиций". Для этого созданы и действуют системы глобального антикризисного менеджмента. "Довольно часто и с помощью больших ресурсов имперское государство играло ведущую роль в антикризисном менеджменте, спасая (своих) главных инвесторов от банкротства, поддерживая неплатежеспособные транснациональные корпорации и предотвращая крах валют. Очевидно, что более чем когда ТНК и так называемая "глобальная экономика" зависят от постоянного и массового вмешательства имперских государств с целью управления кризисом и получения экономических выгод (покупка местных компаний) [6].

Новый экономический империализм характеризуется разнообразными формами. Однако неизменными остаются его цели: защита стабильности своей валюты, защита интересов своих ТНК, завоевание новых рынков, защита национальных (внутренних) рынков. Наибольший набор торговых ограничений и "добровольных самоограничений" навязывают своим партнерам США. Требуя полной либерализации торговли, снижения до минимума ввозных тарифов США ограничивают экспорт стали на свои рынки под надуманными обвинениями в демпинге. Очевидно, что следует уже говорить о наличии хорошо скоординированных международных стратегий силовой глобализации мира.

Национальные государства все более теряют возможность эффективно использовать такие традиционные рычаги макроэкономического регулирования, как импортные барьеры и экспортные субсидии, курс национальной валюты и ставка рефинансирования центрального банка. В условиях все более нарастающей взаимозависимости национальных хозяйств правительства вынуждены пользоваться ими с оглядкой на другие государства, интересы которых могут быть при этом задеты. Кроме того, приходится считаться и с поведением влиятельных негосударственных субъектов международных экономических отношений – транснациональных корпораций и банков, международных инвестиционных фондов, которые своими ответными действиями могут свести на нет ожидаемый эффект от предпринимаемых на национальном уровне мер либо даже обратить их во вред данной стране.

Таким образом, как высшая стадия интернационализации экономики, политики, экологии и социальной жизни глобализация несет в себе как позитивные возможности и факторы, так и негативные последствия и результаты. Это зависит от господствующих форм и направленности процессов глобализации, от методов решения ее основных противоречий. Одним из таких противоречий и конфликтов является существующая несправедливость в распределении позитивов и негативов глобализации между странами-глобализаторами и странами, которых глобализируют, применяя экономические, финансовые и политические методы, как правило, в своих интересах. В таких условиях особую актуальность приобретают вопросы обеспечения устойчивого экономического развития в условиях глобализации для стран с переходной экономикой, что является перспективным направлением для дальнейших научных исследований.

*Научн. рук. Украинская Л. О.*

**Литература:** 1. Політологія посткомунізму. – К., 1995. 2. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран / М. Портер. – М. : Международные отношения, 1993. 3. Переосмысливая будущее // Мировая экономика и международные отношения. – 1998. – № 1. – С. 6. 4. Дзюба І. М. Україна перед сфінсом майбутнього / Дзюба І. М. // Український історичний журнал. – 2002. – № 3. – С. 3–22. 5. Бек У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию / Бек У. – М., 2010. 6. Петрас Дж. Аромат імперіалізму // Економічний часопис. – 2009. – № 3.

Студент 4 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## ПОНЯТИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ: СУТЬ И СОДЕРЖАНИЕ

*Аннотация. Исследованы суть и содержание понятия интеллектуальной собственности.*

*Анотація. Досліджено суть і зміст поняття інтелектуальної власності.*

*Annotation. The nature and content of the concept of intellectual property are studied in the article.*

*Ключевые слова: интеллектуальная собственность, суть интеллектуальной собственности, содержание интеллектуальной собственности.*

Наличие современной международно признанной системы охраны интеллектуальной собственности содействует развитию национальной экономики, сохранению и обогащению научно-технического потенциала страны, развитию международной торговли, привлечению в экономику страны иностранных инвестиций, в частности в виде современных технологий, вхождению Украины как равноправного партнера в мировой рынок интеллектуальной собственности. Поддержка со стороны государства создания цивилизованного рынка объектов интеллектуальной собственности является основным приоритетом использования интеллектуальных ресурсов нации. Прежде всего, должны быть обеспечены благоприятные условия для создания и эффективной коммерциализации результатов отечественных разработок как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Вследствие всеобъемлющей интеллектуализации современной мировой экономики вопросы охраны интеллектуальной собственности становятся серьезной проблемой, связанной с экономической безопасностью, и требуют стратегических подходов к их решению. Сейчас в мире действуют свыше 4 млн патентов; каждый год подается приблизительно 700 тыс. заявок на патентование. Интеллектуальная собственность формирует достаточно специфический сегмент рынка. В Украине такой рынок уже есть и, безусловно, в ближайшем будущем он займет достойное место на общенациональном рынке товаров и услуг. Внутренний рынок объектов интеллектуальной собственности требует поддержки, поскольку от его состояния зависит уровень производства и конкурентоспособности отечественных товаров. Эффективное функционирование такого рынка невозможно без внедрения современных научно обоснованных рекомендаций по совершенствованию системы управления интеллектуальной собственностью в условия национальной экономики. Проблемам исследования интеллектуальной собственности посвящены работы Г. Андрощука, М. Бендикова, И. Дахно, Г. Олехнович, М. Паладия, Л. Федуловой, А. Чужно и др. Но, не смотря на многочисленные разработки в этой области, вопросы уточнения сути интеллектуальной собственности как экономико-правовой категории требуют дальнейшего изучения и развития.

Цель работы – исследование сути и содержания понятия интеллектуальной собственности.

Употребление термина "интеллектуальная собственность" впервые зафиксировано в конце XVIII в. во Франции, то есть во времена Великой французской революции, когда получила распространение теория естественного права. По этому учению, все сделанное человеком – материальные объекты или результаты творческого труда – признается его собственностью, а человек имеет исключительное право распоряжаться результатами своей творческой работы.

Понятие "интеллектуальная собственность" стало термином международного права, начиная с 1967 г., когда он был принят в Стокгольмской конвенции об учреждении Всемирной организации интеллектуальной собственности. Согласно этой конвенции объектами интеллектуальной собственности являются:

- литературные, художественные и научные произведения;
- исполнительская деятельность артистов, фонограммы и радиопередачи;
- изобретения во всех областях человеческой деятельности;
- научные открытия;
- промышленные образцы;
- товарные знаки, знаки обслуживания, коммерческие наименования и обозначения;
- защита от недобросовестной конкуренции [1, ст. 2].

Таким образом, интеллектуальная собственность сравнительно недавно стала термином международного права, благодаря которому объекты интеллектуальной собственности получили правовую охрану. Интеллектуальная собственность представляет собой систему экономических отношений между членами общества по поводу присвоения-отчуждения неимущественных факторов и результатов интеллектуального производства. Причём под интеллектуальным производством



вом понимается деятельность по созданию и распространению нематериальных (духовных) благ [2, с. 137].

Следовательно, такое определение отражает экономическое содержание интеллектуальной собственности.

Различают два вида субъектов интеллектуальной собственности:

создатель объектов права интеллектуальной собственности: этими субъектами всегда выступают физические лица;

обладатели прав интеллектуальной собственности, которые приобретают имущественные права интеллектуальной собственности на основе соглашений или согласно закону.

Следовательно, субъектами прав интеллектуальной собственности могут быть как физические, так и юридические лица.

Объектами права интеллектуальной собственности являются результаты интеллектуальной творческой деятельности, которые распределяют на две группы: объекты авторского права и смежных прав, а также объекты промышленной собственности (таблица).

Таблица

**Объекты права интеллектуальной собственности**

Объекты права интеллектуальной собственности				
Объекты промышленной собственности			Объекты авторского права и смежных прав	
Объекты патентного права	Средства индивидуализации продукции	Нетрадиционные объекты интеллектуальной собственности	Объекты авторского права	Объекты смежных прав
изобретение; полезная модель; промышленный образец	знак для товаров и услуг (торговая марка); указания происхождения товара; фирменное (коммерческое) наименование	селекционное достижение; топография интегральной микросхемы; научное открытие; коммерческая тайна и ноу-хау; недобросовестная конкуренция	литературные, музыкальные и художественные произведения; компьютерные программы; базы (компиляции) данных	исполнение произведений; фонограммы и видеogramмы; программы организаций вещания

Таким образом, как видно из таблицы, классификация объектов интеллектуальной собственности на объекты авторского права и смежных прав и объекты промышленной собственности происходит на основе их промышленной значимости.

Первая группа объектов интеллектуальной собственности – объекты авторского права и смежных прав. Авторское право предоставляет авторам и другим создателям произведений науки, литературы, искусства определенные права, позволяющие им давать или не давать согласие на те или иные виды использования их произведений в течение ограниченного периода времени [3, с. 10].

Следовательно, авторское право поддерживает творчество гражданина, обеспечивая его личные имущественные и нематериальные интересы.

В Украине перечень объектов авторского права определен в Гражданском кодексе и Законе "Об авторском праве и смежных правах" от 23.12.1993 г. К ним относятся:

- литературные, музыкальные и художественные произведения;
- компьютерные программы;
- компиляции данных (базы данных);
- другие произведения [4, ст. 433; 5, ст. 8].

То есть эти объекты авторского права подлежат правовой охране со стороны государства и международных организаций.

Существует два критерия отнесения произведений к объектам авторского права: творческий характер объекта и объективность формы произведения [6, ст. 17], то есть произведение должно быть оригинальным и доступным другим людям без посредничества автора.

Авторское право на произведение возникает в результате факта его создания [6, ст. 11]. Таким образом, для возникновения и осуществления авторского права не требуется специальное оформление произведения.

Смежные права – права на результаты творческой деятельности исполнителей, производителей фонограмм, видеogramм и организаций вещания, связанные с использованием произведений литературы и искусства, на которые авторские права принадлежат другим лицам [7, с. 19]. Итак, смежные права касаются творческой деятельности авторов, которые создают произведения, которые могут быть исполнены, записаны, включены в передачи организаций вещания.

Законодательная база Украины (Гражданский кодекс и Закон "Об авторском праве и смежных правах") выделяет следующие объекты смежных прав:

- исполнения литературных, драматических, музыкальных, музыкально-драматических, хореографических, фольклорных и других произведений;
- фонограммы;
- передачи (программы) организаций вещания [4, ст. 449; 6, ст. 35].



То есть эти объекты смежных прав подлежат правовой охране со стороны государства и международных организаций.

Вторая группа объектов интеллектуальной собственности – это объекты промышленной собственности. Промышленная собственность охватывает такие объекты интеллектуальной собственности, как изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки, знаки обслуживания, фирменные наименования и географические указания о происхождении товаров, а также пресечение недобросовестной конкуренции, предусмотренные Парижской конвенцией по охране промышленной собственности. Именно в Парижской конвенции впервые использовался термин "промышленная собственность" [8, ст. 1]. Таким образом, с того времени объекты промышленной собственности охраняются на международном уровне.

Важная роль в промышленной собственности отводится патентному праву, важнейшими объектами которого являются изобретения, полезные модели и промышленные образцы [5, с. 440].

Следовательно, объединение изобретений, полезных моделей, промышленных образцов в единый институт обусловлено возможностью их охраны с помощью патента.

Таким образом, в современном обществе решающее значение приобретает интеллектуальная собственность, которая является продуктом интеллекта человека, его знаний, ценностей и труда. С экономической точки зрения субъектом интеллектуальной собственности является любое лицо, которое способно мыслить, а следовательно, продуцировать объекты интеллектуальной собственности и осуществлять права собственности по отношению к ним и, как следствие, получать доход.

Украина может претендовать на достойное место в Европе и мире только разработав наиболее эффективный путь развития интеллектуальной собственности, основы которого должны быть заложены уже на уровне разработки политики экономического роста. Перспективы дальнейших исследований, на взгляд автора статьи, состоят в разработке практических рекомендаций по развитию рынка продуктов интеллектуальной собственности, созданию благоприятной институционально-правовой среды, благодаря которым субъекты рынка были бы заинтересованы в создании и использовании интеллектуальных продуктов.

*Научн. рук. Украинская Л. О.*

---

**Литература:** 1. Стокгольмська конвенція об основанні Всесвітньої організації інтелектуальної власності 1967 / Міжнародне частне право : збірник документів. – М. : БЕК, 1997. – С. 234–258. 2. Степаненко С. В. Трансформація відносин власності в умовах формування постіндустріальної економіки / С. В. Степаненко, Л. І. Яковенко. – Полтава : Сайтек, 2010. – 208 с. 3. Гребьонкіна С. С. Інтелектуальна власність / С. С. Гребьонкіна. – Д. : РВВ Дон ІЗТ, 2005. – 199 с. 4. Цивільний кодекс України. – Х.: ТОВ "Одіссей", 2008. – 424 с. 5. Базилевич В. Д. Інтелектуальна власність: креативи метафізичного пошуку / В. Д. Базилевич, В. В. Ільїн. – К. : Знання, 2008. – 687 с. 6. Закон України "Про авторське право і суміжні права" від 23.12.93 р. № 3792-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 13. – Ст. 64. 7. Кузнецов Ю. М. Правознавство та авторське право / Ю. М. Кузнецов. – К. : Кондор, 2009. – 446 с. 8. Паризька конвенція про охорону промислової власності : збірник нормативних актів з питань розумісної власності / за ред. В. Л. Петрова, В. О. Жарова. – К. : Вища школа, 1998. – С. 322–355.

УДК 330.34 (477)

**Черкова М. Ю.**

Студент 4 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

*Анотація. Розглянуто основні проблеми та принципи формування сталого економічного розвитку з погляду інституціональної теорії, обґрунтовано фактори, що впливають на вибір стратегії сталого розвитку, та проаналізовано поточну ситуацію інституціонального середовища в Україні.*

*Аннотация. Рассмотрены основные проблемы и принципы формирования устойчивого экономического развития с точки зрения институциональной теории, обоснованы факторы, которые влияют на выбор стратегии устойчивого развития, и проанализирована текущая ситуация институциональной среды в Украине.*

---

© Черкова М. Ю., 2012

125

"Управління розвитком", №5(126)2012



*Annotation. The main issues and principles of formation of stable economic development are covered in the context of institutional theory; the facts that influence the choice of strategy of sustainable development are motivated, and the current situation of institutional environment in Ukraine is reviewed.*

*Ключові слова: інституціоналізм, інститут, інституціональне середовище, сталий економічний розвиток, стратегія економічного розвитку.*

Упровадження принципів сталого розвитку становить складний процес, який поєднує в собі питання як стратегії, так і практики розвитку економіки країни з погляду інституціоналізму. Забезпечення сталого розвитку нерозривно пов'язане з необхідністю узгодження його цілей і способів досягнення з проблемами у різних сферах життєдіяльності. Умонтування нових ланок та модернізація старих в існуючій системі розвитку потребує суттєвих змін інституціонального середовища, що обумовлює формування інституціональних механізмів сталого розвитку. Це й зумовлює актуальність обраної теми.

Метою даного дослідження є аналіз інституціонального середовища в Україні та виявлення оптимальної стратегії щодо вирішення проблеми нормального і стабільного функціонування соціальної, економічної й екологічної сфер життєдіяльності суспільства, а також наявності внутрішньої збалансованості економічної системи, здатності створювати стабільне і рівноважне зростання протягом довгострокового періоду.

Згідно з темою даної статті потрібно вирішити такі завдання: розкрити сутність інституціонального середовища, оцінити за допомогою різних методик сучасний стан інституціонального середовища на прикладі України та виявити основні напрями модернізації інституціонального середовища країни.

Об'єктом дослідження виступає процес формування стратегії економічного розвитку України з погляду інституціональної теорії. Предметом – інститути та інституціональні рамки, що забезпечують сталий економічний розвиток.

Дослідження проводиться методами порівняльного аналізу для визначення стратегії економічного розвитку України; експертної оцінки для визначення і обґрунтування об'єктивних критеріїв стану інституціонального середовища; статистичного аналізу – для вивчення, групування, порівняння, оцінки та інтерпретації фактичних даних про сучасний стан економіки країни; комплексного аналізу – для визначення пріоритетності стратегії економічного розвитку України з погляду інституціоналізму.

Питаннями економічного розвитку з погляду інституціональної теорії займалися Д. Медоуз, М. Месарович, Е. Пестель, Я. Тінберген, Я. Хоменко, С. Могилюк, Б. Букринський, С. Желасова, В. Сактосва, К. Циренова, О. Алимов, А. Даниленко, В. Мунтіян [1], Попов О. Є., Українська Л. О., Колесніченко І. М., Бережна Н. І., Шилов Д. О., Гордієнко Л. Ю., Мещерякова І. В., Ущатовський Ю. В.

Існують певні розбіжності між теорією і практикою в умовах відставання інституціональних змін від економічних реформ України. Трансформація та перехід до ринкових інститутів в Україні за умов проблем інституціонального середовища не змогли за роки незалежності створити удосконалену систему інституцій, які б змогли ефективно забезпечити інституціональне підґрунтя сталого економічного розвитку.

Інституціональне середовище – це сукупність базових соціальних, політичних, юридичних і економічних правил, що визначають рамки поведінки людей. Складовими інституціонального середовища виступають: правила соціального життя суспільства, функціонування його політичної сфери, базові правові норми – конституція, конституційні та інші закони тощо [2, с. 16]. Усі компоненти інституціонального середовища становлять правила, як формальні, так і неформальні. У свою чергу, правила – це інститути, що сформувалися протягом тривалого часу під впливом історичних умов.

Інститути – це не просто правила поведінки людей, вони визначають спонукальні мотиви людської поведінки у всіх сферах життя та формують систему цінностей, що складається в суспільстві та створює інституціональне середовище. Інститути відіграють головну роль у принципах забезпечення стратегії сталого розвитку. Наприклад, інститут держави є центральним органом, що контролює всю діяльність економічної системи, та ступінь його втручання прямо залежить від поточного стану розвитку держави. Для контролю державні органи створюють формальні інститути у вигляді законодавства, що забезпечують рамки легальної діяльності суб'єктів господарювання.

Інститути ринкового механізму потрібні для забезпечення безперебійного функціонування суб'єктів ринку, що формують багатство країни, інститути соціальної сфери, у свою чергу, зумовлюють стабільне життя людини та подолання бідності, підвищення рівня та якості життя. Інвестиційне забезпечення також можна розглянути з погляду інституціональної складової. Інноваційно-інвестиційна складова важлива в досягненні сталого економічного розвитку, адже капітал формує умови для забезпечення цього розвитку.

Що стосується сучасного стану інституціонального середовища, то існує декілька методик оцінки стану інституціонального середовища, зокрема в Україні [3, с. 26, 27, 31].

Наприклад, Всесвітній економічний форум (World Economic Forum) провів ряд досліджень, що розраховували індекс глобальної конкурентоспроможності країн світу. За цими даними у 2010 – 2011 рр. Україна опинилася на 89 місці серед 139 країн світу. Це на сім позицій менше, ніж попереднього року. Цей індекс розраховується на базі 12 ключових груп. З 2008 року до цього переліку було включено "інституційне середовище", що, у свою чергу, враховує права власності, суспільну довіру політикам, корпоративну етику, незалежність судової системи, марнотратство суспільних коштів та демонструє якість інститутів [3, с. 26].



Показник "інституційне середовище" налічує в собі такі складові, як соціальне життя суспільства, функціонування його політичної сфери, базові правові норми – конституційне та інше законодавство, економічні інститути та механізми функціонування системи загалом. Україна за ним посідає 115 місце у світі із 131 країни за останні роки. Значення цього показника дорівнює 3,1 пункти з 7 (де 1 – найнижчий рівень, а 7 – найвищий). Наприклад, порівняно з іншими країнами цей індекс є дуже низьким: США – 4,8; 4,2 – для Угорщини; 4,1 – для Болгарії [4].

За показником економічної свободи, що включає в собі свободу бізнесу, свободу торгівлі, монетарну свободу, державні витрати, фінансову свободу, право власності, інвестиційну свободу, фінансову свободу, свободу від корупції та свободу праці, Україна посідає 125 місце серед 141 категорії держав [4].

За індексом свободи бізнесу, який є складовою показника економічної свободи, приведенного Інтелектуальним центром фундації (The heritage foundation) за період з 1998 – 2010 рр., було зроблено висновок, що з основних складових індексу економічної свободи найбільшою інституціональною проблемою для України є низька "свобода конкуренції".

За іншими даними залишається результатом, що в країні високий рівень корупції. За індексом корупції Україна має значення індексу 2,6 із 10 (де 10 – абсолютно вільна країна від корупції, а 0 – абсолютно корумпована країна), тобто Україна має дуже високий рівень корумпованості в усіх сферах життя.

За індексом сталого розвитку Світового центру даних з геоінформатики та сталого розвитку Україна за даними на 2010 рік займає 61 місце із 96 країн світу [4]. До цього індексу також входить показник "соціальний та інституціональний вимір".

Окрім інтегрального індексу сталого розвитку, існують різні системи індикаторів сталого розвитку, розроблені з урахуванням досвіду ОЕСР, Всесвітнього банку, Європейського співтовариства та ін. Розглянуті дані щодо стану інституціональної складової в Україні дали змогу зробити такі висновки: використанню закордонного досвіду й методології в побудові соціально-економічних індикаторів повинен передувати ретельний аналіз українських реалій і специфіки; перенесення традиційних для багатьох країн світу економічних індикаторів на макро- або секторальному рівні виявляється не завжди актуальним. Це обумовлено низкою причин, серед яких, зокрема, особливості трансформаційного періоду української економіки, а також специфіка країни, що має колосальні ресурси, і т. д.

У сучасній Україні існують недоліки майже у всіх ланках інституціонального середовища, оцінка якого була приведена, зокрема, в адміністративній, політичній, організаційно-правовій, узгодженості фінансової та монетарної політики та ін. Ці недоліки дають змогу сформулювати основні напрями модернізації інституціонального середовища в Україні, адже, незважаючи на чисельні дискусії, цілісного вирішення цього питання немає.

Таким чином, основні напрями модернізації інституціональної системи на сучасному етапі передбачають:

- 1) розвиток інститутів державного втручання і регулювання економіки для використання сукупності регулюючих форм та методів як монетарного і фінансового характеру, так і безпосередньо державного регулювання;
- 2) удосконалення ринкових механізмів: регулювання валютних курсів, процентних ставок, забезпечення стабільності на основі інфраструктури;
- 3) розвиток інститутів, орієнтованих на соціальну сферу, подолання бідності, підтримання населення, забезпечення високого рівня життя;
- 4) впровадження інноваційних процесів через залучення інвестицій у сфері економіки;
- 5) забезпечення формальних рамок функціонування устрою держави, що допомогло б удосконалити механізми контролю над суб'єктами господарювання, знизити рівень корупції, тіньової економіки та забезпечити більш відкрите і прозоре функціонування політичного аспекту;
- 6) вибір оптимальної моделі розвитку, що враховувала б інституціональний аспект формування системи України.

З усього сказаного, видно невідповідність теоретичної і практичної сторін стратегії сталого розвитку України. Це дає змогу оцінити сучасні тенденції розвитку інститутів та інституцій, запропонувати їх удосконалення та вирішити питання щодо їх подальшого розвитку у довгостроковій перспективі.

Оцінка міжнародних організацій виявила глибокі проблеми інституціонального середовища в Україні. На думку автора, держава займає у світових рейтингах майже останнє місце згідно з індикаторами інституціональної складової. Це свідчить про те, що сучасні теорії розвитку не мають змоги задовольнити потреби практики та вирішити основні сучасні проблеми країни.

*Наук. керівн. Українська Л. О.*

**Література:** 1. Костюченко Н. М. Еколого-економічні основи формування інституційних механізмів сталого розвитку / Костюченко Н. М. – 2010. – 197 с. 2. Колесніченко І. М. Інституціональна економіка : конспект лекцій / Колесніченко І. М. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 216 с. 3. Сухарев О. С. Вопросы методологии институционального анализа: нормативные оценки и теория / Сухарев О. С. // Journal of Institutional studies. – 2010. – № 3. – С. 24–41. 4. Офіційний сайт Фундації розвитку міжнародної торгівлі та інвестицій. – Режим доступу : <http://inve-trade.eu/>. 5. Алексеев А. В. Основные приоритеты государственной экономической политики при создании новой экономики / Алексеев А. В. // Journal of Institutional studies. – 2010. – № 1. – С. 67–84. 6. Василенко Н. В. Институциональная конкурентоспособность или конкурентоспособность институтов: постановка проблемы / Василенко Н. В. // Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. – 2011. – Вып. 40(1). – С. 187–191.



Студент 4 курса  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ АУТСОРСИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ**

*Анотація. Проаналізовано теоретичні основи використання аутсорсингу на підприємстві з метою зниження витрат на виробництво, поліпшення якості та підвищення конкурентоспроможності продукції.*

*Annotation. This article analyses the theoretical foundations of outsourcing at the enterprise in order to reduce production costs, improve quality and competitiveness of products.*

*Ключевые слова: аутсорсинг, IT-аутсорсинг, аутсорсер.*

Актуальность статьи заключается в стремлении предприятий минимизировать затраты на производство продукции, прибегнув к услугам аутсорсинговых компаний.

Целью статьи является исследование теоретических и методологических положений аутсорсинга, систематизация положительных и негативных результатов практики использования аутсорсинга на предприятиях.

Термин "аутсорсинг" (*outsourcing*) происходит от английских слов "outside resource using" – "использование внешних ресурсов" [1, с. 7]. В международной бизнес-практике этот термин определяет целенаправленное выделение некоторых бизнес-процессов или даже систем и делегирование их реализации другим исполнителям.

Аутсорсинг часто называют "феноменом XX в.", а также "величайшим открытием бизнеса последних десятилетий", так как лишь с конца 80-х гг. XX в. это понятие вошло в практику бизнеса и получило действительно широкое распространение [1].

В то же время сама идея привлечения ресурсов специализированной фирмы для решения стоящих перед организацией задач отнюдь не является новой [2]. Эта идея и механизм ее реализации известны с тех самых пор, как в экономической теории, а затем и в научном менеджменте сформировались понятия разделения труда, специализации и кооперации.

Сам термин "аутсорсинг" в начале 1990-х активно начали применять информационщики, он предполагал передачу функций программирования, администрирования сетей и поддержания информационных сетей [3].

Если называть аутсорсингом привлечение услуг и ресурсов специализированной фирмы для решения отдельных вопросов, связанных с деятельностью компании, то с этой точки зрения первым опытом аутсорсинга можно считать услуги юридических фирм в США и Великобритании еще в начале XX в. [3].

Условно предложения по аутсорсингу можно разделить на три вида:

1. IT-аутсорсинг – оффшорное программирование; создание веб-ресурсов; разработка, установка, сопровождение ПО (программного обеспечения); обслуживание техники сторонними специализированными компаниями.

2. Производственный аутсорсинг – передача участков своего производства сторонним производителям.

3. Аутсорсинг бизнес-процессов – передача организации-исполнителю отдельных бизнес-процессов, не являющихся для компании основными (управление персоналом, бухгалтерский учет, реклама, логистика) – должен снизить стоимость производственного процесса при условии улучшения качества бизнес-процесса.

Наиболее крупные и известные аутсорсинговые компании – аудиторско-консалтинговые фирмы "Большой пятерки" KPMG, Deloitte&Touch, Andersen Worldwide, PricewaterhouseCoopers, Ernst&Young – предлагают услуги аутсорсинга в области управления, информационных технологий, налогообложения, аудита, бухгалтерского учета и отчетности, ревизионной деятельности, юридического обеспечения [1].

Истоки практического аутсорсинга как метода производственной кооперации и высокой технологии управления в промышленности относятся к периоду "великого противостояния" двух великих менеджеров – Генри Форда (1863 – 1947) и Альфреда Слоуна мл. (1875 – 1966) и возглавляемых ими гигантов автомобильной промышленности – компаний Ford и General Motors.





Исследования Американской ассоциации менеджмента (American Management Association) показали, что уже в 1997 г. более половины промышленных компаний передали на аутсорсинг хотя бы один компонент своего производственного процесса [4].

Современный бизнес невозможно представить без аутсорсинга. Для этого существуют минимум две причины:

1. Большинство современных компаний стремится к использованию всех новейших достижений науки, техники и технологии, чтобы выпускать качественную и конкурентоспособную продукцию, наилучшим образом отвечающую потребностям покупателей.

2. Современные технологии, знания и опыт находятся, как правило, в руках специалистов, которые с выгодой для себя и клиента предоставляют необходимые услуги компаниям на условиях аутсорсинга [1].

Таким образом, передача внешним партнерам функций одного или нескольких звеньев производственного процесса имеет ряд преимуществ:

- 1) гарантия профессиональной ответственности, предоставляемая аутсорсинговой компанией;
- 2) позволяет работать по гибкому графику;
- 3) экономия на офисном пространстве;
- 4) повышает инновационную возможность компании за счет взаимодействия и партнерства с поставщиком более высокого уровня;
- 5) ускоряет покупку ресурсов [3].

Вместе с тем к потенциальным недостаткам или угрозам можно отнести следующие:

- 1) зависимость бизнес-процесса от разработчика, то есть аутсорсинговой фирмы;
- 2) долгое согласование задач;
- 3) увеличение времени реакции на возникающие проблемы;
- 4) потеря части собственных ресурсов и возможностей.

В каждом отдельном случае реализация аутсорсинга требует взвешенного подхода и обязательного анализа всех рисков и будущих выгод.

Снижение затрат должно обеспечиваться увеличением эффективности функционирования конкретного предприятия [3].

Таким образом, развитие аутсорсинга обусловлено стремлением компании использовать новые достижения НТП для улучшения качества и повышения конкурентоспособности продукции.

В то же время современные технологии и знания, которые сосредоточены в руках специализированных компаний, дают возможность каждой стороне выполнять те функции, которые у них получаются лучше всего. В результате происходит снижение себестоимости продукции за счет сокращения затрат и оптимизации всех обоснованных бизнес-процессов.

*Научн. рук. Кожанова Е. Ф.*

---

**Литература:** 1. Аникин Б. А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента / Аникин Б. А., Рудая И. Л. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 320 с. 2. Управление организацией / под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатина. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 669 с. 3. Озерчук О. PR-аутсорсинг: шансы на успех / Озерчук О. // Генеральный директор. – 2010. – № 5. – С. 48–52. 4. Бусень Л. Почти все об аутсорсинге / Бусень Л. // Менеджмент/менеджер. – 2005. – № 4. – С. 55–63.

УДК [005.32:331.101.3] (477)

---

**Репта О. В.**

---

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **СОСТОЯНИЕ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В УКРАИНЕ**

*Аннотация. Рассмотрены понятия "мотивация", "направление мотивации", "система мотивации персонала" и состояние мотивации персонала в Украине.*

*Анотація. Розглянуто поняття "мотивація", "напрямок мотивації", "система мотивації персоналу" та положення мотивації персоналу України.*

*Annotation. Concepts of "motivation", "direction of motivation"; "system of personnel motivation"; position motivation of Ukraine are considered.*

*Ключевые слова: мотивация, направления мотивации, система мотивации персонала.*

---

© Репта О. В., 2012



Тема мотивации персонала уже не нова, но, как ни странно, со временем она не теряет своей актуальности. Скорее даже наоборот, становится все более значимой. Этому есть свое объяснение. Дело в том, что по мере развития общества вполне естественно растет уровень запросов его членов, то есть людей, которые это общество составляют. Это отражается на всем, в том числе и на трудовых отношениях. Было время, когда люди работали за зарплату и были этим вполне довольны. Но теперь этого уже явно недостаточно. Каждый человек хочет, чтобы его работа была не только хорошо оплачиваемой, но и интересной. Чтобы кроме денег она приносила ему удовлетворение, чтобы он мог почувствовать свою значимость, уважение со стороны коллег и руководства и т. д. Таким образом, время предъявляет к мотивации персонала все новые и новые требования.

Мотивация – побуждение к действию; динамический процесс физиологического и психологического плана, управляющий поведением человека, определяющий его направленность, организованность, активность и устойчивость; способность человека деятельно удовлетворять свои потребности [1].

Проблемой мотивации является несовершенство мотивации на предприятиях, недостаточное финансирование мероприятий, направленных на усовершенствование мотивации персонала, а также то, что на предприятиях не уделяют должного внимания мотивации.

Целью данной статьи является определение состояния мотивации в Украине и методов совершенствования мотивации на предприятии.

Впервые термин "мотивация" употребил в своей статье А. Шопенгауэр. Сегодня этот термин понимается разными учеными по-своему. Например, мотивация по Виллюнасу В. К. – это совокупная система процессов, отвечающих за побуждение и деятельность. А Платонов К. К. считает, что мотивация как явление психическое является совокупностью мотивов [2].

Направление мотивации – это ментальная программа, которая оказывает влияние практически на все аспекты нашей жизни. На биологическом или физическом уровне каждый из нас развил в себе два типа мотивации – "от" и "к": от боли, неприятности, стресса к приятному, комфорту, расслаблению [3].

В наше время на предприятиях в основном вопросам мотивации не уделяется достойное внимание и не выделяется достаточно материальных средств на эти цели, так как все их внимание сосредоточено только лишь на получении прибыли. Функции мотивации на предприятии должен осуществлять отдел мотивации работников, который должен составлять штатное расписание, структуру заработной платы, заниматься решением вопросов льгот, компенсаций, медицинского страхования, пенсионного обеспечения и другими вопросами, которые непосредственно связывают взаимоотношения работодателя и работника в ходе трудовой деятельности.

Система мотивации персонала – все то, что наемный работник может ценить и желать и что работодатель в состоянии или желает предложить в обмен на вклад наемного работника в выполнение организацией ее миссии.

Большинство украинских предприятий используют следующие системы мотивации:  
заработная плата номинальная – оплата труда: основная, премии, надбавки;  
заработная плата реальная – повышение тарифных ставок, компенсационные выплаты;  
участие в акционерном капитале;  
мотивирование свободным временем;  
трудовое или организационное мотивирование;  
организация питания;  
программы обучения персонала;  
страхование жизни;  
отчисления в пенсионный фонд [4].

Автор также может предложить еще несколько систем мотивации, которые при необходимости могут использоваться предпринимателями на предприятиях:

бонусы;  
участие в прибыли;  
планы дополнительных выплат;  
мотивированное, основанное на общественном признании;  
оплата транспортных расходов или обслуживание при использовании собственного транспорта;  
сберегательные фонды;  
стипендиальные программы;  
программы медицинского обслуживания;  
консультативные службы;  
программы жилищного обслуживания;  
программы, связанные с воспитанием и обучением детей;  
программы по льготам и компенсациям.

Учитывая нынешнюю ситуацию в Украине, рассматривая особенности экономического и функционального развития ее структур, можно прийти к выводу, что время мотивации, основанной лишь на денежном поощрении, постепенно уходит в прошлое. Поэтому так необходимо сейчас знание и совершенствование существующих систем мотиваций.

Проблема мотивации в Украине на практике еще долго будет ждать своего разрешения. Учитывая то, что наряду с другими немаловажными проблемами в отечественной науке малое внимание уделяется мотивации.



Сегодняшнее положение вещей в украинской экономике красноречиво свидетельствует о недостаточном материальном подкреплении труда работников. Хотя деньги и материальное стимулирование не имеют решающего значения, но в современных условиях недостаток материальных средств превращает производственную деятельность зачастую лишь в экономическую необходимость [5].

Автор может предложить несколько методов по исследованию этой проблемы: изучение документов предприятия, определяющих использование системы мотивации, результаты деятельности предприятия, систему управления предприятием, опрос работников.

*Научн. рук. Кожанова Е. Ф.*

**Литература:** 1. Кушельницька О. В. Управління персоналом : навчальний посібник / Кушельницька О. В., Мельничук Д. П. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Кондор, 2005. – 308 с. 2. Мотивация [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Мотивация>. 3. Кондоуров В. К. Каково направление мотивации ваших сотрудников? / Кондоуров В. К. // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 7 (28). – С. 43–45. 4. Система мотивации персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.humantime.ru/slovar-terminov/word78/>. 5. Бугуцький О. А. Фактори розвитку мотивації праці / Бугуцький О. А. // Економіка АПК. – 2007. – № 7. – С. 25–28.

УДК 005.63

**Чернега Ю. С.**

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **СИСТЕМА ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ ЯК МЕТОД УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ**

*Анотація. Досліджено систему збалансованих показників як метод управління підприємством. Розкрито сутність даного методу. Запропоновано шляхи впровадження цього методу управління в український бізнес.*

*Аннотация. Исследована система сбалансированных показателей как метод управления предприятием. Раскрыта сущность данного метода. Предложены пути внедрения этого метода управления в украинский бизнес.*

*Annotation. The Balanced Scorecard as a method of management was investigated. The essence of the method was displayed. Ways of implementing this management method in the Ukrainian business was suggested.*

*Ключові слова: стратегія, стратегічне управління, система збалансованих показників.*

Як показують численні дослідження і світовий досвід ведення бізнесу, успіх компанії на 90 % – це результат правильно обраної стратегії, і тільки на 10 % він зобов'язаний тактичній перевазі на ринку [1].

Наявність стратегії й стратегічних цілей для ключових сфер підприємства – це пульт управління, що дозволяє ефективно управляти всією компанією. Без цих цілей менеджери не мають твердої опори в прийнятті рішень і, як результат, мають різні уявлення про напрямки розвитку із власниками компанії.

Розробка стратегії дає менеджменту можливість ефективніше розподіляти ресурси компанії відповідно до її стратегічних пріоритетів і максимально себе вберегти від неправильних рішень у процесі розвитку і перетворень у компанії [2].

Важливо розуміти, що добре розроблена стратегія – це лише половина успіху. Її ще треба вдало реалізувати. Реалізувати її можна тільки за допомогою всіх співробітників, на кожному робочому місці. Тому менеджмент давно зайнятий пошуком і розробкою ефективних систем стратегічного управління. Про одну з найефективніших систем піде мова в даній статті [3].

Багато хто вважає, що ключову роль в успіху реалізації стратегії відіграє саме зміст стратегії, а форма подання другорядна. Але, як показує практика, менеджери поступово відмовляються від цієї точки зору, оскільки розуміють, що стратегія може бути успішно реалізована тільки тоді, коли її розуміють всі співробітники.

Чим доступніше і простіше описана стратегія відділів і компанії в цілому, тим більше підвищується ймовірність її успішної реалізації. Ефективними інструментами для опису, формалізації і реалізації стратегії на сьогодні є концепція Balanced Scorecard (система збалансованих показників).



Система збалансованих показників (СЗП) – це концепція переносу і декомпозиції стратегічних цілей для планування операційної діяльності та контроль їх досягнення [4]. По суті СЗП – це механізм взаємозв'язку стратегічних задумів і рішень із щоденними завданнями, спосіб спрямувати діяльність всієї компанії (або групи) на їх досягнення. На рівні бізнес-процесів контроль стратегічної діяльності здійснюється через так звані ключові показники ефективності (КПЕ), в англійському варіанті – Key Performance Indicator (KPI). KPI, по суті, є вимірювачами досяжності цілей, а також характеристиками ефективності бізнес-процесів і роботи кожного окремого співробітника. У цьому контексті СЗП є інструментом не тільки стратегічного, але й оперативного управління [5].

Система збалансованих показників – порівняно нова технологія. Balanced Scorecard розроблена на основі висновків дослідження, проведеного на початку 1990-х років професором Harvard Business School Робертом Капланом і президентом консалтингової фірми Renaissance Solutions Девідом Нортеном [4].

Дослідження проводилося з метою виявлення нових способів підвищення ефективності діяльності та досягнення цілей бізнесу.

Сутність цієї системи коротко формулюється двома основними положеннями:

одних фінансових показників недостатньо для того, щоб повністю і всебічно (збалансовано) описати стан підприємства, їх потрібно доповнити іншими показниками;

дана система показників може бути використана не просто як комплексний індикатор стану підприємства, а як система управління, яка забезпечує зв'язок між стратегічними починаннями власників або топ-менеджменту та операційною діяльністю менеджменту підприємства.

На основі узагальнення джерел інформації автор представив структуру системи збалансованих показників у вигляді схеми (рисунок).



Рис. Структура системи збалансованих показників

Як і традиційні системи, BSC містить фінансові показники як одні з основних критеріїв оцінки результатів діяльності організації, але підкреслює важливість показників нефінансового характеру, що оцінюють задоволеність покупців і акціонерів, ефективність внутрішніх бізнес-процесів, потенціал співробітників з метою забезпечення довгострокового фінансового успіху компанії.

Отже, система Нортена і Каплана дозволяє менеджерам представити бізнес у чотирьох проекціях, тобто передбачає відповіді на чотири запитання:

1. Як фірму оцінюють клієнти (аспект клієнта)?
2. Які процеси можуть забезпечити фірмі виключні конкурентні переваги (внутрішньогосподарський аспект)?
3. Яким чином можна досягти подальшого поліпшення стану фірми (аспект інновацій та навчання)?
4. Як оцінюють підприємство акціонери (фінансовий аспект)?

Чотири проекції Каплана і Нортена ("Фінанси", "Маркетинг", "Персонал", "Бізнес-процеси") становлять швидше організаційну структуру, ніж обмежену схему. Ніщо не заважає компаніям залежно від конкретної ситуації доповнити модель ще однією або двома таблицями, хоч істотна перевага BSC – її сконцентрованість і якість представлення інформації [5].

ЗСП ефективно управляє такими ключовими процесами, як:

- 1) переведення бачення в стратегію;
- 2) комунікація і зв'язок;
- 3) бізнес-планування;
- 4) зворотний зв'язок і зміцнення знань у сфері стратегічного управління.

Крім того, управлінці отримують відповіді на основні запитання: За рахунок чого компанія створює свою вартість? Які процеси є ключовими в її діяльності? Який рівень кваліфікації персоналу і застосовуваних технологій? Яка їхня відповідність обраній стратегії? Які інвестиції потрібно здійснити в розвиток компанії з метою досягнення довгострокових цілей організації? На думку автора, в результаті використання Balanced Scorecard діяльність компанії стає більш прозорою і керованою.



На основі наведеної теорії вже розроблено програмне забезпечення для системи BS, яка значно спрощує роботу менеджера та впорядковує процес співвідношення стратегії підприємства та конкретних цілей. Російською розробкою є програма ELMA, яка фактично дозволяє організувати якісне виконання всіх управлінських функцій, починаючи з проектування і завершуючи контролем за виконанням завдань. З її допомогою менеджер може спроектувати детальний шлях досягнення поставленої мети. Моделювання бізнес-процесів передбачає визначення учасників процесу, набору їхніх дій і призначення виконавців. Також до неї заносяться усі відомості про хід виконання поставлених завдань та їх ефективність. Згідно з отриманими результатами в кінці звітного періоду можна зробити висновок про рівень досягнення цілей та вклад кожного з виконавців.

Така система управління є не лише незамінною в організації діяльності підприємства, а й слугує потужним мотиватором персоналу. Адже завдяки їй тепер можна оцінити якість роботи як усього колективу, так і кожного працівника окремо за рівнем виконання власних KPI. На основі цієї концепції розроблено грейдову систему оплати праці [6]. І якщо працівник встигає за темпами роботи – він отримує матеріальний бонус згідно зі своїм значенням грейду, якщо ж ні – йде з підприємства сам.

СЗП значно розширює можливості стратегічного управління, що робить його більш реальним. З цієї причини розробки щодо формування і використання цієї концепції в системах управління українських підприємств мають велике перспективне значення і заслуговують на увагу з боку науковців і практиків.

*Наук. керівн. Кожанова Є. П.*

---

**Література:** 1. Balanced Scorecard в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bsc.org.ua/>. 2. Глосарій Менеджмент.com.ua. – Режим доступу : [www.management.com.ua/glossary/](http://www.management.com.ua/glossary/). 3. Клочков А. К. KPI и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов / Клочков А. К. – М. : Эксмо, 2010. – 160 с. 4. Kaplan R. S. The Balanced Scorecard – Measures then drive Performance / Kaplan R. S., Norton D. P. // Harvard Business Review. – 1992. 5. Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Д. Нортон, Р. Каплан. – М. : Олимп-Бизнес, 2010. – 320 с. 6. Персон Р. Бизнес-расчеты в Excel / Рон Персон. – М. : Эксмо, 2009. – 528 с.

УДК 005.95:[005.591.6:005.21](477+1-87)

**Торопыгина М. В.**

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В УКРАИНЕ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ**

*Аннотация. Рассмотрено понятие и проанализировано использование инновационных стратегий управления персоналом в зарубежных и отечественных организациях.*

*Анотация. Розглянуто поняття та проаналізовано використання інноваційної стратегії управління персоналом у зарубіжних і вітчизняних організаціях.*

*Annotation. The notion and reviewing the use of innovative strategies for human resource management in foreign and domestic organizations was considered.*

*Ключевые слова: инновационные стратегии управления, интернационализация экономики, стратегический менеджмент персонала.*

В современных условиях степень самостоятельности и ответственности организаций значительно возрастает. Основная часть решений, касающихся производства, сбыта продукции, установления контактов с поставщиками и клиентами, переходит в компетенцию организаций.

Кроме того, появляются такие новые факторы, как интернационализация экономики, множество конкурентов во всех сферах деятельности, изменение правил функционирования организаций. Сама организация несет ответственность за создание ресурсов, обеспечивающих возможность ее развития и удовлетворения запросов коллективов и отдельных личностей.

Целью данной статьи является определение инновационных стратегий персонала, их становление на отечественном и зарубежных рынках. Для этого необходимо рассмотреть само определение стратегии персонала и инновационной стратегии персонала.



Инновационная стратегия управления персоналом – это приоритетное направление формирования конкурентоспособного высокопрофессионального, ответственного и сплоченного трудового коллектива, что способствует достижению долгосрочных целей и реализации общей стратегии организации. Это система методов и средств управления персоналом, которая применяется в течение определенного времени с целью реализации кадровой политики [1].

Инновационная стратегия – это проект (модель) проведения главных инновационных действий, необходимых для реализации корпоративных стратегий, нацеленных на обновление отдельных компонентов производства, реализации и потребления продукции [2].

Фатхутдинов Р. А. определяет инновационную стратегию как часть общей стратегии организации, которая представляет собой целенаправленную деятельность по определению приоритетов перспективного развития организации и их достижения, в результате чего обеспечивается новое качество производства и управления. Основными чертами инновационной стратегии управления персоналом являются:

ее долгосрочный характер, что объясняется нацеленностью на разработку и изменение психологических установок, мотивации, структуры персонала, всей системы управления персоналом или ее отдельными элементами, причем такие изменения, как правило, требуют длительного времени;

связь со стратегией организации в целом, учет многочисленных факторов внешней и внутренней среды, поскольку их изменение влечет изменение или корректировку стратегии организации и требует своевременных изменений структуры и численности персонала, его навыков и квалификации, стиля и методов управления [3].

Анализ исследований, проведенных в Украине и в странах Запада, позволяет выделить следующие главные просчеты в реализации инновационных стратегий управления персоналом:

слабая их ориентация на формирование имиджа работников предприятия. Обезличивание ведет к демотивации, поскольку в последние десятилетия постоянно растет уровень притязаний большинства работников;

неадекватная горизонтальная интеграция важнейших функций управления, таких, как набор, оценка, вознаграждение и развитие сотрудников. Менеджеры выполняют эти функции вне единого комплексного подхода к персоналу (в Украине) или плохо учитывают их взаимосвязь (и в странах Запада); недостаточное вовлечение линейных руководителей и сотрудников в разработку и реализацию концепций управления;

неадекватная оценка успехов, что гасит инициативу специалистов по кадровым вопросам. Службы управления персоналом заинтересованы в минимизации рисков при поиске новых подходов в работе, максимизации покорности воле начальника (работодателя);

игнорирование изменений в ценностных ориентациях людей, безучастное отношение к целям деятельности различных групп и средствам их достижения.

В любом обществе можно выделить следующие основные цели, которые определяют деятельность человека: материальное благополучие, власть, слава, творчество, знания, духовный рост. Средства достижения названных целей можно разбить также на три группы: любые, в том числе криминальные; законные (в рамках юридических норм); отвечающие религиозным нормам [4].

Большие различия в подходах к инновационному управлению персоналом наблюдаются даже внутри ЕС, между странами объединенной Европы. Если взять два критерия – уровень стратегической ориентации и степень децентрализации принятия решений, то можно выделить четыре группы стран по господствующему в них подходу [3].

Исследования, проведенные в 10 западноевропейских странах, свидетельствуют о следующем.

В Италии, Великобритании и Германии чаще встречается механистически-легализированный подход. Центральные кадровые службы занимаются преимущественно решением оперативных задач, связанных с управлением персоналом. Делается это по распоряжению дирекции, без широкого привлечения линейных руководителей [2]. Во Франции, Испании и Норвегии чаще применяется стратегический подход со стороны централизованной службы по работе с кадрами.

В Голландии и Дании реализуется преимущественно так называемая децентрализованная нескоординированная политика. Важнейшие кадровые вопросы решаются линейными руководителями, причем часто в условиях, когда отсутствует единая стратегия предприятия.

В Швеции и Швейцарии заметно стремление к интеграционному способу действий. Кадровая политика основывается на далеко идущих прогнозах и с максимальной децентрализацией непосредственно линейными руководителями [1].

Что касается неевропейских стран, то ведущими представителями интегрированного подхода являются Канада и Япония.

В результате чего целесообразно сделать вывод, что необходима трансформация приоритетов ценностей, суть которой можно выразить словами "главное внутри организации – работники, а за ее пределами – потребители продукции".

*Научн. рук. Кожанова Е. Ф.*

**Литература:** 1. [studentbooks.com.ua/content/view/1014/42/1/2/](http://studentbooks.com.ua/content/view/1014/42/1/2/). 2. [guide.mk.ua/category/finans/invest/](http://guide.mk.ua/category/finans/invest/). 3. [http://quality.eup.ru/MATERIALY7/japan\\_tqm2.htm](http://quality.eup.ru/MATERIALY7/japan_tqm2.htm). 4. Ильенкова С. Д. Инновационный менеджмент: учебник для студентов вузов / Ильенкова С. Д. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 5. Володько В. Ф. Международный менеджмент / Володько В. Ф. – М. : Амалфея, 2009. – 163 с. 6. [ru.wikipedia.org/wiki/Теория\\_управления](http://ru.wikipedia.org/wiki/Теория_управления).

## ЗАСТОСУВАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ПРАКТИЦІ

*Анотація. Розглянуто системи мотивації праці в розвинутих країнах та розроблено рекомендації щодо застосування її елементів на підприємствах України.*

*Аннотация. Рассмотрены системы мотивации труда в развитых странах и разработаны рекомендации к использованию ее элементов на предприятиях Украины.*

*Annotation. The systems of labour motivation in developed countries were regarded and recommendations about the use of their components at Ukrainian enterprises were developed.*

*Ключові слова: мотивація, конкурентоспроможність, акціонери, тарифна сітка.*

На нинішньому етапі розвитку України на ринку залишаються тільки ті підприємства, які застосовують мотивацію праці в практичній діяльності. Попри всі негаразди кожне підприємство має скористатися результатами наукових досліджень, передовим досвідом задля відпрацювання власної, найбільш прийнятної системи матеріального стимулювання для вирішення завдання: забезпечити оплату праці кожному працівникові відповідно до кількості, якості і результатів його праці та вартості послуг робочої сили на ринку праці, з одного боку, та забезпечити роботодавцю досягнення в процесі виробництва такого результату, який дозволить йому відшкодувати витрати, отримати прибуток та закріпити свої позиції на ринку – з іншого.

З огляду на те, що методи матеріальної мотивації в зарубіжних країнах здебільшого носять "інтернаціональний" характер, виділяють найсуттєвіші складові цього досвіду:

відсутність шаблонного мислення, повна самостійність і простір для експерименту, право вибору в рамках дозволеного законом. Єдине обмеження – це економічна доцільність, що оцінюється не тільки з позиції сьогодення, а й з погляду на майбутнє;

об'єктивна зацікавленість у сприятливій перспективі власника підприємства, менеджера, найманого працівника. Кожний остерегається втратити своє джерело доходу, тому ніхто не намагається "проїдати" все зароблене, навпаки, прагнуть більше вкласти в нові технології, у підвищення кваліфікації, в науку, що є однією з причин ефективного функціонування механізму соціального партнерства; використання тарифної системи як інструменту диференціації оплати праці залежно від складності, умов праці, відповідальності за виконану роботу в різноманітних її модифікаціях (єдина тарифна сітка, гнучкий тариф, пайова тарифна система тощо). При цьому на тарифну систему одночасно покладається і функція диференціації оплати праці залежно від загальноприйнятих зарплатоутворюючих чинників, і функція відтворення здатності до праці та підвищення її результативності [1].

Досвід країн з розвинутою ринковою економікою свідчить про переважне застосування єдиних тарифних сіток для робітників, спеціалістів і службовців. Це пов'язано з можливістю запровадження єдиного, уніфікованого підходу до тарифікації різних категорій працюючих.

Для всіх країн з розвинутою ринковою економікою характерним є збільшення частки акціонерів-співробітників в акціонерному капіталі фірм і відповідне зростання величини доходів від участі у капіталі. У США кількість внутрішніх акціонерів вже перевищила 12 млн осіб. Однією з основних причин збільшення частки акціонерів-співробітників є надання акцій на пільгових умовах [2].

Шведська модель мотивації праці відрізняється сильною соціальною політикою, спрямованою на скорочення майнової нерівності за рахунок перерозподілу національного доходу на користь менш забезпечених верств населення [3]. У Швеції витрати на оплату праці завжди були високими. Робота з невмотивованим персоналом обходиться фірмі досить дорого.

Німецька модель мотивації праці виходить із того, що в її центрі перебуває людина з її інтересами як вільна особистість, що усвідомить свою відповідальність перед суспільством. Західні дослідники прийшли до висновку, що гармонічна комбінація зі стимулювання праці й соціальних гарантій становить одну з найбільш оптимальних моделей, коли-небудь відомих в історії економічних теорій. Ця модель забезпечує рівною мірою як економічний добробут, так і соціальні гарантії [4].

Французька модель мотивації праці характеризується великою різноманітністю економічних інструментів, включаючи стратегічне планування та стимулювання конкуренції, гнучкою системою оподаткування. Відмітна її особливість – включення стратегічного планування в ринковий механізм [3].



Японська модель характеризується випередженням зростання продуктивності праці відносно зростання рівня життя населення, в тому числі рівня заробітної плати [5]. Розмір окладу здійснюється за тарифною сіткою як сума виплат по трьох розділах: за вік, за стаж роботи, за кваліфікацію й майстерність, що характеризуються категорією та розрядом.

Система стимулювання праці, порівняно з іншими промислово розвиненими країнами, в Японії дуже гнучка. Традиційно вона будується з урахуванням трьох факторів: професійної майстерності, віку і стажу роботи. Розмір окладу робітника визначається за тарифною сіткою.

Провівши аналіз закордонного досвіду застосування системи мотивації праці, доцільно виділити особливості формування закордонних систем мотивації праці (таблиця) для створення й впровадження системи мотивації в Україні [1].

Таблиця

**Особливості формування закордонних систем мотивації праці**

Країна	Основні фактори мотивації праці	Відмінні риси мотивації праці
Японія	Професійна майстерність. Вік. Стаж. Результативність праці	Довічний найм. Одноразова допомога при виході на пенсію
США	Заохочення підприємницької активності. Якість роботи. Висока кваліфікація	Сполучення елементів відрядної й погодинної систем. Участь у прибутку. Технологічні надбавки. Премії за безаварійну роботу, тривалу експлуатацію встаткування й інструмента. Дотримання технологічної дисципліни. Система подвійних ставок
Франція	Кваліфікація. Якість роботи. Кількість раціоналізаторських пропозицій. Рівень мобілізації	Індивідуалізація оплати праці. Бальна оцінка праці працівника за професійну майстерність, продуктивність праці, якість роботи, дотримання правил техніки безпеки, етику виробництва. Ініціативність. Додаткові винагороди (виховання дітей, надання автомобіля, забезпечення по старості)
Великобританія	Дохід	Участь у прибутках. Пайова участь у капіталі. Трудова пайова участь. Трудова участь
Німеччина	Якість	Стимулювання праці. Соціальні гарантії
Швеція	Солідарна заробітна плата	Диференціація системи податків і пільг. Сильна соціальна політика

Автор пропонує такі принципи організації мотиваційних програм на вітчизняних підприємствах:

системи мотиваційного стимулювання менеджерів повинні бути конкурентоспроможними відносно інших компаній, з якими дана організація веде боротьбу за цінні кадри;

механізм матеріального стимулювання повинен орієнтувати керівництво на досягнення кінцевих результатів як у власній роботі, так і в роботі підприємства і компанії в цілому;

частину прибутку треба використовувати для гнучкого реагування на результати ділової активності в управлінні, тобто премії і додаткові виплати мають зростати у міру підвищення рангу керівника корпоративної ієрархії;

надати можливість працівнику реалізувати накопичений досвід, професійні навички й життєві цінності, працюючи на благо компанії;

необхідно витримати розумний баланс між матеріальною й нематеріальною сторонами винагороди.

*Наук. керівн. Кожанова Є. П.*

**Література:** 1. <http://www.rusnauka.com>. 2. Atkinson J. W. Motives in fantasy, action, and society / Atkinson J. W. – Princeton, N. J. : Van Nostrand, 2008. – 209 с. 3. Козаченко А. Мотивація праці: досвід провідних країн світу [Електронний ресурс] / А. Козаченко. – Режим доступу : <http://toplutsk.com>. 4. Гавриленко А. В. Менеджмент : монографія / Гавриленко А. В. – К., 2010. – 305 с. 5. Родченко В. В. Міжнародний менеджмент : навчальний посібник / Родченко В. В. – К. : МАУП, 2009. – 240 с. 6. Студентський науковий вісник : науково-теоретичний журнал / В. М. Ганганов (гол. ред.) та ін. – Миколаїв, 2010. – Т. 1. – 472 с. 7. Кошеленко В. Аналіз закордонного досвіду мотивації робочої сили як важливого чинника розвитку національної економіки / В. Кошеленко // Схід : аналітично-інформаційний журнал. – 2008. – № 3 (87).



Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## СОВРЕМЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ПАКЕТ: СУЩНОСТЬ И СОСТАВЛЯЮЩИЕ

*Анотація. Розглянуто сутність і значення соціального пакета, а також охарактеризовано його можливі складові.*

*Анотация. Рассмотрены роль и значение социального пакета, а также охарактеризованы его возможные составляющие.*

*Annotation. In this article the essence and importance of the social package is considered, as well as its the possible components are described.*

*Ключевые слова: социальный пакет, базовый и мотивационный пакеты.*

Сегодня на украинском рынке труда наблюдается повышенный спрос на квалифицированную рабочую силу. Поэтому менеджеры по персоналу с целью повышения мотивации работника вынуждены разрабатывать и предлагать все новые и новые мотиваторы и социальные гарантии для работника.

По мнению автора, решающую роль в этой борьбе играет способность предприятия предложить квалифицированному рабочему не только высокую заработную плату, но и условия труда и отдыха. Необходимо, чтобы работник не просто хотел работать, но и был заинтересован в работе на данном предприятии. Особую роль в привлечении и удержании квалифицированной рабочей силы играет социальная политика, проводимая предприятием.

Одной из частей данной политики является наличие социального пакета на предприятии. По результатам опроса одного из международных кадровых Интернет-порталов, лишь 38 % украинских респондентов имеют на работе социальный пакет. Однако большинство работников под социальным пакетом подразумевают обязательную медицинскую страховку, оплату больничных листов, декретного отпуска, ежегодные отпуска, отчисления в пенсионный фонд. Наличие такого соцпакета означает только то, что компания работает в соответствии с требованиями законодательства Украины [1].

Поэтому актуальность данной статьи заключается в описании, а также разъяснении сущности и наполнения современного социального пакета. Среди ученых, исследовавших данную тематику, заслуживают внимание труды Анищенко А. В., А. Виноградовой, Л. Лещинской и многих других.

Необходимость в появлении социального пакета сформировалась на основе западных традиций и норм ведения бизнеса, где эффективность соцпакета уже давно проверена на практике. В Украине соцпакет поначалу предоставляли только зарубежные организации, а в наших компаниях мотивация носила эпизодический характер и проявлялась лишь в виде подарков или премий к праздникам и в частичной компенсации личных расходов сотрудников по работе. С течением времени это оказалось недостаточным и для украинского бизнеса, поэтому набор льгот, получивший название "социальный пакет", постепенно вошел в общепринятую практику. Это объясняется расширением внешних связей и необходимости соответствовать уровню корпоративной культуры [1].

Социальный пакет не предусмотрен трудовым законодательством Украины. Наличие социального пакета отражается в коллективном договоре. Там же отражается перечень и величина льгот и компенсаций, а также порядок и условия их предоставления работнику.

Существует множество определений понятия "социальный пакет", рассмотрим некоторые из них. Социальный пакет – это:

- предоставление государством социальных льгот населению [2];
- определенные гарантии "в дополнение к закону", с их помощью ставится целью заинтересовать работника, повысить производительность труда, избежать текучести кадров [3];
- совокупность социальных льгот, социальных выплат и корпоративных праздников, предоставляемых компанией своим сотрудникам [4];
- это набор бесплатных льгот на работе, выраженный в материальной и нематериальной форме [5].

Таким образом, можно сделать вывод, что социальный пакет – это оплата труда в соответствии с законодательством Украины, а также материальные или нематериальные бонусы и надбавки от предприятия.

Современный социальный пакет можно разделить на 2 составляющие: базовый и мотивационный социальный пакет (рисунок) [6].

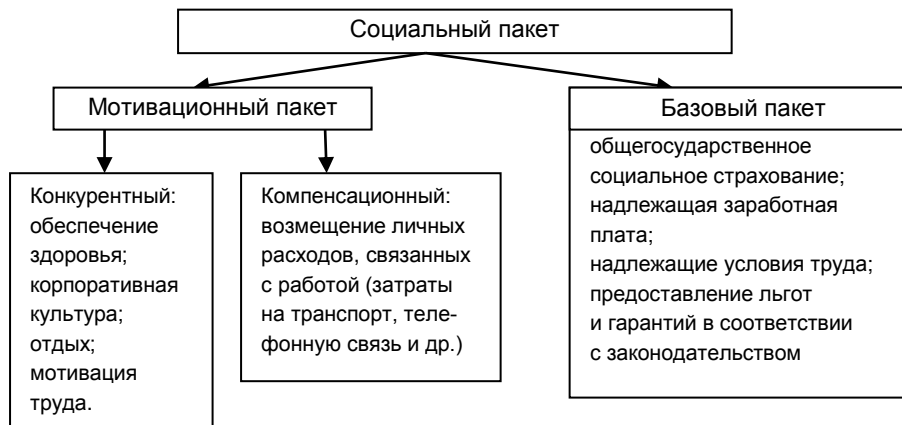


Рис. Составляющие социального пакета

Базовый социальный пакет – все предусмотренные законодательством гарантии работнику, а именно:

- в соответствии со ст. 153 КЗоТ Украины создание безопасных условий труда на предприятии; общеобязательное государственное социальное страхование (ст. 253 КЗоТ);
- выплата работнику заработной платы не ниже установленного прожиточного минимума (ст. 94 и 95 КЗоТ);
- предоставление социальных льгот и гарантий, предусмотренных коллективным договором, соглашением.

Мотивационный (дополнительный) пакет, в котором дополнительные материальные блага работник получает за счет средств работодателя или в виде товаров и услуг, выполненных или оказанных работнику, либо в виде компенсации работодателем расходов работника на соответствующие товары, работы и услуги. В свою очередь мотивационный пакет подразделяется на: конкурентный соцпакет и компенсационный соцпакет [6].

По мнению автора, конкурентный соцпакет – это все то, что компания добавляет к зарплате сотрудника по собственному желанию. Автором выделено наиболее распространенные бонусы:

- льготное или бесплатное питание;
- добровольное медицинское страхование;
- оплату спортивных мероприятий, тренажерных залов и бассейнов;
- предоставление корпоративного автомобиля;
- льготные путевки и т. д.;
- полную или же частичную оплату детских садов и яслей;
- помощь в обустройстве, предоставление временного или постоянного жилья;
- негосударственное пенсионное страхование.

Благодаря этим дополнительным условиям, работодатель является конкурентоспособным на рынке труда и привлекает в свою компанию лучших специалистов. Также данное предприятие формирует себе положительный имидж на рынке, заявляя о себе как о заботливом предприятии к своим работникам.

Сущность компенсационного соцпакета, заключается в возврате работнику личных средств, которые он затрачивает в процессе выполнения своих должностных обязанностей. Это может быть:

- оплата мобильной связи;
- компенсация бензина;
- амортизации при использовании личного автомобиля;
- частичный или полный возврат затрат на обучение и т.п.;
- медицинское обслуживание и страхование жизни;
- образовательные программы;
- дотацию на отдых, проезд, бесплатное питание (иногда даже трехразовое);
- предоставление машины, мобильного телефона.

Основной функцией социального пакета является мотивация персонала, то есть повышение производительности его труда, а также удержание и привлечение квалифицированной рабочей силы.

Таким образом, наличие социального пакета является выгодным как для предприятия, так и для работника. Наличие социального пакета играет решающую роль для сотрудника при выборе места работы, поэтому наиболее полное социальное обеспечение работников является значительной мотивирующей составляющей у каждого уважающего себя предприятия.

Научн. рук. Кожанова Е. Ф.

- Литература:** 1. Коваленко Н. Менее половины украинцев имеют "социальный пакет" на работе? [Электронный ресурс] / Н. Коваленко, Е. Ремовская. – Режим доступа: <http://flot2017.com/show/interesting/33203>.  
2. Гриб С. Что такое социальный пакет? / С. Гриб [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.bel>

jurist.com/page/social-package. 3. Социальное обеспечение [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki>. 4. Токсанбаева М. Социальные интересы работников и использование трудового потенциала / Марина Токсанбаева. – М. : Наука, 2006. – 259 с. 5. Сосновый А. Руководство для желающих управлять персоналом [Электронный ресурс] / Сосновый А., Ратников П. – Режим доступа : <http://free-consulters.ru/?p=453>. 6. Социальный пакет в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://spravka.in/infobase/varinfo/varinfo\\_48.html](http://spravka.in/infobase/varinfo/varinfo_48.html). 7. Кадровые вопросы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://kadrvopros-biz.ru/obschie/chto-takoe-sotspaket.html>. 8. Виноградова А. Социальный пакет на предприятии / Виноградова А. – Х. : Фактор, 2008. – 120 с. 9. Золотарева Т. Страхование в составе социального пакета / Татьяна Золотарева. – М. : Бизнес-класс, 2007. – 80 с. 10. Андреева Э. Эффективность социального пакета [Электронный ресурс] / Э. Андреева. – Режим доступа : <http://www.hr-portal.ru/article/effektivnost-sotsialnogo-paketa>.

УДК [331.36:005.963.1](477)

**Степаненко Ю. А.**

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ В УКРАИНЕ**

*Аннотація. Розглянуто основні недоліки системи навчання персоналу в Україні, запропоновано шляхи їх усунення.*

*Анотация. Рассмотрены основные недостатки системы обучения персонала в Украине, предложены пути их устранения.*

*Annotation. The main drawbacks of personnel training in Ukraine, the ways of their elimination have been considered.*

*Ключевые слова: персонал, профессиональное обучение, система обучения.*

По мере развития экономической интеграции стран Западной Европы все большими конкурентными преимуществами будут обладать страны с наиболее совершенной системой общего и профессионального образования. Хорошо обученная и профессионально подготовленная рабочая сила более производительна (оправдывая тем самым более высокий уровень заработной платы, на который обычно претендуют высококвалифицированные кадры); это более мотивированные и сплоченные работники, а главное, они способны воспринимать и осваивать новые технологии.

Изучением системы обучения персонала занимались такие ученые, как: Курбатова М. Б., Беляцкий Н. П., Петренко О. О., М. Дрозач, Л. Щербак, Д. Парсон, М. Семикина, Г. Щекин, Д. Богиня и др.

Целью статьи является определение недостатков системы обучения персонала в Украине и обоснование предложений по их устранению.

Современные условия требуют, чтобы обучение и развитие сотрудников были систематическими и связанными со стратегической целью развития и потребностями фирмы [1].

Существует ряд факторов, которые препятствуют организации обучения персонала. Во-первых, руководители часто неохотно вкладывают средства в данную сферу. Это связано с тем, что результативность данных инвестиций сложно оценить как с количественной, так и с качественной точки зрения, тогда как рассчитать затраты относительно легко. Во-вторых, надо так организовать процесс обучения персонала, чтобы получить реальные результаты, то есть улучшить показатели деятельности компании в целом. Программа обучения должна быть связана с потребностями, которые возникают в конкретных случаях. При этом актуальным становится вопрос выбора форм и методов обучения [2].

В практике профессионального образования сложились две формы обучения персонала: на рабочем месте (внутрипроизводственная) и вне его (внепроизводственная) [3].

Обучение на рабочем месте осуществляется в процессе работы. Эта форма подготовки является более дешевой и оперативной, характеризуется тесной связью с повседневной работой и облегчает вхождение в учебный процесс работников, не привыкших к обучению в аудиториях.

Преимущество обучения на рабочем месте: оно дешево, легко удовлетворить потребности обучаемого, работник получает опыт "из рук в руки".



Недостатки: вы или ваши коллеги могут не обладать достаточным опытом в обучении; работники, которых попросили обучать, могут не иметь для этого достаточно авторитета и ответственности; работники могут возмутиться, что их будут учить их коллеги.

Обучение вне рабочего места более эффективно, но связано с дополнительными финансовыми затратами и отвлечением работника от его служебных обязанностей.

Преимущество: занятия проводятся опытными экспертами; используются современное оборудование и информация; работники получают заряд свежих идей и информации.

Недостатки: это может быть дорого; курсы могут быть оторванными от практики вашего бизнеса и перенасыщены теорией; работники могут быть не настроены проходить обучение в свое свободное время.

Наиболее эффективные современные учебные программы предполагают объединение разных методов подачи материала. Главное, чтобы программа обучения была сбалансированной и содержала теоретический, практический и контрольный разделы [4].

Рассмотрим международный опыт данной тематики.

В Германии обучение управленческих кадров в основном осуществляется на внутрифирменной основе, хотя иногда мелкие компании предпочитают пользоваться услугами внешних курсов. Программы обучения и подготовки, как правило, являются специальными, характерными для отрасли или профиля компании. Широкое распространение получили внутрифирменные курсы изучения иностранных языков. Обычно эти курсы рассчитаны не более чем на пару недель. Все компании в Германии должны состоять в торговых палатах, которые направляют часть получаемых ими членских взносов на обеспечение курсов подготовки и повышения квалификации управленческих кадров.

Во Франции действует закон, согласно которому компании обязаны направлять на профессионально-техническую подготовку персонала около 1,5 % фонда оплаты труда, в противном случае эти средства подлежат конфискации в пользу государства [5].

Профессиональное обучение Нидерландов основывается на квалификационно-сертификационной структуре, основу которой составляют компетенции. Методика обучения ориентирована на самостоятельную работу. В профессиональном обучении Нидерландов важную роль играют три субъекта: 1) социальные партнеры и бизнес-партнеры, которые представляют интересы работодателей; 2) центры знаний предприятий, учреждений и организаций, которые отвечают за разработку и обновление квалификационной структуры на основе компетенций; 3) учебные заведения и центры подготовки, которые отвечают за организацию, планирование и реализацию образовательных программ [6].

В Украине обязательства по финансированию профессионального обучения возлагаются только на работодателя, поэтому значительное количество предприятий, особенно малых и средних, не имеют возможности повышать квалификацию персонала согласно требованиям современного производства. Это очень острая проблема, особенно на фоне отсутствия государственной поддержки работодателей, она требует решения именно на государственном уровне [7].

Основные недостатки системы профессионального образования персонала в Украине: отсутствие единой системы профессиональных квалификаций и стандартов по профессиональной подготовке; отсутствие инфраструктуры профессиональной подготовки кадров на предприятиях; низкая мотивация работников к повышению своего профессионального уровня; отсутствие эффективной системы стимулирования продвижения по службе; отсутствие финансирования обучения персонала со стороны государства.

По мнению автора, в связи с тем, что персонал является основой успешной работы предприятия, необходимо усовершенствовать систему образования и устранить ее недостатки.

Во-первых, необходимо ввести финансовую поддержку государства для обучения персонала, проведения все возможных курсов, лекций и т. д.

Во-вторых, разработать механизм стимулирования работников к непрерывному повышению профессионального уровня. Необходимо дать понять сотруднику, что его профессиональное обучение приведет не только к расширению знаний и умений, но и к возможности продвижения по службе и роста заработной платы.

В-третьих, разработать и распространить методику расчетов эффективности обучения персонала для повышения продуктивности работы предприятия.

*Научн. рук. Кожанова Е. Ф.*

**Литература:** 1. Прохорчук П. О. Проблемы и перспективы развития в Украине профессионального обучения кадров на производстве / Прохорчук П. О. // Экономика Украины. – 2008. – С. 80–87. 2. Травин В. В. Основы кадрового менеджмента / Травин В. В., Дятлов В. А. – М.: Дело, 2001. – С. 336. 3. Носырева И. Г. Современные формы и методы обучения персонала / Носырева И. Г. // Управление развитием персонала. – 2006. – № 1. – С. 2–13. 4. Обзор современных методов обучения сотрудников [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rb.ru/community/articles/articles/2007/10/31/153006.html>. 5. <http://www.webextern.ru/23/>. 6. Синенко Н. Об организации профессионального обучения в Нидерландах и Дании [Текст] / Синенко Н. // Справочник кадровика. – 2007. – № 7. – С. 100–103. 7. Левченко О. Сучасна безперервна професійна освіта та підготовка кадрів в Україні: основні проблеми та напрями трансформації в контексті міжнародного досвіду [Текст] / Левченко О. // Україна: аспекти праці. – 2006. – № 1. – С. 30–35.

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ ТА ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

*Анотация. Розглянуто системи оплати праці на підприємстві, ефективність використання різних систем оплати праці, державне регулювання заробітної плати.*

*Аннотация. Рассмотрены системы оплаты труда на предприятии, эффективность использования разных систем оплаты труда, государственное регулирование заработной платы.*

*Annotation. Labor payment system in the enterprise, efficiency of uses of the different labor paying systems and the State Regulation of wages have been considered in the article.*

*Ключові слова: заробітна плата, системі оплати праці, мінімальна заробітна плата, державне регулювання оплати праці.*

У наш час особливої актуальності набули питання щодо оплати праці та державного регулювання оплати праці. Це пов'язано з нестабільною ситуацією в країні і соціальною незахищеністю працівників.

Багато вчених досліджують проблеми, пов'язані з оплатою праці, її організацією та правовим забезпеченням. Серед вітчизняних вчених можна виділити таких, як: Андрієнко В. Ф., Завадський Й. С., Калінчик М. В., Кандиба А. М., Лібанова Е. М., Лукінов І. І., Лупенко Ю. О., Новіков В. М., Онікієнко В. В., Прокопова І. В., Семикіна М. В., Чухно А. А., Якуба К. І. Серед закордонних вчених можна відмітити таких, як: С. Брю, М. Вебер, Д. Гілберт, К. Маркс, А. Маршал, А. Маслоу, Е. Мейо, В. Петті, П. Самуельсон, Ф. Тейлор.

Метою даної статті є аналіз систем оплати праці та державного регулювання заробітної плати в Україні.

Розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства [1]. Для налагодженої роботи підприємства необхідно обрати ефективну систему оплати праці для кожного підприємства індивідуально. У таблиці наведені основні системи оплати праці з найважливішими, на думку автора, недоліками та перевагами, які були визначені на основі вивчення літературних джерел [2; 3].

Таблиця

**Системи оплати праці, їх переваги, недоліки та рекомендації до застосування**

Системи оплати праці	Переваги	Недоліки	Застосування
1	2	3	4
Погодинна система оплати праці	Дозволяє найбільш точно розрахувати зароблену тим чи іншим співробітником суму з урахуванням відсутності на робочому місці з різних причин; погодинна оплата праці дозволяє оптимально оплачувати роботу працівників, які працюють неповний робочий день	Складність розрахунку (необхідно вести суворий облік часу роботи кожного співробітника), а також неефективність погодинної оплати без премії	Застосовується, якщо складно нормувати працю робітника
Пряма відрядна система оплата праці	Зацікавлює кожного робітника в підвищенні виробітку	Не зацікавлює робітника в економії сировини, матеріалів, пального, енергії, підвищенні якості продукції	У масовому крупносерійному виробництві

1	2	3	4
Відрядно-преміальна система оплати праці	Стимулює працівника до підвищення якості продукції, виконання норм вироблення, зниження трудоемкості, економії; використання сировини і матеріалів, освоєння нової техніки	Економія ресурсів та матеріалів може призвести до збільшення відсотка браку	На виробництві з потребою та можливістю економії ресурсів без погіршення якості продукції
Відрядно-прогресивна система оплати праці	Зацікавлює робітників у збільшенні обсягу виконаної роботи	Не використовується як постійна оплата праці, а вводить на певний термін	Термінове виконання завдання; переважно на вузьких місцях
Непряма відрядна система	Зацікавлює допоміжних робітників у поліпшенні обслуговування верстатів, агрегатів автоматичних ліній для безперебійної і ритмічної їх роботи	Розмір заробітної плати робітника залежить від виробітку на обслуговуваній ним ділянці виробництва, тобто неповністю від його роботи	Для встановлення заробітку допоміжним робітникам
Акордна відрядна система оплати праці	Зацікавлює робітників у скороченні строків роботи проти установлених норм; найбільше виявляється зв'язок оплати праці з кінцевими результатами; скорочення обсягу роботи нормувальників, спрощення функцій майстра, також скорочення витрат часу бухгалтерів та економістів	Дострокове закінчення робіт не завжди є доцільним для підприємства	Коли необхідно підвищити матеріальну зацікавленість працівників у скороченні термінів виконання конкретного обсягу робіт, здачі об'єкта в експлуатацію

Оплата праці регулюється на державному рівні. Основним законодавчим актом є Конституція України, на якому базується усе законодавство, в тому числі і законодавство про працю. Також до законів регулювання оплати праці відносять Кодекс законів про працю (КЗпП), Закон України "Про оплату праці" від 1 травня 1995 р., Постанову № 100 від 8 лютого 1995 р. "Про затвердження Порядку обчислення середньої заробітної плати" зі змінами, внесеними згідно з Постановою Кабінету Міністрів України № 348 від 16.05.95 р., Закон України "Про колективні договори і угоди" [4].

Основним елементом державного регулювання оплати праці є регулювання мінімальної заробітної плати. Мінімальна заробітна плата є державною соціальною гарантією, обов'язковою на всій території України для підприємств, установ, організацій усіх форм власності і господарювання та фізичних осіб [5].

На початок 2011 р. мінімальна заробітна плата в Україні складала 941 гривню, а з першого грудня встановлена у розмірі 1 004 гривні [6].

Друга частина 9 статті визначає, що мінімальна заробітна плата встановлюється у розмірі, не нижчому за вартісну величину межі малозабезпеченості в розрахунку на працездатну особу.

В Україні існує багато проблем з оплатою праці, але найбільш важливі – тіньова заробітна плата та низька мінімальна заробітна плата.

Ці проблеми взаємопов'язані і їх вирішення можливе через поповнення державного бюджету України.

Уряд пропонує ввести шкалу мінімальних заробітних плат за 8 категоріями (запровадження індикативних зарплат). На думку ініціаторів, це змусить бізнес-структури "відбілити" заробітні плати, тому що у разі виплати зарплати нижче встановленого рівня Державна податкова служба України буде мати право додатково перевірити це підприємство й накласти штраф і на керівництво, і на саме підприємство.

Існуюча система оподаткування вимагає від роботодавця на 1 гривню легальної заробітної плати сплачувати 60 копійок податків. Це дуже високе податкове навантаження [7]. А введення індикативних заробітних плат збільшить витрати підприємств і, як результат, це призведе до збільшення собівартості продукції і зростання цін, закриття багатьох підприємств та зростання безробіття.

На думку автора, зменшивши оподаткування та збільшивши штраф за нелегальну заробітну плату, уряд зможе частково вирішити проблему нелегальної заробітної плати.

На основі викладеного вище, автор робить такі акценти на питаннях оплати праці:

1) за допомогою систем заробітної плати здійснюється зв'язок зарплати працівника з кількісними та якісними результатами їх праці;

2) за допомогою тарифної оплати праці є можливість порівнювати працю різної якості. Структура заробітної плати та частки премії залежать від стану тарифної системи;

3) при організації заробітної плати на підприємстві власник має звернути увагу на виконання двох умов організації оплати праці:

неперервне підвищення заробітної плати при зниженні її затрат на одиницю продукції;  
гарантії регулярних виплат зарплати за рахунок господарської діяльності;

4) при переході до ринкових відносин, для захисту інтересів як роботодавця, так і працівника необхідно застосовувати паралельно державне та договірне регулювання праці;  
5) буде доцільним перейняти досвід розвинутих європейських країн та послабити втручання держави до регулювання заробітної плати.

Автор вважає, що вирішення проблем заробітної плати в Україні за допомогою введення індикативних заробітних плат можливе при умові зменшення податкового навантаження.

Наук. керівн. Кожанова Є. П.

**Література:** 1. Про оплату праці : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.umbt.com.ua/law\\_paywork.html](http://www.umbt.com.ua/law_paywork.html). 2. Завіновська Г. Т. Економіка праці [Електронний ресурс] / Завіновська Г. Т. – Режим доступу : <http://books.br.com.ua/themes/9/23>. 3. Плотницька С. І. Ремонт основних фондів [Електронний ресурс] / Плотницька С. І. – Режим доступу : <http://lection.com.ua/managment/remosfd/vidryadni-sistemi-zarobitnoyi-plati>. 4. Лаптії І. Оплата праці і заробітна плата: щодо питання термінології / Лаптії І. // ПУ. – 2005. – № 7. – С. 81–84. 5. Кодекс законів України про працю. – К. : Парус, 2008. – Ст. 95. 6. Про Державний бюджет України на 2011 рік : Закон України [Електронний ресурс]. – Ст. 22. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2857-17>. 7. <http://news.finance.ua>.

УДК 339.13.017

**Кісільова Т. Л.**

Студент 3 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ СПОЖИВАЧА РИНКУ ПОСЛУГ

*Анотація. Маркетингові дослідження ринку включають вивчення та прогнозування його кон'юнктури, розрахунок його місткості, визначення прогнозних показників збуту продукції, аналіз поведінки споживачів і конкурентів, а також конкурентного середовища в цілому.*

*Аннотация. Маркетинговые исследования рынка включают изучение и прогнозирование его конъюнктуры, расчет его емкости, определение прогнозных показателей сбыта продукции, анализ поведения потребителей и конкурентов, а также конкурентной среды в целом.*

*Annotation. Marketing research includes the study and forecast of conditions, the calculation of its capacity, determination of forecast indices sales, analysis of consumer behavior and competition, and competition in general.*

*Ключові слова: маркетингові дослідження, маркетинговий аналіз, аналіз ринку, споживач.*

Актуальність обраної теми підкреслюється тим, що саме на ринку найбільш чітко виявляються попит на ті чи інші товари, інтереси і потреби споживачів. Їх вивчення є головним завданням для кожного підприємця. Тому у маркетинговому дослідженні центральне місце займає дослідження ринку. Проблемою маркетингового дослідження на ринку послуг займалися такі провідні вітчизняні і закордонні вчені: Філіп Купер, Басовський Л. Є, Дж. Харрінгтон та Дурович А. П.

Мета статті – виявлення критеріїв, яких дотримуються споживачі певної послуги, а також визначення ринкових характеристик поведінки споживача на ринку.

Маркетингові дослідження можуть визначити перспективний стан самої послуги або її маркетингового оточення, а також аналіз і відбиток даних у формі, яка необхідна для вирішення стратегічних і тактичних завдань, що стоять перед споживачем ринку послуг. Проведені в плановому порядку маркетингові дослідження дають можливість отримувати конкурентні переваги, знижувати фінансові і комерційні ризики підприємницької діяльності, визначати відношення покупців до послуги, що надається, давати оцінку стратегічної і тактичної діяльності фірми, підвищувати ефективність комунікаційних ринкових заходів, визначати оптимальні сегменти позиціонування послуг, визначати характер життєвого циклу послуг.

Проведення маркетингового дослідження допоможе виявити сукупність варіантів, які відповідають запитам споживачів, і на цій основі скорегувати програму маркетингу з метою підвищення конкурентоспроможної переваги. У разі пропонування нової послуги проведення дослідження дозволить



виявити критерії, яких споживачі дотримуються користуючись послугою, для включення нової послуги в сукупність розглянутих варіантів.

Маркетингові дослідження є засобом підтримки постійного контакту з клієнтами, що допомагає зрозуміти механізм, який застосовується ними при оцінці процесу обслуговування перед закупівлею, протягом надання послуги і після споживання. Маркетинговий аналіз – вивчення, прогноз ринку товарів і послуг, попиту та пропозиції, поведінки споживачів, ринкової кон'юнктури, динаміки цін з метою кращого просування своїх товарів на ринок, збільшення їх збуту, продажів [1, с. 7–8].

Можна виділити такі основні напрями маркетингових досліджень ринку послуг: дослідження потреб споживача (мета – виявлення основних потреб, які споживачі прагнуть задовольнити, а також виявлення незадоволених потреб); дослідження очікувань споживача (вивчення стандартів обслуговування, яких клієнти очікують від придбання послуги, наприклад щодо вартості послуги); дослідження сприйняття клієнта (вивчення найбільш важливих критеріїв якості послуги з точки зору клієнта – того, чого він очікує і що сподівається отримати, набуваючи послугу); контроль обслуговування (організації, що надають послуги, вимірюють технічні аспекти обслуговування, наприклад надійність і своєчасність переказу грошових коштів банком); дослідження посередників послуг (брокерів, торгових агентів, дилерів та інших посередників, близьких до споживачів); вивчення ключових клієнтів (більшість організацій, що надають послуги, розглядають деяких клієнтів як найбільш важливих у порівнянні з іншими, частіше за все через розмір активів або прибутку); підтримка постійних контактів з поточними і потенційними клієнтами шляхом створення панелі споживачів; отримання цінної інформації, що стосується очікувань клієнта щодо якості обслуговування, шляхом аналізу обслуговування. Процес маркетингових досліджень звичайно починається з формулювання проблеми і цілей дослідження [2 с. 29–30].

Цілі маркетингових досліджень у сфері послуг різні – ось деякі з них: визначення ринкових характеристик, опис ринкових характеристик, аналіз характеристик ринку. Вибір методів дослідження (якісний або кількісний аналіз) залежить від мети проведеного дослідження та джерел доступної інформації. Однак слід зазначити, що якісне дослідження – це дослідження мотивації і поведінки невеликої вибірки цільових споживачів.

Однією з цілей проведення маркетингових досліджень є визначення факторів, що впливають на рішення споживача про придбання послуги. Більшість покупців послуг не дотримуються суворої раціональності в процесі придбання, що слід мати на увазі під час виявлення всіх можливих джерел придбання послуг та застосування до кожного з них критеріїв оцінки. Наступне, що необхідно розглянути, – це аналіз ринку та поведінки споживача на ринку послуг.

Аналіз ринку дає цілісне уявлення про: ємність ринку, динаміку його розвитку, рівень цін, конкурентне середовище, перспективні для компанії продукти, загальну кон'юнктуру ринку та можливості виходу на нього. Аналіз ринку – це комплексне дослідження поточної ситуації в ринковому середовищі, де працює організація, продаються товари і послуги. Тому, виходячи з того, що аналіз ринку – це дослідження ринкового середовища, де продаються товари і послуги для споживача, необхідно розглянути поведінку споживача на ринку послуг, ряд дій споживача, які він зазвичай робить, перш ніж придбати послугу [3, с. 557].

Споживач – фізична особа, яка купує, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника. У розпорядженні споживача є два основних підходи до оцінки якості послуги. Перший можна визначити як жорстко регламентований стандарт якості на ті послуги, для яких встановлено об'єктивну якість. Другий підхід розглядає якість, яка ґрунтується на суб'єктивному сприйнятті споживача. Як правило, споживачі стикаються з проблемами в оцінці послуг з якістю, тобто визначають якість послуг, які є невіддільними і від покупця, і від постачальника послуг, а також там, де вимоги, які пред'являються до послуг, невлесими, і тому немає можливості їх виміряти. Ступінь задоволення буде, у свою чергу, залежати від того, як споживач сформував свої очікування щодо технічної складності, вартості послуги, термінів і альтернативності вибору, наслідків відмови від придбання, ступеня ризику, новизни послуги, частоти закупівлі, а також індивідуального досвіду споживача. Істотна особливість – віра споживача в те, що пропозиція послуги задовольнить його потреби та очікування, іншими словами, якість послуги або якісне обслуговування зв'язується споживачем з цінністю, яку він їм приписує [4, с. 61–62].

У процесі оцінки послуги виділяють п'ять етапів, що впливають на оцінку якості надання послуги, які можна визначити як інтервали між очікуваним і фактичним обслуговуванням.

Перший інтервал – між споживачькими очікуваннями вигоди від придбання послуги та сприйняттям даних очікувань виробником послуг. Якщо постачальник послуги не розуміє бажань та очікувань клієнтів, малоймовірно, що купівля відбудеться взагалі.

Другий інтервал – між правильним розумінням потреб та очікувань споживачів і критеріями постачальника послуг з метою виправдати надії й очікування клієнта.

Третій інтервал – між стандартами якості послуги і фактичним обслуговуванням, тобто здатністю постачальника послуг надати необхідний рівень обслуговування. Виконуючи вимоги, які пред'являються до обслуговування, постачальник послуг повинен підтримати процес обслуговування відповідними ресурсами та забезпечити навчання персоналу.

Четвертий інтервал – між обіцянним і фактично представленим обслуговуванням. Ці етапи підсумовуються в п'ятому інтервалі, в якому відбувається аналіз очікувань споживача щодо послуги та сприйняття наданого обслуговування [5, с. 20].

Отже, маркетингові дослідження – це систематичне збирання, обробка та аналіз даних з метою прийняття обґрунтованих маркетингових рішень. Виведення на ринок нових товарів дозволяє:





збільшити обсяг продажів; завоювати певну частку ринку; збільшити прибуток; зменшити залежність від процесу реалізації одного товару або асортиментної групи; ефективно використовувати існуючу систему товароруху; створити або підтримувати образ інноваційної фірми.

Виходячи з усього, можна зробити висновок, що в сучасній економіці основною складовою успішності підприємництва у сфері послуг є інформованість споживача. Маркетингові дослідження постають інструментом, що допомагає виявити і задовольнити потреби та очікування споживача в прагненні постачальника послуг зробити з потенційного покупця свого клієнта.

Наук. керівн. Бихова О. М.

**Література:** 1. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз / И. К. Беляевский. – М. : Финансы и статистика, 2007. – С. 16–30. 2. Дэй Д. Стратегический маркетинг / Д. Дэй. – М. : ЭКСПО-Прес, 2007. 3. Элвин С. Бернс. Основы маркетинговых исследований с использованием / Элвин С. Бернс, Рональд Ф. Буш. – М. : Вильямс, 2005. – 704 с. 4. Джоббер Дэвид. Принципы и практика маркетинга : учебн. пособ. / Дэвид Джоббер ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2008. – С. 61–103. 5. Федько Н. Поведение потребителей / Н. Федько, В. П. Федько. – Ростов н/Д : Феникс, 2001. 6. Журнал "Маркетинг и реклама" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mr.com.ua>. 7. Журнал "Маркетинговое исследование в Украине" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://marketing-research.in.ua>.

УДК 339.138: 659

**Рябуха В. О.**

Студент 4 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОНЦЕПЦІЙ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ, ОРІЄНТОВАНОЇ НА ДІТЕЙ**

*Анотація. Розглянуто особливості маркетингу, орієнтованого на дітей, його негативні та позитивні риси. Проаналізовано мислення дитини, її поведінка, бажання та бачення стосовно товарів дитячого призначення.*

*Аннотация. Рассмотрены особенности маркетинга, ориентированного на детей, его отрицательные и положительные черты. Проанализированы мышление ребенка, его поведение, желание и виденье относительно товаров детского назначения.*

*Annotation. This article describes the specifics of marketing as for as children are concerned, its positive and negative traits. A child's thinking, behavior, desire and vision for children's products use are examined.*

*Ключові слова: дитина, маркетинг, мислення, бажання, споживач.*

У сучасних умовах можна стверджувати, що дослідження застосування маркетингової концепції розвитку підприємства виробниками продукції, що призначена для споживачів молодшої вікової групи, є дуже актуальною темою, тому що виробники сприймають дитину як споживача, що має власні кошти і готовий їх витратити.

Метою дослідження є аналіз використання маркетингових концепцій при реалізації товарів, що орієнтовані на дітей. Перш за все, виробник повинен сприймати дитину як людину з власними бажаннями, думками, мріями про світле життя і, виробляючи свою продукцію, орієнтуватись на те, що дитина – це наше майбутнє, що дітям треба давати все найкраще, а не губити її неякісними товарами. Цю проблему розглядають такі науковці, як: М. Линдстром, П. Сейболд, Ю. Василькіна та ін.

Діти є однією з найбажаніших категорій споживачів для маркетологів. Нічого дивного в цьому немає, бо ринок дитячих товарів обчислюється мільярдами доларів. Так два роки тому ринок українських дитячих товарів становив приблизно 7,5 – 9 мільярдів доларів. І при цьому він показував щорічне зростання на 20 – 25 %.

Крім того, не варто забувати, що діти є особливою групою споживачів. Вони цікаві не тільки іграшками. Діти купують якісь дрібні товари на свої кишенькові гроші, впливають на батьків під час вибору тієї чи іншої продукції. Але, крім цього, вони будуть дуже перспективними споживачами маси інших товарів у майбутньому, коли виростуть. Тобто, в принципі, з точки зору маркетингу діти цікаві в трьох різних напрямках, над кожним з яких варто працювати. Але як працювати із самими дітьми? Адже це зовсім особлива група споживачів [1].



По-перше, потрібно розуміти, що далеко не завжди за вибір дитячих товарів відповідають самі діти. Тут може бути кілька абсолютно різних ситуацій. Так, дитячі товари можуть просуватися з урахуванням того, що за покупку відповідає дорослий, дитина і дорослий, або тільки дитина. Ми будемо говорити про ситуації, коли все лягає на плечі дитини (насправді дорослий відповідає за купівлю товарів, коли мова йде про зовсім маленьких дітей).

По-друге, потрібно зрозуміти, як вони мислять, що цінують і чого хочуть. Зробити це, на перший погляд, складно. Але це тільки здається. Для початку треба зрозуміти, яким чином змінилося життя сучасних дітей. Тут найважливіший вплив робить всеохоплююча комп'ютеризація. Сучасні діти виростили не тільки з комп'ютером, але і з мережею Інтернет. Для них досконалою нормою є: комп'ютерні ігри, швидкий зв'язок з друзями по ICQ або мережі "В Контакте", можливість скачати реферат з Інтернету, знайти будь-яку цікаву для них інформацію практично блискавично [2].

Сучасні діти набагато краще дорослих знаються на техніці. Вже давно відомо, що в більшості сімей користуватися мобільним телефоном всіх учать діти (підлітки). І вони роблять далеко не останній вплив на покупку конкретної моделі цього самого телефону. Але це не дуже хороша ситуація, тому що мобільний телефон негативно впливає на здоров'я людини, тож якщо дитина так добре на них знається, означає, що вона багато ними користується. І тут вже вплив реклами має негативні наслідки, – своїми яскравими роликами і новішими технологіями рекламодавці привертають увагу дитини, яка потім вимагає від батьків апарат, що руйнує її життя.

Використання сучасних технологій призводить до того, що діти звикають до швидкості. До того, що все відбувається швидко, і отримати все можна так само швидко. На цей факт накладається ще й звичайне небажання юних споживачів чекати і нудьгувати. Звідси випливає перша особливості маркетингу, що орієнтований на дітей: діти не люблять чекати. Вони вважають, що все відбувається швидко, як у кіно. Вони звикли до цього. При цьому, крім швидкості, вони хочуть отримувати все в готовому вигляді. Так, найбільшою популярністю сьогодні користуються готові іграшки. А знамениті конструктори Lego за останнє десятиліття серйозно видозмінилися. Деталі стали помітно більше. Варіантів для фантазії залишилося набагато менше. Але це тенденція, яка простежується в суспільстві. Діти не хочуть додумувати все самі. Вони грають у комп'ютерні ігри, де створюються повноцінні віртуальні світи. Ми маємо справу з дітьми, які вміють домислювати фантазію, а не створювати її з нуля. Це ще один негативний вплив сучасного світу, коли все довкола автоматизоване, коли вже нічого не треба робити і це відобразилось на товарах для дітей. Виробники дитячих іграшок роблять їх такими, щоб дитина докладала мінімум зусиль, хоча треба навпаки стимулювати їх рухливість [3].

При цьому у сучасної дитини присутні і класичні бажання, які були притаманні дітям дуже давно – це бажання бути багатим (більше 60 % дітей мріють про це), мати будь-яку владу. Таким чином, діти хочуть добре жити, але влада є ще й деяким протестом проти батьків, які занадто багато забороняють. Усі діти прагнуть незалежності, але при цьому цураються самостійності. Тобто вони хочуть бути вільними, але в цей же час не люблять будь-яку відповідальність. Якщо говорити про владу, то тут відмінно підходять комп'ютерні ігри. Вони дозволяють дітям відчувати себе дійсно владними. Наприклад, перемогти натовп нежиті в якому-небудь Warcraft, а потім завоювати ціле королівство. Майже у всіх іграх присутні будь-які бали, окуляри або місії. Згодом гравець, зазвичай, стає сильнішим – зростає його влада.

Хоча діти і прагнуть до влади, це не означає, що всі вони хочуть бути білими воронами, навпаки, діти хочуть бути частиною суспільства. Бути "у темі": дивитися популярні мультфільми та кінофільми, обговорювати популярні бренди, використовувати технології, які є популярними серед однолітків, грати в ігри, які обговорюють однокласники. Будь-яка дитина боїться опинитися білою вороною. Все це призводить до широкого поширення численних товарів, що пов'язані з популярними героями серед дітей, такими, як Людина-павук. Статистика показує, що приблизно 80 % міських підлітків вважають важливим той факт, що вони є членами якоїсь групи.

Страх є невід'ємною частиною життя дитини. Вони бояться багато чого. Наприклад, вони не хочуть жити бідніше, але в деяких випадках діти люблять боятися. Практично будь-яка популярна історія серед дітей має якихось негативних персонажів, яких треба боятися. Але підсумок завжди один – добро перемагає зло. Завжди є герой, що здатний кинути виклик негідникам і перемогти. Раз вже мова зайшла про героя, то варто сказати пару слів про це явище. Герой часто є тим механізмом, який дозволяє підняти продаж якогось товару, що орієнтований на дітей. Адже вони йому довіряють. Свого часу мережа ресторанів швидкого харчування Burger King активно просувала себе разом з фільмом "Зоряні війни: Помста Сітхів". У свій час у ресторанах навіть продавалися іграшки з персонажами з фільму. І їх розкуповували. Але, незважаючи на те, що на цих продажах виробник заробив багато грошей, добре, коли дитина вірить у казку і вважає, що якщо трапиться біда – є якась вища сила, що врятує усіх [5].

Ще однією важливою рисою будь-якої дитини є бажання колекціонувати. Згадайте тільки популярність знаменитих шоколадних яєць Kinder Surprise. Усередині кожного яйця завжди перебувала іграшка. Але щоб дізнатися, що за іграшка там знаходиться, потрібно було відкрити це саме яйце. Іграшки поставлялися в серіях. Наприклад, було 20 крокодилчиків. Природно, що діти захоплювалися збиранням подібної серії, вимагаючи своїх батьків купувати їм нові шоколадні яйця. Але ж якість шоколаду залишає бажати кращого, і якщо вже виробник вирішує заробляти на основних дитячих бажаннях, то треба продукцію робити якісною і відстоювати свій авторитет не лише унікальністю, а й безпечністю [5].

Зрештою, не варто забувати про веселощі. Більше 90 % дітей вважають, що гумор є однією з найважливіших складових їхнього життя. Немає нічого дивного в популярності, яку так швидко набувають різні розважальні товари. Вони веселять дітей, а це дуже важливо. При цьому треба розуміти,



що дитячий гумор не завжди відповідає уявленням дорослих. Діти можуть абсолютно вільно сміятися над однолітками або веселитися над якою-небудь дурницею, абсолютно незрозумілою дорослій людині.

Отже, з деякими особливостями дітей як споживачів ми розібралися. Вплив дітей на покупки дуже високий. Так, статистика показує, що 55 % батьків запитують у своїх дітей поради перед купівлею будь-якого товару, а сам ринок чисто дитячих товарів недооцінювати взагалі безглуздо. За вивченими даними, в середньому витрати на дитячі товари в сім'ї з однією дитиною в Україні складають 650 грн на місяць. Аналітики припускають, що до 2012 року даний ринок досягне 12 мільярдів доларів.

Можна зробити висновок, що виробники заробляли, заробляють і будуть заробляти на дітях, але кожний виробник – це людина, у якої також є своя родина, і, руйнуючи здоров'я чужої дитини не можна забувати й про свою рідну. Ми повинні дарувати малятам щасливе та безпечне дитинство, адже використовуючи сучасні технології можна виробляти якісну продукцію. І якщо вже розглядати дитину як споживача, то треба враховувати її інтереси і бажання, а не набивати кишені грошми.

*Наук. керівн. Рожко В. І.*

---

**Література:** 1. Мартин Линдстром. Детский брендинг / Мартин Линдстром, Патриция Б. Сейболд. – СПб. : Нева, 2004. 2. Marketing to Kids Where They Live, Rachael King // Business Week. September 2006. 3. How Marketers Target Kids [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.media-awareness.ca>. 4. Василькина Ю. Дитячий маркетинг [Електронний ресурс] / Ю. Василькина. – Режим доступу : <http://www.advertology.ru/article63330.htm>. 5. Диснейський MySpace шпигує за карапузами, травень 2007 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [telnews.ru](http://telnews.ru).

УДК 658.62.009.12

---

**Скрипник О. О.**

Студент 3 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ**

*Анотація. Розглянуто поняття конкурентоспроможності продукції та оцінку продукту споживачем, а також розкрито систему показників конкурентоспроможності.*

*Аннотация. Рассмотрены понятие конкурентоспособности продукции и оценка продукта потребителем, а также раскрыто систему показателей конкурентоспособности.*

*Annotation. This article explores the concept of competitive products and consumer product evaluation, and also discloses a system of indicators of competitiveness.*

*Ключові слова: конкурентоспроможність товару, якість, ціна, корисність, прибуток, ціна споживання.*

Актуальність обраної теми підкреслюється тим, що значний вплив на якість способу життя має матеріальне середовище – якість товарів і послуг. Вона є стратегічною проблемою, від вирішення якої залежить стабільність економіки нашої держави. Процес поліпшення якості, що поєднує діяльність багатьох виробництв, колективів конструкторів, сфери послуг, необхідний не тільки підприємствам для одержання прибутку при збуті товарів і послуг, а й суспільству в цілому і його інтересам.

Незважаючи на практично повну відсутність спеціальних праць за заявленою темою, існує досить широка методологічна база, на яку можна опертися. Варто виділити роботи й публікації вітчизняних і закордонних економістів, що присвячені питанням розвитку систем забезпечення якості. Серед них: Басовський Л. Є., Протас'єв В. Б., Варакута С. А., Варгіна М. К., Дурович А. П., Фатхутдинов Р. А., Дж. Харрінгтон, Магомедов Ш. Л. та ін. У їхніх роботах оцінці якості та конкурентоспроможності приділяється досить багато уваги, однак дане питання проробляється в основному з практичної точки зору.

Мета дослідження – комплексний загальнотеоретичний аналіз механізму забезпечення якості та конкурентоспроможності товару.

Забезпечення випуску високоякісної й конкурентоспроможної продукції в усьому світі розглядається як важлива проблема національної економіки, від якої залежать темпи промислового розвитку країни та її національний престиж.



В умовах високої насиченості товарних ринків, перевищення на них пропозиції над попитом, кожен товар, а також товаровиробник і продавець, змушені вести жорстоку боротьбу за перевагу споживача. Безліч товарів одночасно пропонують однакові або різні способи задоволення однієї й тієї ж потреби покупців на рівних або цінових умовах, що незначно відрізняються. У цій ситуації перевага споживача віддається товару, що визначається як конкурентоспроможний [1, с. 9].

Конкурентоспроможність продукції – це здатність продукції бути привабливішою для покупця в порівнянні з іншими виробами аналогічного виду й призначення, завдяки кращій відповідності її якісних і вартісних характеристик вимогам ринку та споживчим оцінкам [2, с. 1].

Але розуміння того, що ховається за словом "конкурентоспроможність", ще не встоялося. Оцінка довідкової, нормативно-технічної й методичної літератури показує, що в ній конкурентоспроможність розглядається із загальних позицій.

Можна підійти до визначення конкурентоспроможності товарів через їхні ціни (кваліметрична методологія ціноутворення), що виходить з уявлення про ціну як універсальну характеристику товару, де відображаються всі його споживчі й мінові властивості. Розбіжність таких властивостей у конкуруючих виробів повинна проявлятися в розбіжності цін, що, як вважає більшість відомих економістів, і є конкурентоспроможністю цих товарів.

Однак не можна робити вибір серед групи товарів-конкурентів винятково на основі зіставлення цін. Щоб виявити сутність категорії "конкурентоспроможність" продукції, насамперед, необхідно врахувати, що вона в умовах ринкової економіки повинна розглядатися з погляду споживачів.

Вивчення теорії й практики маркетингу дає можливість стверджувати, що основним принципом оцінки конкурентоспроможності товару є його зіставлення з відповідними потребами покупця.

Ринок становить ту сферу суспільних відносин, де товари, конкуруючи між собою, проходять порівняння й перевірку на відповідність вимогам споживачів і де виявляється їхнє відхилення від цих вимог. Під час здійснення покупки кожен індивідуальний покупець здійснює процес вибору необхідного йому виробу серед цілого ряду аналогів і здобуває саме той виріб, який найбільшою мірою задовольняє його потребу.

Найбільше визнання серед товарів, що призначені для задоволення даної суспільної потреби, одержує той, який найповніше їй відповідає в порівнянні з товарами-конкурентами. Це й виділяє його із загальної товарної маси, забезпечує успіх у конкурентній боротьбі, інакше кажучи, дозволяє казати, що товар був конкурентоспроможним [3, с. 13–14].

Прагнучи до споживання товару, який найбільшою мірою відповідає потребам, тобто має найвищий споживчий ефект, споживач не може не думати про витрати, які будуть пов'язані з цим товаром. Природно, що він прагне досягти оптимального співвідношення споживчих властивостей виробу та своїх витрат, тобто одержати максимум споживчого ефекту на одиницю витрат. Тому для визначення конкурентоспроможності необхідно не тільки порівняти товари за ступенем відповідності конкретній потребі, але й врахувати витрати споживача, що пов'язані з даними товарами.

Таким чином, витрати споживача на задоволення його потреби за допомогою даного товару складаються з двох статей:

1. Витрат на покупку (продажна ціна).

2. Витрат, що пов'язані з витратами на експлуатацію виробу в період його служби (ремонт, догляд, технологічне обслуговування, купівля запасних частин, енергоспоживання тощо). У цілому ж загальна сума цих витрат виступає для споживача як ціна задоволення потреби (ціни споживання).

Рівень ціни споживання є для покупця складеним елементом конкурентоспроможності товару та залежить, насамперед, від споживчих властивостей конкретного виробу.

Конкурентоспроможність товарів більш повно розкривається через систему її показників. Вони становлять сукупність критеріїв кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності виробів. Основою для побудови системи показників конкурентоспроможності є аналіз взаємодії потреби й товару, у ході якого здійснюється їхнє порівняння й виявляється ступінь відповідності один одному, тобто сумарний корисний ефект кожного товару представляє похідну декількох факторів, найважливішим з яких є якість виробу. Саме вона є найважливішим критерієм успіху товарів у конкурентній боротьбі на ринку [4, с. 26].

Конкурентоспроможність товару характеризується технічними, комерційними, організаційними та економічними параметрами.

Кожна характеристика вимірюється у певній одиниці, а тому, здебільшого, показники непорівнянні між собою.

Наприклад, колір автомобіля не можна порівнювати із силуетом, максимальною швидкістю чи часом гальмування. Проте автомобіль марки Volkswagen привабливіший, ніж "Жигулі", за сукупністю показників, а це можна з'ясувати, сформувавши комплексні показники якості та порівнявши їх.

Як правило, показники якості засобів виробництва пов'язані з якістю продукту, що виробляється. За наявності такого зв'язку питання про порівняльну оцінку переходить зі сфери засобів виробництва у сферу споживчих товарів.

Обираючи альтернативні способи задоволення потреб, необхідно дотримуватись єдності мети, що є основою порівняння й оцінювання. Певна річ, вантажі можна перевозити вантажівкою і високої, і низької якості.

Єдність мети як основи порівняння сприяє принциповому поділу показників якості.

Розрізняють так звані класифікаційні показники. Наприклад, якщо одна з двох вантажівок не придатна для перевезення певних вантажів через їх габарити, то порівняти ці вантажівки неможливо, і тоді маємо не варіанти одного об'єкта, а два різних об'єкти, що не можуть замінити один одного.

Розглянемо показники, що відіграють роль обмежень:

1. Показники безпеки товару для життя, здоров'я і майна людей. Товари, що не відповідають цим обмеженням і не підлягають реалізації, не потребують оцінки якості. Отже, не можна порівнювати

кількість нещасних випадків у процесі виробництва з технологічними можливостями устаткування. Але завдання можна сформулювати інакше: "Які засоби виробництва доцільно вибирати для того, щоб досягти встановленого рівня безпеки?".

2. Показники, що забезпечують екологічність товару.

3. Технічні показники:

класифікаційні – визначають належність виробу від певного виду, класу, типу продукції;

конструктивні – характеризують конструкторсько-технологічні рішення;

нормативні – відповідають міжнародним стандартам, нормам, правилам;

ергономічні (гігієнічні, антропометричні, фізіологічні, психологічні) – засвідчують відповідність товару властивостям людського організму та психіки;

естетичні – характеризують єдність змісту й форми предмета.

4. За певними умовами конкурентоспроможність визначається різними показниками.

5. За комерційними умовами: рівнем ціни; терміном постачання; умовами оплати; рівнем митних зборів, податків і коштів, що витрачені на придбання товарів; мірою відповідальності продавців за виконання зобов'язань.

6. За організаційними умовами придбання та використання товару: наближенням продавців до покупців, доставкою продавцями товарів до місць споживання, зручністю розрахунків; сервісним обслуговуванням.

7. За економічними умовами споживання: енергоємністю та економічністю у споживанні сировини на одиницю продукції, що випускається; вартістю сировини та експлуатаційних матеріалів; безвідходністю технологій; надійністю, періодичністю і витратами на ремонт; чисельністю і кваліфікацією обслуговуючого персоналу; рівнем заробітної плати працівників.

Підбиваючи підсумки, хочеться згадати про основний принцип маркетингу: випускати те, що продається, а не те, що випускається. Оцінка й прогнозування конкурентоспроможності продукції, вивчення факторів, що впливають на неї, а також розробка критеріїв із забезпечення необхідного рівня є найважливішими передумовами ефективного здійснення комерційної діяльності підприємств, що функціонують на принципах ефективного маркетингу та менеджменту.

Аналіз розвитку форм і методів організації робіт з поліпшення якості, виявлення можливості доповнення робіт з якості принципами загальної теорії управління, розробка схем механізму управління якістю, визначення характеру потреб, стану кон'юнктури ринку як вихідного елемента управління якістю продукції або послуги, критичний розгляд визначень основних термінів свідчить про те, що сучасну організацію робіт з якості не тільки теоретично, а й практично доцільно та ефективно будувати не на загальному глобальному контролі, а на принципах загальної маркетингової теорії управління на основі схем механізмів управління якістю продукції.

Слід зазначити, що сучасне управління якістю та конкурентоспроможністю продукції повинне не тільки носити науково обґрунтований характер, але й прямо орієнтуватися на характер потреб, їхню структуру й динаміку; ємність і кон'юнктуру ринку; стимули, що зумовлені економічною й технічною конкуренцією, характерні для ринкових відносин.

*Наук. керівн. Бихова О. М.*

**Література:** 1. Магомедов Ш. Л. Определение показателей конкурентоспособности товаров / Ш. Л. Магомедов // СТК. – 2000. – № 9. – С. 78 – 79. 2. Конкурентоспроможність товару [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/>. 3. Горбашко Е. А. Конкурентоспособность промышленной продукции : учебн. пособ. / Горбашко Е. А. – СПб. : СПбУЭФ, 2002. – 308 с. 4. Печенкин А. Об оценке конкурентоспособности товаров и товаропроизводителей / А. Печенкин, В. Фомин // Маркетинг. – 2000. – № 2. – С.23–26. 5. Алексунин В. А. Международный маркетинг / В. А. Алексунин. – М. : ИД "Дашков и К<sup>о</sup>", 2000. – 160 с. 6. Басовский Л. Е. Управление качеством : учебник / Л. Е. Басовский, В. Б. Протасьев. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 212 с. 7. Полторак В. А. Маркетингові дослідження : навч. посібн. / В. А. Полторак. – К. : ЦУЛ, 2003. – 386 с.

УДК 339.138

**Маховський В. Б.**

Студент 4 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **ЗАСТОСУВАННЯ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ**

*Анотація. Розглянуто різні форми прямого маркетингу та їх застосування в Україні.*

*Аннотация. Рассмотрены различные формы прямого маркетинга и их применение в Украине.*

© Маховський В. Б., 2012



*Annotation. The article considers the various forms of direct marketing and their application in Ukraine.*

*Ключові слова: прямиий маркетинг, особистий (персональний) продаж, директ-мейл-маркетинг, каталог-маркетинг, телефон-маркетинг, телемаркетинг, Інтернет-маркетинг.*

Сьогодні компанії, що продають товари безпосередньо споживачам без допомоги торгових агентів і точок роздрібною торгівлі, користуються прямим маркетингом. Прямий маркетинг є основою декількох методів дистрибуції, що дозволяють переміщати продукт від виробника до споживачів за значно коротшим ланцюгом дистрибуції. Індустрія прямого маркетингу має досить довгу історію, і вона продовжує розвиватися як сучасний засіб роздрібною торгівлі.

Метою даної статті є аналіз методів прямого маркетингу і можливість їх використання в Україні.

Звичне тлумачення терміна "прямий маркетинг" як торгівлі без посередників в останні роки знало суттєвих змін: розрізняють власне прямиий маркетинг, тобто різноманітні способи прямого продажу, і маркетинг прямих відносин. Асоціація прямого маркетингу (Direct Marketing Association) об'єднує обидва ці поняття терміном "інтерактивний маркетинг", визначаючи прямиий маркетинг як інтерактивну систему маркетингу, в якій використовується одне або декілька засобів комунікації для отримання певного відгуку та/або для здійснення операції у будь-якому регіоні. Якщо прямиий продаж закінчується здійсненням покупки, то маркетинг прямих відносин (прямиий маркетинг) спрямований на встановлення прямих контактів з потенційними покупцями (замовниками), і головним ефектом маркетингових зусиль у цій сфері буде перетворення контактів у постійні відносини [1, с. 446].

У даний час багато фахівців прямого маркетингу вказують на зростання його ролі як інструменту встановлення довгострокових відносин з покупцями (прямиий маркетинг партнерських відносин).

Прямиий маркетинг – не тільки одне з найбільш стрімко зростаючих напрямів маркетингових комунікацій, але, мабуть, і всієї маркетингової діяльності в цілому. За прогнозами вітчизняних фахівців, найближчі роки питома вага продажів за допомогою директ-маркетингу в загальному обсязі збуту кардинально зростає. У США і Західній Європі вже до 50 % усіх товарів просувається на ринок шляхом прямого маркетингу (більша частина припадає на телемаркетинг); у Росії – близько 10 %, в Україні – поки що не більше 3 – 5 %.

Умовно можна виділити такі основні форми прямого маркетингу: особистий (персональний) продаж, директ-мейл-маркетинг, каталог-маркетинг, телефон-маркетинг, телемаркетинг, Інтернет-маркетинг.

Особистий продаж (personal selling) – це усне представлення товару в ході бесіди з одним або декількома потенційними покупцями з метою здійснення продажу. Personal selling до цих пір залишається основним засобом прямого маркетингу.

Пряма поштова розсилка передбачає відправку різних пропозицій, оголошень, нагадувань або іншої інформації конкретному адресату. Використовуючи спеціальні списки розсилки, в яких споживачі відібрані за певною ознакою, компанії-постачальники щорічно розсилають мільйони листів, брошур, буклетів [2, с. 421–422].

Телефон-маркетинг – це діяльність телефонних операторів, що спрямована на залучення нових покупців і здійснення контактів з клієнтами для визначення рівня їх задоволення або прийому замовлень. Телефонні центри обробки замовлень використовуються компаніями як для вхідного телефон-маркетингу (прийому дзвінків від клієнтів), так і вихідного телефон-маркетингу (оператори компанії дзвонять потенційним та існуючим клієнтам) [2, с. 424].

Телемаркетинг прямого відгуку (direct-response television marketing) іноді називають ще "магазин на дивані". У найпростішому варіанті по одному з каналів телебачення демонструються так звані ролики infomercials, тобто, як правило, 30-хвилинні програми, що присвячені конкретному товару. Відразу ж вказуються телефон і вартість товару. Покупець заявляє про свій намір придбати представлений товар, зателефонувавши за вказаними телефонами. Технології новітніх телевізійних кабельних мереж дозволяють зробити покупку, навіть не вдаючись до послуг телефонного зв'язку, – одним натисненням кнопки. Таким чином, покупка може здійснюватися буквально лежачи на дивані.

Каталог-маркетинг (catalogue marketing) – метод прямого маркетингу з використанням каталогів товарів, що розсилаються покупцю поштою або продаються (безкоштовно роздають) у магазині.

Інтернет-маркетинг (Internet marketing) – продаж товарів через мережу Інтернет. Він є однією з форм прямого маркетингу, що найбільш динамічно розвивається у світі.

Як для покупців, так і для продавців є переваги в прямому маркетингу.

Для покупців споживчих товарів здійснення покупок вдома – це приємне, зручне та спокійне заняття, яке заощаджує час і дає можливість ознайомитися з величезним асортиментом товарів. Покупці ділових товарів отримують докладні характеристики пропонованої продукції і послуг, не витрачаючи часу на зустрічі з торговими представниками.

Значні вигоди надає прямиий маркетинг і продавцям. Фахівці з маркетингу можуть придбати списки адресатів для прямої поштової розсилки, що містять імена споживачів, що утворюють різні групи (лівиші, люди, що мають зайву вагу, мільйонери тощо), і відповідно до їх особливостей індивідуалізувати свої торгові пропозиції для формування довгострокових відносин з кожним покупцем. Прямиий маркетинг надає можливість вибору найбільш підходящого часу для взаємодії з потенційними покупцями. Нарешті, при його застосуванні з'являється можливість оцінки реакції споживачів на різні компанії щодо просування товарів і виявлення найбільш дієвих [2, с. 420–421].

Сьогодні в Україні прямим маркетингом користуються переважно іноземні виробники і продавці. Проте вітчизняні фахівці вважають, що в майбутньому ці способи продажу займуть значне місце



це на ринку. Вже зараз українські компанії говорять про те, що вони готові віддавати перевагу витрат на рекламу, а на прямий маркетинг.

Персональний продаж широко використовувався (використовується і розвивається) компаніями. Метод дозволяє збільшити прибуток на 40 – 50 % тільки за рахунок зниження бази оподаткування за рахунок приховування доходів і несплати податків. Метод дозволяє зменшити питому вагу видаткових статей у загальній націнці, тобто збільшити прибуток, більш ніж на 25 %.

Досвід застосування каталог-маркетингу невеликий. Цей метод в Україні не є розвинутим внаслідок низької культури продавців, поширені обмани – відсутність товару після передоплати, відсутність гарантійного та післягарантійного обслуговування, присутній страх бути ошуканими з боку покупців. Перспективи розвитку досить туманні: зростання культури продавців і покупців, поява маси платоспроможних споживачів, здатних оплатити доставку. Зараз можна говорити про застосування методу лише відносно "дуже ексклюзивних" товарів, які неможливо придбати в окремих регіонах, але навіть і в цьому випадку коло потенційних покупців досить вузьке.

Телевізійний маркетинг добре себе зарекомендував, його використання в даний час активно розвивається. Він дозволяє не тільки "розкрутити" "мертвий" товар, але й підвищити рентабельність продажів на 25 – 30 %. Перспективи: активний подальший розвиток.

Досвід застосування директ-мейл-маркетингу показав слабкі перспективи подальшого розвитку. Причини цього – складні бази даних, що вимагають постійного оновлення, а також слабка активність споживачів.

Телефон-маркетинг активно використовується оптовими фірмами для реалізації товару роздрібним і дрібнооптовими торговцям. Реакція ж кінцевих споживачів на телефонні дзвінки такого роду в більшості випадків негативна, особливо, коли дзвонять по домашньому телефону. Перспективи: використання методу залишиться на колишньому рівні.

Інтернет-маркетинг у чистому вигляді нерозвинутий, але перспективний. Головні причини, що гальмують його розвиток, – відсутність в основній масі потенційних покупців власного рахунку в банку, з якого здійснюється оплата, і низький, порівняно з розвиненими країнами, розвиток інфраструктури Internet.

*Наук. керівн. Прохорова Т. П.*

---

**Література:** 1. Крылова Г. Д. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций : учебн. пособие для вузов / Г. Д. Крылова, М. И. Соколова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 519 с. 2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. / Котлер Ф. ; пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 464 с.

УДК 658.017

---

**Гусаченко К. В.**

Студент 4 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **ПІДВИЩЕННЯ ЦІННОСТІ БРЕНДА "УКРАЇНА" НА СВІТОВОМУ РИНКУ**

*Анотація. Розглянуто теоретичні та практичні аспекти формування бренда України. Висвітлено результати досліджень автора щодо сприйняття бренда України в країні та за кордоном і подано рекомендації щодо його просування.*

*Аннотация. Рассмотрены теоретические и практические аспекты формирования бренда Украины. Освещены результаты исследований автора по поводу восприятия бренда Украины в стране и за границей и представлены рекомендации относительно его продвижения.*

*Annotation. The paper considers theoretical and practical aspects of the formation of a brand in Ukraine. The results of research on the author's perceptoin of the brand Ukraine in the country and abroad are given and presents recommendations for its advancement are presented.*

*Ключові слова: бренд країни, характеристики держави, медіаплан, імідж, національна програма.*

В епоху глобалізації світ перетворився на ринок, де все купується та продається. Отож, найбільшою проблемою стала необхідність створення власного неповторного образу. Про те, що поведінка держав схожа на діяльність компаній, ще в кінці 1970-х років заявив американський політолог Кеннет

---

© Гусаченко К. В., 2012

ISI

"Управління розвитком", №5(126)2012



Уольц [1]. Тобто держава має здійснювати свою зовнішню діяльність, виходячи з власних інтересів, з метою отримання максимального економічного ефекту. Невід'ємною частиною успішної діяльності будь-якої компанії є вміло побудована маркетингова стратегія та політика. Брендінг, що традиційно розглядають як один з найважливіших важелів маркетингу, потрапив до лексики державних органів нещодавно – наприкінці 1990-х років. Основоположниками брендінгу держав стали британські експерти Велі Олінс та Саймон Анхольт [1].

Однак перед тим, як розглядати брендінг щодо країн, необхідно визначитися з поняттям бренду взагалі. Це поняття дуже багатогранне, тому його однозначного визначення в літературі немає.

Узагальнивши приклади з літератури щодо визначення поняття "бренд" [2 – 5], рекомендується таке його визначення.

Бренд – це поняття в маркетингу, що виражає узагальнююче уявлення про компанію, продукт чи послугу та має індивідуальні атрибути, такі, як назва, символи (торговий знак, логотип), кольорові поєднання, слоган, музичний супровід, фірмовий персонаж (обличчя компанії) та супутні атрибути (дисконтні картки, пакети з логотипом), що дозволяють виділяти компанію, продукт чи послугу з-поміж конкурентів та створювати необхідний імідж в очах клієнтів та суспільства.

Брендінг країни – значно важче завдання порівняно з брендінгом компанії. Варто враховувати, що під час створення національного бренду неможливо почати з чистого аркуша, а треба відштовхуватися від реальної основи, що може стати як плюсом, так і мінусом. Необхідно брати до уваги власну історію, факти, події, які країна не може змінити, але здатна коригувати їхнє сприйняття громадськістю.

Place branding, або "брендінг території" – синтез бренд-менеджменту з публічною дипломатією, що супроводжується активним розвитком торгівлі, інвестицій, туризму та експорту [6].

Саймон Анхольт визначає брендінг держави як систематичний процес узгодження дій, поведінки, інвестицій, інновацій та комунікацій країни для реалізації стратегії конкурентної ідентичності [1].

Поняття бренду країни нерозривно пов'язане з національною ідентичністю. Індивідуальність – це стартовий майданчик формування успішного бренду.

Надзвичайно важливо для позитивного сприйняття країни, щоб вона мала відомі національні бренди товарів, що експортуються. Своїм ім'ям вони не лише приносять прибутки державі, а й поліпшують її імідж в очах споживачів-іноземців.

Структура експорту найрозвинутіших держав світу свідчить про те, що найбільші прибутки вони отримують від продажу готових товарів, а не природної сировини. Назви торгівельних марок товарів, що виготовляються у цих країнах, є їхніми найкращими візитівками. Наприклад, Італія продає Gucci та Ferragamo, Франція – Lois Vuitton та Dior, Швейцарія – Swatch, США – Starbucks. Україна відчутно відстає від цих держав, адже зосереджена на експорті сировини, а не продукції. Якщо спробувати визначити найпопулярніші та успішніші українські бренди, то їх потрібно шукати серед компаній гірничо-металургійного комплексу, мобільного зв'язку, автомобілебудування, телекомунікацій і промислової хімії. Такий розподіл практично повторює світові стандарти, якщо не брати до уваги гірничо-промисловий комплекс і хімпром, які вважаються за ключові галузі промисловості України. Також в загальному рейтингу найуспішніших українських брендів у перших рядах знаходяться компанії молочної промисловості і виробники безалкогольних напоїв. Найвідомішими українськими брендами, що представлені на світовій арені, є Nemiroff, Roshen, Київстар та System Capital Management [1].

У процесі розробки національного бренду держава має консолідувати свої зусилля з бізнесом. Необхідно чітко окреслити межі співпраці, розділити ролі, оговорити основні концепції та програми реалізації. Важливо, щоб представники бізнес-еліти зрозуміли, що вкладати кошти у розвиток бренду "Україна" необхідно та вигідно насамперед їм, а вже потім країні та суспільству. В їхніх інтересах зробити ім'я "Україна" сильним та вдало його презентувати, адже якість бренду країни безпосередньо впливає на об'єм залучених інвестицій, потік туристів та замовників продукції. Логічно, що продукти з маркуванням "Made in Ukraine" будуть сприйматися негативно доти, доки не буде подолано стереотип "Україна – країна Чорнобильської катастрофи". Завдання бізнесу – поліпшувати та доповнювати те, що робить держава для бренду "Україна". Такі поодинокі приклади на сьогодні існують, наприклад, організація "Українського ланчу" в Давосі, представлення України на Венеціанському біенале. Але, незважаючи на це, уявлення про Україну у світі розмиті та не чіткі. Іноземці в більшості випадків асоціюють нашу державу з Чорнобильською аварією, Помаранчевою революцією, Русланою, Андрієм Шевченко та братами Кличко, постійними конфліктами з Росією [7].

На фоні багатьох проблем забувають про переваги України, які можна ефективно використовувати у рекламних кампаніях. Одним з наших плюсів є те, що ми є власниками космічних технологій, а такі наявні лише у Франції, Італії, Росії, Німеччині та Великобританії. Також не можна забувати про те, що Україна виборола право провести фінальний турнір чемпіонату Європи з футболу у 2012 році, а це є безпрецедентною можливістю доказати світу, що держава здатна вирішувати масштабні завдання.

Україна без сумніву володіє рядом потенціалів, за якими здатна займати лідируючі позиції у світі. Наприклад, туристичний, науково-технічний, аграрний, але про них не знають за кордоном. Варто інформувати про свої переваги світову спільноту, інвестувати в сучасні та етнічні бренди. Необхідно подолати стереотипи, що склалися століттями. Треба вибудувати стратегію формування обличчя України, в якій слід поєднати етнос та сучасність.

Першим кроком у формуванні стратегії просування національного бренду має стати дослідження громадської думки. Необхідно чітко зрозуміти, як сприймають країну власне її громадяни, іноземці, що перебувають на території держави, а також мешканці інших держав.

Для того щоб визначити думку іноземців про Україну, був проведений огляд найбільших досліджень її іміджу в 12 країнах світу за 2000 – 2008 р., що були проведені МЗС України, Центром Разумкова, Bohush Communication, Soface, TMA Communications [7]. Були отримані такі характеристики держави:

- невпливова та маловідома країна;
- країна Чорнобильської аварії;





проблеми з Росією;

кризова держава, політична ситуація нестабільна;

молода країна "помаранчевої" революції;

найвідоміші українці: В. Кличко, А. Шевченко, Руслана, Верка Сердючка, Я. Кличкова, В. Ющенко,

Ю. Тимошенко;

високий рівень інвестиційних ризиків, корумпованість усіх рівнів влади.

Отож, видно, що уявлення здебільшого негативні.

Думку іноземців, що проживають в Україні, було отримано за допомогою проведення опитування. До нього було залучено 100 осіб різного віку (17 – 65 років), різних професій (студенти, службовці, підприємці тощо) та соціального статусу.

Опитальник містив такі запитання:

1. Якою ви уявляли Україну до приїзду? Якою вона виявилася?

2. Що вам найбільше подобається в Україні?

3. Які недоліки можете виділити?

Отож, результати опитування свідчать про такі уявлення про Україну:

Україна – вільна країна, де можна висловлювати власну думку, говорити правду і чинити за власними переконаннями (58,5 %);

інформаційно розвинена країна (новини можна дізнатися будь-де, наприклад, в Інтернеті, по телебаченню, із газет тощо (68,3 %);

доброзичливість українців, відкритість до спілкування (72,1 %);

розвинене культурне життя (постійно відбуваються виставки, фестивалі, концерти тощо) (52,5 %);

дуже смачна національна кухня (80,2 %);

бруд на вулицях, куріння в громадських місцях (65,2 %);

неякісний стан доріг (78,9 %);

красива та освічена нація (66,7 %).

Метою наступного опитування було дізнатися думку громадян про власну країну.

Опитальник складався з таких запитань:

1. Які проблеми всередині держави вас хвилюють найбільше?

2. Щоб ви хотіли змінити у розвитку України?

3. Кого ви вважаєте найвпливовішими українцями?

Опитування виявило такі тенденції та настрої:

головні проблеми України – низький рівень доходів та безробіття (72,3 %);

невдоволення постійним зростанням цін та інфляції (82,1 %);

тільки 25 % вважають Україну країною демократичних цінностей;

низький рівень довіри до влади (66,5 %);

корумпованість усіх сфер діяльності, порушення прав людини та злочинність (55,7 %);

найвпливовіші українці – Р. Ахметов, С. Тігіпко, В. Янукович, М. Азаров, Ю. Тимошенко,

В. Пінчук.

Отримані дані є підставою для того, щоб виявити основні негативні та позитивні характеристики країни.

За даними проведених опитувань можна виділити основні негативні тенденції розвитку України, на які необхідно звернути особливу увагу для покращення іміджу держави у світі:

1. Нестабільність економічної та політичної ситуації.

2. Соціальна та юридична незахищеність населення.

3. Корупція на усіх рівнях органів влади.

4. Великі ризики для інвесторів.

Переваги та чинники привабливості країни, на які треба, передусім, акцентувати увагу:

1. Вигідне територіальне положення та неповторна природа.

2. Стародавня історія та культура.

3. Високий рівень освіченості населення.

4. Наявність інноваційних космічних технологій.

5. Господар фінального етапу чемпіонату Європи – 2012.

6. Курорти Криму та Карпат.

7. Зелений туризм.

Результати аналізу є дуже важливими для визначення ключових напрямків розвитку бренда "Україна". Тепер чітко зрозуміло, на що варто акцентувати найбільше уваги (зелений туризм, культура, освіта, інноваційні технології), а про що слід делікатно замовчувати або ж постійно надавати інформацію про реальні зміни у таких сферах, як економічна та політична ситуація, ризики для інвесторів.

Недостатня увага до створення бренда "Україна" призвела до того, що нашу державу як суб'єкта міжнародних відносин негативно сприймають у світі. Все це створило навколо України дуже багато міфів та стереотипів. Формуючи новий імідж держави, їх буде дуже важко подолати, адже інформація керує світом. Якщо Україну на міжнародному телебаченні показують зсередини дуже рідко (прямі репортажі), то фрагментарні повідомлення ззовні – явище повсякденне. Вони і створюють образ кризової, нестабільної держави.

Вищевикладене свідчить про те, що необхідна розробка єдиної концепції бачення бренда "Україна". Для цього слід виконати такі кроки:

1. Розробити фірмовий логотип та слоган для України, а також найбільших міст, таких, як Київ, Харків, Донецьк, Одеса, Львів, Дніпропетровськ. Це необхідно зробити для того, щоб з кожним регіоном та країною в цілому виникали певні позитивні асоціації. Чим їх буде більше та чим різноплановіші



вони будуть, тим більше цільових аудиторій можна охопити та проінформувати про різноманітні можливості (туристичні, освітянські, інвестиційні). Для популяризації нового логотипу слід провести ряд заходів по всіх містах України (флешмоби, концерти на підтримку, рекламування під час молодіжних ток-шоу, вечірки в молодіжних клубах).

2. Влаштувати прес-тури по найцікавіших місцях України для іноземних та вітчизняних журналістів, туристичних фірм та блогерів. Наприклад, щорічний Національний фестиваль "Сорочинський ярмарок", маршрути водами Південного Бугу, Дніпра, Дністра, мандрівки Хортицею, Чернівцями, Донбасом, Полтавщиною, Кримом тощо. В Україні неймовірно гарна природа, незрівнянні краєвиди – ними треба хизуватися перед світом, їх треба виставляти напоказ, ними треба пишатися.

3. Активно співпрацювати з тими, хто складає рейтинги міст та держав, – організувати для них окремі прес-тури. Найавторитетнішими в цій галузі є американський суспільно-політичний журнал Newsweek, Economist Intelligence Unit, журнал Forbes.

4. Створити функціональний сайт трьома мовами (українською, російською та англійською), де можна буде знайти всю необхідну інформацію про цікаві місця країни, події, що тут відбуваються (фестивалі, виставки, концерти), а також будуть надаватися сервісні послуги (бронювання номера у готелі, квитків на потяг чи літак тощо).

5. Забезпечити в повному обсязі присутність України на таких всесвітньовідомих ресурсах як booking.com чи hotels.com, lonelyplanet.com надати інформацію не лише про столицю, а й про регіони (всі відомості найдетальніші – маршрути, кафе, готелі, вокзали, лікарні тощо).

6. Розробити детальний медіаплан просування України за кордоном.

7. Провести конкурс серед кліпмейкерів на найкращий промосюжет про Україну, забезпечити його транслювання на якомога більшій кількості міжнародних телеканалів. Створити канал на популярному сервісі Youtube.com, на який завантажувати все найкраще відео, сюжети, новини про Україну, події, що тут трапилися та які відбудуться, тощо.

Процес створення бренда країни – довготривала та кропітка праця спеціалістів багатьох галузей. Їхні зусилля треба об'єднати для однієї мети – створення сильного образу України на міжнародній арені. Розробити спільну програму дій, заручившись підтримкою спеціалістів з різних галузей (журналістики, дизайну, інформаційних технологій, маркетингу, PR, туризму, інвестування), в якій рівноправними виконавцями будуть бізнес та держава. Необхідно за допомогою медіапростору відроджувати почуття патріотизму, самопошани українців, гордості за власну державу. Національний проект "бренд Україна" зможе об'єднати країну навколо побудови нових цінностей, символів, любові до України, що безперечно посприятиме швидшому виходу країни з кризи та її економічному розвитку.

*Наук. керівн. Притиченко Т. І.*

**Література:** 1. Мирошніченко В. Бренд страны как двигатель экономического развития [Электронный ресурс] / В. Мирошніченко. – Режим доступа : <http://www.companion.ua/Articles/Content/?Id=10148&Callback=0>. 2. James R. Gregory. Використання корпоративного бренда / James R. Gregory, Jack Wiechmann. – К. : Вид. "Фоліо", 2002, – 256 с. 3. D'Alessandro David F. Войны брендов / D'Alessandro David F. – СПб. : Изд. "Питер", 2002, – 145 с. 4. Франц-Рудольф Еш. Corporate Brand Management / Франц-Рудольф Еш, Т. Томчак, Т. Лангнер. – Висбаден, 2006. – 345 с. 5. Жан-Ноэль Капферер. Бренд навсегда. Создание, развитие, поддержка ценности бренда / Жан-Ноэль Капферер. – М. : Изд. "Вершина", 2007, – 448 с. 6. Гурова Н. Национальный брендинг: дискуссии вокруг сущности явления [Электронный ресурс] / Н. Гурова. – Режим доступа : <http://www.advschool.ru/articles/article2624.htm>. 7. Отсутствие политики формирования положительного имиджа Украины сокращает поток инвестиций [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://capitaltimes.com.ua/news/17647.html>.

---

**Нагаївська Д. Ю.**

УДК [005.35:005.336.6]: 658.8

Студент 5 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МАРКЕТИНГУ У ФОРМУВАННІ ВИСОКОГО ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Розглянуто теоретичні основи реалізації стратегії підвищення іміджу підприємства з урахуванням важливої ролі соціальної відповідальності маркетингу.*

*Аннотация. Рассмотрены теоретические основы реализации стратегии повышения имиджа предприятия с учетом важной роли социальной ответственности маркетинга.*

---

© Нагаївська Д. Ю., 2012

*Annotation. In the article theoretical basis of company image improvement strategy realization is considered, important social responsibility marketing role is taken into account.*

*Ключові слова: соціально відповідальний маркетинг, формування іміджу підприємства, факторна модель іміджу підприємства.*

В умовах сучасної фінансово-економічної кризи особливого значення набуває стратегія формування високого іміджу підприємства, адже імідж постає одним зі стратегічних факторів його розвитку, здійснює все більший вплив на конкурентоспроможність суб'єкта підприємницької діяльності, а разом з тим сприяє підвищенню вартості підприємства і позитивно впливає на характер взаємовідносин з партнерами, державними установами, органами місцевого самоврядування і населенням. Найбільш важливим фактором, що впливає на імідж підприємства, постає соціальна відповідальність маркетингу.

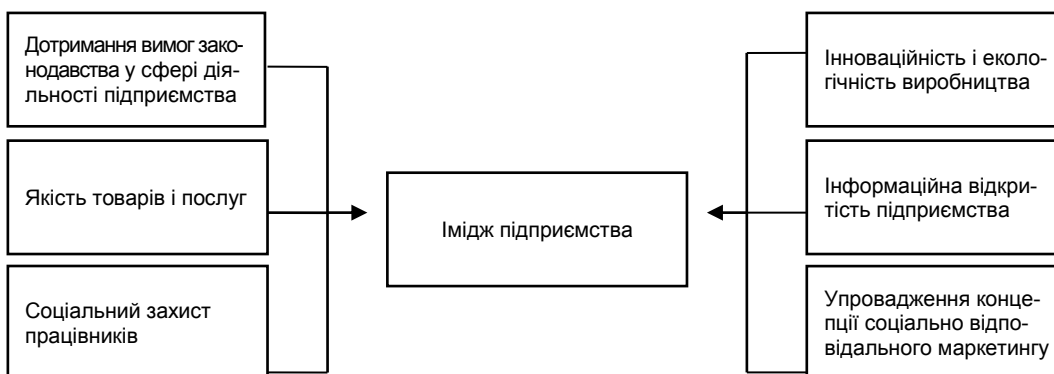
Проблемам формування іміджу підприємств, а також питанням виходу підприємств на зарубіжні ринки присвячені роботи К. Блека, Г. Даулінга, Б. Джі, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, О. Перелигіної, Ю. Палехи, Г. Почепцова, Т. Хомуленко і багатьох інших вчених.

Метою даної статті є обґрунтування провідної ролі соціально відповідального маркетингу в умовах реалізації стратегії підвищення іміджу підприємства. Об'єктом дослідження постає процес реалізації стратегії підвищення іміджу підприємства, предметом – теоретичне і методичне забезпечення реалізації стратегії підвищення іміджу підприємства.

Імідж постає цілісним стійким уявленням про підприємство суб'єктів взаємодії і формується за допомогою процесів комунікації. Структура іміджу тісно пов'язана з факторами, які впливають на його формування.

На думку автора, факторна модель іміджу підприємства передбачає вплив на імідж таких факторів (рисунок):

- дотримання вимог законодавства України і країн, на ринки яких виходить підприємство, у сфері його діяльності;
- якість товарів і послуг;
- соціальний захист працівників;
- інноваційність і екологічність виробництва;
- інформаційна відкритість підприємства;
- впровадження соціально відповідального маркетингу.



**Рис. Факторна модель формування іміджу підприємства**

Дотримання вимог законодавства у сфері діяльності підприємства передбачає високий рівень дотримання підприємством вимог діючої нормативної бази не тільки держави, на теренах якої функціонує підприємство, але й тих держав, вихід на ринки яких вже здійснено або заплановано.

Висока якість товарів та послуг передбачає не тільки дотримання вимог діючого законодавства, а також й ініціативу підприємства щодо пропозиції на ринку якісного продукту з урахуванням потреб і побажань споживачів; недопущення виробництва і реалізації продукції, шкідливої для здоров'я, моралі, життя і майна споживачів, а також навколишнього природного середовища і суспільства в цілому [1, с. 178].

Соціальний захист працівників передбачає, перш за все, дотримання підприємством вимог Кодексу законів про працю, а також покращення умов праці, стабільність виплати заробітної плати і її гідний рівень, наявність перспектив кар'єрного зростання і підвищення заробітної плати тощо.

Велике значення має інноваційність і екологічність виробництва, тобто впровадження новітніх технологій і досягнень науково-технічного прогресу, раціоналізаторських рішень з метою скорочення витрат на виробництво продукції і підвищення якості продукції. Екологічність виробництва відображає спрямованість діяльності підприємства на збереження природних ресурсів і захист навколишнього середовища шляхом використання екологічно безпечних технологій.

Інформаційна відкритість підприємства безпосередньо пов'язана з його комунікаційною політикою, передбачає надання підприємством вичерпної (у рамках діючого законодавства) інформації про свою діяльність, продукцію, фінансові показники діяльності, плани на майбутнє та ін. і знаходить своє відображення у ЗМІ.

В умовах реалізації стратегії підвищення іміджу підприємства особливу увагу необхідно звернути на впровадження концепції соціально відповідального маркетингу і дотримання її положень, що



сприяє зростанню вартості акцій підприємства на ринку цінних паперів, обсягів продажу товарів (послуг), створює фундамент для сталого розвитку у довгостроковій перспективі.

На думку автора, соціально відповідальний маркетинг – це "сукупність виробничих відносин, що необхідні для забезпечення ефективної взаємодії між попитом та пропозицією в умовах конкурентного обміну для більш повного задоволення потреб членів суспільства шляхом підвищення якості продукції, покращення умов праці, дій щодо захисту і відновлення навколишнього середовища для того, щоб отримати конкурентну перевагу на ринку і поліпшити добробут громадян держави" [2, с. 11].

Становлення соціально відповідального маркетингу є наслідком спрямованого державного регулювання економіки у сфері забезпечення соціальної відповідальності бізнесу та проявляє себе в неухильному дотриманні вимог законодавства й реалізації соціально спрямованих ініціатив. Слід підкреслити, що реалізація соціальних ініціатив не забезпечує довгострокових конкурентних переваг на ринку, тому з метою отримання результатів на перспективу слід забезпечити впровадження концепції соціально відповідального маркетингу.

Однак на даний момент часу підприємства України здебільшого спрямовують свою діяльність саме на реалізацію соціальних ініціатив. Разом з тим зберігаються невтішні тенденції щодо ведення соціально відповідального бізнесу і порушення чинних норм законодавства.

Наприклад, у листопаді 2011 року за дорученням прем'єр-міністра України М. Азарова майже в усіх областях України було зроблено контрольні закупки товарів у продовольчих магазинах, супермаркетах і торгових мережах. Виявилось, що практично жоден з них не відповідає встановленим стандартам, навіть продукти дитячого харчування [3].

Вітчизняні підприємці не тільки не турбуються про підвищення якості своєї продукції, але і йдуть на обман споживачів, коли тільки декларують дотримання стандартів, що вказані на етикетці товару. Наприклад, за свідченням спеціалістів Інформаційного агентства ЛІГАБізнесІнформ, помітка "Без ГМО" не гарантує покупки їжі, що вільна від трансгенів. У листопаді 2010 р. Держспоживстандарт перевіряв майже 12 тисяч зразків продовольчої сировини і харчових продуктів на вміст ГМО. У 702 зразках (5,9% перевірених зразків) продукції було знайдено вміст ГМО" [4]. Згідно з чинним законодавством України, жодного ГМО в Україні не зареєстровано, тому експерти стверджують, що навіть якщо виробник захоче вказати на етикетці про наявність у продукції ГМО, він не зможе цього зробити [4].

Таким чином, проблемним питанням функціонування підприємств України на даному етапі розвитку ринку є дотримання вимог нормативної та законодавчої документації. Першим етапом реалізації стратегії підвищення іміджу підприємства має бути аналіз відповідності діяльності підприємства вимогам чинного законодавства і комплексне впровадження концепції соціально відповідального маркетингу. Це забезпечить підприємству наявність довгострокових конкурентних переваг і сприятиме його ефективній і прибутковій діяльності у довгостроковому періоді на основі сталого розвитку.

*Наук. керівн. Орлов П. А.*

**Література:** 1. Орлов П. А. Социально ответственный маркетинг: современные проблемы теории и практики / П. А. Орлов // Бизнес Информ. – 2010. – № 9. – С. 175–185. 2. Нагайвская Д. Ю. Социальная ответственность бизнеса как следствие государственного регулирования экономики / Д. Ю. Нагайвская // Бизнес Информ. – 2010. – № 10. – С. 10–15. 3. Інтернет-сторінка газети "Сьогодні.UA". – Режим доступу : <http://www.segodnya.ua>. 4. Інтернет-сторінка Інформаційного агентства ЛІГАБізнесІнформ. – Режим доступу : <http://news.liga.net>.

---

**Домніч П. В.**

УДК 659.111.2

Студент 3 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **РОЛЬ ОСНОВНИХ НОСИЇВ ІНФОРМАЦІЇ В РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ РЕКЛАМИ**

*Анотація. Розкрито тему розвитку реклами в сучасному суспільстві, проаналізовано основні вимоги до реклами, а також рейтинг ефективності впливу на споживача рекламної продукції відносно розповсюдження її через найбільш впливові засоби масової інформації.*

*Анотация. Раскрыта тема развития рекламы в современном обществе, проанализированы основные требования к рекламе, а также рейтинг эффективности влияния на потребителя рекламной продукции относительно распространения ее через наиболее влиятельные средства массовой информации.*

---

© Домніч П. В., 2012

*Annotation. The author of this article exposes the theme of development of advertising in modern society, analyzes the basic requirements to advertising, and also rating of the effectiveness of influence on consumer of advertising products in respect of spreading it through most influential means of mass information.*

*Ключові слова: реклама, ЗМІ, товар, послуга.*

Актуальність даної теми пов'язана зі стрімким розвитком ринкових відносин в Україні, невід'ємною часткою яких є реклама. Оскільки реклама в нашій країні з'явилася зовсім недавно, отже має існувати дуже багато питань, що пов'язані з нею, і тому ця тема є зараз надзвичайно актуальною й обговорюваною. І це дійсно так, але не тільки тому, що для нас вона є ще маловивченою. У розвинених країнах тема реклами є також актуальною, та існує ряд питань, на які до цих пір не існує однозначних відповідей.

Ось, наприклад, чи розтрачують фірми громадські ресурси даремно, коли займаються рекламою своїх виробів з метою їх диференціації та збільшення попиту на них, або реклама є ефективним способом забезпечення інформацією.

Для розкриття заданої теми треба розв'язати такі завдання:

охарактеризувати зміст реклами та вимоги, пред'явлені до неї;

представити загальну характеристику найважливіших сучасних масових носіїв реклами (телебачення, радіомовлення, газет тощо) як головних шляхів розповсюдження рекламної інформації.

Друга половина ХХ сторіччя характеризується багатьма значимими явищами і тенденціями в житті суспільства та економіки різних країн світу. Наша країна також стала на шлях розвитку ринкових відносин.

На думку фахівців, однією з основних тенденцій сучасного часу є бурхливий розвиток сфери послуг. Дійсно, реклама, ступінь її розвитку і структура стали виступати найважливішою критеріальною ознакою розвитку суспільства.

Повноправним, повноцінним елементом сфери послуг є реклама. Ураховуючи те, що сервісна модель суспільства в нашій країні ще тільки формується, а рекламний ринок розвивається дуже стрімко, реклама є найважливішим чинником формування сфери послуг [1].

Існують два діаметральні підходи до визначення реклами. Відповідно до вузького підходу, під рекламою розуміють тільки платні, односпрямовані та опосередковані звернення, які агітують на користь конкретного товару [2, с. 237].

Згідно з широким підходом реклама – це будь-яке звернення виробника (продавця) або їх представників до потенційного споживача (покупця), а також будь-яка форма неособистого представлення і просування ідей, товарів та послуг, оплачена чітко встановленим замовником, яка служить для привертання уваги потенційних споживачів до об'єкта рекламування [2, с. 239].

Будемо розуміти під рекламою, перш за все, будь-яку оплачену форму неособистих уявлень товарів та послуг, а також просування ідей від імені відомих спонсорів.

Реклама – це платна форма односторонньої масової комунікації, що виходить від чітко визначеного спонсора та служить як пряма чи непряма підтримка дій фірми [3, с. 74].

Реклама є найголовнішим інструментом у спробах компанії регулювати поведінку покупця, привернути увагу до своїх товарів, створити собі позитивний імідж.

Головним завданням сучасних фірм є найбільш ефективне розміщення рекламної інформації про свою продукцію.

Одне із перших місць у рейтингу рекламних засобів на сьогодні займає телебачення [3, с. 100].

Перевагою телебачення є масова аудиторія, економічність і відносно невисокі витрати на представлення продукту в розрахунок на одного споживача. Слід відзначити, що реклама на телебаченні має хороші конструктивні можливості для демонстрації товару, оскільки повною мірою можна використовувати рух, колір і зоровий ряд для точного вираження ідей.

Телебачення більш комплексно впливає на органи почуттів людини, тобто на слух і зір.

Ефективність цього засобу пояснюється можливістю найбільш довгого часового впливу на свідомість людини: рекламі призначено 25 %, а іноді й більше ефірного часу.

Не менше значне місце у рейтингу ЗМІ, що поширюють рекламу, починає займати Інтернет. Параметри зростання мас-медіа знов і знов перевищують прогнози багатьох аналітиків рекламного ринку, які дуже часто недооцінюють цей вид масової комунікації.

Сьогодні у сучасному світі Інтернет демонструє зростання реклами одночасно сильне та тривале.

Розвиток реклами в Інтернеті здійснюється за загальною для всіх країн моделлю. Вона має кілька фаз. На початковій фазі засоби мас-медіа використовують тільки обмежену кількість реклами (для нових інформаційних та комунікаційних технологій, мандрівок та туризму, відпочинку та культури). На цій стадії частка Інтернету не перевищує 2 % серед основних засобів масової комунікації.

Друга фаза відзначається "вибуховим" розвитком (річне зростання близько 50 % чи в деяких випадках, навіть, більше) не тільки з причини зростання зацікавлених секторів ринку та рекламодавців (автомобілі, банківські та страхові послуги і, навіть, товари споживання). На даній стадії частка Інтернет-реклами за кілька років перевищує 5 % рубіж.

У найбільш розвинутих країнах (США, Данія, Японія та ін.) третя фаза розвитку реклами (не остання) відповідає стану зрілого ринку, який, незважаючи на свою стабільність, переживає сильне зростання, оскільки на нього одночасно вигідно впливають відразу кілька факторів.

Перший – зростання загальної кількості рекламодавців та посилення використання цього засобу комунікації у реклами (збільшення середнього бюджету кожної рекламної компанії), а також збільшення цінностей Інтернет-реклами із розвитком цифрових форматів.

Другий фактор – бурхливе зростання "контекстної реклами", на яку, наприклад, у США відводиться 50 % від бюджету на Інтернет-рекламу.

Процес розвитку Інтернету відповідає схемі зміни цих фаз по всьому світу, однак на кожну фазу різні країни потребують різну кількість часу.



Сьогодні аналітики говорять про тенденцію поступового посилення впливу мас-медіа, в порівнянні з телебаченням, на розповсюдження реклами.

Досить велика частка реклами припадає на друковані ЗМІ. Журнали мають ряд переваг з точки зору розміщення реклами. По-перше, ефективність: вони найчастіше розсилаються за адресами, тому є можливість визначити кількість і основні характеристики передплатників. По-друге, оголошенням, що в них публікуються, можна надати привабливого вигляду.

Ще одна перевага полягає в тому, що чим більше той чи інший журнал пов'язаний з певним престижем у суспільстві, тим більше його будуть читати і зберігати. У цьому випадку журнали стають засобом повторення рекламних послань на кілька років [3, с. 120].

Але деякі недоліки використання журналу в якості місця розміщення реклами полягають в їхній високій ціні, періодичності (раз на місяць, на квартал або навіть рідше), довгою процедурою підготовки до розміщення рекламного оголошення. Крім того, конкуренти можуть надрукувати свою рекламу у тому ж номері журналу, хоча існує негласне правило: не розміщувати поруч оголошення конкуруючих компаній. Таким чином, цей носій реклами недостатньо ефективний у порівнянні з проаналізованими раніше.

Наступний засіб масової інформації, яким можна скористатися для розміщення реклами, – газети. У великих містах і мегаполісах видаються щоденні газети, причому деякі з них орієнтовані на професійні інтереси або на розваги.

Газети надають особливу можливість для розміщення реклами: це так звані класифіковані оголошення, де пропонуються на продаж продукти розподілу за розділами (наприклад: "Автомобілі", "Меблі", "Будматеріали" тощо), і люди, які бажають продати що-небудь, можуть помістити оголошення у відповідний розділ [3, с. 122].

Ще одним з носіїв сучасної реклами є вулична реклама, яка включає використання рекламних щитів, громадського транспорту та інших аналогічних засобів. Ефективність рекламного щита може бути виміряна лише кількістю людей, що проходять повз нього в денний час.

Перевагою вуличної реклами є те, що можна вибрати найбільш цікавий для вас географічний район. Але до недоліків цього виду реклами можна віднести обмежені можливості у передачі повідомлення і велику кількість тих людей, які цієї реклами взагалі не бачать або не хочуть помічати. Деяким споживачам реклама може так надокучити, що вони починають негативно сприймати рекламований продукт. Це явище називається знос.

Використання телефону для інформування потенційних покупців про продукт за можливістю його продажу називається телемаркетингом. Недоліками цього інформування є те, що телемаркетинг можна проводити тільки в обмежені години.

Таким чином, останні чотири рекламні носії, що були перелічені вище, не можуть бути досить ефективними засобами розміщення реклами у сучасному суспільстві.

Підбиваючи підсумки, можна зауважити, що реклама виконує значну роль у сучасному суспільстві. Розвиток реклами у світі вже досяг великих вершин. Реклама виступає не лише як просто бізнес, але й як більш поширене явище, яке розповсюджується майже на всі сфери життя суспільства.

Реклама – це інформація про товар, його виробників та продавців, котра розповсюджується у будь-якій формі та оплачується замовником (рекламодавцем). Вона є найбільш ефективним засобом руху товару від виробника до споживача. Двома найбільш впливовішими носіями реклами вважаються телебачення та Інтернет, але тенденція посилення ролі Інтернету все більш зміцнюється. І в майбутньому вона може зайняти перше місце серед існуючих у сучасному суспільстві носіїв реклами. Друковані ЗМІ, вулична реклама та телемаркетинг підтвердили своє право на існування, але з огляду на деякі недоліки на сьогоднішній день вони не мають достатнього значного впливу на розвиток рекламної галузі.

*Наук. керівн. Бихова О. М.*

**Література:** 1. Бурменко Т. Д. Курс лекцій з економіки в сфері послуг. 2. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен ; пер. з франц. – СПб. : Наука, 2009. – 589 с. 3. Маркетинг / под ред. О. М. Романова. – М. : Юнити, 2008. – 218 с. 4. Картер Г. Эффективная реклама / Г. Картер ; пер. с англ. – К. : Сирії, Лібра, 2010. – 208 с.

---

**Карпенко В. Ю.**

УДК 338.48-44(1-22)

Студент 4 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

*Анотація. Розглянуто сутність сільського туризму, проаналізовано можливості його популяризації та шляхи створення умов для покращення сучасного стану сільського туризму в Україні.*

---

© Карпенко В. Ю., 2012

*Аннотация. Рассмотрена суть сельского туризма, проанализированы возможности его популяризации и пути создания условий для улучшения современного состояния сельского туризма в Украине.*

*Annotation. The essence of rural tourism, possibilities of its popularization, a way of creation of conditions for improvement of a current state of rural tourism in Ukraine have been examined.*

*Ключові слова: сільський туризм, агротуристичний продукт, агросадиба.*

В Україні існують усі передумови розвитку відпочинку в сільській місцевості, який можна розглядати як специфічну форму підсобної господарської діяльності у сільському середовищі з використанням природного та культурного потенціалу регіону або як форму малого підприємництва. Це надає можливість певною мірою вирішити проблему зайнятості сільського населення, покращити його добробут, повніше використати природний та історико-культурний потенціал сільської місцевості.

Дослідженнями розвитку зеленого туризму займалися закордонні та вітчизняні науковці: В. Васильєв, Горішевський Г. А., Т. Лужанська, Я. Маєвський, М. Рутинський, однак необхідно більше уваги приділити особливостям розвитку сільського туризму в соціально-економічних умовах, що склалися в Україні. У зв'язку з цим тема є актуальною та потребує подальших теоретичних та практичних розробок.

Мета дослідження – визначення способів поліпшення ситуації, що склалася навколо сільського туризму в Україні.

Українське село має багаті рекреаційні ресурси, що належним чином досі ще не використовувалися. Найціннішим туристичним ресурсом села є мальовнича українська природа, дефіцит спілкування з якою має більшість мешканців міст. Зелений туризм у різних регіонах України дозволяє використовувати різні фактори лікувального впливу природи: ландшафтотерапевтичний, кліматотерапевтичний, бальнеологічний тощо.

Крім цього, українське село має багатий пізнавальний потенціал, пов'язаний з історико-етнографічною спадщиною, сільською культурою та побутом, маловідомими для сільського жителя видами туристичної діяльності та народними промислами. Мешканець великого українського міста сприймає сільський побут, культуру села як захоплюючу екзотику, особливо якщо це села гуцульські, молдовські, болгарські, грецькі тощо. Ще більшою екзотикою це видається іноземному туристові [1].

Пріоритетність розвитку сільського зеленого туризму в Україні зумовлюється необхідністю невідкладного розв'язання соціально-економічних проблем сучасного села. За роки незалежності України в сільській місцевості не спостерігається позитивних змін, багато проблем виникло в технічному оснащенні, в правовому регулюванні відносин власності на землю, розбудові соціально-культурного сектору.

Внаслідок цього відбулося значне зменшення населення, зростання безробіття, масова трудова міграція. Динаміка кількості населення за роками наведена на рисунку.

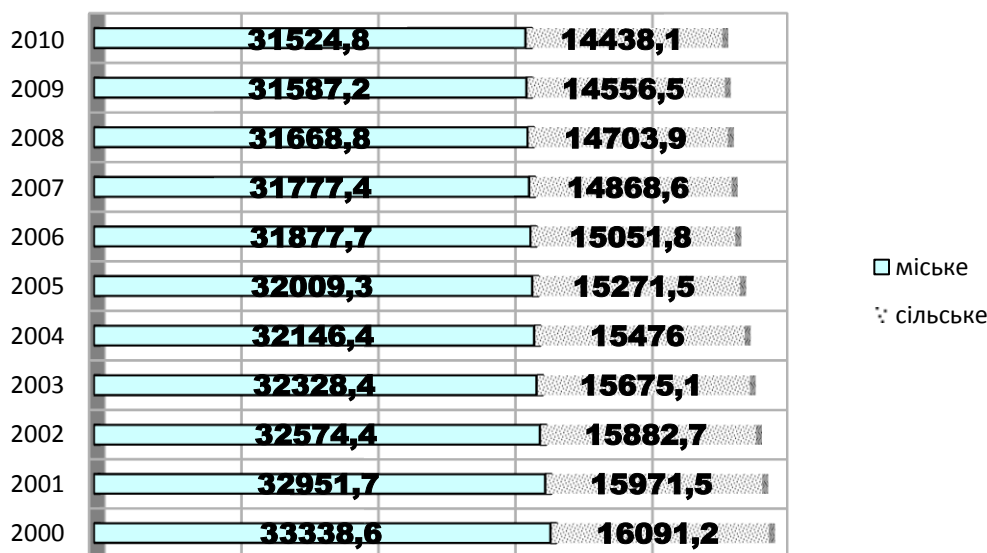


Рис. Кількість населення України, тис. осіб [2]

Як видно з рисунка, кількість місцевого і сільського населення постійно знижується. При цьому у 2010 р. у порівнянні з 2000 роком кількість міського населення скоротилась на 5,6 %, у той час, як скорочення сільського населення України за аналогічний період складає 11 %. Крім того, спостерігається тенденція до зменшення кількості сільських населених пунктів, що наведено в таблиці.

Кількість адміністративно-територіальних одиниць в Україні

Роки	Райони	Міста	Селища міського типу	Сільські населені пункти
2011	490	459	885	28 457
2010	490	459	885	28 471
2008	490	458	886	28 504
2005	490	456	886	28 585
2003	490	453	887	28 612

З 2003 р. до початку 2011 р. Україна втратила 155 сільських населених пунктів і їх назви зникли із сучасних географічних карт. За даними офіційної статистики, нині в Україні залишилося близько 29 342 сіл. Переважну частину населення цих сіл складають особи пенсійного або працездатного передпенсійного віку, при цьому у 8,5 тис. сіл упродовж останніх трьох років не народилася жодна дитина. Такі поселення приречені на зникнення, а це спричинює втрату сільських традицій, які зберігають національну культуру [1].

Майже 60 % мешканців сільської місцевості перебувають за межею бідності [2]. За таких умов сільські мешканці змушені шукати інші сфери діяльності, які хоча б забезпечували їм прожитковий мінімум. Розвиток сільського зеленого туризму може призупинити таку сумну тенденцію в українських селах, підвищити матеріальний добробут та частково вирішити проблеми зайнятості сільського населення. Отже, розглянута сфера туристичних послуг потребує державного регулювання і підтримки, в тому числі і на регіональному рівні.

У світі сільський зелений туризм розглядається як альтернатива сільському господарству за розмірами отриманих прибутків. До того ж розвиток інфраструктури сільського туризму не вимагає таких значних капіталовкладень, як інші види туризму і може здійснюватися за рахунок коштів самих сільських мешканців без додаткових інвестицій. Скорочення міграції з сіл до міст надасть змогу заощадити значні фінансові та матеріальні ресурси, оскільки, за підрахунками експертів Європейського банку реконструкції та розвитку, облаштування в місті вихідця із сільської місцевості коштує в 20 разів дорожче, ніж створення умов для його життя і роботи в селі.

Сільське населення України здатне отримувати реальні доходи у сфері сільського туризму від таких видів діяльності:

- облаштування туристичних маршрутів;
- облаштування та експлуатація стоянок для туристів;
- надання послуг розміщення;
- робота гідом чи екскурсиводом;
- транспортне обслуговування туристів;
- егерська діяльність (полювання, спортивне рибальство);
- прокат туристичного спорядження;
- послуги приймання туристів;
- кулінарні послуги;
- підготовка культурних програм;
- народні промисли;
- виробництво та реалізація туристам екологічно чистих продуктів харчування.

Особливо важливо те, що власник особистого сільського або фермерського господарства створює відповідні умови туристам, вкладають кошти, вміння та знання у створення агротуристичного продукту. Вже можна навести багато прикладів агросадиб, які успішно функціонують та залучають туристів не тільки з України, а й із-за її меж.

Сільський туризм виступає важливим чинником стабільного динамічного збільшення надходжень до бюджету, активізації розвитку багатьох галузей економіки: транспорту, торгівлі, зв'язку, будівництва, сільського господарства. Сільський відпочинок в Україні спрямований на:

- збереження етнографічної самобутності;
- відродження та розвитку традиційної культури: народної архітектури, мистецтва, промислів, що складають місцевий колорит;
- популяризацію справжніх українських традицій.

Таким чином, як передумову успішного розвитку відпочинку в сільських етнографічних районах треба розглядати формування ідеології відродження та розвитку всього спектра традиційної культури, починаючи від форм господарських занять до надбань духовної сфери. Це буде сприяти розповсюдженню індивідуального відпочинку в етнографічних районах України. Крім того, з кожним роком все більше місцевих органів виконавчої влади та самоврядування, громадських організацій долучаються до розвитку сільського туризму, затверджуються заходи та розробляють державні та регіональні програми.

Наук. керівн. Лопа Ю. Ю.

**Література:** 1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О. О. Бейдик. – К. : Київ, ун-т, 2001. – 395 с. 2. Сайт Зеленої спілки України. – Режим



доступу : www.greentour.com.ua/. 3. Сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua. 4. Конспект лекцій "Організація туризму в Україні" з навчальної дисципліни "Організація туризму" / О. Г. Зима, Н. А. Дехтяр. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 272 с.

УДК 339.133.13

**Галенко К. С.**

Студент 3 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **НЕГАТИВНИЙ ВПЛИВ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ НА ВИБІР СПОЖИВАЧА**

*Анотація. Акцентовано увагу на технологіях нейромаркетингу, які часто використовують не соціально відповідальні продавці, ставлячи перед собою мету в збільшенні обсягів продажів будь-яким шляхом, не надаючи значення здоров'ю та моральності людини.*

*Аннотация. Акцентировано внимание на технологиях нейромаркетинга, которые зачастую используют не социально-ответственные продавцы, ставя перед собой цель увеличить объемы продаж любым путем, не придавая значения здоровью и моральности человека.*

*Annotation. The attention in this article is accented on neuromarketing technologies, which are often not socially responsible sellers, setting a goal to increase sales in any way, without regard for the health and morality of man.*

*Ключові слова: нейромаркетинг, вплив, поведінка споживача, психологія, емоції, відчуття.*

Нейромаркетинг становить комбінацію двох сфер знань – неврології та традиційного маркетингу. Це сильний механізм маніпулювання споживачем, впливу якого важко протистояти. Нейромаркетинг ще фактично не врегульований законодавчо до кінця як в Україні, так і у всьому Європейському Союзі, тому виробники використовують будь-які засоби для залучення покупців заради власної вигоди.

Метою статті є обґрунтування негативного впливу нейромаркетингу на свідомість споживачів при виборі продукції. Відомо, що 80 % кольору і світла "поглинаються" нервовою системою і тільки 20 % – зором.

Тему нейромаркетингу розглядають у своїх працях маркетологи, такі, як: Трайндл А. "Нейромаркетинг: візуалізація емоцій", Пол Глімчер "Нейроекономіка", Мартін Ліндстром "Почуття бренда" та ін. Особливо останнім часом науковці активніше розглядають питання рекламної колористики. Серед авторів досліджень з питань сутності категорії "кольори в рекламі" є А. Лебедев-Любімов [1], К. Мозер [2].

Нейромаркетинг виник у 1990-х роках у Гарварді. Розроблена ця методика була професором Джері Залтманом і запатентована як технологія ZMET. Методика заснована на використанні наборів картинок, що викликають у споживача позитивний емоційний настрій і активізують приховані образи-метафори, що стимулюють покупку. Маркетингова технологія ZMET швидко знайшла популярність у сотні великих фірм-замовників, серед яких Coca-Cola, General Motors, Nestle, Proctor & Gamble [3].

Наука "нейромаркетинг" стверджує, що на ухвалення рішення споживачем впливають набагато більше факторів, ніж прийнято вважати: колір, картинка, запах, звук – усі ці фактори визначають вибір клієнта на користь того чи іншого товару. Поліпшити настрій і самопочуття покупців можна за допомогою присмного для ока та огляду товарів освітлення, створення зручних проходів, комфортного температурного режиму, запахів, кольірних сполучень, зміни логотипу магазину. Однак споживач купує цілий комплекс своїх вигод, а логотипи та інші деталі просто дозволяють ідентифікувати потрібний продукт у точці продажів.

Нейромаркетинг – прикладний розділ нейроекономіки (міждисциплінарного напрямку в науці на перетині економічної теорії, нейробіології та психології), що становить новий методологічний підхід маркетингу і охоплює дослідження споживчої поведінки із застосуванням інструментарію нейронаук. Нейромаркетинг вивчає споживчу поведінку (мислення, пізнання, пам'ять, емоційні реакції тощо), причому ключовим завданням є прогнозування споживчого вибору індивідів [4, с. 26]. Нейромаркетинг збирає та інтерпретує інформацію про мимовільні реакції людини на товар чи торгову марку: назва, логотип, поєднання кольорів, аудіосигнали, символи [5].

Відповідно до теорії нейромаркетингу близько 90 % розумової діяльності людини, і навіть емоції, відбувається в підсвідомій області [6].

Різновидом нейромаркетингу є візуальний мерчендайзинг (вплив за допомогою кольору та зображень), звуковий дизайн і аромамаркетинг. Знаменитий маркетинговий консультант Мартін Ліндстром впевнений, що сенсорний маркетинг допомагає виробити у людини умовний рефлекс: почувши певну



музику, відчувши запах або побачивши поєднання кольорів, виникли чіткі асоціації з певним брендом. Він стверджує, що в битві за споживача перемогу отримує той, хто буде ефективно використовувати всі наші п'ять органів чуттів: зір, слух, нюх, дотик, смак [7, с. 250]. Така позиція є соціально безвідповідальною перед споживачами. Продавці заманюють покупців у магазин і нав'язують покупцеві будь-яку покупку. Споживачі і ринкові партнери повинні мати можливість здійснювати усвідомлений і вільний вибір товару чи послуги, не затуманеного нейромаркетинговими хитрощами. Таким чином, більшість не соціально відповідальних продавців створюють штучний попит, аби їх товар купив споживач, приховуючи за цим низьку якість товару.

Результати нейромаркетингових досліджень показали, що емоційні товарні презентації викликають у споживачів набагато вищу нейронну активність, ніж прості товарні презентації [8, с. 430]. Покупець швидше зацікавиться презентацією товарів з позитивним емоційним посланням (наприклад, любов, радість, сила тощо), ніж суто раціональною презентацією. Під впливом таких методів заохочування покупців у деяких людей може розвинути імпульсивне, неконтрольоване і залежне споживання товарів і послуг (або, навпаки, повна відмова від них), що може нанести шкоду психологічному та моральному здоров'ю людини. Діти особливо сприйнятливі до такого роду дій. Під наслідком таких методик з боку продавців розвивається хвороба "оніоманія" – непереборне бажання щось купувати, не звертаючи уваги на необхідність і наслідки [9]. Це захворювання не менш серйозне, ніж алкоголізм, наркоманія та інші порочні залежності. Надмірне захоплення покупками призводить до сімейних конфліктів і розпаду сімей, здійснення антисоціальних вчинків з метою вирішення фінансових проблем для реалізації своєї нав'язливої пристрасті, накопичення великих боргів, психологічних розладів, агресії або депресії, хвороб серцево-судинної системи, головних болей, порушень сну.

"Нав'язливою магазинною залежністю" страждає понад 20 % жителів розвинених країн і з кожним роком ця цифра збільшується [9]. Введення дисципліни "Нейромаркетинг" у деяких вузах Німеччини та інших країн є соціально безвідповідальним кроком і підлягає забороні. Тільки в Німеччині останнім часом на хворобу "оніоманія" хворіє 800 тис. німців [10].

Музика також впливає на настрої покупців. Тому у ряді країн у великих універсальних магазинах створюють м'який музичний фон. За даними дослідницького агентства *Magnum Market Research* (MMR), розмірені (близько 60 тактів за хвилину) мелодії частіше підштовхують людей до імпульсних покупок. Людина під їх дією може витратити на 35 – 40 % більше грошей, ніж збиралася [11, с. 105]. Під таким впливом людина купує непотрібний товар. Наприклад, за даними агентства MMR, потенційних покупців навігаційних систем, спортсменів і мандрівників можна повернути до місця продажу енергійними ритмами, а домогосподарок у відділ побутових товарів – спокійними мелодіями, що нагадують про домашній затишок. Звичайно, не можна заборонити використовувати музику різних ритмів, але потрібно розробити норми, які б регулювали це. Основну роль повинні відігравати органи державного управління і громадські органи управління із захисту прав споживачів.

Крім звуків і впливу за допомогою кольору і зображень, роздрібні торговці цікавляться і запахами. Мета ароматичного маркетингу – за допомогою дії запахів впливати на поведінку клієнтів, а також на їх позитивне сприйняття пропозиції. Згідно з дослідженнями фахівців, 98 % всієї рекламної інформації не сприймається взагалі, а середня тривалість сприйняття рекламного оголошення складає лише 2 секунди [12, с. 36]. Застосування таких "несподіваних" подразників, як аромат, може подовжити час розгляду оголошення і спонукати людину більш інтенсивно її вивчити. Проведені експерименти показують, що ароматизація торгових приміщень здатна стимулювати динаміку продажів у середньому на 15 %, тому що не менше 70 % споживачів оцінюють за запахом такі якості продукту, як свіжість і вишуканість. Запахи найшвидше пробуджують пам'ять не тільки логічну, але й емоційну, так як швидкоплинний запах може пробудити в людини ланцюг пов'язаних асоціацій [13, с. 46]. Великі супермаркети розпилюють ароматизатори із запахом кави, свіжої випічки або фруктів, аби підняти свої продажі. Запах свіжого хліба з магазинних міні-пекарень добре підвищує продаж продуктів і напоїв. Найбільш смізнаними і присмними для людей визнані запахи кави, дорогої шкіри, випічки, карамелі, ванілі і смаженої картоплі [14]. Такі методи впливу на покупців призводять до збільшення обсягів продажів. Так наприклад, торгова марка кофе "TCHIBO", що володіє, крім кавової торгової марки, ще і мережею невеликих магазинів в Австрії і Німеччині, не знаючи, як підняти рівень відвідування своїх закладів, поставила на вулиці недалеко від входу в магазин спеціальні апарати, які поширювали запах кави. "Кавова хвиля" примушувала більшість пішоходів зупинитися і заходити в магазин. Як відзначила пізніше компанія, зростання рівня відвідування складало від 72 до 134 % залежно від типу торгової точки [15]. Постійне розпилювання ароматизаторів у місцях продажу товарів негативно впливає на організм людини. Ароматизатори розвивають постійний апетит, пригнічують серцеву і дихальну діяльність, призводять до порушень в імунній системі людини.

Отже, виробникам та продавцям потрібно плекуватися не про музичне оформлення, ароматизацію приміщень і яскраві картинки, а про якість наданих послуг та товарів, що продаються, тоді їх товар або послуги споживачі будуть вибирати без важелів впливу на нього. Необхідно прийняти закони, які б регулювали використання нейромаркетингових прийомів, інакше у людини з постійним впливом на нього можуть розвинути захворювання нервової системи. Нейромаркетинг не задовольняє потреби споживачів і не створює щось нове, а лише організовує умови для продажу, а тому ці умови не повинні шкодити як психологічному, так і моральному здоров'ю людини.

*Наук. керівн. Рубан В. В.*

**Література:** 1. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы / Лебедев-Любимов А. Н. – СПб. : Питер, 2003. – 230 с. 2. Мозер К. Психология маркетингу та реклами / Мозер К. – Х., 2004. – 270 с. 3. Руслан Яворский. Тайны нейромаркетинга [Электронный ресурс] / Руслан Яворский. – Режим доступа :

www.businesspress.ru/newspaper/article\_mId\_21962\_aId\_358525.html. 4. Нейромаркетинг. Визуализация эмоций [Neuromarketing: Die innovative Visualisierung von Emotionen]. – М. : Альпина Паблишерз, 2009. – 113 с. 5. Что такое нейромаркетинг? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://iamasoruywriter.ru/2011/05/11/neuromarketing/>. 6. Психология цвета в рекламе [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.korolewstvo.narod.ru/marstat/adcolor\\_1.htm](http://www.korolewstvo.narod.ru/marstat/adcolor_1.htm). 7. Ківі Б. Гігабайти влади. Інформаційні технології між свободою і тоталітаризмом / Ківі Б. – Вид. "БЕСТСЕЛЛЕР", 2004. – 352 с. 8. Glimcher P. Neuroeconomics: Decision Making and the Brain. Academic Press, 2007. – 556 p. 9. Григорий Чаусовский. Психология нейтрализации "навязчивой магазинной зависимости" (ониомании, шопингомании) [Электронный ресурс] / Григорий Чаусовский. – Режим доступа : <http://psyfactor.org/lib/psychotop48.htm>. 10. Более 800 тысяч немцев страдают от "шопинговой" зависимости / [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://travel.newsru.com/article/21Jul2008/deomania>. 11. Рюмшина Л. И. Манипулятивные приемы в рекламе : учебн. пос. / Рюмшина Л. И. – М. : Ростов н/Д : Изд. Центр "МарТ", 2004. – 235 с. 12. Попова Ж. Г. Идеи психоанализа в современной рекламе / Ж. Г. Попова // Журнал Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. – № 1. – С. 34–38. 13. Наумов В. Нейромаркетинг: эффективный инструмент влияния на споживача / Наумов В., Комова Т. // Маркетинг і маркетингові дослідження. – 2008. – № 2. – С. 45–48. 14. Нейромаркетинг // Інформаційний портал української мережі ділової інформації ЛІГАБізнесІнформ / Інформаційне агентство ІАЦ "ЛІГА", 2006. – Режим доступа : [www.uslugy.ru/a-id-12356.html](http://www.uslugy.ru/a-id-12356.html). 15. Мергулов Р. Н. Управление поведением споживачів / Мергулов Р. Н. // Маркетинг Менеджмент. – 2008. – № 345. – С. 32–35.

УДК 379.822

**Грепан Т. С.**

Студент 4 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **РОЛЬ АНІМАЦІЇ НА ФЕСТИВАЛЯХ ТА КАРНАВАЛАХ**

*Анотація. Проаналізовано роль анімації в організації та проведенні фестивалів і карнавалів, що розглянуті як види подієвого туризму.*

*Аннотация. Проанализирована роль анимации в организации и проведении фестивалей и карнавалов, которые рассмотрены как виды событийного туризма.*

*Annotation. In this article the role of animation in the organization and realization of festivals and carnivals, which are considered as types of event tourism has been analyzed.*

*Ключові слова: анімація, фестиваль, карнавал, подієвий туризм.*

В останній час особливу популярність набуває подієвий туризм як значуща частина культурного туризму, що зорієнтована на відвідування дестинації у визначений період часу, що пов'язаний з якоюсь подією у житті суспільства, природним явищем, що рідко спостерігається, наприклад сонячним або місячним затемненням [1].

Одними з найбільш популярних видів подієвого туризму на сьогоднішній день є фестивалі та карнавали. Вони проходять практично в усіх країнах світу та приваблюють мільйони туристів з усіх куточків землі. Наприклад, лише у першу ніч карнавалу у Ріо-де-Жанейро у 2010 р. були присутні більш як 60 тисяч глядачів, кожен з яких витратив у середньому 1 500 доларів, щоб потрапити на цю подію.

Вивченням подієвого туризму займалися такі автори, як Зима А. Г., Бабкін А. В., Морозова І. В., Слободенюк О. В, але анімація не була достатньо розкрита, тому тема статті є актуальною і потребує подальшого теоретичного та практичного дослідження.

Мета дослідження – проаналізувати роль анімації в організації та проведенні фестивалів і карнавалів.

Карнавал і фестиваль, як вид подієвого туризму має ряд суттєвих відмінностей.

Фестиваль (фр. *festival*, від лат. *festivus* – святковий) – масове святкування, показ досягнень музичного, театрального, естрадного, циркового або кіномистецтва [2].

Фестивалі можуть продовжуватись від кількох днів до півроку та суттєво відрізнятися за змістом. Наприклад, Музичний фестиваль Андрія Баранова МАМКАБО у Росії проходить за 3 – 4 дні, а торговий фестиваль Dubai Shopping Festival продовжується 1 місяць.

Види фестивалів за змістом наведені на рисунку.

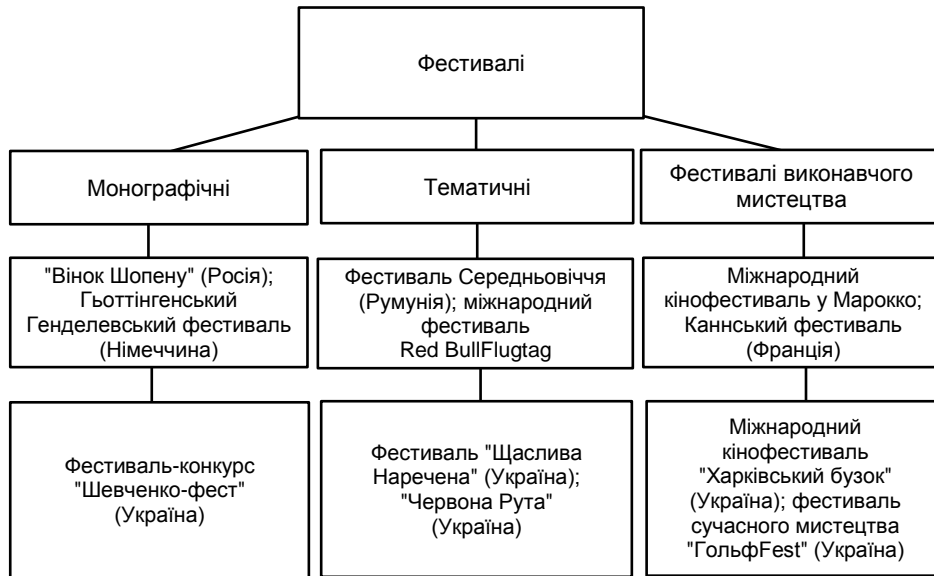


Рис. 1. Види фестивалів за змістовою складовою

Фактично кожного дня у якомусь куточку земної кулі відбувається свято або карнавал, виставка чи фестиваль, релігійне свято чи день народження монарха. Найбільш відомими серед них є [3]:

- фестиваль культур у Берліні (Німеччина);
- фестиваль "Цирк майбутнього" у Парижі (Франція);
- міжнародний фестиваль пива у Берліні (Німеччина);
- Oktoberfest у Мюнхені (Німеччина);
- салон шоколаду в Парижі (Франція);
- фестиваль хризантем (Японія);
- фестиваль у Каннах (Франція);
- карнавал у Ріо-де-Жанейро (Бразилія);
- венеціанський карнавал (Італія);
- кельнський карнавал (Німеччина).

Фестивалі в Україні почали проводити досить інтенсивно, однак на території нашої країни доки не організовуються карнавали.

Карнавал передбачає свято, що пов'язане з перевдяганням. Карнавал як весняне народне свято з'явився в Італії, пізніше у ряді інших країн і супроводжується танцями, маскарадом; костюмоване народне гуляння [4]. Фестиваль спрямований на показ визначеної події глядачу, а карнавал – на участь глядача у цій події, включаючи використання костюмів, масок.

Основним способом залучення глядача на фестиваль або карнавал є якісна та цікава програма їх проведення, складанням якої займається команда організаторів та аніматорів.

Анімація є невід'ємною частиною будь-якого виду подієвого туризму, оскільки призначена для розваг людей, пожвавлення їх відпочинку, підвищення загального враження про подію і, як наслідок, повторного залучення до події. У анімаційних програмах подієвого туризму часто беруть участь співаки та актори, політики, відомі люди.

Анімаційні програми на фестивалях і карнавалах можуть бути різними, але в цілому вони мало відрізняються від подібних програм у готелях та клубах. Вони включають спортивні ігри та змагання, танцювальні вечори, ігри, хобі, заняття, що входять у сферу духовних інтересів.

Основним завданням аніматорів є безпосередній інтерактивний контакт з глядацькою аудиторією. Також аніматори можуть зустрічати та супроводжувати гостей. Аніматори можуть виступати у ролі співведучих заходу та працювати з групами гостей. Часто аніматорів використовують для стимуляції події. Якщо свято у піратському стилі, то і аніматори теж пірати, або жертви, звісно, що вони працюють на основне завдання події.

Анімація є різновидом туристської діяльності, що залучає туристів у різноманітні заходи через участь у спеціально розроблених програмах дозвілля.

Розважаючись людина або група задовольняє свої духовні потреби, оцінює свою особистість, аналізує свою роль у масштабах різних підсистем. Процеси розваг здійснюються як у природній, так і в неприродній, штучно створеній обстановці.

Для того щоб успішно скласти розважальну програму, необхідно сформулювати такі її елементи:

- жанр, у якому створюється особлива атмосфера і почуття для глядачів (драма, клоунада, мюзикл). При цьому номери та фрагменти повинні сполучатися таким чином, щоб склалася єдина картина і пов'язана структура елементів даної вистави;

- назва даного шоу, яка створює настрій і розкриває його суть;

- сценарний план, у якому позначений перелік елементів, фрагментів, подій у процесі їх розвитку, персонажів, їх відносин та рух;



сценарій, тобто деталізацією пунктів сценарного плану, а також робота над літературною частиною – проробкою монологів та діалогів, вивченням стилю мовлення; режисерський план – переклад літератури на мову дії (якщо це постановка за мотивами літературного твору), складання і координація безперервного ланцюжка дій, робота з технікою, світлом та звуком [5].

Крім того важливо правильно обрати місце, де буде розіграватися дана дія, визначитись із темпом, ритмом, включенням ефектних моментів та репетиційним періодом.

Таким чином, основною метою туристської анімації є задоволеність туриста відпочинком, його гарний настрій, позитивні враження, відновлення моральних та фізичних сил. У цьому полягають найважливіші рекреаційні функції туристської анімації. Значення туристської анімації полягає у підвищенні якості, різноманітності і привабливості туристичного продукту, збільшенні кількості постійних клієнтів та відвідувачів заходів, підвищенні попиту на туристський продукт і, відповідно, підвищенні ефективності його використання, дохідності та рентабельності туристської діяльності.

Наук. керівн. Лопа Ю. Ю.

---

**Література:** 1. Зима А. Г. Событийный туризм: карнавалы, фестивали, праздники, выставки, парки : препринт / Зима А. Г., Шейко О. Ю. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2010. – 160 с. 2. Вікіпедія – Вільна енциклопедія. – Режим доступу : <http://www.ru.wikipedia.org/>. 3. Бабкин А. В. Специальные виды туризма : учебное пособие / Бабкин А. В. – Ростов-н/Д : Феникс, 2008 – 122 с. 4. Вікісловник – Вільний словник. – Режим доступу : <http://ru.wiktionary.org/wiki/>. 5. ЗПД – Інститут туризму. – Режим доступу : <http://www.zpit.org/item177/>.

УДК 338.487\_057:37

---

**Рабаданова Я. М.**

Студент 5 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗИ**

*Анотація. Розглянуто стан сучасного ринку туристичних кадрів в Україні та світі, проведено аналіз показників зайнятості в туристичній галузі на прикладі європейських країн, визначено вимоги до підготовки професійних кадрів.*

*Аннотация. Рассмотрено состояние современного рынка туристических кадров в Украине и в мире, проведен анализ показателей занятости в туристической отрасли на примере европейских стран, определены требования к подготовке профессиональных кадров.*

*Annotation. The state of contemporary tourist labour market in Ukraine and abroad is considered, the indicators of employment in tourist industry by example of European countries were analysed, defines the specifications of education and practical training in tourism are defined.*

*Ключові слова: ринок туристичних послуг, туристична освіта.*

На сучасному етапі туризм є галуззю, яка найбільш стрімко розвивається. За даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО), передбачається зростання туристичного потоку до 1,6 млрд осіб до 2020 року [1].

Цей факт зумовлює підвищення інтересу з боку держав не тільки до проблем розвитку туризму в цілому, а й до питань підготовки персоналу підприємств галузі, вдосконалення існуючих систем туристської освіти. Тому тема роботи є актуальною.

Україна не є винятком у світових тенденціях. Динамічний розвиток туризму в країні ставить високі вимоги до рівня підготовки кадрів для галузі.

Туристська освіта в Україні сьогодні набуває особливої значущості. Про це свідчать конкурси на туристські спеціальності за останні роки. Проведення різних тематичних виставок, туристських салонів, ярмарок, підписання угод з обласними державними адміністраціями щодо підготовки та підвищення кваліфікації фахівців туризму і готельної справи для регіонів – усе це сприяло пропаганді нових спеціальностей і залученню до професійного навчання з туристського напрямку зацікавленої молоді [2].



Зміст професійної туристської освіти детально розкрито в працях зарубіжних – W. Catesby (1970), W. Richards (1997), Єрмілова Д. В. (2000), Квартальнов В. О. (2000) та вітчизняних авторів – Цибух В. І., Федорченко В. К.

Підготовкою фахівців галузі туризму займаються більше 80 вищих навчальних закладів України та ще більше професійних закладів нижчого рівня акредитації. Це, безумовно, сприяє розвитку туристичної галузі, але низький ступінь співробітництва між закладами професійної туристичної освіти та підприємствами не дає можливості для становлення високоякісного не тільки теоретичного, а й практичного аспекту освіти. Недостатність практичних навичок гальмує розвиток туристичної сфери, оскільки підприємствам необхідно проводити навчання співробітників вже на робочому місці, втрачаючи не тільки час, а й кошти. У свою чергу, вищі навчальні заклади зацікавлені в тому, щоб їхні випускники були конкурентоспроможними на ринку праці, оскільки це є показником якості підготовки окремого закладу та вагомою підставою для майбутнього співробітництва між підприємством-роботодавцем та закладом освіти.

Накопичений досвід підтверджує факт підвищення вимог до рівня компетентності фахівців туристичної галузі з боку підприємств. Важливим є не хаотичний набір знань, умінь та навичок, а консолідована та ефективна при застосуванні на практиці структура.

Конкурентоспроможність фахівців у галузі туризму визначається отриманими ними навичками у сфері інформаційних технологій, іноземних мов, географії та організаційно-управлінської діяльності.

Особливістю формування змісту навчання кадрів для сфери туризму є орієнтація їх на світовий досвід теоретичної і практичної професійної підготовки, формування ієрархічного рівня туристської діяльності відповідно до рівнів зайнятості у сфері туризму.

Досвід підготовки кадрів туристичної сфери у країнах Західної Європи та Північної Америки набагато більший, ніж у країнах Східної Європи, в тому числі й в Україні. Існує багато всесвітньо відомих закладів, таких, як: Інститут гостинності й туризму Le Monde у Греції, Університет Джеймса Кука в Австралії, Школа готельного господарства в Гаазі, Університет Джорджа Вашингтона в США, Корнельський університет у США, Інститут міжнародного готельного менеджменту в Швейцарії, Інститут туризму економічного університету Відня в Австрії та багато інших. Деякі з них спеціалізуються лише на туризмі і готельному господарстві. Цей факт дає змогу налагоджувати зв'язки на постійній основі з туристичними фірмами та готелями для результативної виробничої практики з подальшим працевлаштуванням. У цьому випадку туристичні спеціальності не є додатковими, "запасними", а навчальний заклад прикладає всі зусилля на розробку нових технологій викладання, на вдосконалення навчального процесу.

Зважаючи на вищезазначене, під егідою Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) були розроблені граничні рамки загальних характеристик та акредитаційних стандартів. У сучасних дослідженнях аналізується можливість запровадження міжнародного стандартного іспиту – кваліфікаційного туристичного тесту за здатностями (КТТЗ), метою якого є оцінити спроможність студентів до діяльності у сфері туризму. Це дозволить продовжити навчання на курсах, створити умови для кар'єрного зростання, надасть можливість удосконалити професійні знання та навички працівників [2].

Крім фрагментації навчання в галузі туризму, існує низка аспектів, що стосуються туристичної зайнятості і характеризують специфічні умови праці в даному секторі економіки. Вони здійснювали значний негативний вплив на процес сприйняття праці у сфері туризму щодо можливостей майбутньої кар'єри та заохочування студентів із хорошим потенціалом.

Всесвітня туристична організація виділила групу чинників зайнятості у сфері туризму:

високий відсоток робітників з частковою зайнятістю;

високий відсоток тимчасових працівників;

високий відсоток робітників інших галузей без спеціальної підготовки в галузі туризму;

велика кількість жінок, які працюють у даному секторі, але їх малий відсоток на керівних посадах;

велика кількість іноземних працівників за тимчасовими контрактами;

велика кількість молоді з низькою кваліфікацією;

велика кількість працівників "чорного ринку";

низький рівень оплати праці порівняно з іншими секторами економіки;

велика тривалість робочого тижня;

низький рівень членства у профспілках [2].

Однак дуже складно робити якісь узагальнення, оскільки умови праці в цьому секторі економіки не є однаковими в різних країнах.

Наприклад, що стосується зайнятості в туризмі в країнах Євросоюзу, то, беручи до уваги розмір ринку праці, найбільша частка зайнятих у цьому секторі припадає на Мальту – 8,3 %, Іспанію – 7,1 %, Грецію – 6,9 %, Австрію – 6,4 % та Кіпр – 6,3 %. Загалом у готельному господарстві Євросоюзу зайнято близько 13 млн осіб. При цьому туризм у країнах Євросоюзу є важливим фактором функціонування економіки, соціального і культурного розвитку. У країнах Карибського басейну частка зайнятих сягає 60 % усіх працевлаштованих. Крім того, відомо, що чим вищий рівень життя у країні, тим менша частка зайнятих припадає на туристичну галузь [3].

Всесвітня рада з подорожей і туризму надає такі дані за показником зайнятості у сфері туризму за період з 2000 по 2011 роки (рисунок) [4].

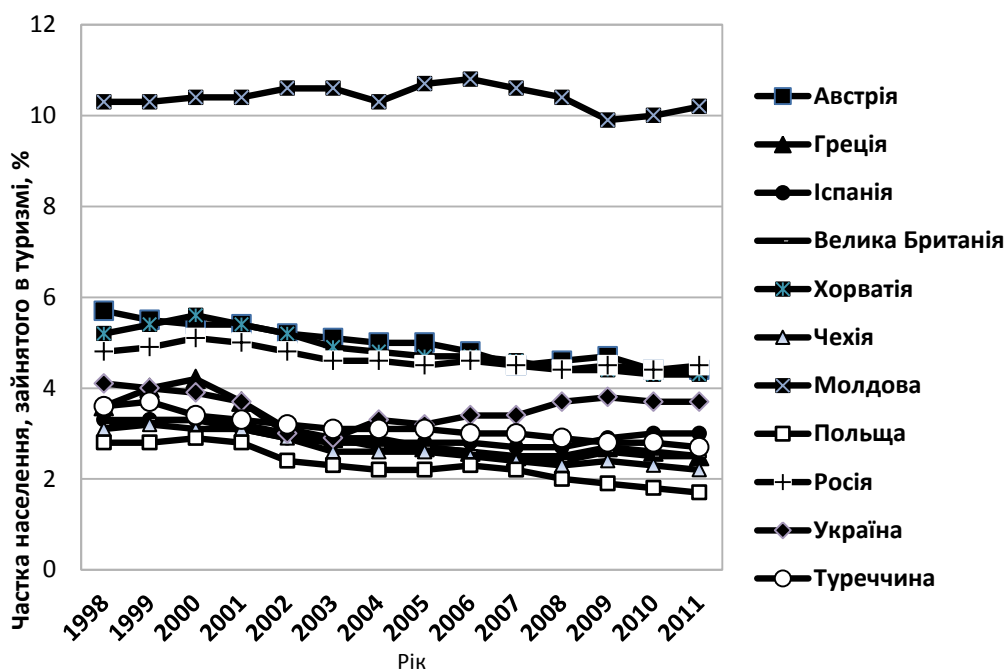


Рис. Динаміка частки зайнятих у туризмі за деякими країнами Європи

Як видно з рисунка, немає відчутної тенденції до зростання кількості населення, зайнятого в туризмі. У деяких країнах щороку темп зростання працевлаштованих навіть знижується, що свідчить про стабілізацію попиту на туристичні послуги. Така ознака є показником стабільності розвитку галузі. У разі, якщо країна бажає отримувати постійно зростаючі показники, необхідно запроваджувати нові види послуг та напрями туризму, які на початковому етапі дадуть змогу збільшити кількість зайнятих.

Таким чином, головною метою туристичної освіти є покращення її якості з урахуванням тенденцій розвитку світового туризму, досвіду провідних профільних навчальних закладів та потреб національних підприємств.

Крім того, є очевидною важливість створення уніфікованих вимог до фахівців туристичної сфери, так званого єдиного стандарту, у підготовці професійних туристських кадрів. Не менш суттєвим є впровадження на практиці принципу багаторівневої та безперервної стаціонарної та післядипломної освіти різних рівнів, у тому числі і стажування, зокрема за кордоном.

Наук. керівн. Дехтяр Н. А.

**Література:** 1. Сайт Всесвітньої туристичної організації – Режим доступу : [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org). 2. Федорченко В. К. Педагогіка туризму / В. К. Федорченко, Н. А. Фоменко, М. І. Скрипник та ін. – К. : Видавничий дім "Слово", 2004. – 296 с. 3. Сайт Євростату. – Режим доступу : <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>. 4. Сайт Всесвітньої ради з подорожей і туризму. – Режим доступу : <http://www.wtcc.org>.

УДК [338.48-6:65] (477.54)

**Гламаздіна Н. А.**

Студент 5 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В ХАРКОВІ

*Анотація. Розглянуто перспективи розвитку ділового туризму в Харкові, проаналізовано передумови до його активного зростання, а також обґрунтована необхідність розвитку саме цього виду туризму в даному регіоні.*

*Аннотация. Рассмотрены перспективы развития делового туризма в Харькове, проанализированы предпосылки к его активному росту, а также обоснована необходимость развития именно этого вида туризма в данном регионе.*

© Гламаздіна Н. А., 2012



*Annotation. The article considers the prospects of business-tourism development in Kharkiv. It analyzes prerequisites for its active growth and justifies the necessity of development of this specific kind of tourism in the region.*

*Ключові слова: діловий туризм, потоки ділових туристів, туристична інфраструктура міста.*

Одним з найбільш прибуткових напрямків у світовому туризмі є діловий туризм, частка якого складає 9 % у загальній кількості міжнародних подорожей. У 2010 році у світі було зафіксовано 935 млн ділових туристів [1]. Вважається, що в середньому витрати туристів у день під час ділових поїздок перевищують витрати відпочиваючих у два рази [2]. Крім того, в таких поїздках зазвичай передбачений високий рівень обслуговування, що дозволяє підприємствам туризму отримувати більші прибутки.

На світовому туристичному ринку існують певні центри ділового туризму, серед яких країни Прибалтики та Китай. В Україні основними центрами ділового туризму на даний момент вважаються Київ та Крим. Однак і Харків має значний потенціал для створення на його території центру ділового туризму. Харківська область є одним з основних промислових регіонів України, що робить Харків місцем зустріч бізнесменів з клієнтами, постачальниками та партнерами. Розвиток ділового туризму підвищує надходження у міський бюджет, а також піднімає рейтинг Харкова як гостинного і розвиненого європейського міста. У зв'язку з цим тема є актуальною та потребує подальших досліджень.

Питаннями розвитку ділового туризму займалися ряд вчених і фахівців: Ю. Герасимчук, І. Пшоняна, С. Романов, О. Савран, Н. Соболева та ін. Однак недостатньо уваги було приділено аналізу перспектив розвитку ринку ділового туризму в Харкові, а також перетворення міста на зручний і комфортабельний центр ділового туризму.

Метою статті є обґрунтування важливості розвитку ділового туризму в країні і надання рекомендацій щодо його розвитку в Харківському регіоні.

У 2010 році кількість туристів, що приїхали до України, склала 21,184 млн осіб, з них лише 3,27 % – з діловими цілями. Аналіз частки ділових туристів у загальній кількості іноземних туристів, що відвідують Україну, за країнами показав, що ця частка значно відрізняється в різних країнах. Сегментування потоків ділових туристів наведено в таблиці.

Таблиця

**Сегментація потоків ділових туристів за країнами прибуття**

Сегменти	Загальна кількість туристів < 5 тис. осіб	Загальна кількість туристів > 5 тис.чол
Частка ділових туристів у загальній кількості туристів > 20 %	I Хорватія, Македонія, Єгипет, Бразилія, Чорногорія, Аргентина, Південна Африка, Пакистан, Саудівська Аравія, Боснія і Герцеговина, Люксембург, Куба, ОАЕ, Ісландія, Сінгапур, Індонезія	II Туреччина, Чеська Республіка, Грузія, Австрія, Болгарія, Китай, Швеція, Данія, Індія, Бельгія, Іран, Фінляндія, Сербія, Японія, Словенія, Корея
Частка ділових туристів у загальній кількості туристів < 20 %	III Ірландія, Сирійська Арабська Республіка, Португалія, Ліван, В'єтнам, Ірак, Кіпр, Нігерія, Лівійська Арабська Джамахірія, Марокко, Малайзія, Туніс, Мексика, Філіппіни, Афганістан, Нова Зеландія	IV Російська Федерація, Молдова, Білорусь, Польща, Угорщина, Румунія, Німеччина, Словаччина, Сполучені Штати Америки, Узбекистан, Ізраїль, Італія, Азербайджан, Сполучене Королівство, Франція, Вірменія

Як видно з таблиці, більшість країн, що беруть участь у туристичному обміні з Україною, поділені на 4 групи. Найбільш розвиненим є туристичний обмін з країнами другої групи. З цих країн в Україну приїжджають більш ніж 5 тис. осіб на рік кожна і більш ніж 20 % з них відвідують Україну з діловими цілями. Група країн у лівому верхньому секторі також дуже важлива для розвитку ділового туризму як в Україні, так і Харкові. Це країни, кількість прибуттів з яких невелика, але більш ніж п'ята частина цих туристів прибуває до України з діловими цілями. В деяких країнах, наприклад Боснії і Герцеговині, цей показник перевищує 50 %. Необхідно зазначити, що діловий туризм є найбільшим джерелом прибутку від в'їзного туризму з цих країн.

Стосовно нижніх секторів, частка ділових туристів з цих країн менша за 20 %. З одного боку, це може бути наслідком слабких ділових та партнерських відносин між країнами або недостатньої привабливості України з точки зору туризму, з іншого – більшої привабливості країни як осередку відпочинку, аніж ділової активності. Таким чином, необхідно приділяти більше уваги рекламі України як центру ділового туризму в цих країнах. Особливо ефективною ця діяльність може виявитися в країнах нижнього правого сектору, тому що кількість іноземних туристів з цих країн, що відвідують Україну, громадян цих країн досить значна [3].

Розвиток ділового туризму сприятиме розвитку індустрії туризму в Україні та, зокрема, в Харкові, тому що більшість бізнес-туристів, крім ділових заходів, бажають також включити в програму поїздки і огляд місцевих визначних пам'яток. Крім того, за прогнозами СOT, діловий туризм є видом туризму, що буде розвиватися найбільш динамічно протягом найближчих років [4].





Розвиток ділового туризму неможливий без розвинутої міської інфраструктури. Напередодні міжнародного чемпіонату Євро-2012 інфраструктура Харкова активно розвивається: готелі проводять реконструкцію, що спрямована на підвищення своєї категорії або збільшення номерного фонду, будуються нові готелі, наприклад Kharkiv Palace. Така тенденція викликана вимогами УЄФА до готельної бази міста, що передбачають наявність 2 765 номерів. Поліпшується стан доріг, на ремонт і реконструкцію яких, згідно з бюджетом міста, у 2011 році міська влада витратила майже 228 млн грн [5]. Реконструкція старого та поява нового сучасного терміналу аеропорту європейського класу створюють додаткові умови для організації прямих рейсів. Що стосується бізнес-авіації, в Харкові вона не дуже розвинена. Основний постачальник даних послуг в Україну – Авіакомпанія Бізнес Авіація, що на даний момент не має представництва у Харкові [6].

На можливість міста щодо прийому ділових туристів впливає також розвиненість мереж виставкових та конгресних центрів, бізнес-готелів, бізнес-авіації, платіжних систем, сучасних технологій, що дозволяють діловій людині незалежно від місцезнаходження керувати своїми справами. У Харкові відкрито близько 50 конференц-залів місткістю від 50 до 600 осіб, однак великих виставкових залів у місті небагато: ПВЦ "Радмір Експохол", Міська Галерея, Палац Спорту. Проте в місті безліч виставкових залів меншої місткості. [7]. Також функціонують кілька компаній, що займаються наданням меблів та обладнання для проведення конференцій і переговорів, найбільш відомі з них ТОВ "Бронт ЛТД" і Ivanuch [8].

Через необхідність ефективно використовувати свій час ділові люди особливу увагу приділяють розвиненості Інтернет-технологій у місті проведення заходу. В Україні, наприклад, діє електронна система для планування та організації заходів, що надає учасникам і доповідачам онлайн-системи можливості для пошуку і призначення ділових зустрічей через мобільні пристрої та ноутбуки. Система займається пошуком учасників, призначенням зустрічей та оцінкою виступів. Таким чином, значно скорочується час, що витрачається на приготування до конференції, а під час її проведення значно полегшується доступ учасників до інформації [9].

Широко використовується в діловому туризмі мобільний путівник, що дозволяє знайти необхідний туристу готель, ресторан тощо. Довідник містить інформацію про такі країни, як Україна, Росія, Таїланд, Туреччина, Італія, Франція, Чехія, Іспанія, Вірменія, Великобританія, Польща. Використання такого путівника полегшує і прискорює туристам доступ до будь-якої необхідної інформації про країну під час подорожі.

Необхідно зазначити, що для розвитку ділового туризму велике значення має наявність гольф-клубів, що відповідають міжнародним стандартам. В Україні їх відкрито чотири: в Луганській області, Одесі, Києві та Харкові. Ще один клуб будується в Донецьку. У процесі досліджень Національної асоціації гольфу в США з'ясувалося, що гравці в гольф часто продовжують ділові поїздки та залишаються в дестинації на більш довгий термін, щоб встигнути пограти в гольф, або ж здійснюють додаткові поїздки з тією ж метою [10].

Також варто враховувати тенденцію збільшення кількості ділових туристів, що подорожують разом із сім'ями. Цей факт веде до необхідності появи в бізнес-готелях послуг няні, ігрових кімнат, спортивних майданів. Наприклад, The Athenaeum Hotel у Лондоні пропонує "Мері Поппінс кекедж", до якого входять послуги няні, яка відвідує місцеві визначні пам'ятки разом з дітьми, поки батьки займаються діловими справами. В Європі та Америці існують також самостійні компанії, що займаються наданням послуг няні для постояльців готелів. В Україні такі послуги поки що не набули широкої популярності.

Основні зміни, що відбуваються зараз в інфраструктурі Харкова та сфері надання послуг туристам, націлені на проведення Євро-2012. До Харкова приїде за попередніми оцінками близько 511 тис. туристів, уболівальників, а також осіб, які супроводжують команди і представників УЄФА, що є потенційними носіями реклами міста. Необхідно продемонструвати максимум можливостей Харкова не тільки у сфері гостинності, а й у сфері ділового спілкування, і створити образ Харкова як міста, що ідеально підходить для проведення конгресів, виставок, конференцій та тимбилдингових заходів за відносно невисокою ціною на подібні послуги.

Таким чином, Харків має всі передумови для того, щоб стати центром ділового туризму. Більш того, на даний момент це найбільш перспективний вид туризму для розвитку в Харкові. Однак не всі необхідні для цього фактори достатньо розвинені, тобто Харківська муніципальна влада у співпраці з приватними інвесторами повинна приділити максимум уваги подальшому розвитку інфраструктури і залученню ділової спільноти до Харкова.

*Наук. керівн. Лола Ю. Ю.*

**Література:** 1. Центр міжнародних перевозок та туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cmpt.com.ua/>. 2. International Trade Centre, report "Business tourism: Niches for Developing countries". – 2010. 3. UNWTO, World Tourism Barometer. – January, 2011. 4. Харьков-онлайн [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kharkov-online.com/>. 5. Premier-Expo [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.pe.com.ua>. 6. Арендсф [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://arendoff.com.ua>. 7. Авіакомпанія Бізнес-Авіація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.vip-aero.com.ua>. 8. ВТА Ukraine [Electronic resource]. – Access mode : <http://mice.com.ua>. 9. Tourism New South Wales [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.visitnsw.com>. 10. Организация Объединенных Наций [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://un.org/ru/>.

# Зміст

<b>Криштоп Н. А.</b> Проблемні питання аналізу стану та ефективності використання основних засобів підприємства.....	3
<b>Дудніченко О. В.</b> Розробка пропозицій щодо підвищення ефективності використання основних засобів.....	5
<b>Мищенко І. Ю.</b> Ефективна система управлінського обліку в банках.....	8
<b>Волковська Я. В.</b> Визначення проблем обліку кредитних операцій у комерційних банках України.....	10
<b>Руденко О. О.</b> Теоретичні аспекти обліку резервів під кредитні ризики в банках.....	12
<b>Артюшенко Д. С.</b> Комплекс моделей антикризового управління підприємством.....	14
<b>Катречка А. А.</b> Особенности применения динамических моделей в оценке развития региона.....	17
<b>Золотарьова А. М.</b> Напрями підвищення ефективності управління виробничими витратами на вітчизняних підприємствах.....	21
<b>Лук'янчикова А. С.</b> Моделі аналізу динаміки ринкової вартості підприємства.....	22
<b>Колышкин Д. С.</b> Моделирование дефолтов с помощью теории катастроф.....	24
<b>Клеванный Д. А.</b> Комплекс моделей оценки и прогнозирования вероятности банкротства предприятия.....	26
<b>Погребняк А. С.</b> Оптимальная политика экономической стабилизации и управления экономической системой в условиях противоречивых целей и изменчивой внешней среды.....	29
<b>Снурникова Е. А.</b> Особенности моделирования процессов налогообложения.....	33
<b>Старыгин И. С.</b> Модель прогнозирования процентной ставки на рынке межбанковского кредитования.....	35
<b>Любарець М. Ю.</b> Моделі аналізу структурних компонент фінансової безпеки держави.....	37
<b>Хоменко М. И.</b> Анализ мировой эколого-экономической системы с помощью методов дифференциальных уравнений и имитационного моделирования.....	40
<b>Семенський М. В.</b> Нечітка модель оцінки фінансової складової економічної безпеки держави.....	43
<b>Фастивец В. Т.</b> Исследование динамики абонентских баз мобильных операторов Украины.....	45
<b>Семешкин С. Н.</b> Анализ волатильности временных рядов валютных котировок с использованием GARCH- и EWMA-методов.....	48
<b>Тихомолова Е. А.</b> Модели оценки финансовых кризисов на основе теории катастроф.....	50
<b>Мільченко А. О.</b> Державне регулювання інвестиційної діяльності в Україні на прикладі Полтавського регіону.....	53
<b>Огуреева О. С.</b> Моделі оцінки та аналізу соціальної сфери життєдіяльності регіону.....	56
<b>Скаска И. Н.</b> Исследование проблемы подбора HR-менеджера и создания HR-отдела на предприятии.....	61
<b>Вдовенко В. В.</b> Організація процесу адаптації персоналу на промисловому підприємстві.....	63

<b>Шевченко А. В.</b> Фактори кар'єрного зростання працівників підприємства.....	65
<b>Денисова Т. Є.</b> Зміни нормативно-законодавчої бази щодо оподаткування прибутку підприємств.....	68
<b>Ставицька К. А.</b> Особливості ділової кар'єри жінки.....	70
<b>Мордовец А. В.</b> Факторы, влияющие на формирование трудовых ресурсов на сельскохозяйственных предприятиях.....	72
<b>Федчук И. Г.</b> Направления совершенствования инвестиционного климата в Украине.....	74
<b>Беженарь О. А.</b> Проблема высвобождения персонала на предприятии.....	76
<b>Тоюнда А. О.</b> Види системного аналізу конфлікту.....	79
<b>Стасюк В. О.</b> Використання робочого часу та аналіз його ефективності на підприємстві.....	81
<b>Куцак О. В.</b> Показники якості трудового життя працівників підприємств.....	82
<b>Пух К. О.</b> Аналіз методів підбору персоналу на промислових підприємствах.....	84
<b>Котляревська К. Ю.</b> Аналіз напрямків удосконалення управління персоналом в умовах реструктуризації.....	86
<b>Маркарян Ю. Е.</b> Сутність адаптації персоналу та розробка програми для ефективної діяльності підприємства.....	88
<b>Журавлєва К. К.</b> Инвестиции в человеческий капитал украинских предприятий.....	90
<b>Литвинцева Г. С.</b> Основні напрями підвищення ефективності діяльності підприємства на прикладі ЗАТ "Хлібозавод "Салтівський".....	92
<b>Воргуль Т. В.</b> Оптимизация сальдо торгового баланса предприятий пищевой промышленности.....	95
<b>Казарина А. Р.</b> Оптимальное управление портфелем активов.....	97
<b>Шеховцева К. В.</b> Оптимизация объемов выпуска продукции на предприятиях пищевой промышленности.....	99
<b>Гринько Т. Н.</b> Оценка условий работы предприятия на рынке на примере выпуска хлебобулочных изделий на предприятии "ООО "Кулиничевский хлебозавод".....	103
<b>Арутюнова О. Ю.</b> Перспективи та проблеми міжнародного співробітництва України в інноваційно-інвестиційній сфері.....	106
<b>Михайловський О. М.</b> Інвестиційні аспекти активізації діяльності транснаціональних корпорацій України.....	109
<b>Пенцова А. Г.</b> Модифікація функціонального механізму цін.....	111
<b>Хыдыров А. Р.</b> Оценка качества жизни населения в условиях реформирования экономических отношений на основе интегральной характеристики.....	113
<b>Прокопенко Д. А.</b> Особливості інвестиційної діяльності в Україні.....	116
<b>Беренов А. Д.</b> Современные тенденции процесса глобализации.....	118
<b>Сеидов Ф. Н.</b> Глобализация и ее влияние на современное экономическое развитие.....	120
<b>Джумаев М. И.</b> Понятие интеллектуальной собственности: суть и содержание.....	123
<b>Черкова М. Ю.</b> Інституціональні чинники формування стратегії економічного розвитку України.....	125
<b>Сазонова О. С.</b> Перспективы применения аутсорсинга на предприятии.....	128
<b>Репта О. В.</b> Состояние мотивации персонала в Украине.....	129
<b>Чернега Ю. С.</b> Система збалансованих показників як метод управління бізнесом.....	131
<b>Торопыгина М. В.</b> Инновационные стратегии управления персоналом в Украине и зарубежных странах.....	133

<b>Чуйко М. О.</b> Застосування зарубіжного досвіду мотивації праці у вітчизняній практиці .....	135
<b>Коваленко Е. А.</b> Современный социальный пакет: сущность и составляющие .....	137
<b>Степаненко Ю. А.</b> Профессиональное обучение персонала на предприятии в Украине .....	139
<b>Томілович Г. Г.</b> Системи оплати праці та державне регулювання заробітної плати .....	141
<b>Кісільова Т. Л.</b> Маркетингові дослідження та аналіз споживача ринку послуг .....	143
<b>Рябуха В. О.</b> Використання маркетингових концепцій при реалізації продукції, орієнтованої на дітей .....	145
<b>Скрипник О. О.</b> Оцінка конкурентоспроможності продукції .....	147
<b>Маховський В. Б.</b> Застосування прямого маркетингу в Україні .....	149
<b>Гусаченко К. В.</b> Підвищення цінності бренда "Україна" на світовому ринку .....	151
<b>Нагаївська Д. Ю.</b> Роль соціальної відповідальності маркетингу у формуванні високого іміджу підприємства .....	154
<b>Домніч П. В.</b> Роль основних носіїв інформації в розвитку сучасної реклами .....	156
<b>Карпенко В. Ю.</b> Розвиток сільського туризму в Україні .....	158
<b>Галенко К. С.</b> Негативний вплив нейромаркетингу на вибір споживача .....	161
<b>Грепан Т. С.</b> Роль анімації на фестивалях та карнавалах .....	163
<b>Рабаданова Я. М.</b> Особливості підготовки фахівців туристичної галузі .....	165
<b>Гламаздіна Н. А.</b> Перспективи розвитку ділового туризму в Харкові .....	167

-